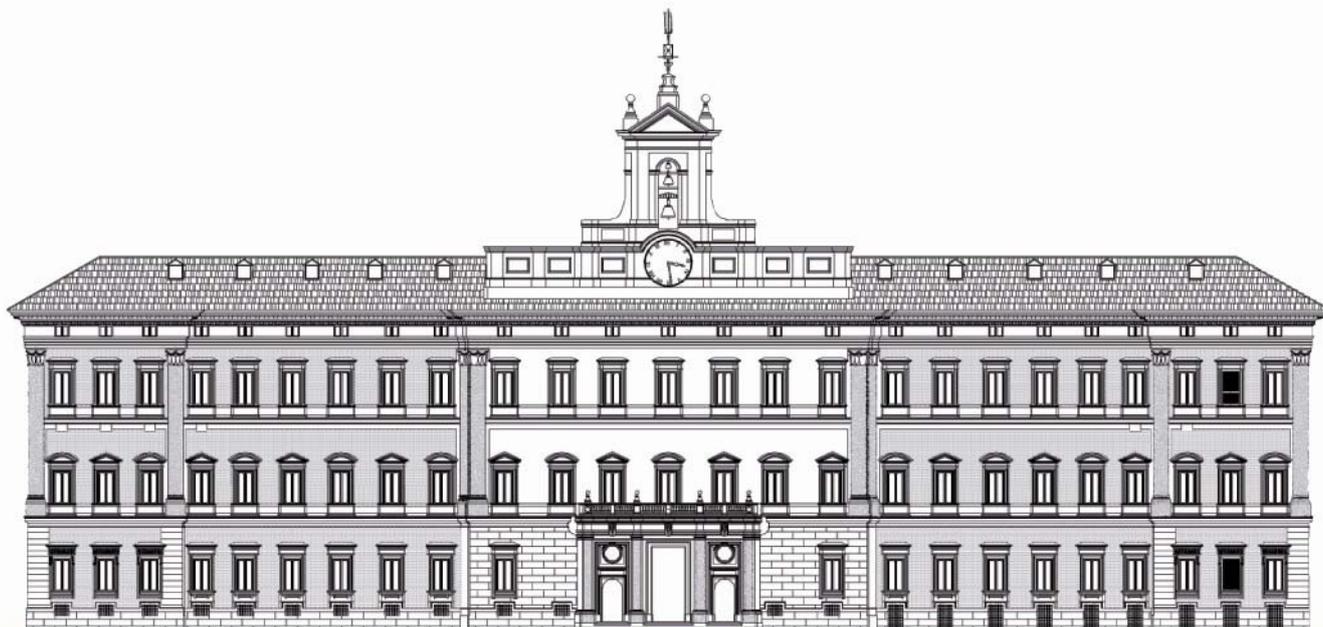




Camera dei deputati

XVII LEGISLATURA



Documentazione per le Commissioni
ESAME DI ATTI E DOCUMENTI DELL'UNIONE EUROPEA

Strategia europea per il turismo costiero e marittimo

(Comunicazione COM(2014)86)

n. 22

2 aprile 2014



Camera dei deputati

XVII LEGISLATURA

Documentazione per le Commissioni
ESAME DI ATTI E DOCUMENTI DELL'UNIONE EUROPEA

Strategia europea per il turismo costiero e marittimo

(Comunicazione COM(2014)86)

n. 22

2 aprile 2014

Il dossier è stato curato dall'**UFFICIO RAPPORTI CON L'UNIONE EUROPEA**
(☎ 066760.2145 - ✉ cdre@camera.it)

Il capitolo 'Turismo balneare in Italia' è stato curato dal **SERVIZIO STUDI**,
Dipartimento Attività produttive (☎ 0667609574)

I dossier dei servizi e degli uffici della Camera sono destinati alle esigenze di documentazione interna per l'attività degli organi parlamentari e dei parlamentari. La Camera dei deputati declina ogni responsabilità per la loro eventuale utilizzazione o riproduzione per fini non consentiti dalla legge.

INDICE

SCHEDA DI LETTURA	1
DATI IDENTIFICATIVI	3
LA STRATEGIA EUROPEA	5
• Finalità/Motivazione	5
• Recenti sviluppi in materia di concessioni demaniali marittime	17
• Turismo balneare in Italia	18

Scheda di lettura

DATI IDENTIFICATIVI

Tipo di atto	<i>comunicazione</i>
Data di adozione	<i>20 febbraio 2014</i>
Settori di intervento	<i>Promozione del turismo</i>
Esame presso le istituzioni dell'UE	<i>No</i>
Assegnazione	<i>24 febbraio 2014 --- X Commissione Attività produttive</i>
Segnalazione da parte del Governo	<i>si</i>

