

## **TURISMO: DESTINAZIONE LOMBARDIA 2015**

### **RELAZIONE ALESSIO MERIGO**

Desidero anzitutto rivolgere al ministro del turismo on. Michela Vittoria Brambilla un sincero ringraziamento per aver gentilmente accettato l'invito della nostra Associazione a partecipare all'odierno Convegno su un tema così importante come quello del turismo lombardo e delle sue prospettive in relazione a rilevanti scadenze fra le quali emerge in particolare Expo Milano 2015.

Un ringraziamento non formale rivolto ad una persona che ha avuto il coraggio di accettare la sfida di dare al nostro Paese, finalmente, un ministero dedicato alla sua risorsa più importante e preziosa: il Turismo.

Per questo e per la sua cortese disponibilità le siamo grati signor ministro e desideriamo confermare in questa sede la nostra piena volontà di collaborare affinché si affermi nel nostro Paese e (perché no?) in Lombardia, una nuova cultura dell'accoglienza.

Siamo certi che dal suo intervento conclusivo dell'odierno convegno potranno emergere preziose indicazioni circa gli indirizzi che il ministero da lei presieduto intende adottare e in quale misura e con quali modalità potremo attuarli nel territorio lombardo.

Un saluto e un ringraziamento al Presidente di Unioncamere dott. Franco Bettoni e al sindaco di Brescia on. Adriano Paroli che, nei rispettivi ruoli, da tempo stanno dimostrando grande sensibilità verso il settore turistico destinando risorse ed energie alla sua piena valorizzazione.

Infine, e non per ultimo, rivolgo il mio saluto al presidente di Assoturismo Claudio Albonetti con il quale stiamo condividendo il percorso, tutt'altro che semplice e scontato, verso una più avanzata modalità di concepire l'offerta e l'accoglienza turistica.

Dunque un parterre di grande rilievo che oggi desidera confrontarsi sulle prospettive del turismo lombardo e sul ruolo che questo settore riveste nell'ambito dell'economia regionale.

I dati sono molteplici, come molteplici sono le interpretazioni che vengono fornite da economisti, sociologi e ricercatori vari, attorno alla deriva economica e sociale della nostra regione . Non v'è alcun dubbio che dal dopoguerra ad oggi la Lombardia abbia segnato primati nazionali, europei e talvolta mondiali nelle produzioni agricole , industriali e ,negli ultimi decenni, anche come capitale italiana del terziario commerciale e di servizio.

Primati di cui tutti i lombardi ne sono orgogliosi . Per non parlare delle grandi conquiste ottenute nel campo dell'assistenza sociale e sanitaria che non ha eguali su tutto il territorio nazionale.

Dobbiamo ammetterlo! Il turismo in questo ranking è rimasto notevolmente in ombra , forse perché veniva considerato residuale rispetto alle logiche di sviluppo del nostro modello economico.

O forse perché si credeva erroneamente che la Lombardia non possedesse territori di particolare fascino per divenire competitiva rispetto ad altre regioni storicamente vocate al turismo.

Così si sono formati progetti urbanistici che nella loro intonazione non avevano alcun riferimento alla valorizzazione del nostro territorio con le conseguenze che tutti ben conosciamo.

Come pure le risorse venivano destinate a massicci sostegni ai settori poc'anzi citati.

Eppure da decenni , partendo proprio da Milano , per raggiungere i nostri laghi, o le nostre montagne, oppure le colline lombarde e le altre città d'arte, il fenomeno turistico si è sviluppato in misura rilevante, grazie all'impegno e alla professionalità dei nostri operatori turistici .

Con 2.959 strutture alberghiere e 192.655 posti letto, la Lombardia si colloca al 4° posto in Italia dopo Emilia Romagna, Prov. Autonoma di Bolzano e Veneto . la dimensione media è di 65 posti letto per albergo.

L'offerta lombarda è costituita per il 53,4% da imprese alberghiere.

Con 133.591 posti letto si conferma al 4° posto nazionale anche per il settore extralberghiero.

Il 25,5% delle strutture ricettive è ubicato nella provincia di Brescia, seguita con il 17,4% da Milano e dal 13,7% da Sondrio.

