



**CONFERENZA DELLE REGIONI E DELLE PROVINCE AUTONOME**  
10/099/CR04/C6

***CONFERENZA DELLE REGIONI E DELLE PROVINCE AUTONOME***

***V CONFERENZA ITALIANA PER IL TURISMO***

*15 – 16 ottobre 2010*

*Villa Erba ( Cernobbio – CO)*

***LINEE STRATEGICHE DELLE REGIONI E DELLE PROVINCE AUTONOME  
PER RILANCIARE L'INDUSTRIA TURISTICA ITALIANA***

**1. Premessa**

La Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome del 3 luglio 2008, all'esito della IV Conferenza Italiana del Turismo tenutasi in data 20 e 21 giugno 2008 in Riva del Garda, aveva già adottato un documento con il quale tracciava alcune priorità, affermando la necessità di promuovere, attraverso un'intesa tra Stato, Regioni ed Imprese, un "[Piano Strategico Nazionale del Turismo](#)" al fine di individuare i mercati obiettivo e le azioni da compiere per incontrare la domanda turistica nazionale ed estera, favorire e prevedere azioni di promo-commercializzazione, formare un budget da investire nel rilancio dell'immagine dell'Italia all'estero attraverso l'ENIT, costituendo così un contesto favorevole allo sviluppo dell'industria del turismo italiano.

Si ritenne necessario, in quella sede, porre la massima attenzione sulla **qualità**, a partire da quella urbana e ambientale, con un interesse particolare alla **qualità ricettiva** che doveva essere implementata attraverso l'adeguamento delle imprese e della loro dotazione di servizi, facendo leva principalmente sul sistema fiscale (vedasi la necessità di armonizzate le aliquote IVA) e gli strumenti urbanistici ed infrastrutturali, tentando di colmare il gap promuovendo la realizzazione di investimenti strutturali utili ai servizi annessi all'economia turistica.

I principi espressi allora sinteticamente dovevano costituire la **base** dalla quale ripartire per fissare una politica di competitività reale del turismo italiano e rendere più efficienti **i luoghi della concertazione e della promozione** verso i mercati esteri (Agenzia ENIT), anche attraverso una profonda riforma dell'Agenzia che la rendesse più operativa e flessibile.

Il Piano Strategico Nazionale non è mai stato adottato, e molta parte delle proposte e delle priorità individuate nel 2008 sono ancora di stretta attualità.

Tuttavia partendo da tali premesse (che qui si ribadiscono e si integrano) ed al fine di renderle realmente operative, le Regioni e Province Autonome, attraverso la Conferenza che le rappresenta, intendono ribadire la propria disponibilità al dialogo ed adottano il seguente **documento di intenti** convenendo fin da ora che esso costituisce **la base per la comune definizione**, con il Governo e gli altri attori del sistema turistico nazionale, di un **Patto Strategico per il rilancio della industria turistica italiana**, da adottarsi all'interno della Conferenza Nazionale del Turismo 2010.

## 2. La governance del turismo italiano nel sistema Stato - Regioni

Un corretto funzionamento delle relazioni e dei rapporti sottesi al sistema di governance è il presupposto essenziale per il rilancio del sistema turistico italiano.

Il turismo rappresenta quasi il 10% dell'economia nazionale (PIL), eppure, la sua rilevanza va ben oltre questo dato perché affonda le radici nell'insieme degli asset culturali, storici, naturalistici, enogastronomici e paesaggistici, di tradizione del nostro Paese e delle professionalità associate, elementi unici e che differenziano l'Italia rispetto alle altre principali destinazioni turistiche mondiali, nonché leve per una competizione sostenibile di successo.<sup>1</sup>

Il quadro normativo a più livelli (statale e regionale) e l'esperienza di questi ultimi anni insegnano che una corretta **governance** nel settore turistico in Italia, ora più che mai, rappresenta un aspetto di assoluto rilievo **strategico** per la capacità di **sviluppo armonico** delle politiche di settore, e che diviene necessario **intervenire** al fine di eliminare le criticità date certamente da un sistema oggettivamente complesso ma anche da un altrettanto complesso sistema delle relazioni istituzionali.