LA STRATEGIA EUROPEA

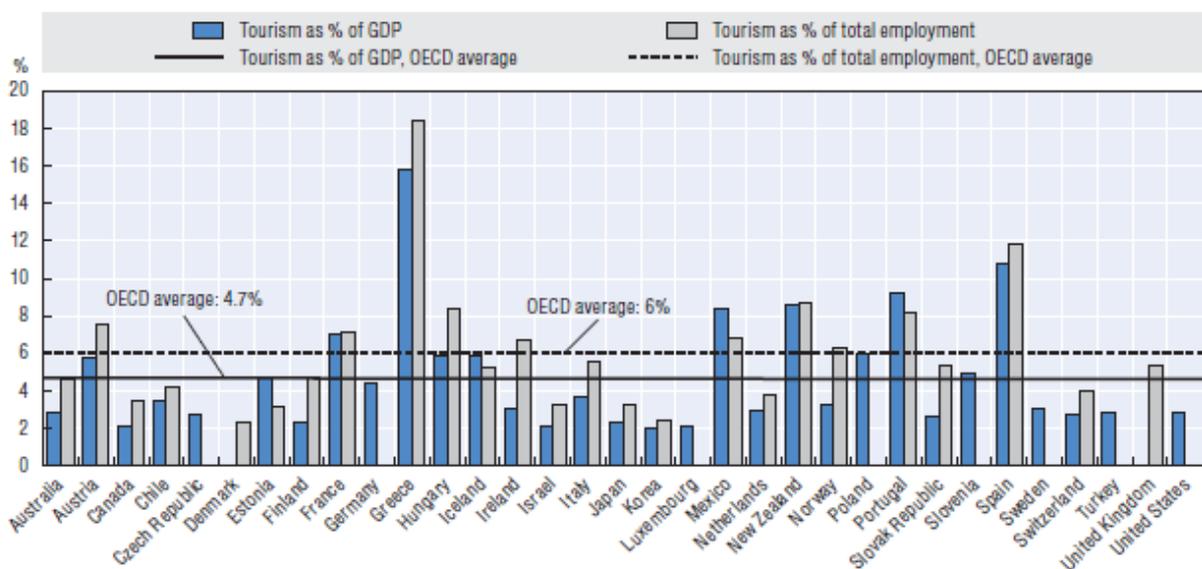
Finalità/Motivazione

Il 20 febbraio 2014 la Commissione ha presentato una **strategia volta al sostegno del turismo costiero e marittimo** in Europa. L'iniziativa rientra nell'ambito degli interventi settoriali preannunciati dal Commissario europeo, Antonio Tajani, per rilanciare i settori industriali in Europa.

La Commissione europea sottolinea che il turismo è **un settore chiave dell'economia europea**, anche se il Trattato di Lisbona assegna all'UE una competenza limitata al riguardo, facendo riferimento al completamento dell'azione degli Stati membri con lo specifico obiettivo di promuovere la competitività delle imprese dell'Unione in tale settore (art. 195 TFUE).

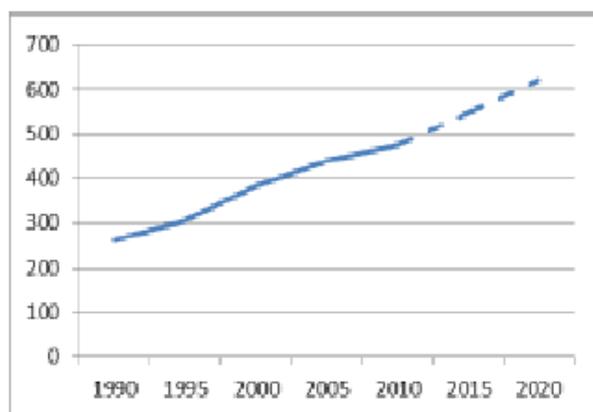
Peraltro, essendo un settore trasversale, le politiche per il turismo impattano su altre politiche europee quali la libera circolazione di persone, merci e servizi, le piccole e medie imprese, la tutela dei consumatori, l'ambiente e la lotta contro i cambiamenti climatici, i trasporti, la politica dei visti e la politica regionale nonché di recente le *smart cities*.

Secondo i dati forniti dalla Commissione (http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/index_en.htm), **l'industria del turismo genera oltre il 5% del PIL dell'UE, impiegando circa il 5,2% degli occupati totali (circa 9,7 milioni di posti) in circa 1,8 milioni di imprese**. Se si prendono in considerazione i settori correlati, l'impatto del turismo sul PIL europeo sale oltre il 10% e il livello di occupazione a circa il 12% della forza lavoro disponibile.



L'importanza del settore è confermata da un [sondaggio Eurobarometro](#) svolto all'inizio del 2012, secondo il quale nel 2011 sette cittadini europei su dieci (72%) hanno effettuato almeno un viaggio. Tale valore rimane sostanzialmente costante negli ultimi quattro anni (73% nel 2010; 69% nel 2009; 71% nel 2008). Inoltre **il turismo è un settore in crescita: nel 2013** il numero di pernottamenti nelle strutture turistico-ricettive dell'UE28 ha registrato il massimo storico di 2,6 miliardi, con un aumento dell'1,6% rispetto al 2012. Si tratta infatti del terzo ramo di attività socioeconomica dell'Unione.

Per quanto riguarda le statistiche sugli arrivi di turisti internazionali (di paesi terzi e intracomunitari), **l'Unione europea rappresenta la prima destinazione turistica sul mercato mondiale.**



Presenze turistiche internazionali in Europa (in milioni di unità)⁶

	Nights in country	Share (%)
EU-27 (2)	1 030 114	100.0
Top 10	894 633	86.8
1 Spain	239 371	23.2
2 Italy	178 005	17.3
3 France	122 963	11.9
4 United Kingdom	87 994	8.5
5 Austria	73 647	7.1
6 Germany	63 081	6.1
7 Greece (3)	54 444	5.3
8 Portugal	27 860	2.7
9 Netherlands (3)	27 843	2.7
10 Czech Republic	19 425	1.9

(1) Ireland, not available.

(2) Estimate made for the purpose of this publication, based on annual and monthly data.

(3) Estimate based on monthly data.

Source: Eurostat (online data codes: tour_occ_ninat and tour_occ_nim)