La Lombardia con 28.648.519 presenze assorbe il 7.6% del dato nazionale (376.641.751) e si colloca al 5° posto dopo Veneto 61.529.573, Toscana 41.695.840, Emilia Romagna 38.174.466 e Lazio 32.107.593.

Scala una posizione in termini di arrivi raggiungendo il 4° posto con 10.727.569 (11,2% nazionale) dopo Veneto (14.153.217), Toscana e Lazio.

Ora la crisi ci sta riproponendo uno scenario del tutto nuovo dove il turismo, in molte circostanze rappresenta la fonte principale di sostenibilità economica.

Cito le aree di montagna come la Valtellina, l'Alta Valle Camonica, oppure i nostri laghi (Como, Maggiore, Garda e Iseo), dove attorno alla crescita della frequentazione turistica sono sorte e si sono sviluppate molte attività economiche nei settori dell'edilizia, dell'artigianato, del commercio e della stessa agricoltura.

Insomma mentre sfortunatamente il nostro tessuto produttivo e terziario sta conoscendo una fase straordinaria di roll back, il turismo tiene e si sta segnalando come uno dei settori più in salute.

Del resto era nelle cose! E senza scomodare qualche illustre economista possiamo tranquillamente affermare che nel turismo e nelle innumerevoli risorse di cui disponiamo, vi sono gli elementi per contribuire significativamente alla ripresa.

Da ciò il titolo del nostro convegno. Turismo: destinazione Lombardia 2015. Fin troppo facile il riferimento alla sempre più vicina scadenza dell'Expo di Milano che, nelle intenzioni degli organizzatori, dovrà rappresentare una straordinaria opportunità di visibilità per la nostra economia regionale.

Fin troppo facile ma non scontato!

Gli investimenti sono stati molteplici e, polemiche a parte, lo sforzo che si sta producendo appare veramente rilevante se si considera il periodo di grandi ristrettezze nei bilanci della pubblica amministrazione.

Eppure tutti noi avvertiamo che, ancora una volta, la rilevante movimentazione di persone prevista nei disegni degli organizzatori, dovrà fare i conti con la capacità di reggere la pressione da parte del nostro sistema ricettivo che ha nelle piccole dimensioni il suo tratto caratteristico.

Allora un invito ai futuri amministratoti regionali. Evitate che l'evento dell' Expo sia confinato in un'area ristretta , ma fatelo diventare una grande vetrina per tutta la nostra regione.

Poco meno di cinque anni ci separano dall'inaugurazione di questo importante evento. All'apparenza potrebbero sembrare molti. In realtà, considerata la grande quantità di cose da fare, sono veramente pochi.

Allora se il tempo stringe , abbiamo la necessità di affiancare , accanto alla realizzazione delle opere edilizie proprie dell'Expo, una serie di politiche che valorizzino il tessuto di accoglienza lombardo e la sua fruibilità.

Potremmo considerarlo un autentico banco di prova per sviluppare finalmente nella nostra regione quelle iniziative in campo turistico destinate a permanere nel tempo e che nel corso di questi anni non sono state affrontate con la necessaria lucidità e razionalità.

Intendiamoci! Non è nostra intenzione rivolgere atti di accusa nei confronti di chi ha amministrato a livello locale e regionale le politiche turistiche! No davvero! Anche perché ciò ci costringerebbe a ragionare di un mondo talmente articolato fra Ente Regione, Province , comuni, comunità montane e, chi più ne ha ne metta, senza trovare probabilmente il bandolo della matassa.

Meglio esaminare i fenomeni e cercare di coglierne luci ed ombre e insieme contribuire a migliorare ciò che è realmente migliorabile.

### **Il quadro congiunturale del turismo lombardo**

**In attesa della pubblicazione dei dati relativi al 2009 , abbiamo cercato di delineare un quadro di riferimento prendendo in esame l'andamento dei due anni precedenti, nella consapevolezza che qualche scostamento , forse non significativo, si è verificato nell'anno appena trascorso**

**Confrontando i dati sul consuntivo dei flussi turistici relativo all'anno del 2008 con quelli riferiti al 2007 si trae la sensazione di una reazione robusta e caratterizzata da sostanziale "tenuta" da parte del sistema lombardo rispetto alle insidie di un secondo semestre caratterizzato dalla crisi economica globale.**

Il temuto tracollo da molti paventato non si è verificato e gli arrivi hanno goduto addirittura di un lieve incremento (+0.5%); ciò non significa ovviamente che gli effetti di un contesto economico recessivo non si siano fatti sentire: tra i segnali meno positivi vi è l'andamento nel tempo delle presenze contraddistinto da un calo pari a circa l'1.2%.

