UNAT
UNIONE ALBERGATORI del TRENTINO

Gentile Signora
Caterina Dominici
Presidente
Seconda Commissione Legislativa
Consiglio Provinciale
Via Manci, 27
38100 TRENTO

Trento, 7 aprile 2010
Prot. n. 328

Oggetto: consultazione in merito ai disegni di legge n. 92, n. 21 e n. 106 recanti modificazioni delle legge provinciale sulla promozione turistica" (legge provinciale n. 8/2002)

Gentile Presidente,
Egregi Consiglieri,
desideriamo rivolgere a Lei e a tutta la Commissione un ringraziamento per l'invito e per l'opportunità che ci viene offerta di esprimere in questo consesso la posizione di UNAT in merito all'iniziativa di cui ai disegni di legge in parola. Mi preme evidenziare che le osservazioni che seguono nascono da un confronto interno con i presidenti delle associazioni di categoria aderenti all'Unione Commercio Turismo Servizi Professioni e Piccole Medie Imprese della provincia di Trento, ovvero: UNAT - Unione Albergatori del Trentino, Faita Trentino, associazione Ristoratori, associazione Pubblici Esercizi, Fiavet Trentino ed associazione Commercianti al dettaglio.
Come è noto, la promozione dell'immagine turistica e territoriale del Trentino è attività propria della Provincia ed è affidata dalla vigente legge provinciale n. 8/2002 alla società Trentino SPA. La promozione turistica degli ambiti territoriali, invece, è affidata alle singole Aziende per il turismo a cui sono assegnate molte funzioni che in parte si sovrappongono a quelle della Trentino SPA, soprattutto sul piano della promozione generale.
Indubbiamente, l'impostazione e l'organizzazione del sistema turistico trentino hanno evidenziato alcuni punti di debolezza e criticità, quali:

1) una sostanziale difficoltà di coordinamento tra le azioni proprie della Trentino Spa e quelle assegnate alle singole APT d'ambito, conseguente anche ad una incerta e non chiarita definizione dei ruoli e dei compiti dei diversi soggetti coinvolti nella promozione turistica (*chi fa che cosa*); l'indeterminatezza del ruolo delle APT è emerso in particolare anche nella attività di programmazione socio economica dei territori;
2) in secondo luogo, una sempre maggiore difficoltà da parte delle APT di raggiungere adeguati livelli di finanziamento. L'attuale sistema organizzativo

non sembra dare certezza delle risorse economiche destinate ai soggetti d'ambito, che peraltro stanno scontando, nel tempo, le criticità derivanti da un mancato equilibrio, al loro interno, tra componente pubblica e componente privata;

3) una insufficiente e disomogenea capacità, in terzo luogo, da parte delle APT di creare e promuovere il prodotto turistico "locale" e concrete proposte di vacanza pronte per il mercato (o pacchetti turistici, che dir si voglia); carenze nello svolgimento di funzioni proprie e caratterizzanti il ruolo di un soggetto d'ambito, ossia l'informazione turistica e l'accoglienza, il coordinamento delle azioni dei vari attori "turistici" operanti nel territorio di competenza (consorzi, pro loco, associazioni, volontariato, ecc.) e della relativa animazione turistica; scarsa capacità di "veicolazione" e commercializzazione del prodotto turistico locale.

A otto anni di distanza dall'entrata in vigore della legge che disciplina la promozione turistica in Trentino, riteniamo, dunque, sia giunto il momento per affrontare una sua rivisitazione che, auspichiamo, possa portare ad una soluzione delle criticità evidenziate negli anni dall'attuale sistema organizzativo.
L'auspicio è che la revisione della politica turistica provinciale porti ad una più precisa definizione dei ruoli e delle responsabilità dei soggetti deputati a svolgere l'attività di promozione turistica territoriale e di commercializzazione del prodotto turistico "Trentino" e locale.
Di seguito si propone una sommaria disamina dei tre disegni di legge che, analizzati in maniera separata, recano per ciascuno di essi osservazioni di carattere generale.