	Number of trips (1 000)			Breakdown of all trips by destination and duration (%)			
	All trips	Short trips (1-3 nights)	Long trips (4+ nights)	Short domestic trips (1-3 nights)	Long domestic trips (4+ nights)	Short outbound trips (1-3 nights)	Long outbound trips (4+ nights)
EU-27 (1)	1 054 843	580 138	474 706	49.8	26.5	5.2	18.5
Belgium	11 280	4 299	6 980	16.2	9.4	21.9	52.5
Bulgaria	5 573	3 115	2 458	52.8	34.9	3.1	9.2
Czech Republic	33 985	22 510	11 475	63.2	21.3	3.0	12.5
Denmark	28 931	21 278	7 652	67.9	10.6	5.7	15.9
Germany	214 999	107 976	107 023	44.5	21.7	5.8	28.1
Estonia	2 236	1 548	688	54.7	8.6	14.6	22.2
Ireland (2)	10 638	5 559	5 079	39.7	11.3	12.6	36.4
Greece (3)	12 103	5 608	6 494	45.1	46.1	1.3	7.6
Spain	121 484	80 590	40 895	64.0	28.1	2.3	5.6
France	203 609	105 493	98 116	49.5	39.6	2.3	8.6
Italy (3)	71 264	33 673	37 591	42.8	38.1	4.5	14.7
Cyprus	1 705	784	921	40.9	11.1	5.1	42.9
Latvia	4 187	3 277	909	70.3	7.4	8.0	14.4
Lithuania	3 423	2 209	1 214	52.0	11.3	12.5	24.1
Luxembourg	1 340	529	811	<1	<1	39.3	60.5
Hungary	19 272	13 513	5 759	62.1	18.1	8.0	11.8
Malta	422	240	182	45.5	5.2	11.3	38.0
Netherlands	30 269	11 299	18 970	26.7	21.5	10.7	41.1
Austria	16 393	7 542	8 851	31.2	19.1	14.8	34.9
Poland	30 828	16 287	14 541	50.2	35.8	2.6	11.3
Portugal	11 096	7 543	3 553	65.4	25.5	2.6	6.6
Romania	12 490	7 325	5 165	57.8	35.3	<1	6.1
Slovenia	4 249	2 460	1 789	34.3	10.2	23.6	31.9
Slovakia	6 855	2 999	3 856	34.0	26.2	9.7	30.0
Finland	37 090	28 760	8 330	68.9	15.2	8.6	7.3
Sweden	42 198	27 247	14 951	55.9	19.4	8.7	16.1
United Kingdom	116 925	56 475	60 451	42.7	19.4	5.6	32.3
Norway	17 318	9 846	7 473	43.6	17.6	13.2	25.5
Switzerland (3)	15 554	6 431	9 123	25.4	14.6	16.0	44.1
Croatia	7 039	3 858	3 181	39.9	31.5	14.9	13.7

(1) Estimate made for the purpose of this publication, compiled using the sum/average of the latest available data for the EU Member States.

(2) 2009.

(3) 2010.

Source: Eurostat (online data code: tour_dem_ttg)

La consapevolezza dell'importanza del turismo per l'occupazione, ma anche per lo sviluppo regionale, lo sviluppo sostenibile, la valorizzazione del patrimonio naturale e culturale e la concretizzazione dell'identità europea, ha portato la Commissione a presentare, il 30 giugno 2010, una [strategia politica per il rilancio del settore del turismo](#) (COM(2010)352) articolata in 21 azioni specifiche riunite attorno a quattro assi prioritari:

- stimolare la competitività del settore turistico in Europa;
- promuovere lo sviluppo di un turismo sostenibile, responsabile e di qualità;
- consolidare l'immagine e la visibilità dell'Europa come insieme di destinazioni sostenibili e di qualità;
- massimizzare il potenziale delle politiche e degli strumenti finanziari dell'UE per lo sviluppo del turismo.

Tale strategia risulta in linea con gli obiettivi successivamente definiti dalla [strategia Europa 2020](#) per una crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva, nell'ambito della quale

la competitività dell'industria turistica UE e la sua capacità di fornire risposte a modelli di domanda in continua evoluzione per specifiche forme di turismo, può rappresentare un elemento decisivo nell'affrontare con successo sfide importanti quali l'invecchiamento della società, la crescente competizione globale e la sostenibilità.

Nella strategia del 2010 era stata preannunciata la presentazione di un intervento specifico per il turismo costiero e marittimo che è stato tra l'altro oggetto di una consultazione pubblica nel corso del 2012, oltre che figurare tra le cinque priorità indicate dalla comunicazione sulla [crescita blu](#), che nel 2012 ha inaugurato la strategia a lungo termine per sostenere una crescita sostenibile nei settori marino e marittimo.

Il settore del turismo costiero e marittimo è stato identificato come un comparto con particolari potenzialità. È il più importante settore marittimo in termini di valore aggiunto lordo e occupazione e, **secondo lo [studio sulla Crescita blu](#), crescerà del 2-3% entro il 2020.** Nelle sue componenti di turismo balneare, nautico e crocieristico e di navigazione da diporto, è un motore economico fondamentale per molte regioni costiere e isole europee. **Occupava quasi 3,2 milioni di persone** (tra cui molti giovani. Secondo i [dati Eurostat](#), il 45% degli occupati nel turismo è infatti composto di persone di età compresa fra i 16 e i 35 anni); **genera complessivamente un valore aggiunto lordo di 183 miliardi di euro nell'economia dell'UE e conta per oltre un terzo nel prodotto lordo dell'economia marittima.**

Secondo i dati forniti da Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninatc), nel 2012 su nove pernottamenti nelle strutture ricettive dell'UE, oltre quattro sono effettuati nella fascia costiera (rientrano nella fascia costiera i comuni sul mare o il cui territorio si trova per metà nel raggio di 10 km dalla costa).

Nel 2012 il solo **turismo crocieristico** ha generato un fatturato diretto di 15,5 miliardi di euro e ha dato occupazione a 330 000 persone; nell'ultimo decennio la domanda di crociere è grossomodo raddoppiata a livello mondiale e in Europa il settore crocieristico ha registrato una crescita annua di oltre il 10%; i passeggeri nei porti europei sono stati 29,3 milioni, con un incremento del 75% rispetto al 2006. [Cruise Lines International Association](#) (Associazione internazionale delle compagnie di navigazione da crociera), "The Cruise Industry", edizione 2013, (http://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/documento_evento_procedura_commissione/files/000/000/632/Documentazione_Clia_Europe.pdf). Nel 2012 il settore della nautica (cantieristica, produzione di attrezzature navali e per gli sport acquatici, commerci e servizi quali il noleggio di natanti e imbarcazioni) contava in Europa oltre 32 000 imprese (dati per UE, Croazia esclusa, Spazio economico europeo e Svizzera), per un'occupazione diretta di 280 000 persone..