La montagna prosegue nel suo significativo trend di recupero già evidenziato nel 2007; il notevole risultato (+6% gli arrivi; +3% le presenze) conseguito nel 2008 a dispetto della crisi è il frutto di un *trend* strutturale di riposizionamento dell'offerta turistica di una parte della montagna lombarda, soprattutto quella dell'alta Valtellina e dell'alta Valcamonica, che vanno sempre più potenziando le proposte estive ed extra-sciistiche (ad esempio di natura termale, convegnistica e culturale).

Un risultato di segno positivo, anche se dimensionalmente limitato, caratterizza il prodotto città (+ 1.4% gli arrivi e +0.8% le presenze) ed è conseguenza principalmente della valida performance del sistema turistico "Città di Milano". Dai dati sembra emergere una sorta di effetto "drenante" per cui il polo cittadino milanese ha pressoché da solo sostenuto questo segmento, sottraendo quote non trascurabili di flussi ai poli di contorno, sia situati in provincia, sia in altre province (confinanti) e ad alta intensità di prodotto "città", come Lodi (-14.8% gli arrivi e -21.7% le presenze) o Pavia (-23.9% gli arrivi e -32.1% le presenze).

I prodotti *leisure* più tradizionali in Lombardia, ossia lago e terme sono in significativo arretramento e coerentemente con essi le province di Lecco (ampiamente e diffusamente), Como e Brescia (solo in termini di presenze con cali rispettivamente del 3.3% e del 1.8%) e due sistemi turistici che rappresentano pilastri "storici" del turismo lombardo, ossia "Riviera del Garda Bresciano" e "Lago di Como".

Contraddittoria la *performance* dinamica del prodotto "natura": + 2.3% gli arrivi e - 5.4% le presenze). Questo prodotto, in termini di incidenza dei flussi sul totale,

**rileva soprattutto nelle province di Varese e Pavia, tra le quali però esiste una forte discrasia: Varese è provincia la cui attrattività è in forte crescita (+7.1% gli arrivi e 0.3% le presenze) e si posiziona al secondo posto nella graduatoria degli incrementi di flussi in arrivo dopo Sondrio.**

**Al contrario, Pavia soffre di un crollo verticale (-24% gli arrivi; -32% le presenze) che ha verosimilmente cause idiosincratiche ben più complesse che non sono riconducibili al prodotto natura, ma, come si è già detto, al prodotto città.**

**Sempre a livello territoriale sono da sottolineare anche le performance di Bergamo e soprattutto di Mantova che fa registrare un incremento di presenze superiore al 8%. In sintesi le province a maggiore crescita appaiono Mantova e Sondrio, seguite a breve distanza da Varese e Bergamo. Pessima la situazione tendenziale di Lecco, Lodi e Pavia.**

**Rispetto alle tipologie di strutture ricettive l'andamento è alquanto differenziato: male i Campeggi, gli Ostelli e i Villaggi e in generale gli esercizi di tipo complementare; bene i B&B, interlocutorio e stabile l'andamento degli alberghi. Verosimilmente su questa diversificazione di effetti pesa il diverso impatto che la crisi economica produce sulle attitudini di spesa e sui profili economici della categorie di utenza che fruiscono delle diverse strutture: l'impatto è più restrittivo e significativo nei confronti dell'utenza *leisure*, giovane e familiare che è quella che fruisce relativamente di più delle strutture complementari.**

**Significativo e chiaro campanello d'allarme è il contrarsi dei tempi medi di permanenza del turista che coinvolge trasversalmente tutti i prodotti, i territori e i sistemi, con rarissime eccezioni, seppur di rilievo: Cremona tra le province e "Adamello" tra i Sistemi.**

In questi anni la Regione Lombardia ha prodotto sforzi notevoli, pur nella limitatezza delle risorse, per assicurare un sostegno al turismo lombardo.

