



CONFERENZA DELLE REGIONI E DELLE PROVINCE AUTONOME

09/049/CR/C6

Il patrimonio di attrattive turistiche del nostro Paese è giustamente considerato come uno dei più ricchi e variegati del mondo, sia per le eccezionali risorse ambientali, paesaggistiche e dell'enogastronomia e dell'artigianato tipico ed artistico che esso annovera, sia per le straordinarie testimonianze lasciate dalle civiltà che hanno scandito il succedersi dei grandi eventi etnici, storici e culturali di questo territorio.

Oggi, però, la sola eccellenza delle risorse non è più garanzia del raggiungimento e mantenimento di un vantaggio competitivo sostenibile su scala internazionale.

Il potenziale di tale varietà, infatti, deve essere messo adeguatamente a valore.

L'Italia, dunque, si trova oggi di fronte alla necessità di potenziare il proprio sistema turistico, in modo che esso possa finalmente superare l'attuale dimensione "artigianale" per assurgere a vero e proprio comparto dell'industria nazionale e, in questa difficile contingenza, possa assumere addirittura il ruolo di traino dell'economia italiana.

Raccogliere questa sfida - che rappresenta, nondimeno, un'opportunità irripetibile per il nostro Paese - non è però facile, perché di fronte alle rigorose leggi di una competizione turistica mondiale sempre più agguerrita ed aggressiva, non bastano da sole né le attrattive, né le potenziali disponibilità della domanda.

In tale contesto, infatti, appare quanto mai strategico dotarsi soprattutto di un'organizzazione dell'offerta efficace e moderna.

Un'organizzazione capace di coniugare le attrattive con i servizi e, al contempo, di esprimere un management dei territori e delle imprese competitivo ed un sistema di marketing idoneo a proporre incisivamente le destinazioni turistiche locali al mercato globale.

Per fare questo è indispensabile un impegno ampio a tutti i livelli (istituzionali, associativi, imprenditoriali) al fine di assumere con consapevolezza ed incisività, ma anche con urgenza, alcune decisioni di ordine strategico che facciano fronte a criticità al cui presidio non è più possibile rinunciare, ovvero:

1. riconsiderare il contributo e il ruolo degli attori impegnati sul fronte della promozione turistica della "destinazione Italia" e, come ovvio, di tutti i territori che ne sono parte integrante. In questo senso, come peraltro da più parti evidenziato, potrebbe essere opportuno prendere spunto dalle migliori esperienze di altri Paesi europei, i quali hanno realizzato ed adottato da tempo iniziative programmate verso il miglioramento della qualità offerta dei prodotti e servizi come fattore competitivo e segno differenziatore tra i mercati nazionali e internazionali. Da qui la creazione di un marchio di qualità e, soprattutto, la

realizzazione di una programmazione strategica. Il nostro Paese, invece, ha necessità di rafforzare il brand system.

In estrema sintesi, occorre superare la frammentazione delle strategie e degli interventi di promozione turistica, individuando una sede di condivisione delle scelte, incrementando le risorse a disposizione e ottimizzandone l'utilizzo.

2. attivare sinergie sul versante dell'offerta di servizi turistici, facendo leva sull'integrazione tra operatori della filiera turistica e quanti, a vario titolo, sono coinvolti nel processo di erogazione del "prodotto territoriale".

L'obiettivo deve essere quello di superare l'eccessiva parcellizzazione degli operatori rafforzando, attraverso la creazione ed il potenziamento delle reti, il concetto di "Made in Italy", quale strumento di sviluppo organizzato e di governance di quei processi di cui le piccole imprese del settore necessitano, al fine di consolidarsi e garantirsi nuovi spazi sui mercati nazionali ed internazionali.

I network rappresentano, oggi, sia un modello credibile di riferimento per il rilancio delle economie locali e dell'occupazione, soprattutto in territori dove i processi di "desertificazione sociale" (in atto o prossimi al verificarsi) concorrono a rendere più complessa ed articolata la gestione delle variabili che presiedono al funzionamento del sistema socio-economico, che un fattore essenziale per contribuire all'innalzamento del livello qualitativo dell'offerta.

