

Audizione di Federalberghi sull'atto del Governo n. 39

Schema del piano strategico di sviluppo del turismo
per il periodo 2023-2027



9 maggio 2023



Camera
dei
deputati
Commissione X



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni
Italiane Alberghi e Turismo

Audizione di Federalberghi sull'atto del Governo n. 39,
recante schema del piano strategico di sviluppo del turismo per il periodo 2023-2027

9 maggio 2023
Camera dei deputati
Commissione X

Sintesi dell'intervento

del direttore generale di Federalberghi

Alessandro Massimo Nucara

FEDERALBERGHI

Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

via Toscana, 1 - 00187 Roma

www.federalberghi.it

Ringraziamo il Presidente e gli onorevoli deputati,

per averci offerto l'opportunità di rappresentare la nostra posizione sull'atto del Governo n. 39, recante schema del piano strategico di sviluppo del turismo per il periodo 2023-2027.

* * *

Le strutture ricettive italiane ospitano ogni anno circa 436 milioni di pernottamenti, per il cinquanta per cento relativi a turisti stranieri.

In un anno "normale", l'economia turistica genera il 13,1% del prodotto interno lordo, offre lavoro a circa 1,4 milioni di lavoratori dipendenti, contribuisce all'attivo della bilancia valutaria, con entrate dall'estero per 44 miliardi di euro.

Contiamo che nel 2023 si riuscirà a tornare ai livelli del 2019, anche se non va dimenticato che ci vorranno degli anni per pagare i debiti contratti durante la pandemia.

Guardiamo al futuro con ottimismo ma anche con una sana prudenza, consapevoli di quanto sia precario l'equilibrio del mercato in cui operano le nostre imprese.

Perché le fluttuazioni dell'economia, gli effetti dei cambiamenti climatici, le crisi geopolitiche e, come abbiamo imparato, le problematiche sanitarie, sono sempre dietro l'angolo.

Non va dimenticato, inoltre, che permangono elementi di sofferenza connessi ad alcuni mercati ancora chiusi, al costo dell'energia e, più in generale, all'aumento del livello dei prezzi.

* * *

Federalberghi ha elaborato un insieme di riflessioni e proposte con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo del sistema turistico italiano ed accrescerne la capacità competitiva.

Il documento, intitolato "Il Turismo Lavora per l'Italia", individua i nodi che ostacolano lo sviluppo del nostro settore e formula più di cento proposte concrete per sostenerne la crescita, attivare nuovi investimenti ed espandere la base occupazionale.

Costituisce il frutto di un articolato dibattito svolto in seno agli organi di Federalberghi a seguito di un'ampia consultazione che ha coinvolto tutto il sistema organizzativo di Federalberghi, in rappresentanza di oltre 27.000 imprese.

In relazione a ciascuno dei temi proposti, accanto agli obiettivi di carattere generale, abbiamo voluto indicare, a titolo esemplificativo, anche alcune azioni concrete, molte delle quali possono essere realizzate in tempi brevi, in alcuni casi senza oneri a carico delle finanze pubbliche.

Tra le misure proposte spiccano la diminuzione della pressione fiscale (in primis ridurre le tasse sugli immobili, che gravano sulle imprese anche quando sono chiuse o semivuote), il sostegno agli investimenti (con il potenziamento del credito di imposta per la riqualificazione delle strutture ricettive), lo sviluppo di nuovi servizi (riformando le regole anacronistiche che non consentono agli

alberghi di ampliare l'offerta), il contrasto all'abusivismo dilagante (per garantire la sicurezza e tutelare turisti, cittadini, lavoratori, imprese ed erario), l'ammodernamento delle reti e delle infrastrutture (per far sì che tutto il nostro paese sia fruibile ed accessibile).

Abbiamo inviato il documento a tutti i deputati subito dopo le elezioni del 25 settembre 2022.

Auspichiamo di fare cosa utile depositandone oggi una copia.