E' ormai un dato di fatto che il **contesto competitivo globale** è caratterizzato da cambiamenti bruschi e repentini e da un crescente grado di complessità sia dal lato della domanda turistica (bisogni sempre più sofisticati, mutevoli e variegati), che dell'offerta (necessità di maggiore professionalità, collaborazioni interaziendali sia in senso verticale, tra fornitori e clienti, che in senso orizzontale, tra concorrenti).

Dal canto loro le regioni sono consapevoli che occorre rafforzare la capacità di **operare in sinergia** considerando sempre più il territorio non in base ai soli confini amministrativi ma in relazione alla omogeneità dei prodotti da offrire pervenendo, ove possibile, ad operazioni condivise, anche al fine di ottimizzare l'uso delle risorse a disposizione.

I problemi attuali di *governance* del turismo richiedono, dunque un comune sforzo per giungere ad una **visione strategica condivisa** tra Stato e Regioni e la qualificazione professionale della classe dirigente, poiché l'estendersi dei mercati di riferimento anche a zone molto lontane (Paesi emergenti), la destagionalizzazione e l'internazionalizzarsi della concorrenza, esigono **l'unitarietà di strategie** e la concentrazione nell'uso delle risorse anche in un'ottica di promozione e sviluppo di una politica europea del turismo.

---

<sup>1</sup> Ricerca redatta dalla PricewaterhouseCoopers Advisory.

**Occorre, in sostanza, un recupero della funzione di collaborazione costante del Governo e del Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo con la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome, e per essa con il Coordinamento Interregionale, in modo tale da tradurre le politiche turistiche regionali in interventi e strumenti legislativi ed attuativi condivisi e di integrazione con gli altri comparti economici.**

Il **Comitato permanente per il turismo** di recente istituito presso la Conferenza Stato Regioni deve considerarsi, pertanto, il luogo per il positivo **confronto preventivo** e la **definizione condivisa** delle politiche per il turismo rappresentando lo strumento di **risoluzione anticipata** delle criticità dell'attuale sistema di governance, comprese quelle relative alla **armonizzazione del sistema legislativo** ed alla **coerenza della iniziativa legislativa statale** con la complessiva strategia a monte definita.

In questo senso esempio, "best practice", di efficace e costruttivo modello di confronto è stato quello relativo ai c.d "*Progetti di Eccellenza*".

A seguito del recepimento in Conferenza Stato-Regioni del 29 aprile 2010 del protocollo di intesa siglato ex art. 1, comma 1228, Legge 27 dicembre 2006, n. 296 (Finanziaria 2007), infatti, è stata **disciplinata di comune accordo** la gestione delle risorse assegnate dalla Finanziaria 2007 per la realizzazione di progetti di eccellenza.

La conclusione del protocollo è stata frutto di un'intensa e leale collaborazione tra Regioni e Province autonome da una parte e Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività dall'altra che, all'esito dei lavori di un tavolo, per ciò costituito, hanno definito ambiti d'azione condivisi.

**Le Regioni e le Province autonome auspicano che il perseguimento degli obiettivi futuri, condivisi con il Governo, e di seguito elencati, possano essere realizzati applicando le stesse modalità operative sperimentate per la definizione del protocollo di cui sopra.**

### **3. La promozione ed il ruolo di Enit**

**In quest'ottica, appare prioritario riprendere e portare a conclusione il confronto, avviato ma interrotto, sulla riforma della [Agenzia Nazionale del Turismo \(ENIT\)](#), rivalutando il ruolo di tale Agenzia alla luce della sua esperienza e delle sue capacità operative.**

Appare pertanto **preliminare** la revoca della proposta di riforma n. 370/0 del 14.7.10, in discussione presso la Camera dei Deputati, avente ad oggetto il riordino degli enti per la promozione dell'Italia all'estero. Tale proposta, formulata senza il coinvolgimento delle Regioni e Province autonome, prevede l'istituzione del Dipartimento per la promozione economica e dell'immagine turistica, commerciale e culturale dell'Italia all'estero, con conseguente soppressione dell'ENIT e del relativo ruolo di promozione che attraverso essa le Regioni e le Province autonome esercitano.

E' appare ancor più **urgente** mettere a confronto con il sistema regionale l'attuale assetto di modifica organizzativa e di servizio di Enit, che si osserva in rapido mutamento, sia pur in assenza di riforma.