Sul versante del "prodotto", la cooperazione consentirà di elevare il livello qualitativo dell'offerta, preservando gli aspetti di tipicità di ogni sua componente mentre, sul fronte della promozione, si potranno finalmente "governare" i processi e gli strumenti di comunicazione, evitando messaggi sovrapposti o, nella peggiore delle ipotesi, in contrasto tra loro.

3. qualificare le risorse umane e tutelare il lavoro nel settore turistico, cercando di dare risposta alle esigenze delle aziende.

Quello appena menzionato non è un obiettivo di facile raggiungimento. Per far sì che ciò avvenga, è necessario porre in essere un progetto complesso e articolato. Un progetto che trovi il suo solido denominatore comune di professionalità nell'alveo della più avanzata cultura economico-tecnica internazionale rivolta alle imprese del settore, ma che sappia poi diversificarsi nelle specificità delle culture locali per sviluppare modelli organizzativi e strategie tali da assicurare adeguata risposta sia alle esigenze di remunerazione dei fattori produttivi, sia alle attese di efficienza operativa e di qualità dei servizi di una clientela internazionale sempre più attenta al rapporto prezzo/valore.

Un progetto, soprattutto, che - a monte - sia in grado di interpretare le reali esigenze del mondo delle imprese mettendole a confronto con le caratteristiche dell'offerta di lavoro e con il sistema dell'offerta formativa nazionale. Per far questo è opportuno, se non necessario, dar vita a nuovi paradigmi di collaborazione con tutti quegli attori che, a vario titolo, rivestono un ruolo strategico all'interno del mercato del lavoro italiano. Instaurare, ad esempio, un confronto stabile e continuativo con il Ministero del Lavoro, quello dell'Istruzione, loro Agenzie Tecniche, il sistema dei Servizi per il Lavoro, pubblici e privati e, nondimeno, rappresentanti del sistema imprenditoriale italiano.

Analogia estensione dovrà essere posta

Lo scopo è, chiaramente, quello di far convergere mondo del lavoro e sistema formativo per il turismo verso obiettivi di crescita comuni. Avviare un percorso di modernizzazione del sistema formativo coerente con il modello di sviluppo turistico del nostro Paese, basato prevalentemente sulle piccole e medie imprese ed incentrato soprattutto sulla personalizzazione dei servizi e sulla intensità dei rapporti interpersonali. Le linee strategiche appena evidenziate potranno costituire un'importante base di partenza per un confronto serrato e per avviare azioni immediate e concrete.

Sotto il profilo delle garanzie è necessario estendere gli strumenti della tutela del lavoro e degli ammortizzatori sociali al comparto turistico, anche adattandoli alle peculiarità del settore.

Tuttavia, al di là e prima di qualsiasi intervento, perché le azioni avviate siano effettivamente funzionali al recupero della leadership e del vantaggio competitivo di cui il nostro Paese ha beneficiato per decenni, è necessario ribadire la strategicità del corretto e necessario confronto tra il governo e le regioni nonché la necessità di lavorare sulla riorganizzazione/revisione dei ruoli e delle funzioni di quei soggetti che, a vario titolo, operano a livello istituzionale per lo sviluppo del turismo.

In tale contesto ed ai fini delineati le Regioni, in forza delle competenze assunte in base all'ordinamento costituzionale si sentono fortemente responsabilizzate ed intendono assolvere il loro ruolo ed esercitare le loro prerogative in una visione di insieme e in una logica di collaborazione, come già più volte ed in diverse sedi affermato.

La ragione dell'impegno delle Regioni sul versante dello sviluppo dell'industria turistica risiede nella consapevolezza dell'importanza del ruolo dei territori nella gestione dei programmi di valorizzazione delle risorse culturali e naturali del paese.

L'esperienza delle Regioni è un valore, una dote che deve essere condivisa 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.

E' in questi concetti, ed attraverso l'apporto che le Regioni forniscono al dibattito sui grandi temi della politica nazionale, che 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.