Allo stesso tempo, accogliendo l'invito alla sintesi che ci è stato rivolto, cogliamo questa preziosa occasione d'incontro per concentrarci su alcuni punti del piano che meritano particolare attenzione.

*

*

*

Sostenere la riqualificazione

L'offerta turistico ricettiva italiana ha registrato, negli ultimi trent'anni, un costante miglioramento: è cresciuta la dimensione media degli alberghi, è aumentato il numero di strutture appartenenti alle categorie medio alte.

La soddisfazione per i risultati ottenuti non può tuttavia farci sedere sugli allori, anche perché il mercato pullula di competitor agguerriti, spesso favoriti da una struttura dei costi notevolmente più snella.

Le imprese italiane possono vincere questa sfida solo puntando sulla qualità e hanno pertanto necessità di condizioni di sistema che agevolino e sostengano continui investimenti.

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza ha realizzato delle importanti opportunità di sostegno agli investimenti, che abbiamo apprezzato ma non possono essere considerate sufficienti.

E' positivo che il piano strategico (capitolo 4.6) preveda espressamente il rifinanziamento del tax credit dell'80% per la riqualificazione delle strutture ricettive del turismo legato al miglioramento dell'offerta in termini di sicurezza, qualità e inclusione.

Confidiamo che l'occasione possa essere utile per migliorarne l'efficacia, impostando uno strumento che sostenga in via ordinaria la riqualificazione delle strutture, anche nel campo dell'innovazione tecnologica e della sostenibilità, con un bando a sportello (senza clickday).

La misura potrebbe essere finanziata con una quota delle risorse della tassa di soggiorno ed eventualmente cofinanziata dalle regioni attingendo alle risorse europee.

Contrastare l'abusivismo

Apprezziamo l'attenzione che il piano strategico dedica alla necessità di contrastare l'abusivismo dilagante (capitoli 6.1.2, 11.2.4, 11.3.3.)

L'autorizzazione ad accogliere turisti in contesti atipici (case private, aziende agricole, famiglie di pescatori, etc.) è solitamente motivata con l'esigenza integrare il reddito di soggetti economicamente deboli, che dovrebbero poter svolgere le relative attività in via occasionale e comunque accessoria rispetto all'attività principale.

Grazie alla sostanziale assenza di controlli, il fenomeno è proliferato in modo indiscriminato, allontanandosi dall'originario principio ispiratore e dando luogo a fenomeni di concorrenza sleale, che danneggiano tanto le imprese turistiche tradizionali quanto coloro che gestiscono in modo corretto le nuove forme di accoglienza.

Chiediamo che venga applicato un principio sacrosanto: stesso mercato, stesse regole.

Ci riferiamo, ad esempio, alle normative in materia di lavoro, fisco, sicurezza, igiene e sanità.

Per tutelare gli ospiti, i vicini di casa, i lavoratori, la collettività, le finanze pubbliche.

In alcuni casi è sufficiente applicare le regole esistenti, effettuando i controlli e applicando le sanzioni, in altri è necessario aggiornare le norme, tenendo conto della nuova situazione di mercato, per evitare fenomeni elusivi.

Chiediamo di conferire ai sindaci il potere di regolamentare e quando necessario limitare lo svolgimento delle attività di locazione breve e di sanzionare i portali e gli intermediari che non adempiono agli obblighi di legge concernenti la comunicazione dei dati e la riscossione delle imposte.

Presidiare la rete

Internet ha rivoluzionato il modo di promuovere e vendere i servizi turistici.

Grandi opportunità si sono presentate, nuovi problemi sono emersi.

La gran parte delle persone utilizza la rete come principale fonte per informarsi, pianificare una vacanza e prenotare.

Ma pochi grandi operatori dominano il mercato e impongono le proprie regole, lasciando a cittadini e imprese una libertà di scelta solo apparente.

Occorre garantire alle imprese il diritto di determinare autonomamente le proprie politiche commerciali (prezzi, disponibilità, etc.) e consentire agli operatori di scegliere il sistema di pagamento con cui incassare i corrispettivi delle vendite effettuate sui portali.