A) Osservazioni ai disegni di legge n. 92 (proponente assessore Mellarini) e ddl n. 106 (proponenti i consiglieri Viola, Morandini, Borga, Delladio e Leonardi)

1. Promozione turistica e commercializzazione

Entrambi i disegni di legge propongono la modifica dell'articolo 9 della LP 8/2002 che disciplina la promozione turistica d'ambito.
Il **ddl n. 92** ridefinisce il ruolo delle Aziende per il turismo ed attribuisce loro le seguenti funzioni: informazione ed accoglienza turistica a favore dell'ambito territoriale nel rispetto degli standard qualitativi e quantitativi definiti dalla Provincia; coordinamento delle attività di animazione turistica svolte a livello locale dai soggetti pubblici e privati; definizione, sviluppo e promozione del prodotto turistico territoriale in funzione della successiva commercializzazione, in coordinamento con la Trentino SPA; organizzazione e vendita di servizi e pacchetti turistici formati da prodotti trentini, in via diretta o tramite agenzie di viaggio.
Il ddl 92, inoltre, precisa le nuove regole per la definizione dei criteri di finanziamento delle APT, la cui misura deve essere correlata al livello quantitativo e qualitativo delle attività da realizzare, alla capacità di autofinanziamento, al grado di coordinamento con le attività svolte dalla Trentino Spa e dalle associazioni pro loco.

Il **ddl n. 106** propone un cambio di ruolo e di denominazione delle APT in AGENZIE PER IL TURISMO, anche per dare ai soggetti d'ambito la possibilità in base alle esigenze dei singoli territorio di aprirsi a nuove sfide e nuovi impegni (quali la gestione di impianti turistici e sportivi del territorio nonché sedi congressuali, attività di formazione imprenditoriale degli operatori turistici) in stretta collaborazione con le varie categorie turistiche operanti sul territorio, oltre a funzioni di assistenza per il marketing dell'impresa turistica.
In base al ddl n. 106 – si legge nella relazione illustrativa - le Agenzie per il turismo avranno anche il compito di svolgere attività di promozione del territorio di riferimento e dei rispettivi prodotti, nonché maggiore possibilità operativa per le attività di commercializzazione del prodotto.

Osservazioni

Gli aspetti della promozione turistica e della commercializzazione, nonché la necessita di una più marcata definizione del ruolo di Trentino SPA e delle singole APT, sono sicuramente quelli che maggiormente caratterizzano entrambe le proposte di revisione normativa in discussione.

Trentino SPA

La scrivente condivide la scelta, che nella sostanza è propria di entrambi i ddl, di affidare alla Trentino SPA l'attività di marketing turistico territoriale del Trentino e di assegnare, quindi, ad un unico soggetto il **ruolo di promozione del prodotto (marca) "Trentino"** in modo unitario e coordinato.
Trentino SPA ha – o avrebbe dovuto da tempo assumere - un ruolo essenziale di coordinamento e concertazione di tutti i "prodotti" che compongono la "marca" Trentino, al contempo veicolando la promozione in modo più efficace con l'introduzione di maggiori economie di scala. Per citare solo un esempio si consideri la sovrabbondante e troppo spesso inutile quantità di materiale promozionale cartaceo prodotto nel tempo.
Inoltre, se l'obiettivo è quello di rendere il marketing territoriale rispondente alle esigenze di tutti gli attori presenti sul territorio e coerente con i bisogni che possono esprimere, è opportuno che nel consiglio di amministrazione della Società siedano anche **i rappresentanti delle Associazioni di categoria** maggiormente rappresentative degli operatori del settore turistico, scelta che sappiamo condivisa anche dai colleghi di ASAT.
Sempre nell'ottica di una chiarificazione dei ruoli, dei compiti e delle responsabilità, la scrivente accoglie con favore la proposta contenuta nel ddl n. 106, firmata tra gli altri dal Consigliere Viola, nella quale sono previste **incompatibilità** tra l'incarico di Presidente della Trentino SPA e il ruolo di Presidente della Provincia, Assessore e Consigliere provinciale.