La metà dei posti di lavoro e del valore aggiunto del turismo costiero gravita sul Mediterraneo, ma anche le regioni dell'Atlantico, del Baltico e del Mar Nero

	Mar Baltico	Mare del Nord	Atlantico	Mediterraneo	Mar Nero	Totale
VAL totale	18	31,1	34,5	90,3	1,3	183
turismo costiero	11,7	20,8	26	62,3	1,3	130 a)
turismo croceristico	1,7	1,9	1,8	9,0	0,0	15
dipartimento e porti turistici	4,6	8,4	6,7	19,0	0,0	38
Totale occupati	306,2	564,3	594,5	1540,8	26	3182
turismo costiero	226	401	502	1 203	25	2 507 a)
turismo croceristico	36	83	28	155	1	303
dipartimento e porti turistici	44,2	80,3	64,5	182,8	0,0	371,9

Valore aggiunto lordo (VAL) totale (in miliardi di euro) e occupazione (in migliaia di unità) nel turismo costiero e marittimo dell'UE nel 2011 (Croazia esclusa).

registrano quote rilevanti.

	# employees in coastal tourism	Total employment member state	EU Share of coastal tourism (%) in total employment
Cyprus	30,555	357,300	8.6%
Malta	11,000	152,400	7.2%
Greece	165,291	4,452,300	3.7%
Spain	651,116	19,747,700	3.3%
Bulgaria	72,653	3,110,000	2.3%
Portugal	108,147	5,159,500	2.1%
Italy	468,612	22,988,200	2.0%
Denmark	47,950	2,805,400	1.7%
United Kingdom	336,786	28,931,300	1.2%
Estonia	7,198	646,300	1.1%
Ireland	21,158	2,038,600	1.0%
France	207,634	25,640,200	0.8%
Slovenia	7,393	961,200	0.8%
Netherlands	52,968	8,260,900	0.6%
Latvia	5,976	1,087,100	0.5%
Romania	45,610	9,291,200	0.5%
Lithuania	6,350	1,499,000	0.4%
Sweden	18,061	4,429,400	0.4%
Belgium	9,707	4,264,000	0.2%
Germany	70,385	37,379,300	0.2%
Finland	5,280	2,443,500	0.2%
Poland	9,795	14,443,600	0.1%
European Union	2,359,625	214,718,800	1.1%

Source: Policy Research Corporation (2008), Eurostat.

Passeggeri crociere in principali porti italiani

Sbarchi + imbarchi + transiti

Anni 2005 - 2013

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	numero	numero	numero						
Bari	277.979	303.338	351.897	465.739	567.885	507.712	586.848	618.882	604.781
Brindisi	10.642	2.492	10.303	2.004	1.745	28.489	5.226	13.507	4.628
Cagliari	35.423	24.072	63.638	89.871	112.419	159.753	232.118	80.555	120.000
Catania	68.749	84.677	112.676	96.920	181.578	189.613	188.815	243.787	234.200
Civitavecchia	983.171	1.268.477	1.598.101	1.819.855	1.802.938	1.898.233	2.577.438	2.398.063	2.410.000
Genova	395.797	475.134	520.197	547.905	671.468	860.290	798.521	797.239	1.050.085
La Spezia	56.358	62.088	79.355	49.656	31.021	44.874	90.408	50.239	213.858
Livorno	462.383	607.848	713.114	849.050	795.313	822.554	982.928	1.037.849	850.000
Marina di Carrara	-	-	-	-	23.137	9.474	11.493	-	-
Messina-Milazzo	216.270	253.462	293.296	337.117	253.199	374.441	500.636	438.379	485.000
Napoli	830.158	968.459	1.151.345	1.237.078	1.300.000	1.139.319	1.297.267	1.228.651	1.090.000
Palermo	329.859	590.521	876.469	1.006.193	891.351	394.885	567.049	354.399	410.999
Piombino (Portoferraio)	-	26.844	28.385	21.502	14.509	24.473	19.273	23.099	18.828
Ancona	39.638	18.916	48.652	61.423	75.445	135.858	144.721	110.106	109.492
Ravenna	12.071	4.478	6.607	8.867	10.328	9.153	156.359	100.988	97.025
Savona	632.895	592.038	761.002	770.801	709.861	780.672	948.459	810.097	939.038
Trieste	14.321	40.286	54.755	87.740	6.433	15.332	28.183	69.652	140.000
Venezia	815.153	885.664	1.003.529	1.215.598	1.420.490	1.599.054	1.777.073	1.739.501	1.822.000
Salerno	-	-	18.634	32.548	35.453	98.815	99.274	113.268	122.000
Olbia-Golfo Aranci	30.619	35.486	101.882	209.536	224.115	184.623	141.632	276.941	230.000
TOTALE	5.211.486	6.244.280	7.781.837	8.909.403	9.128.688	9.277.617	11.153.721	10.505.202	10.949.934

stime

Elaborazione Assoportu su dati diversi

Occupazione nel settore del turismo costiero e marittimo (* 1.000)

Uno [studio](#) commissionato dalla Commissione e pubblicato a settembre 2013, ha tuttavia evidenziato una serie di questioni di carattere generale:

- se da un lato il turismo costiero e marittimo è - come dimostrato - vitale per le attività economiche delle regioni costiere dell'UE, dall'altro le sue *performance* sono sotto pressione: sulla base dei dati statistici ufficiali, la spesa media per notte desce nel tempo (dai 100 euro del 2000 agli 85 del 2011) e così la lunghezza media del soggiorno (da 3.7 notti del 2000 a 3.4 del 2011). Questo trend proseguirà, anche a causa della concorrenza di luoghi di destinazione extra UE. Si manifesta peraltro nel turismo costiero una maggiore difficoltà da parte del singolo Stato membro a catturare turisti europei e non europei rispetto al turismo urbano, come risulta dalla sottostante tabella che si riferisce a titolo esemplificativo al caso italiano.

Origin of tourists	Coastal tourism %	Cities tourism %
Italians	67.5	42.3
Other Europeans	27.8	46.8
Non-Europeans	4.7	10.9
TOTAL	100	100

Source: Analysis of Products, National Tourism Observatory (2011)⁷¹.