È necessario porre un freno alla diffusione di informazioni commerciali fraudolente (ad esempio, l'utilizzo indebito della denominazione "hotel" o delle stelle da parte di soggetti privi del relativo titolo), sanzionando sia i titolari dell'attività sia i portali.

Inoltre, le imprese devono poter impedire ad altri l'utilizzo indebito del proprio marchio (cosiddetto brandjacking) ed essere tutelate contro le comunicazioni diffuse in rete in maniera anonima.

Sviluppare le competenze

In relazione alla formazione del personale risulta fondamentale puntare su tre direttrici:

- **skilling**: creare competenze di base e specialistiche per il settore turistico, per sopperire all'attuale carenza di personale specializzato (anche conseguenza del recente scenario pandemico);
- **reskilling**: riqualificare/riconvertire gli attuali profili che operano nella filiera turistica (in alcuni casi obsoleti) attraverso le competenze necessarie per occuparsi di nuove attività;

- upskilling: accrescere le competenze delle persone nel loro medesimo ruolo, per farli diventare i leader di domani. Un approccio differente, dunque, rispetto a quello del “reskilling”, che mira a rendere i lavoratori maggiormente autonomi e competenti nel proprio ruolo e di saper affrontare le sfide del domani.

Prolungare la durata delle stagioni

Il Piano prevede azioni volte al superamento della concentrazione della domanda in alcuni periodi dell’anno e in alcune località, che incide negativamente sulla fruibilità dei servizi per turisti e residenti.

Una migliore distribuzione dei flussi turistici durante tutto l’arco dell’anno apporterebbe sicuramente benefici sia alle imprese, sia ai lavoratori sia alle destinazioni.

Tale obiettivo potrebbe essere perseguito, ad esempio, migliorando la distribuzione dei periodi destinati alle vacanze scolastiche e promuovendo l’organizzazione di eventi, grandi e piccoli.

Inoltre, l’allungamento del periodo lavorativo e la revisione della Naspi, combinati con una normativa fiscale e contrattuale di maggior favore per il lavoratore renderebbe più attrattiva la scelta di individuare nel turismo la propria professione, andando ad intervenire sulla grave carenza di personale che il comparto lamenta da diversi anni.

Aggiornare la classificazione alberghiera

Il Piano strategico si sofferma (capitolo 4.2 e capitolo 11.2.3) sulla classificazione degli alberghi.

La classificazione delle strutture ricettive dovrebbe offrire al cliente uno strumento efficace per orientarsi nella scelta.

Il sistema attualmente in vigore in Italia fallisce questo obiettivo perché non fornisce indizi chiari ed affidabili e disorienta il turista, che si smarrisce in un labirinto fatto di ventuno leggi delle regioni e delle province autonome.

L’esigenza di armonizzare i diversi sistemi è forte, ed è sentita anche a livello europeo, come testimonia l’esperienza di Hotelstars Union, apprezzata e sostenuta anche dalla Commissione europea ed esplicitamente menzionata dal piano strategico.

Si tratta di un sistema internazionale di classificazione alberghiera, elaborato sotto il patronato di Hotrec, la Confederazione europea degli imprenditori alberghieri e della ristorazione, alla quale Federalberghi aderisce, finalizzato a garantire ai clienti maggiore trasparenza, promuovendo allo stesso tempo la qualità dell’offerta alberghiera nei Paesi dell’Unione Europea.

Attualmente il sistema Hotelstars Union è utilizzato in 20 paesi, in cui vivono oltre 200 milioni di persone: Armenia, Austria, Azerbaigian, Belgio, Repubblica Ceca, Danimarca, Estonia, Georgia, Germania, Grecia, Ungheria, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Malta, Olanda, Slovenia, Svezia e Svizzera.

La circostanza che il mercato dell’Europa del nord abbia sposato il sistema va considerata con attenzione, in quanto i cittadini di quei paesi, che costituiscono il nostro principale serbatoio di clientela straniera, saranno sempre più abituati a “leggere” le caratteristiche dell’offerta utilizzando questo standard.