Le Regioni e le Province autonome hanno più volte espresso la necessità di conferire **nuovo slancio** ad Enit, attesa la sua funzione ancora oggi di prim'ordine nella realizzazione della promozione del turismo nazionale e regionale all'estero.

In particolare, l'ENIT dovrà avere un ruolo determinante nella realizzazione delle iniziative promozionali, strategicamente condivise, svolgendo una funzione di ausilio e accompagnamento delle Regioni e Province autonome nell'individuazione di attività idonee alla penetrazione di vecchi e soprattutto di nuovi mercati.

Si risponde così anche all'esigenza, condivisa dal sistema regionale, di qualificare e rafforzare l'immagine del **brand Italia** in relazione all'enorme potenzialità delle identità territoriali. L'autenticità del territorio, i suoi valori profondi, le sue radici storiche sono le vere risorse su cui basare la qualità di un sistema turistico. E' necessario agire come "sistema" al fine di **collegare il brand Italia alle destinazioni regionali e locali** in grado di interpretare al meglio la qualità dell'offerta turistica italiana, ed Enit rimane centrale in questo disegno.

**Nel contempo occorrerà che il Governo doti l'Agenzia di risorse finanziarie adeguate alla realizzazione di azioni di promozione all'estero al fine di rafforzare il brand Italia, fondamentale per qualunque azione promozionale da parte delle Regioni e Province autonome, anche favorendo l'integrazione delle attività esterne tra ENIT ed ICE.**

**La ripresa di competitività della "destinazione ITALIA" è infatti anche legata alla capacità che l'ENIT avrà di recuperare la sua funzione di punto di riferimento per tutti i soggetti interessati alla promozione all'estero e per tutte le realtà territoriali (destinazioni).**

Le priorità di azione e gli obiettivi fondamentali non potranno che essere: la rivitalizzazione dell'immagine della brand Italia, un forte rinnovamento dei prodotti, un deciso recupero dell'efficienza operativa, un costante raccordo sinergico e funzionale con le realtà regionali e locali.

**Nel rispetto del principio di reale collaborazione tra il Governo e le Regioni e Province autonome ed al fine di coordinare gli sforzi promozionali, si ribadisce la necessità di intervenire per il miglioramento funzionale dell'Ente da realizzarsi attraverso il necessario confronto istituzionale, nel rispetto della norma Costituzionale.**

Trattandosi inoltre di ente funzionale e di supporto alle esigenze delle Regioni e delle Province autonome nel settore turismo, è indispensabile assicurare una rappresentanza qualificata in capo alle stesse, al fine di **condividerne** le strategie d'azione, pari al 50% del numero dei membri del C.d.A. prevedendo, in tal senso, un esplicito criterio di riparto nell'ambito del decreto di riforma DPR n° 207 del 6 aprile 2006, pur condividendo l'inderogabile necessità di snellire l'apparato amministrativo diventato troppo complesso.

#### **4. I sistemi di monitoraggio per la definizione dei Piani strategici: l'Osservatorio Nazionale del Turismo**

Altro elemento rilevante e necessario per la corretta *governance* del sistema turistico italiano è quello di disporre di un **efficiente strumento di monitoraggio**.

E' quindi necessario razionalizzare e coordinare le strutture già esistenti quali [\*l'Osservatorio Nazionale del Turismo\*](#) che dovrà rivestire un ruolo fondamentale per la **definizione condivisa dei piani strategici di sviluppo turistico**, richiedendo uno sforzo permanente e competenze di alto livello, specificatamente dedicate alla ricerca, all'informazione qualificata, all'analisi socio-economica e statistica dei flussi turistici.

Certamente si riconosce l'impegno che Unioncamere ha profuso in questi anni, sia in termini di risorse finanziarie che professionali.

Tuttavia si crede sia arrivato il momento, anche per l'Osservatorio Nazionale, di analizzare il lavoro svolto e ripartire con una organizzazione nuova.

Le Regioni e le Province autonome sono assolutamente pronte e disponibili a mettere a disposizione e condividere il proprio patrimonio di conoscenze e di esperienza, anche attraverso il coordinamento delle attività degli Osservatori turistici regionali.