- il modello del turismo di massa del tipo è soggetto ad una forte volatilità della domanda dal momento che tale modello è costantemente replicato in paesi extra UE a basso costo. Pertanto il turismo di massa presenta limitati potenziali in termini di valore aggiunto, oltre che comportare estensivi problemi ambientali;
- mentre il turismo crocieristico ha una buona tendenza in termini di performance economica, le regioni costiere (inclusi i luoghi di destinazione delle crociere e le zone circostanti) fanno fatica a ricavarne benefici economici e sono sotto pressione in termini di investimenti nei porti. Sia il turismo di massa sia quello crocieristico sono infatti caratterizzati dalla presenza di grandi società e operatori turistici con modelli sofisticati. E' urgente dunque la necessità di incrementare la cooperazione tra questi soggetti e gli attori locali, sulla base della condivisione dei benefici economici e degli oneri degli investimenti;
- infine, benchè diverse buone pratiche siano emerse negli ultimi anni, i modelli del turismo costiero e marittimo ancora soffrono di problemi legati alla scarsa qualificazione dei lavoratori, al consumo delle risorse naturali, alle conseguenze ambientali per le comunità locali.

Contenuti

Nonostante le indubbie potenzialità, il settore ha di fronte quindi varie sfide - di seguito elencate - cui la strategia della Commissione cerca di dare una risposta, proponendo azioni che coinvolgono anche gli Stati membri e gli operatori del settore:

a) la frammentazione del settore, che è caratterizzato da **un'alta percentuale di piccole e medie imprese** e da un'insufficiente sinergia sia tra grandi operatori turistici e attori locali, sia tra imprese e autorità locali dei bacini marini dell'UE. In tale ambito, la Commissione si prefigge di:

- promuovere un **dialogo paneuropeo tra operatori** del comparto crocieristico, porti e portatori d'interesse nel turismo costiero;
- sostenere lo **sviluppo di partenariati**, reti (sull'esempio della rete Enterprise Europe) e raggruppamenti nonchè di strategie di specializzazione intelligenti a dimensione transnazionale e interregionale,

invitando gli Stati membri, gli enti regionali e locali e l'industria turistica in genere a impegnarsi e partecipare attivamente. Nell'autunno 2013 è già stato avviato uno studio sulle prospettive di raggruppamento nella regione mediterranea;

b) accesso limitato o inesistente ai finanziamenti. A tal fine la Commissione ricorda i diversi strumenti che sono a disposizione degli Stati membri:

- il **Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR)** che può cofinanziare investimenti nel turismo sostenibile nel quadro di vari obiettivi tematici collegati a ricerca e innovazione, accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e loro impiego, imprenditoria, crescita e competitività delle PMI, efficienza energetica e uso delle energie rinnovabili, adattamento ai cambiamenti climatici, sviluppo del patrimonio culturale e naturale, occupazione e mobilità del lavoro;
- **Horizon 2020**, lo strumento finanziario di attuazione della strategia dell'UE per la ricerca e l'innovazione nel periodo 2014-2020, di cui uno dei settori d'intervento è la crescita blu e nel quale è previsto un sostegno specifico alle PMI che intendono sviluppare e applicare soluzioni innovative in vari settori, tra cui il turismo costiero e marittimo;
- il **programma quadro COSME** per il periodo 2014-2020, che è volto a migliorare la competitività delle PMI. I suoi obiettivi principali nel settore del turismo sono: aumentare la domanda (soprattutto fuori stagione), diversificare l'offerta e i prodotti, migliorare qualità, sostenibilità, accessibilità, competenze e innovazione, migliorare la conoscenza socioeconomica del settore e promuovere l'Europa come mosaico unico di destinazioni sostenibili e di qualità;
- il **programma Europa creativa (2014-2020)** offre possibilità di sinergie con il turismo culturale e naturale, anche in tema di patrimonio costiero e marittimo. Il settore potrebbe trarre beneficio dal programma Erasmus+ (2014-2020) in termini di occupabilità, nuovi programmi d'istruzione specifici e forme innovative di insegnamento e formazione professionalizzanti;
- il **programma LIFE+**, che dovrebbe sostenere gli obiettivi della strategia dell'UE sulla biodiversità, presenta margini rilevanti di finanziamento per progetti innovativi in tema di turismo costiero e marino, anche sotto il profilo dello sfruttamento efficiente delle risorse.

A breve la Commissione redigerà una guida in linea che dettagli le fonti di finanziamenti a disposizione del settore (con particolare attenzione alle PMI).

Gli Stati membri e le regioni sono invitati a:

- elaborare e attuare strategie nazionali/regionali sul turismo costiero e marittimo e progetti da includere nei programmi operativi;

- impegnarsi nella cooperazione transfrontaliera su tali strategie e nello scambio di migliori pratiche;
- sfruttare i fondi disponibili con efficienza ed efficacia.

c) scarsa innovazione e qualificazione. Il settore turistico non riesce ad attrarre un numero sufficiente di persone qualificate, principalmente a causa della stagionalità e della mancanza di prospettive di carriera che lo caratterizzano. È prevista per la primavera 2014 **una mappatura delle competenze e delle esigenze di formazione nei servizi turistici**, che permetterà di definire quadri settoriali comuni collegati al Quadro europeo delle qualifiche (si tratta di un quadro di riferimenti comuni che consente agli Stati membri, ai centri scolastici, ai datori di lavoro e ai cittadini di confrontare le qualifiche rilasciate dai vari sistemi europei di istruzione e di formazione).e al Sistema europeo di crediti per l'istruzione e la formazione professionale (è un quadro metodologico comune che facilita l'accumulo e il trasferimento dei crediti di apprendimento da un sistema di certificazione all'altro. Il suo obiettivo è quello di favorire la mobilità transnazionale e l'accesso all'apprendimento durante l'intero arco della vita). Mirando meglio le politiche formative grazie all'integrazione delle esigenze del settore nei programmi dell'UE si vuole assicurare la disponibilità di un **capitale umano multilingue**, dotato delle qualifiche adeguate e di una mentalità orientata al servizio. Tramite il nuovo **programma Erasmus+** (il programma dell'Unione per l'istruzione, la formazione, la gioventù e lo sport per il periodo 2014-2020) inoltre si sosterrà la creazione di partenariati strategici transnazionali fra istituti di istruzione e di formazione e organizzazioni del mondo giovanile. Un **uso ottimale dell'informatica** inoltre permetterebbe alle piccole imprese attive nel turismo costiero e marittimo di diventare più competitive in un mercato sempre più globale. A tal fine, la Commissione propone di stimolare formule innovative di gestione attraverso il portale "Iniziativa ICT_e turismo". Nel 2012 la Commissione ha lanciato l'iniziativa ICT & Turismo **che intende aiutare le PMI ad essere in contatto** con tutti gli operatori del settore attraverso le grandi reti di distribuzione e a costi abbordabili, consentendo loro in tal modo di partecipare alla catena del valore digitale. L'iniziativa si divide in tre parti: **dimensione politica** (un **gruppo di alto livello** di rappresentanti dell'industria turistica, delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e di altri settori interessati **analizza l'evoluzione del mercato, identifica le esigenze e formula raccomandazioni** per le future politiche; **tecnologie** (a gennaio 2012 è stato avviato un **progetto dimostrativo** della durata di 30 mesi. L'obiettivo è **facilitare gli aspetti riguardanti le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nella cooperazione** tra le imprese dell'industria turistica e garantire che le PMI possano parteciparvi facilmente senza dover sostenere costi elevati; un **portale**, che era inizialmente previsto per la fine del 2013, assisterà le imprese (principalmente le PMI) nelle singole fasi del processo decisionale e aziendale.