Lo ha fatto con bandi di finanziamento alle imprese ricettive per opere di ammodernamento, oppure per favorire iniziative di carattere territoriale. Ha condiviso con Unioncamere un interessante accordo di programma sull'internazionalizzazione dell'economia lombarda e per il marketing territoriale che abbiamo condiviso e sostenuto.

Ha dato vita ai sistemi turistici cercando di finanziare un complesso di interventi ad ampio spettro, con l'intento di favorire processi bottom up nella convinzione che in ciò risiedeva la chiave interpretativa per dotare il nostro territorio di un'adeguata organizzazione del prodotto turistico.-

Dunque tutto bene? Il lavoro svolto ha prodotto risultati significativi e finalmente la nostra regione ha raggiunto standard di competitività in campo turistico veramente rilevanti.

Allora , non resta altro da fare che correggere leggermente il tiro su alcune iniziative e i giochi sono fatti.

Mi scuso per l'ironia , ma credo che purtroppo le cose non stiano così e , per molteplici ragioni, il quadro che ne è uscito mi pare francamente alquanto insoddisfacente e pertanto degno di essere corretto rapidamente e significativamente.

Parliamo dei Sistemi turistici. Senza nulla togliere alla lodevole volontà di coloro che li hanno realizzati , credo siano la più evidente rappresentazione di quanto insufficiente sia stato l'approccio al problema.

Partiamo dalle logiche territoriali :

Il sistema del Po di Lombardia è divenuto veramente un ambito turistico con tanto di ricettività, organizzazione dell'accoglienza e competitività?

La via del Ferro della Valtrompia si può configurare come un efficiente e strutturato sistema turistico?

E' possibile ipotizzare che sul territorio della Valle Camonica , possano competere due sistemi turistici che non hanno,( lo ripeto nel medesimo territorio) alcun rapporto sinergico fra di loro (Adamello Ski e La Sublimazione dell'Acqua)?

E' possibile immaginare che sul lago di Garda convivano nel medesimo territorio , accanto al dinamico e competitivo Consorzio La Riviera dei Limoni e dei Castelli ( a cui aderiscono tutti gli imprenditori turistici e i sindaci del Garda Bresciano esclusi gli amministratori del basso Garda), Il sistema Turistico del Garda Bresciano , Il Garda Unico ( Brescia Verona e Trento) , il Consorzio Colline Moreniche e l'Agenzia del territorio del Garda Bresciano ?

E infine : è possibile che intere province della Lombardia non abbiano mai costituito sistemi turistici o che li abbiano confinati entro le mura delle città( Milano compresa) ?

Eppure stiamo parlando della legge fondamentale che dovrebbe dare una fisionomia organizzativa al nostro territorio nella triplice accezione: di prodotto turistico, di promozione e di qualità dell'accoglienza.

Evidentemente qualcosa non ha funzionato e nonostante la strenua difesa attuata da alcuni settori del turismo lombardo , crediamo francamente sia venuto il tempo di porre mano a questa normativa che non è riuscita a produrre risultati veramente apprezzabili e tali da imprimere una decisa svolta al modo di porsi del nostro sistema.

In altri termini questi anni di esperienza ci confermano che sono rimasti ancora molti problemi da risolvere in ordine alla sostenibilità e finanziabilità dei Sistemi Turistici, alcuni dei quali non più rinviabili se vogliamo veramente sfruttare l'opportunità che ci viene fornita dalla scadenza del 2015.

Ciò anche nella consapevolezza che le potenzialità del turismo lombardo siano veramente rilevanti.

Partire dunque da una riconsiderazione della politica dei sistemi turistici per costruire anzitutto un sistema di promozione e accoglienza a rete , capace di connettere tutti gli ambiti turistici fra loro, semplificare la gamma dei soggetti che devono gestirli e ampliare così lo spettro della nostra offerta.

Ma procediamo con ordine!

**Assetto del territorio.** Su questo tema che evidentemente è centrale nella possibilità di valorizzare il prodotto turistico crediamo sia venuto il momento delle grandi scelte in materia urbanistica. Se ci è consentita una provocazione : meno centri commerciali , più campi da golf , strutture sportive , piscine, percorsi pedonali , piste ciclabili e luoghi d'incontro e svago. Meno urbanizzazioni selvagge con interi villaggi di seconde case sulle rive dei nostri laghi o in prossimità degli impianti di risalita in montagna e più azioni volte a favorire l'ampliamento e l'ammodernamento delle strutture ricettive, e la salvaguardia dei borghi antichi che spesso parlano della nostra storia , della nostra cultura e della nostra identità.