**Di conseguenza l'indirizzo strategico dell'Osservatorio deve essere stabilito di concerto dal Governo e dalle Regioni e Province Autonome con parità di ruolo e di forza decisionale.**

**In un'ottica di leale collaborazione istituzionale, quindi, la riattivazione del confronto sulla riforma dell'istituto assicura: da un lato una stretta collaborazione con gli osservatori turistici regionali e locali e dall'altro una cooperazione con le organizzazioni internazionali quali l'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) e l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), nell'auspicio della nascita di un [\*Osservatorio Europeo del Turismo\*](#).**

#### **5. Fiscalità ed incentivi nel Turismo**

Per lo sviluppo del turismo nazionale ed il rilancio del "Sistema Italia" rivestono importanza centrale il reperimento e l'utilizzo delle risorse finanziarie, con la conseguente necessità di massimizzare l'efficacia dei diversi strumenti di incentivazione, a partire da quelli già esistenti.

È indispensabile da un lato promuovere [\*efficaci politiche fiscali\*](#) e dall'altro adottare adeguate [\*strategie di incentivi\*](#) e di interventi strumentali che favoriscano la realizzazione di progetti strategici di investimenti e diano impulso allo sviluppo e la crescita delle imprese turistiche in termini di qualità, produttività, redditività ed innovazione di processo e di prodotto.

Si sottolinea la necessità di ridurre razionalmente il tasso impositivo, fiscale e contributivo, in termini di rivalutazione del patrimonio e del capitale societario anche al fine di **facilitare l'accesso al credito** e si suggerisce di costituire, parallelamente, un **fondo di rotazione** che coinvolga il sistema bancario.

È, quindi, essenziale **l'armonizzazione delle aliquote IVA**, adeguandole agli standard europei, per rendere le imprese italiane competitive quanto meno a livello comunitario.

A tal proposito si richiede l'intervento del Governo almeno, per i seguenti aspetti:

- riduzione dell'aliquota Iva per i servizi turistici, compresi i pubblici esercizi, che sono ancora al 20% (servizi di spiaggia degli stabilimenti balneari, servizi di intermediazione delle agenzie di viaggio, posti barca per turismo nautico, autonoleggio, etc.);
- riduzione dell'Iva del settore ricettivo dal 10% al 5%, con allineamento alla media europea.

E' altrettanto auspicabile **incentivare investimenti** per favorire l'adeguamento delle strutture ricettive e dei pubblici esercizi a standard di qualità, sicurezza, sostenibilità ambientale, accessibilità, risparmio energetico.

**Le Regioni e le Province Autonome, quindi, intendono costituire un tavolo di settore con il Governo per formulare le più opportune proposte di riforma delle politiche fiscali.**

## 6. Qualità dei servizi

I grandi numeri del turismo contemporaneo impongono una riflessione sul concetto di "qualità" del sistema turistico nazionale. Si tratta, infatti, di un concetto di grande importanza da cui dipendono scelte cruciali e strategiche per il futuro del turismo.

La "**cultura della qualità**" per quanto riguarda le strutture ricettive e i servizi di accoglienza rappresenta una opportunità e una sfida per lo sviluppo del turismo sia a livello nazionale che regionale, perché ne evidenzia il valore aggiunto e fa emergere l'eccellenza dell'offerta.

La qualità rappresenta, per il presente e ancora di più per il futuro, un'importante **leva competitiva** nei confronti dei mercati, in particolare per quelli internazionali. Si sottolinea con forza che, alla base di qualunque operazione di promozione e commercializzazione dell'offerta turistica, deve esserci un prodotto che non può prescindere dall'ottimale rapporto qualità/prezzo.

Ciò significa anche basare la costruzione dell'offerta su principi di sostenibilità, su qualificate risorse umane, su una adeguata accessibilità delle destinazioni turistiche e sulla qualità complessiva dei servizi e delle strutture ricettive.

Quest'ultimo aspetto costituisce ulteriore **priorità nell'ambito delle strategie** tese al miglioramento continuo della "Qualità" da perseguire con un'**azione concertata** tra Governo centrale e Regioni e Province autonome.

Attualmente quest'ultime hanno dato applicazione alle disposizioni contenute nel DPCM del 21 ottobre 2008 (G.U. n. 34 del 11 febbraio 2009) recante "Definizione delle tipologie dei servizi forniti dalle imprese turistiche nell'ambito dell'**armonizzazione della classificazione alberghiera**".