Potrebbe diventare uno **sportello unico**, incaricato di fornire alle PMI informazioni pratiche e pertinenti.

In tale ambito la Commissione invita gli Stati membri e gli enti regionali e locali a:

- incoraggiare la connettività via internet e promuovere gli strumenti di commercializzazione per via elettronica;
- promuovere servizi di traduzione delle cartine, degli opuscoli e delle informazioni logistiche;
- e l'industria turistica a:
- partecipare attivamente a iniziative di promozione delle competenze e della formazione professionale;
- investire in iniziative di controllo della qualità dei prodotti turistici e del personale che opera nel settore;
- allestire o promuovere corsi pubblici in linea per migliorare o riorientare le competenze nel settore costiero-marittimo.

d) aumento della concorrenza sul piano mondiale. Con la diminuzione dei prezzi del trasporto, **è aumentata la concorrenza tra le coste europee** e le destinazioni a basso costo del resto del mondo. Occorre pertanto **puntare ad un'offerta di qualità**, privilegiando prodotti attraenti e sostenibili che si traducano in un'esperienza turistica unica e personalizzata e che promuovano le attrattive e l'accessibilità di filoni quali il turismo archeologico sulla costa e in mare, il patrimonio marino, il turismo subacqueo, il turismo enogastronomico. Per spiccare sulla concorrenza è fondamentale la qualità del servizio: è quindi importante far sì che i turisti possano contare su servizi di qualità in tutta l'UE e che questa qualità sia verificata costantemente. A tale proposito si ricorda che insieme alla comunicazione sul turismo costiero e marittimo, la Commissione ha presentato **una proposta di raccomandazione su un marchio europeo di qualità del turismo**. La proposta contiene una serie di principi, cui attenersi su base volontaria. I principi riguardano soprattutto quattro temi: addestramento professionale (deve avvenire sotto la supervisione di un coordinatore della qualità); soddisfazione dei consumatori (i turisti devono poter aver fiducia nel fatto che i loro reclami siano tenuti nel debito conto); pulizia e manutenzione; correttezza e affidabilità delle informazioni (da diffondere almeno nelle principali lingue straniere).

Da parte sua la Commissione intende:

- incoraggiare la diversificazione e l'integrazione dei poli di attrattiva costieri con quelli situati all'interno, anche tramite itinerari tematici transnazionali quali percorsi della cultura, vie religiose o antiche rotte commerciali;
- commissionare uno studio sul modo in cui migliorare la connettività delle isole e definire strategie turistiche innovative per le isole (periferiche);
- commissionare uno studio per indicare pratiche innovative di sviluppo dei porti turistici.

La Commissione invita gli Stati membri, gli enti regionali e locali e l'industria turistica a:

- **sviluppare il turismo basato sul patrimonio culturale**, i parchi archeologici sottomarini (sulla scorta dei lavori svolti dall'UNESCO) e il turismo di natura e salute nelle destinazioni costiere;
- valersi di strategie nazionali e regionali per assicurare un'offerta turistica coerente e una migliore accessibilità delle isole e delle località periferiche;
- ideare pratiche innovative per la riconversione e il riutilizzo delle infrastrutture marittime esistenti.

d) volatilità della domanda e stagionalità. La domanda turistica è esposta a grandi fluttuazioni al mutare delle circostanze economiche, finanziarie e politiche. La spesa media per pernottamento è in calo dalla metà degli anni 2000, mentre tra il 2011 e il 2020 si prevede un'ulteriore diminuzione del 9% della spesa annuale. La tendenza colpisce in particolare le economie costiere, perché si declinano principalmente in PMI e microimprese. Un ulteriore problema è costituito dalla stagionalità: i potenziali vantaggi socioeconomici si concentrano principalmente nei mesi estivi e molte aziende locali restano chiuse nelle altre stagioni. Per sfruttare le potenzialità del turismo fuori stagione occorre quindi delineare strategie specifiche ispirate a politiche e prodotti basati sull'innovazione e l'attrattiva turistica.

Il settore potrebbe in particolare **adattarsi all'evoluzione demografica sviluppando l'offerta per attrarre la sempre più numerosa popolazione anziana**. L'UE conta infatti 128 milioni di abitanti di età compresa fra 55 e 80 anni (dati EUROSTAT 2012 - http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database#). Anche i visitatori extraeuropei che viaggiano fuori stagione presentano potenzialità considerevoli e di recente la Commissione ha rivisto il codice dei visti, proponendo una semplificazione delle procedure per i viaggiatori extraeuropei. Le tematiche del turismo costiero e marittimo dovrebbero essere trattate anche nelle iniziative "Senior" e "Accessibilità" in corso (si tratta di iniziative di promozione di partenariati pubblico-privato che permettano a taluni gruppi determinanti di popolazione - giovani, terza età, persone a mobilità ridotta, famiglie a basso reddito - di viaggiare, soprattutto fuori stagione). e nel progetto "[Destinazioni europee di eccellenza](#)". Si potrebbero inoltre sviluppare iniziative di comunicazione e di promozione dirette a specifici paesi extraeuropei.