In altri termini desideriamo proporre un vero e proprio patto fra amministratori delle innumerevoli località turistiche lombarde e di quelle che intendiamo candidare come tali affinché realizzino o adeguino i loro PGT secondo logiche di sostegno al turismo e di tutela ambientale.

Siamo consapevoli che non sarà facile porre mano a una concreta rivisitazione degli strumenti urbanistici per le pressioni che esistono in campo edilizio e soprattutto per il fatto che purtroppo alcune aree rilevanti sul piano turistico sono già ampiamente compromesse i cui effetti sono sotto gli occhi di tutti.

Ma siamo altrettanto consapevoli che, senza interventi concreti sul piano della salvaguardia del territorio, ogni sforzo di sostenere il turismo rischia di essere vanificato

Questo vale anche per le città dove non sempre la sensibilità dimostrata verso la politica dell'accoglienza è accompagnata da azioni concrete volte a favorire l'accesso dei turisti, ad assicurare la piena fruizione dei luoghi di interesse storico e architettonico, a valorizzare adeguatamente i numerosi eventi che vengono realizzati.

Se escludiamo, per ovvie ragioni , Milano che conserva il suo fascino di città d'arte e dello shopping, e in parte Como che beneficia della straordinaria notorietà del lago omonimo, esistono nella nostra regione città di grande fascino , ricche di storia , con architetture meravigliose, che ancora non sono riuscite a divenire meta di frequentazione turistica in misura adeguata rispetto alle loro reali potenzialità.

Eppure dispongono di tutte le prerogative per essere straordinari contenitori di interesse culturale e turistico. Forse è giunto il tempo di fare scelte ancora più chiare ed inequivocabili in questa direzione nella consapevolezza dei positivi risultati che ciò potrebbe produrre.

**Infrastrutture.** Affermare che la Lombardia è storicamente carente di adeguate infrastrutture soprattutto a livello di viabilità e di collegamenti far i grandi bacini aeroportuali, credo non rappresenti una novità. Da anni, forse troppi, si è dibattuto attorno alle esigenze di migliorare i collegamenti e renderli adeguati al profilo crescente della pressione veicolare e dello spostamento di merci e persone. Da anni sono stati presentati progetti e controprogetti, voluminosi studi sulla fattibilità di interventi radicali, ma, alla prova dei fatti ben poco è stato fatto , se escludiamo alcuni adeguamenti. Cito un caso per tutti : la tangenziale esterna milanese e le

autostrade di collegamento con il nord della Lombardia. Dire che siamo all'anno zero significa solo esagerare sensibilmente una realtà che è sotto gli occhi di tutti. Eppure , accanto ai noti problemi legati al settore manifatturiero e al conseguente movimento delle merci, non dovrebbe sfuggire ad alcuno il fatto che per il turismo il tema della viabilità è essenziale, anzi vitale.

Su questi temi sono certo che il dott. Bettoni potrà essere più preciso. Mi limito a constatare che finalmente, dopo anni di incredibili intralci burocratici, sono partiti i cantieri della Bre.Be.Mi. e che, recentemente, è stato inaugurato l'avvio della famosa Pedemontana di cui si parla da almeno trent'anni. Bene! Ora alcune importanti opere viarie sono in corso di realizzazione. Non perdiamo l'opportunità! Completiamo il lavoro con i collegamenti con tutte le aree della nostra regione, facilitiamo le connessioni, facilitiamo il movimento dei turisti, aiutiamoli ad apprezzare il nostro territorio anche per la facilità dei percorsi.

Un discorso a parte lo meritano i nostri aeroporti che hanno conosciuto in questi ultimi anni uno sviluppo talmente ineguale da portarci alla conclusione che , soprattutto in questo settore, ma purtroppo non solo, è mancato un reale coordinamento e un disegno strategico.

Al punto tale che ognuno, iniziando dai gestori dei singoli aeroporti, si è sentito autorizzato a disegnare un proprio personalissimo piano di quello che dovrebbe essere il futuro del sistema aeroportuale lombardo.