Aziende per il Turismo (APT)

Per quanto riguarda le Aziende per il Turismo, si accoglie positivamente la proposta di ridefinire il ruolo dei soggetti d'ambito in un'ottica che vorremmo di **complementarietà ed integrazione** con quello svolto dalla Trentino SPA. Non si può, infatti, trascurare il fatto che ogni ambito territoriale ha proprie specifiche peculiarità

che costituiscono l'elemento essenziale e determinante per la creazione del prodotto turistico locale e quindi dell'offerta da promuovere sui mercati.
A parere di chi scrive, le APT devono svolgere il fondamentale **ruolo di informazione ed accoglienza turistica** sul loro territorio e soprattutto un **ruolo di coordinamento di tutte le attività di animazione turistica svolte a livello locale** dalle Pro Loco, dai vari Comitati, dai Comuni e Associazioni varie, creando un calendario delle iniziative al fine di sfruttare tutte le sinergie e garantire adeguati spazi di informazione ai turisti.
Tale ruolo, che risulta definito nella proposta di legge dell'Assessore Mellarini (articolo 9), rischia tuttavia di rimanere una mera enunciazione se tutti gli altri "attori" turistici non sentano in qualche modo l'obbligo di relazionarsi e coordinare la loro attività e la realizzazione delle iniziative turistiche con l'APT di riferimento. Detto in altre parole, tutti gli attori – APT comprese – debbono comunicare maggiormente e trovare soluzioni condivise, nell'interesse del territorio da promuovere.
Infatti, la scrivente ritiene che debba essere rimarcata e rafforzata **l'attività di promozione del territorio d'ambito** che è funzione tipica e caratterizzante delle APT, attraverso la definizione, lo sviluppo e la promozione del prodotto turistico territoriale e, quindi, la **creazione dei pacchetti turistici locali**, in stretto coordinamento con la Trentino SPA.
Le APT dovranno avere buona conoscenza del mercato e mantenere uno stretto e costante rapporto con gli imprenditori turistici e con gli altri soggetti, pubblici e privati, che operano nell'ambito: solo creando le necessarie sinergie ed una solida rete di reciproche relazioni, le APT potranno realizzare concrete proposte turistiche e "pacchetti turistici" appetibili e caratterizzati dalle specificità e peculiarità turistiche locali.
Sempre per quanto riguarda l'attività delle APT e le scelte promozionali di territorio, preme evidenziare che alcuni ambiti che definiremmo "forti" e di confine – quali a titolo esemplificativo il Garda, la Val di Fassa e la Val di Sole – hanno necessità di interagire e coordinarsi con le proposte del più ampio compendio turistico territoriale cui appartengono: riteniamo in tal senso che il coordinamento della promozione e la creazione di pacchetti turistici ad hoc debba rientrare tra le attività dedicate e tipiche delle rispettive APT d'ambito, che hanno un più stretto contatto con le zone confinanti ed gli altri soggetti turistici di riferimento.
In tali termini, si accoglie positivamente anche la proposta contenuta nel ddl n. 106, volta ad assegnare ai soggetti d'ambito la possibilità, in base alle esigenze dei singoli territori, di **aprirsi a nuove sfide e nuovi impegni -** quali la gestione di impianti turistici e sportivi del territorio, nonché di sedi congressuali in stretta collaborazione con le varie categorie turistiche operanti sul territorio - a condizione però che questa non diventi attività principale ed assorbente la struttura organizzativa dell'Azienda d'ambito, "sviandola" dal proprio ruolo e dai compiti cui è istituzionalmente preposta (informazione, accoglienza e promozione del prodotto locale).
<u>Commercializzazione</u>
In base alle proposte in esame, tra le attività svolte dalle APT si fa rientrare anche la commercializzazione, ossia la vendita di servizi e pacchetti turistici formati da prodotti trentini.