La Commissione di prefigge di

- inserire, ove appropriato, un filone costiero-marittimo nelle iniziative turistiche dell'UE, comprese le campagne informative e promozionali;
- e invita gli Stati membri, gli enti regionali e locali e l'industria turistica in genere a:
- approntare pacchetti turistici maggiormente mirati a mercati specifici, quali la terza età o le persone con disabilità.

e) aumento delle pressioni sull'ambiente. Concentrandosi spesso in zone in cui la densità di popolazione è già elevata, le attività turistiche esercitano pressioni di vario tipo sull'ambiente: notevole aumento della domanda d'acqua, aumento dei rifiuti e delle emissioni generate dal trasporto aereo, stradale e marittimo in alta stagione, maggiori rischi di impermeabilizzazione del suolo e di **perdita della biodiversità** (a causa dello sviluppo delle infrastrutture), eutrofizzazione e altro. Secondo la Commissione si tratta di utilizzare tutti gli strumenti messi a disposizione dall'UE (in particolare Natura 2000, la rete ecologica di zone speciali protette, la direttiva quadro sulle acque e la direttiva quadro sulla strategia per l'ambiente marino) per proteggere l'ambiente e insieme puntare all'ecoturismo, che offre una buona occasione per sviluppare prodotti che attirino i viaggiatori attenti all'aspetto ecologico, in una gamma che passa dall'offerta di prodotti locali nei ristoranti a modelli e pratiche aziendali rispettosi dell'ambiente.

La Commissione intende:

- **promuovere l'ecoturismo**, basandosi sugli indicatori del sistema europeo di ecogestione e audit e del marchio UE di qualità ecologica, e incoraggiare il collegamento con altre azioni in tema di sostenibilità;
- promuovere l'attuazione del protocollo della convenzione di Barcellona sulla gestione integrata delle zone costiere e della raccomandazione del Consiglio sullo stesso tema e promuovere la pianificazione dello spazio marittimo e le infrastrutture verdi, al fine di assicurare lo sviluppo sostenibile della fascia costiera dell'UE;
- promuovere strategie in materia di prevenzione e gestione dei rifiuti e di scarico di rifiuti in mare, a supporto di un turismo costiero e marittimo sostenibile.

La Commissione invita gli Stati membri, le regioni, l'industria del settore e gli altri portatori d'interesse a:

- dare attuazione alla raccomandazione e al protocollo sulla gestione integrata delle zone costiere;
- definire orientamenti per minimizzare l'impatto sulla biodiversità e potenziare i benefici delle attività ricreative e turistiche nelle zone protette;
- sviluppare l'adattamento ai cambiamenti climatici nella fascia costiera;
- migliorare l'efficienza nello sfruttamento delle risorse e la prevenzione e gestione dei rifiuti e dell'inquinamento nelle zone turistiche, anche da parte degli operatori del settore;
- promuovere il sistema europeo di ecogestione e audit e attuare approcci basati sulle pratiche ottimali di gestione ambientale e sulle infrastrutture verdi;
- promuovere l'uso della corrente elettrica di terra e la presenza dei necessari servizi nei porti;

- promuovere le misure volte all'efficienza nell'uso delle risorse idriche previste nel Piano per le risorse idriche

La Commissione invita l'industria del settore e gli altri portatori d'interesse a:

- sviluppare e promuovere l'ecoturismo e altri prodotti del turismo sostenibile;
- attuare le misure volte all'efficienza nell'uso delle risorse idriche previste nel Piano per le risorse idriche;
- partecipare attivamente a progetti di riduzione dei rifiuti, compresi gli scarichi in mare, delle emissioni e dell'uso delle risorse naturali e a iniziative di recupero e riciclaggio delle acque e dei rifiuti.

Recenti sviluppi in materia di concessioni demaniali marittime

In materia di proroga delle concessioni demaniali marittime sono intervenute nel corso del tempo numerose disposizioni normative e pronunce delle istituzioni europee.

La **Commissione europea** è intervenuta sulla problematica in oggetto, inviando all'Italia, il 29 gennaio 2009, una lettera di messa in mora (**procedura di infrazione n. 2008/4908**) con riferimento alle norme nazionali e regionali le quali stabilivano un differimento delle concessioni in essere, contestandone la incompatibilità con il diritto comunitario e, in particolare, con il principio della libertà di stabilimento.

Facendo seguito all'avvio della procedura di infrazione, il Governo italiano è intervenuto adeguando le disposizioni del codice della navigazione oggetto di rilievi.

In seguito agli ulteriori rilievi della Commissione, con l'[articolo 11 della legge n. 217/2011](#) (legge comunitaria 2010) sono state abrogate le disposizioni oggetto dei rilievi della Commissione ed è stato delegato il Governo ad emanare, entro il 17 aprile 2013, un **decreto legislativo** avente ad oggetto la **revisione** e il **riordino** della legislazione relativa alle **concessioni demaniali marittime**.

In conseguenza di questi interventi legislativi, la procedura di infrazione è stata **chiusa** in data **27 febbraio 2012**.

Da ultimo l'articolo 34-duodecies del D.L. n. 179/2012 ha disposto la proroga sino al 31 dicembre 2020 delle concessioni demaniali in essere alla data del 30 dicembre 2009 (data di entrata in vigore del [D.L. n. 194/2009](#)) ed in scadenza entro il 31 dicembre 2015.

In merito all'argomento si segnala che la recente direttiva 2014/23/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione nel preambolo (considerando 15) escluderebbe **dal campo di applicazione le concessioni** aventi ad oggetto la gestione e lo sfruttamento economico di beni demaniali come ad esempio le **spiagge**.

Infine si segnala che, in occasione dell'incontro tenutosi ad Atene il 18 marzo 2014 tra le commissioni parlamentari europee per i settori delle attività produttive,

del turismo, delle finanze e delle infrastrutture, il Commissario Ue agli Affari marittimi e alle coste, Maria Damanaki, avrebbe prospettato l'intenzione di rivedere l'applicazione della **Bolkestein** al comparto **balneare**. In particolare il Commissario avrebbe ammesso che la direttiva Bolkestein applicata alle concessioni balneari pone **vincoli troppo stringenti**. Secondo la Damanaki la revisione dovrebbe prevedere meno vincoli per gli operatori e una **rimodulazione** coerente con le peculiarità di ogni singolo Paese.