Talvolta proponendo tesi fantasiose e prive di fondamento, come quella della suddivisione degli aeroporti in classi (A,B;C)

Intanto Malpensa sta perdendo , giorno dopo giorno, la propria prerogativa di aeroporto intercontinentale per divenire bacino di voli regionali mettendo in luce due distinti elementi di criticità:

- 1) La localizzazione che appare sempre più problematica per molteplici ragioni ( collegamenti, clima e servizi collaterali)
- 2) La grande dipendenza dall'Alitalia che, con il suo ridimensionamento, ha di fatto escluso la possibilità di mantenere la sua caratteristica di Hub

Nel triennio 2007/2009 perde oltre 6 milioni di passeggeri pari al 26,5% in meno.

Linate che nei disegni iniziali doveva essere il vero aeroporto di voli regionali , mette a segno risultati altrettanto deludenti perdendo nello stesso periodo 1 milione e seicentomila passeggeri pari al 16%

In sostanza il bacino milanese nel triennio in questione passa da circa 33 milioni di passeggeri agli attuali 25 milioni. La perdita è veramente rilevante

Bergamo Orio al Serio , con la scelta di favorire il traffico Low Cost rappresenta il segno più evidente della capacità di raggiungere livelli elevati di competitività, al di fuori di progetti pianificatori, contando unicamente o prevalentemente sulla lungimiranza degli amministratori. Inutile nascondere! Bergamo , grazie a partnership strategiche con importanti e dinamici vettori sta mettendo a segno, ogni anno, processi di crescita veramente rilevanti e con ciò sta drenando traffico passeggeri dall'area milanese. Come non vedere tutto questo e soprattutto come non vedere i risultati altrettanto lusinghieri sul piano delle presenze turistiche nella splendida città alta e nel territorio circostante.

I dati parlano chiaro ! Nel 2009 raggiunge il considerevole numero di 7 milioni e duecento mila passeggeri con una crescita del 24%.

E Brescia – Montichiari?

Consentitemi una breve digressione sul piano storico.

L'8/20 settembre 1909 si svolse a Montichiari il primo circuito aereo internazionale d'Italia , a cui parteciparono gli allievi dei fratelli Wright e Gabriele D'annunzio . Fin qui nulla di particolare se non segnalare questo fatto storico che designava Brescia capitale dell'aviotrasporto. Il fatto singolare e in qualche modo evocativo di quello che succederà in seguito consiste nella presenza in qualità di cronista di Franz Kafka.

Ecco! La storia recente dell'aeroporto di Montichiari fra contese tutt'ora in atto con Verona per le concessioni aeroportuali e conflitti di natura istituzionale, rappresenta il più emblematico esempio di un capolavoro Kafkiano. Intanto un sedime importante e ricco di possibilità di sviluppo, per queste ragioni , è pressoché deserto , con l'unica consolazione di un volo su Londra e di alcuni rumorosissimi cargo che non dispongono neppure di un centro intermodale.

Ma com'è noto tutto ciò ha poco a che vedere con il turismo.

Per questo Confesercenti ha aderito convintamente e sostenuto la battaglia della C.Di C. e delle altre associazioni imprenditoriali con la costituzione di Abem e con la richiesta formale di applicare la legge ricorrendo ad un bando europeo.

### **Promozione e marketing territoriale.**

Sul fatto che il turismo abbia bisogno di una robusta promozione e di adeguate strategie di marketing, credo siamo tutti d'accordo. Come pure siamo altrettanto consapevoli che i nostri competitor siano cresciuti di numero e abbiamo sviluppato iniziative forti sul piano promozionale.

Alle fiere turistiche interi paesi si presentano con eventi di grande effetto fornendo un'immagine coordinata e ben strutturata della loro offerta. Non mi riferisco solo a quei paesi dove la cultura dell'accoglienza turistica è di antica data. Penso anche alla massiccia presenza di numerosi paesi emergenti di tutti i continenti, alcuni dei quali fondano sul turismo la loro unica fonte di sostentamento. Gli investimenti nella promozione sono dunque molto rilevanti e con essi le tecniche di marketing turistico conoscono fattori evolutivi di particolare rilevanza.