**Pertanto, per dare seguito alla strada intrapresa nell'adeguamento agli standard europei è necessario che il Governo preveda politiche di sostegno e incentivi a favore delle strutture ricettive al fine di renderle maggiormente competitive nel mercato anche accrescendo la cultura**

della responsabilità nel settore, implementando così azioni di stimolo nell'adozione di misure di tutela ambientale.

**Tutto ciò nel rispetto della programmazione concertata con le Regioni e Province Autonome nell'ambito del Piano Strategico Nazionale del Turismo.**

## **7. Informazione accoglienza e formazione**

Ulteriore aspetto rilevante è costituito dal [tema dell'informazione e dell'accoglienza](#) al fine di garantire servizi flessibili e innovativi per accogliere i turisti ed assisterli in tutte le fasi del viaggio.

I servizi di informazione ed accoglienza sul territorio devono quindi essere **maggiormente integrati e devono essere disponibili in tempo reale** seguendo il turista nei suoi spostamenti sul territorio,

Un moderno sistema di assistenza al turista richiede una seria riflessione sull'opportunità di prevedere **nuove formule di commercializzazione del prodotto turistico**, anche attraverso lo sviluppo di reti di servizi che coinvolgono soggetti pubblici e imprese.

Altro obiettivo su cui investire dev'essere dunque quello dell'**innovazione tecnologica degli uffici informazioni e di accoglienza dei turisti**, il loro coordinamento, la promozione del marchio telematico e, punto cruciale, la riqualificazione dell'offerta che non può prescindere da un forte investimento sulla formazione degli addetti e sullo sviluppo della cultura dell'accoglienza.

A livello nazionale è necessario ormai rispondere all'**annosa questione riguardante l'utilizzo ottimale del web** che deve costituire un momento unificante sul piano internazionale a conferma di una collaborazione sinergica tra Governo e Regioni e Province Autonome.

In tal senso appare **urgente ed indifferibile** un reale confronto per una corretta rimodulazione del progetto "[Portale Italia.it](#)", che dia contezza degli investimenti regionali già effettuati garantendone il rientro economico e coinvolga operativamente e direttamente le Regioni e Province autonome non "a processo e prodotto concluso", bensì nella predisposizione - oltre che nella definizione del ruolo del portale unico, e nel sistema di coordinamento dei portali regionali -, anche dei contenuti informativi e promozionali da inserire nel sito ufficiale [www.italia.it](http://www.italia.it) al fine di implementare una nuova e più completa struttura web.

Occorrerà porre anche l'attenzione sul [ruolo strategico della formazione](#) e sulla riqualificazione dell'intera classe dirigente, in grado non solo di far crescere le competenze, ma capace di un profondo cambio di mentalità rispetto al passato. Si ha bisogno di un nuovo apporto professionale da parte della scuola che formi una generazione di operatori e lavoratori del settore culturalmente preparata ed aperta alle sfide della globalizzazione.

Il coordinamento, la collaborazione, l'integrazione e la professionalità possono già oggi essere le componenti fondamentali del quadrilatero di sviluppo del settore: in tal senso appare auspicabile il rafforzamento del Comitato Nazionale per il Turismo che abbia poteri effettivi di coordinamento anche nei campi dei trasporti, della sicurezza, delle infrastrutture, della cultura, dell'ambiente e dei tanti campi che interferiscono fortemente con l'offerta turistica.

**Per raggiungere questo obiettivo è indispensabile che il Governo ponga in essere politiche di sostegno alla formazione.**

## 8. Convention Bureau Nazionale: il valore aggiunto per il settore congressuale

L'offerta congressuale è un pilastro del turismo italiano e si sta scoprendo settore dalle potenzialità ancora inesprese.

Pertanto, nasce l'esigenza di costituire in tempi brevi un Convention Bureau Nazionale, in grado di sostenere lo sviluppo di settore e a garantire una destagionalizzazione della domanda e dei flussi turistici.

Un Convention Bureau radicato sul territorio è capace attraverso un'iniziativa congiunta **di promuovere al meglio il prodotto ITALIA nel mercato internazionale; migliorare l'immagine del nostro Paese quale meta congressuale al fine di aumentare quali-quantitativamente gli eventi; essere un punto di riferimento, con una forte identità, per gli altri Paesi e fornire un'immagine coordinata del panorama congressuale italiano.**

L'industria dei congressi nazionale all'estero ha conosciuto solo da due anni un lavoro coeso, almeno per la partecipazione alle fiere internazionali, e questo è il solo primo passo verso un'attività di promozione che manca.