Come enunciato in premessa, nel tempo si è registrata da parte delle APT una scarsa capacità di commercializzazione dei prodotti e servizi locali.
In merito, riteniamo che **l'attività di commercializzazione**, quale attività che "remunera" l'ambito territoriale sia dal punto di vista dell'operatività sia della visibilità turistica locale, **debba essere effettuata da quei soggetti che svolgono a titolo professionale ed imprenditoriale tale attività**: ci riferiamo al mondo dell'intermediazione professionale e di tour operating, con particolare riguardo alle agenzie di viaggio e ai singoli consorzi di commercializzazione presenti sul territorio.
L'attività di commercializzazione non dovrebbe a nostro parere essere svolta direttamente dalle singole APT che non hanno le competenze e spesso neppure le risorse umane né gli strumenti per "gestire" la commercializzazione.
Ciò considerato, chiediamo che sia espressamente previsto nella LP 8/2002 che l'attività di commercializzazione venga svolta direttamente da soggetti che professionalmente sono impegnati nel mondo dell'intermediazione e del tour operating.
In tale direzione, riteniamo inoltre necessario che sia espressamente previsto in norma anche un coordinamento tra l'attività di promozione propria e caratterizzante le APT d'ambito e l'attività dei soggetti sopra richiamati (agenzie di viaggio, consorzi, ecc.) che professionalmente si occupano di commercializzazione di pacchetti turistici.
In altre parole: l'APT definisce, crea e promuove il pacchetto (servizi + ospitalità) e, quindi, offre al proprio territorio e al Trentino quel "quid pluris" che nessun altro soggetto operante nell'Ambito è in grado di realizzare; i professionisti dell'intermediazione/tour operating/agenzie di viaggio si occupano invece direttamente della vendita, in stretta collaborazione e sinergia con le APT.
Sempre nell'ottica di una maggiore chiarificazione dei ruoli e dei compiti delle Aziende di promozione turistica, la scrivente accoglie con favore la proposta contenuta nel ddl n. 106 che stabilisce l'**incompatibilità** dell'incarico di Presidente dell'APT con gli incarichi di Sindaco o Presidente della Comunità di valle, al fine di una minore politicizzazione e/o connotazione pubblica dei soggetti d'ambito.

<u>Finanziamento</u>

Per quanto riguarda l'aspetto del finanziamento delle APT, è innegabile che nel tempo i soggetti d'ambito hanno dimostrato notevoli difficoltà di finanziamento e reperimento delle risorse necessarie, nonostante la vigente legge provinciale n. 8/2002 preveda la concessione di finanziamenti per la realizzazione delle attività delle APT (esclusa la commercializzazione) fino al 90 % delle spesa ammessa a contributo.
Il disegno di legge a firma dell'Assessore Mellarini rivede i criteri per l'attribuzione dei finanziamenti alle APT legandoli, in particolare, alla capacità di autofinanziamento tenuto conto delle potenzialità economiche dell'ambito e al grado di coordinamento con le attività svolte dalla Trentino SPA e dalle associazioni pro loco.
La scrivente accoglie positivamente la proposta a condizione che la Giunta Provinciale nella individuazione puntuale dei suddetti criteri vada a "premiare" le APT che hanno dimostrato di svolgere il loro ruolo di definizione, creazione e promozione del prodotto d'ambito e quello di coordinamento tra i diversi soggetti turistici operanti a livello locale.

Non da ultimo, ci sia consentito evidenziare che nella ridefinizione dei criteri per il finanziamento delle attività delle APT, la Giunta Provinciale dovrà necessariamente individuare un sistema di contribuzione che dia **certezza delle risorse a disposizione e dei tempi di concessione** delle stesse, in modo da consentire alle Aziende d'ambito di programmare e coordinare entro termini utili le attività cui sono preposte e di realizzare concretamente gli obiettivi di promozione turistica prefissati.

2. La politica turistica provinciale: attività di programmazione, coordinamento, osservazione e monitoraggio del fenomeno turistico

Si rileva che nel **ddl n. 92 proposto dall'Assessore Mellarini** viene proposta l'eliminazione di alcuni strumenti quali i Progetti d'Ambito e il Coordinamento Provinciale per il turismo che hanno palesato negli anni difficoltà di attuazione e di gestione e l'istituzione della **Conferenza provinciale per il turismo** (articolo 2bis) per garantire una sede permanente di partecipazione delle diverse categorie di portatori di interesse nella definizione e nella valutazione della politica turistica provinciale. La Conferenza è convocata con cadenza biennale e si propone come momento e luogo di confronto a tutto campo sulle problematiche del turismo.

L'articolo 5 della legge che attualmente disciplina l'Osservatorio provinciale per il turismo viene sostituito con un nuovo articolo con il quale vengono enfatizzati i contenuti dell'attività di osservazione e monitoraggio del fenomeno turistico promosse dalla Provincia, attività che potranno essere trasferite alla Trentino SPA e non più di competenza dell'Osservatorio.