Turismo balneare in Italia

Dati

Le destinazioni del turismo balneare italiano contano quasi 47 mila esercizi, per un totale di 1.592.580 posti letto, un parco ricettivo che le qualifica come primo prodotto per entità dell'offerta dell'industria dell'ospitalità (il 31% degli esercizi ed il 34% dei posti letto disponibili in Italia). Gli esercizi alberghieri sono 9.145, per un totale di 686.555 posti letto, aumentati negli ultimi anni del +6% (tra il 2005 e il 2011). In calo, al contrario, la disponibilità di posti letto del comparto extralberghiero (-5% tra il 2005 e il 2011) che ne conta circa 906 mila, suddivisi su quasi 38 mila esercizi ricettivi, con un turn over negli ultimi anni che ha interessato tutte le tipologie ma con trend diversificati: sostanzialmente invariata la capacità ricettiva dei campeggi, in calo quella degli alloggi in affitto e in crescita l'offerta di posti letto in alloggi agriturismo-country house, ostelli e case per ferie.

Una politica dei prezzi al ribasso e il maggior ricorso all'intermediazione hanno favorito le vendite in bassa stagione, strategie adottate in misura crescente in questi ultimi anni per cercare di stimolare le vendite, raggiungendo almeno il livello minimo di break even point che consente di coprire i costi fissi di gestione delle imprese. In gennaio si passa dal 24% del 2011 al 30% di camere occupate nel 2012 sul totale della disponibilità del periodo nelle strutture ricettive alberghiere e complementari, in febbraio dal 23% al 28% e a marzo dal 27% al 33%. Tuttavia, la crisi dei consumi in atto continua a farsi sentire anche per il prodotto di punta della stagione estiva, un turismo balneare che fa vendere alle imprese ricettive italiane meno camere rispetto all'anno precedente: l'occupazione media delle camere di giugno è del 45% (54% nel 2011), quella di luglio il 66% (69% nel 2011), quella di agosto il 77% (82% nel 2011) e quella di settembre il 40% (47% nel 2011).

La domanda turistica italiana

Il turismo balneare è il primo prodotto per la domanda turistica italiana: scelto dal 45% dei turisti italiani in vacanza nel Bel Paese, considerando sia coloro che alloggiano in strutture ricettive che i vacanzieri delle seconde case.

Voglia di divertimenti, mare e relax sono le motivazioni principali di visita per una domanda domestica in cui sono decisive anche le motivazioni di ordine

pratico: dalla convenienza economica (14%), alla seconda casa (13%), dalla vicinanza (9%), alla presenza di facilities e servizi a misura di bambino (7%).

In un prodotto come quello balneare in cui è elevata la quota di turisti abituali, per il 38% dei turisti sono le precedenti, positive, esperienze personali ad influenzare le scelte di dove e come andare in vacanza. Un altro 37% dei turisti italiani decide sulla base dei consigli e dei racconti di amici, parenti e conoscenti, mentre il web influenza nel 18% dei casi (per il 13% attraverso le informazioni reperite in rete, per l'8% sulla base di offerte e promozioni).

Sport, escursioni e shopping sono le attività più praticate dai turisti italiani in vacanza al mare (rispettivamente dal 56%, dal 34% e dal 27% dei turisti). Seguono le degustazioni di prodotti tipici (22%), i concerti (16%) e gli altri eventi (il 12% assiste ad eventi folkloristici ed il 10% a quelli enogastronomici).

In una scala da 1 a 10 il voto medio espresso per l'offerta turistica nel suo complesso è 7,9. Gli elementi che soddisfano di più riguardano le strutture di alloggio, l'offerta ristorativa e quella di cultura e divertimento. La spesa media pro-capite è di 91 euro per il viaggio A/R, 40 euro al giorno per l'alloggio e 63 euro per gli extra.

Gli stranieri

Secondo prodotto dopo le città d'arte, il turismo balneare è stato scelto nel corso del 2012 dal 24% dei turisti stranieri in vacanza in Italia.

Tra i mercati di riferimento per il turismo balneare, emergono il Regno Unito (ha soggiornato al mare il 30% dei turisti inglesi in vacanza in Italia nel 2012), la Francia (28%), gli Stati Uniti (28%) e la Germania (26%).

Il patrimonio naturalistico delle nostre destinazioni balneari è la prima motivazione di visita per i turisti stranieri (muove il 30% dei turisti), ma queste mete sono preferite anche per le occasioni di divertimento (22%), per il desiderio di visitare un luogo sconosciuto (20%) o per la possibilità di praticare una disciplina sportiva (18%).

Passaparola e Internet sono i due principali canali di comunicazione per il turismo balneare straniero: influenzano rispettivamente nel 37% e nel 33% dei casi. Seguono, a distanza, i consigli dell'agenzia di viaggi di fiducia (8%), le offerte di catalogo dei Tour Operator (7% dei turisti stranieri), le guide turistiche (5%).

Sono vacanze dedicate al relax ma anche agli sport all'aria aperta (57% dei turisti stranieri), alle escursioni nel territorio (39%), allo shopping (27%), alle degustazioni di prodotti tipici (25%), ai concerti (18%), agli eventi e alle visite di carattere culturale (l'8% visita musei e monumenti, il 7% musei o mostre). Giudizio Con un voto complessivo di 7,8 espresso dai turisti europei e 7,9 dai viaggiatori long haul, le destinazioni balneari italiane vengono apprezzate dai turisti stranieri soprattutto per la qualità dell'offerta ristorativa (giudicata con un 8), per il clima di ospitalità della popolazione locale e l'atmosfera, percepita come unica e legata all'identità della località visitata.

La spesa media pro-capite per la vacanza è di 168 euro per il viaggio A/R (134 euro per gli europei e 449 per gli altri turisti stranieri), 45 euro al giorno per l'alloggio e 60 euro circa per gli acquisti di beni e servizi sostenuti sul territorio.