Tale strumento, tuttavia, per essere effettivamente efficace deve nascere all'interno di un **corretto percorso di concertazione** che sappia recuperare e valorizzare le esperienze già sviluppate favorendo una rete di collaborazione interregionale, in modo da caratterizzarsi come effettivo **strumento di integrazione** dell'offerta esistente.

**In tal senso è indispensabile avviare al più presto una fase di confronto fra tutti attori istituzionali e territoriali, nonché le organizzazioni di rappresentanza, al fine di definire il percorso e le modalità che dovranno portare alla costituzione del Convention Bureau Nazionale.**

## 9. Demanio

È quanto mai complesso il quadro normativo nazionale ed europeo afferente il demanio marittimo, attesa l'immediata applicazione della Direttiva Servizi (2006/123/CE) in ogni Stato Membro, la Legge 26.2.2010 n. 25 di conversione in legge del D.L. 30.12.2009, n. 194, che ha prorogato al 31 dicembre 2015 le concessioni demaniali, ed il Decreto Legislativo 28.5.2010, n. 85 di attribuzione a comuni, province, città metropolitane e regioni di un proprio patrimonio, in attuazione dell'articolo 19 della legge 5.5.2009, n. 42 (federalismo demaniale).

A rendere più complesso il quadro di riferimento, interviene la nota della Commissione Europea del 5/5/2010, con la quale si comunica di ritenere non conformi al diritto dell'Unione le norme di cui alla Legge 25/2010 inerenti il rilascio e il rinnovo delle concessioni.

In quest'ambito, nell'ottica di dare soluzione tempestiva ed adeguata ai problemi attualmente in essere, interpretando il disagio degli operatori balneari e considerata la necessità che si tenga conto dei capitali investiti dalle imprese, oltre che delle esperienze e delle professionalità acquisite dagli

operatori, **le Regioni e le Province Autonome intendono istituire un tavolo tecnico, i cui esiti siano recepiti in Conferenza Stato-Regioni, per l'esame di tutte le problematiche tecnico-amministrative-normative sul demanio marittimo.**

Tale tavolo dovrà riunirsi con una alta frequenza al fine di formulare una proposta di modifica normativa strutturale del settore che metta a punto una legge quadro in materia di valorizzazione degli investimenti che, a garanzia del sistema balneare, detti nuove norme a regime dal 1° gennaio 2016.

**In un'ottica di realizzazione di un federalismo "vero", che oltre alle competenze amministrative, dovrà trasferire alle Regioni le risorse necessarie per governare, in maniera concreta ed efficace, anche quei fenomeni naturali che flagellano spesso il litorale mettendo a rischio l'attività delle imprese balneari, si ritiene necessario che gli introiti dei canoni di concessione oggi versati dalle imprese balneari allo Stato, debbano essere devoluti alle Regioni per investirli in progetti di difesa della costa e per garantire i servizi di spiaggia.**

## **10. Le professioni turistiche nella dimensione europea**

Nodo cruciale cui rispondere in termini concreti ed immediati afferisce alla tematica delle [professioni turistiche](#).

Il 22 settembre 2010 è stato costituito in sede di Comitato permanente per il turismo un tavolo tecnico composto dai rappresentanti delle Regioni, delle Province Autonome e del Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo al fine di trattare **in modo unitario** tutte le professioni che impattano nel settore turistico, dettando **normativa di principio** in ordine all'individuazione delle professioni stesse, alla piattaforma di conoscenze minime da possedere, nonché alla necessaria tutela della salute e della sicurezza delle persone.

Tale legge quadro dovrà raccordarsi necessariamente con la normativa regionale e provinciale di settore adottata in materia ed, evidentemente, con la disciplina europea, anche al fine di evitare l'attivazione di procedure nei confronti dell'Italia.

**In tal senso, le Regioni e Province autonome intendono dare seguito ai lavori già intrapresi sull'argomento negli scorsi mesi, dopo un serrato confronto tra le parti, al fine di poter rinnovare la normativa attualmente vigente in Italia nel tempo prestabilito di sei mesi ed adeguarla alla Direttiva Servizi 2006/123/CE e Direttiva Qualifiche Professionali 2005/36/CE.**

## **11. L'Unione Europea e il turismo**

Nel quadro della competenza riconosciuta all'UE dal [Trattato di Lisbona](#) in materia di turismo, è necessario prender atto dell'entrata in scena nel panorama turistico, di un nuovo soggetto politico e tecnico di grande rilevanza e portatore di strategie combinate di sviluppo competitivo del settore economico.