Preso atto di quanto sopra le Regioni pertanto propongono con il presente documento una agenda di temi da affrontare prioritariamente al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati ed in particolare :

- le linee strategiche di intervento e gli obiettivi da perseguire, sinteticamente delineati nel presente documento
- le regole e le metodologie organizzative
- le attività e le azioni da intraprendere per il raggiungimento dei risultati prefissati
- gli strumenti, le risorse e la pianificazione temporale delle azioni

Per quanto concerne il tema delle regole, va evidenziata:

- la necessità di una definizione di un disegno complessivo in materia, anche con riferimento al ruolo delle autonomie locali:
- la definizione di utili forme di coordinamento per il settore;

Sul versante delle regole va prioritariamente ribadita la necessità e strategicità della corretta gestione del generale confronto tra Stato e Regioni che deve essere garantito per il tramite della Conferenza Stato Regioni e delle sue articolazioni.

Al Presidente della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome è stato conferito al momento della nomina il mandato istituzionale di farsi portavoce nei confronti del Governo.

Mandato che garantisce la riconoscibilità delle istanze condivise delle diverse realtà Territoriali, e assicura l'unitarietà e l'univocità dei processi di formazione delle decisioni amministrative dello Stato nelle materie di interesse comune.

Sul versante degli strumenti, come detto in precedenza, v'è la necessità di lavorare sulla riorganizzazione/revisione dei ruoli e delle funzioni di quei soggetti che, a vario titolo, operano a livello istituzionale per lo sviluppo del turismo.

Primo fra tutti l'ENIT, il cui ruolo va rivalutato alla luce della sua esperienza e delle sue capacità operative e nel quadro di una stretta collaborazione con le Regioni.

L'obiettivo deve essere quello di coordinare gli sforzi promozionali delle Regioni italiane con quelli di questo Ente, garantendo l'autonomia dei singoli nel rispetto di linee programmatiche condivise e comuni.

E' inoltre necessaria una sempre più forte integrazione delle attività estere tra Enit ed Ice, anche per ottimizzare l'utilizzo delle risorse disponibili. Prendendo atto del valore del confronto realizzatosi tra Istituzioni, Associazioni e Operatori all'interno del Consiglio di Amministrazione dell'Enit, si ribadisce la necessità di intervenire per il miglioramento funzionale dell'Ente da realizzarsi attraverso il necessario confronto istituzionale, nel rispetto della norma Costituzionale.

A tal fine va doverosamente segnalato che sull'ENIT il Governo ha presentato un emendamento in senato senza una previa intesa con le Regioni. Su tale questione pertanto le Regioni chiedono formalmente un immediato confronto al governo al fine di addivenire ad una intesa sul testo e sui contenuti della norma.

A seguire, è auspicabile il potenziamento e la specializzazione del ruolo di Promuovitalia: poiché la promozione turistica non ha senso di esistere e tantomeno di essere condivisa se non in ragione della presenza, sui territori, di prodotti turistici innovativi e attrattivi per il turista moderno.

Da qui, un soggetto che possa contribuire attivamente allo sviluppo e al miglioramento del settore turistico e dei suoi prodotti, attraverso il sostegno alla Pubblica Amministrazione e agli operatori privati, fornendo loro assistenza tecnica e attività di supporto operativo

La metodologia del corretto confronto istituzionale dovrà riguardare anche e soprattutto le funzioni, capacità di intervento e risorse disponibili per i territori in relazione alla scelta del Governo di nominare un apposito Ministro.

Infatti, se da un lato tale scelta può consentire sintesi e coordinamento delle linee di sviluppo del comparto, nonché rafforzare a livello istituzionale le esigenze del settore, dall'altro appare indispensabile realizzare una piena interlocuzione con le Regioni al fine di delineare le linee strategiche ed il ruolo propulsivo e collaborativo che i diversi livelli di governo dovranno assumere nel mutato assetto.

Dovranno inoltre essere affrontati i temi relativi alle capacità di intervento tecnico e degli interventi finanziari del Ministero del Turismo a sostegno dell'azione di sviluppo del comparto, dei territori e per il rafforzamento della unitarietà delle politiche industriali di settore.

Roma, 21 maggio 2009