La mia attività nel campo della promozione turistica mi porta a frequentare gran parte degli eventi di rilievo internazionale e devo ammettere che il nostro Paese ha recentemente fatto un significativo passo in avanti sul piano della capacità di proporsi sia sotto il profilo della qualità (vedi i nuovi padiglioni Enit alle fiere) che sotto quello altrettanto importante della quantità sempre più rilevante di eventi e di partecipanti.

In particolare colpisce l'iniziativa di alcune regioni (come le Marche) che hanno deciso di intervenire pesantemente con presentazioni regionali sui grandi media e nei luoghi di transito nazionali ed internazionali, utilizzando testimonial di notevole rilevanza.

Ciò mi porta a concludere che la funzione delle Regioni non è solamente quella di legiferare e di garantire adeguati finanziamenti alle imprese che innovano e investono nel turismo, ma può essere altrettanto strategica sul piano della promozione del territorio.

Su questo terreno richiamo quanto detto in premessa a proposito del giudizio positivo sull'accordo di programma fra Regione a e Unioncamere.

Con questo accordo infatti gli enti in questione hanno ritenuto di assicurare adeguate risorse ai territori che intendono attuare iniziative legate al marketing territoriale.

Probabilmente il punto debole di questo progetto risiede nella complessità e nell'articolazione dei soggetti che concretamente gestiscono le risorse e che, come nel caso dei sistemi turistici, talvolta sono concorrenti fra di loro.

Su questo tema ci sarebbero molte osservazioni da fare .

Preferisco limitarmi a ribadire una proposta che la nostra associazione ha già formulato in sede regionale e che potrebbe caratterizzare l'attività della Regione Lombardia per la prossima tornata, colmando un vuoto che , a nostro avviso, non ha più alcuna ragione di esistere.

Proponiamo la realizzazione di una Società di Promozione Turistica di livello regionale costituita da Regione e Unioncamere con la partecipazione delle Associazioni degli operatori Turistici entro la quale far convergere tutte le risorse .

La Società , opportunamente dotata di figure professionali idonee e di eventuali collaborazioni, dovrà delineare su base pluriennale un progetto strategico di promozione del territorio lombardo mutuando quanto è già stato realizzato da altre regioni. Su questo tema c'è ampia letteratura riferibile anche a regioni a noi vicine.

Creare una partnership a livello provinciale con società simili costituite da Provincie , Camere di Commercio e Comuni capoluogo aperte alla partecipazione delle forme associative o consortili degli operatori turistici ( sul modello di Bresciatourism o Turismo Bergamo) , dotate di finanziamenti locali, può rappresentare la fase successiva del progetto.

Ciò consentirebbe di indirizzare le risorse in modo produttivo e condiviso e , nel contempo, creare quelle sinergie che possano consentire di sviluppare azioni efficaci ad ampio spettro sia sul piano interno che su quello internazionale.

Perdonate la franchezza , ma è giunto il momento di mettere da parte campanilismi e particolarismi per agire efficacemente con politiche di comarketing. Gli esempi virtuosi esistono! Basta prenderli seriamente in considerazione.

La Lombardia è uno straordinario contenitore di più turismi e di grande professionalità degli operatori ! Una corretta promozione di tutto il territorio

consente di valorizzare i luoghi di eccellenza , che sono tanti , e nel contempo creare nuove opportunità per quelle realtà che da sole non avrebbero la possibilità di valorizzarsi.

### **Le imprese turistiche .**

La nostra Associazione a tutti i livelli non si è mai caratterizzata per una politica di protezionismo. Restiamo convinti che in un quadro di regole chiare tutte le attività imprenditoriali debbano avere le medesime chance per competere e affermare la loro idea imprenditoriale.

In un quadro di regole chiare ! Appunto!

Quando invece le regole tendono a favorire alcuni settori a scapito di altri , inevitabilmente il discorso tende a divenire più complesso e il malcontento degli imprenditori deve essere ascoltato.

In questi anni abbiamo assistito al fiorire di attività che pur non richiamandosi in via principale alla ricettività stanno progressivamente occupando spazi importanti in molti territori.

Mi riferisco ad esempio al fenomeno degli agriturismi che nella nostra regione , al pari di molte altre, è in continua crescita anche a causa della persistente crisi che caratterizza alcuni ambiti importanti del settore agricolo.