Tutt'altro che rappresentare una ulteriore complicazione della governance del sistema turistico, le regioni credono che la realtà del turismo mondiale, l'elevata complessità del sistema di concorrenza futura e l'emergere prepotente di Paesi "nuovi" nel mercato globale del turismo, rendano viceversa necessaria la presenza di un attore istituzionale di livello comunitario, al pari di altri settori dell'industria europea.

Tuttavia è necessario governare il processo di armonizzazione delle politiche europee anche in ambito turistico.

**Pertanto, si auspica l’Istituzione di un Tavolo di lavoro con rappresentanti pubblici e privati (UE, Governo, Regioni e Province Autonome e Associazioni di categoria) al fine di stimolare la partecipazione degli attori italiani all’adozione di azioni concertate in ambito Europeo, in quanto solo la conoscenza di nuovi strumenti, delle nuove politiche e linee di tendenza consentiranno all’Italia di non perdere le occasioni che potranno venire dalle prossime sfide internazionali.**

### *Conclusioni*

In tale contesto, uno strumento come il [\*Piano Strategico Nazionale del Turismo\*](#) costituirebbe l’iniziativa “quadro” del piano di azioni finalizzato a definire le linee di indirizzo programmatiche e strategiche utili ad orientare anche le iniziative da mettere a punto nei diversi ambiti di intervento individuati.

Rivestirebbe un ruolo rilevante nella diversificazione e nel rilancio dell'economia del turismo, coerentemente con le finalità strategiche che l'Unione Europea assegna a questo settore nell'ambito delle relative politiche di sviluppo e di sostegno.

In particolare il Piano Nazionale Strategico del Turismo costituirà lo strumento attraverso cui:

- mettere a punto una **comune visione strategica** dello sviluppo turistico e di posizionamento dell’Italia sul mercato globale, fortemente condivisa da e con tutti gli attori interessati, pubblici e privati;
- promuovere un processo di **programmazione e di pianificazione dello sviluppo turistico**, basata sulla “convivenza” del sistema centrale e locale, che caratterizza il nostro Paese;
- definire e sviluppare un’**offerta turistica** adeguata alle aspettative della domanda in grado di "conquistare" quote del mercato turistico italiano, europeo e internazionale;
- definire le linee strategiche e operative delle campagne **marketing, di promozione e di comunicazione** turistica all’estero del brand Italia;

Il turismo è caratterizzato da una evidente complessità e trasversalità che richiamano un forte coordinamento intersettoriale, pertanto è fondamentale la **chiarezza dei ruoli e responsabilità nella collaborazione** a diversi livelli e attori nel rispetto del quadro costituzionale e con la primaria finalità di far fare un passo avanti al turismo italiano.

Infine, l’esperienza delle Regioni e delle Province autonome costituisce un **valore**, una **dote** che deve essere **condivisa** e riconosciuta dal Governo se si vuole aprire una nuova stagione nella programmazione organica delle politiche di sviluppo dell’industria turistica per identificare strumenti e politiche adeguati per la promozione di sistema.

Attraverso l’apporto che le Regioni e le Province autonome forniscono al dibattito sui grandi temi della politica nazionale, risiede la capacità dell’intero Sistema Paese di accreditarsi con credibilità sugli

scenari di confronto istituzionale, sia interni che di più ampio riferimento, guardando per esempio alle dinamiche di sviluppo del sistema comunitario e delle politiche di coesione regionale.

In tal caso, si sottolinea l'esigenza di un **costante coordinamento e di una fattiva collaborazione** tra i diversi livelli istituzionali nel rispetto delle reciproche competenze e più specificatamente **si ribadisce la necessità e strategicità della corretta gestione del confronto tra il Governo e le Regioni e Province autonome garantito per il tramite della Conferenza Stato-Regioni e delle sue articolazioni.**

**Si vuole quindi affermare come solo con la condivisione delle strategie sia possibile far progredire il turismo italiano.**

Roma, 7 ottobre 2010