Promuovere il sistema termale

Il piano strategico (capitoli 9.2 e 13.6.1) pone in evidenza la crisi strutturale del sistema termale e, allo stesso tempo, ne mette in evidenza le grandi potenzialità.

Si tratta di un segmento di mercato che ci sta molto a cuore, al punto da aver costituito una sezione ad hoc della nostra organizzazione, denominata Federalberghi Terme.

Il sistema termale italiano è costituito da alberghi termali e città termali, cioè quelle destinazioni con aggregazione di strutture ricettive attorno ad uno stabilimento termale di destinazione.

Si tratta di un asset strategico dell'offerta turistica del Paese, in grado di intercettare un variegato sistema di segmenti turistici, che va da quello della salute, alla vacanza attiva e leisure, includendo anche quello degli eventi e sport.

Il settore necessita di politiche di sostegno specifiche che comprendano sia la riqualificazione degli stabilimenti termali e degli alberghi termali, sia interventi di rigenerazione urbana finalizzati a recuperare l'appeal delle città termali come destinazioni turistiche.

In questo senso la costituzione dei "Distretti Termali" potrebbe svolgere una funzione rilevante sia in ottica di indirizzo delle risorse che in quella di verticalizzazione di policy speciali per il settore termale.

È altresì fondamentale sostenere con opportuni mezzi le iniziative per la riconversione del patrimonio delle strutture termali pubbliche dismesse o in crisi in strutture ricettive dedicate turismo del benessere

Dal lato sanitario invece è necessario una conferma della presenza nei LEA del SSN delle prestazioni e termali, nonché di una reintroduzione del congedo straordinario per cure termali come misura di sostegno specifica per il rilancio del settore, anche in considerazione del nuovo ruolo che il sistemare sanitario termale può svolgere in ambito di prevenzione e riabilitazione.

Vanno inoltre definiti standard nazionali e omogenei per la qualificazione delle strutture termali del benessere, mentre, in collaborazione con ENIT e le Regioni, è fondamentale realizzare un coordinamento per le attività di promozione degli eventi legati al termalismo ed al benessere, almeno di rilevanza nazionale.

* * *

Ringraziando per l'attenzione, rimaniamo a disposizione per ogni approfondimento.

Confidiamo che i suggerimenti formulati da Federalberghi offrano spunti utili per l'impostazione delle linee d'azione della Commissione.

Ci riserviamo di farvi avere alcune proposte di emendamenti ai provvedimenti che sono attualmente all'esame del Parlamento o che lo saranno nei prossimi mesi, volti a realizzare gli obiettivi indicati nel corso dell'intervento.

Federalberghi da oltre cento anni è l'organizzazione nazionale maggiormente rappresentativa delle imprese turistico ricettive italiane.

La federazione rappresenta le esigenze e le proposte delle imprese nei confronti delle istituzioni e delle organizzazioni politiche, economiche e sindacali.

Aderiscono a Federalberghi 129 associazioni territoriali e 2 delegazioni, raggruppate in 20 unioni regionali, e 7 Sindacati Nazionali (Federalberghi Extra, Federalberghi Isole Minori, Federalberghi Terme, Unione Nazionale Italiana Catene Alberghiere, Sindacato Grandi Alberghi, Sindacato Villaggi Turistici, Unihotel Franchising).

Faiat service srl è il braccio operativo di Federalberghi.
Il Presidente è Bernabò Bocca.

Il Direttore Generale è Alessandro Massimo Nucara.

Federalberghi aderisce dal 1950 a Confcommercio ove, insieme alle principali federazioni di categoria che operano nel Turismo, ha dato vita a Confturismo, l'organizzazione di rappresentanza imprenditoriale di settore.

Federalberghi è socio fondatore di Hotrec,
la Confederazione Europea degli imprenditori del settore alberghiero e della ristorazione.