Gli agriturismi dunque rappresentano un modo efficace( e come tale rispettabile) di integrare il reddito delle famiglie che operano in agricoltura.

Ebbene! Noi riteniamo che sia giunto il tempo di riflettere su quanto è stato prodotto sul piano legislativo nazionale e regionale per assicurare che l'attività agrituristica sia svolta nel rispetto dei medesimi obblighi che caratterizzano le imprese del settore alberghiero o della ristorazione .

Quando parlo di obblighi mi riferisco naturalmente a quelli fiscali, della sicurezza sul lavoro, delle norme igienico- sanitarie e soprattutto dell'effettivo utilizzo dei prodotti dell'azienda agricola così come dovrebbe essere.

Diciamo questo non tanto per il puro piacere di vedere applicate regole uguali per tutti. Aspirazione peraltro legittima e di valore universale. Vorremmo semplicemente richiamare i legislatori al fatto che queste imprese operano sul medesimo mercato delle strutture alberghiere che spesso rischiano di perdere competitività a causa dei notevoli costi cui sono costantemente sottoposte.

Dunque ci aspettiamo risposte chiare su questo tema che appaiono sempre meno rinviabili.

Sono certo che il presidente Albonetti saprà rappresentare efficacemente le proposte della nostra Associazione nazionale in materia di politiche attive a favore del turismo ivi comprese quelle dei diversi regimi fiscali ed Iva rispetto agli altri paesi europei che di fatto crea una situazione di svantaggio per le nostre strutture ricettive.

Desidero semplicemente affrontare in conclusione un tema di particolare rilevanza che riguarda il ruolo delle strutture ricettive nell'ambito di un disegno di valorizzazione del nostro territorio.

Su questo argomento desidero sottolineare che da parte della Regione Lombardia e delle Camere di Commercio sono stati compiuti sforzi notevoli per favorire quei processi di adeguamento a standard internazionali che appaiono sempre più importanti nell'ambito dello sviluppo dei fattori di competitività, compresi gli interventi per il risparmio energetico.

Come pure strategico è stato il supporto dei Confidi per l'accesso al credito agevolato.

Ciò anche ai fini di una classificazione maggiormente rispondente alle effettive caratteristiche dell'albergo.

Ora, anche in previsione della scadenza del 2015 riteniamo sia necessario (in armonia con gli indirizzi a carattere nazionale) sostenere le imprese verso ulteriori processi di qualificazione, favorendone, laddove è possibile, gli ampliamenti e la realizzazione di aree per la cura della persona che sempre più appartengono alla nuova cultura turistica.

Sono investimenti importanti e molto costosi che peraltro avvengono in un periodo carico di incertezze a causa dei fattori di crisi che caratterizzano l'economia a livello

internazionale e che provocano inevitabili ricadute sulle famiglie e, pertanto, sui redditi disponibili.

Tuttavia sono scelte non dilazionabili se vogliamo mantenere un profilo di competitività adeguato.

Se i nostri contenitori naturali come i laghi , le montagne , le colline e le città d'arte sono le principali ragioni che spingono il turista a frequentare il territorio lombardo, la qualità della ricettività alberghiera e della ristorazione sono il biglietto da visita che ne favorisce il ritorno.

Dunque , accanto alla professionalità, alla cortesia e alla flessibilità delle nostre imprese, che spesso hanno un carattere marcatamente familiare, dobbiamo porre nuove opportunità che derivano da strutture ricettive capaci di adeguarsi al livello della nuova domanda turistica soprattutto se proviene da aree socialmente evolute , come quelle del centro e del nord Europa.

Sono consapevole di aver tralasciato in questa relazione numerosi temi che , al contrario, meritavano particolare attenzione. Tuttavia ho ritenuto di focalizzare la mia riflessione su alcune questioni che appaiono strategiche per intervenire efficacemente sul turismo lombardo, provocando, con la loro soluzione quell'effetto di trascinamento di cui ne siamo profondamente convinti.

In altri termini: meglio affrontare e risolvere pochi temi con la giusta determinazione che disperdere energie e risorse in mille rivoli senza produrre, alla fine, risultati apprezzabili .

Come diceva Ennio Flaiano in uno dei suoi celebri aforismi :” le cose importanti nella vita di un uomo sono quattro o cinque ... tutte le altre fanno volume!”.