Attualmente l'Osservatorio, risultando articolato come ufficio provinciale, non costituisce un efficace supporto per la programmazione delle politiche promozionali. L'attribuzione di tali compiti alla Trentino SPA è giustificata, dunque, dal nuovo disegno organizzativo che vede la Società anche come centro di servizi a favore dei territori.

La proposta contenuta nel **disegno di legge n. 106** del Popolo della Libertà va anch'essa nella direzione di una valorizzazione dell'Osservatorio provinciale per il turismo, caratterizzandolo quale Ufficio Studi del turismo trentino, con compiti di studio, analisi ricerche di mercato e statistiche, attività di monitoraggio, analisi degli interventi di sostegno finanziario alle imprese, la cui collocazione ideale è all'interno della Trentino SPA.

Il ddl n. 106 inoltre propone al costituzione di un **Tavolo di concertazione turistica**, quale cabina di regia per lo sviluppo armonico del settore, organismo snello e rappresentativo che affianchi l'Assessorato nella definizione delle linee guida nei vari comparti attinenti il settore.

Elemento di novità introdotto dal ddl 106 è la costituzione da parte della Giunta provinciale di un **Nucleo Valutativo** per analizzare i risultati raggiunti in rapporto agli obiettivi fissati dal programma di politica turistica per verificare lo stato di attuazione degli interventi riguardanti la promozione turistica e territoriale, la qualificazione dell'offerta e dell'accoglienza e disporre elementi utili per la programmazione di settore.

Osservazioni

In merito alla politica turistica provinciale, ci interessa porre l'attenzione sul fatto che è indispensabile - al di là della denominazione o della struttura funzionale ed operativa preposta – che ci sia un organismo che abbia il preciso compito di rendere maggiormente partecipate le scelte della politica turistica provinciale, analizzare i trend di mercato, fornire una serie di indicazioni rispetto alle azioni promozionali più efficaci da attivare e, non ultimo, monitorare le varie azioni marketing, siano esse promosse dalla società di marketing territoriale Trentino SPA che dalle singole aziende d'ambito.

Si tratta, in altri termini, di introdurre efficaci strumenti in grado di valutare l'effettivo ritorno degli investimenti per tutti gli interventi di politica turistica programmati.

Ciò al fine di controllare la performance delle azioni, attivare economie di scala nonché programmare con una ragionevole certezza solo le azioni che aiutano a raggiungere gli obiettivi.

Il fatto che la commissione tecnica per il turismo sia stata convocata raramente e che l'Osservatorio provinciale non sia stato coinvolto e sfruttato pienamente nell'esplicazione dei compiti attribuiti, dimostra che da un punto di vista politico è carente la volontà di procedere al confronto per la definizione di una attività di programmazione coordinata e finalizzata ad obiettivi chiari ed univoci.

La scrivente, ritiene, indispensabili momenti di confronto per un'elaborazione concertata e coordinata delle linee guida per la politica turistica provinciale: le azioni da intraprendere a beneficio del turismo trentino devono necessariamente essere accompagnate da piani di azione concertati e condivisi e soprattutto supportati da analisi di mercato di breve e medio periodo, elaborate da esperti di settore con l'imprescindibile coinvolgimento delle associazioni di categoria rappresentative degli imprenditori del settore.

Si accoglie, dunque, con favore la previsione, contenuta nel ddl n. 92 dell'Assessore Mellarini, in base alla quale la Giunta provinciale definisce ed aggiorna le linee guida di politica turistica **"sentite le Associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore turistico"**.

Positiva anche la previsione di valorizzare l'attività dell'Osservatorio del turismo quale luogo deputato a svolgere analisi, statistiche, studi e ricerche di mercato in materia turistica, il monitoraggio dell'offerta turistica provinciale e dei mercati di riferimento e ogni altra attività utile all'osservazione del fenomeno turistico, in collaborazione con esperti ed enti di ricerca, ma anche **con il coinvolgimento dei rappresentanti degli operatori economici del comparto.**

Formazione

La scrivente condivide la scelta, operata con il ddl n. 92, di prevedere la possibilità per la Provincia di realizzare programmi di alta formazione in materia di turismo e marketing territoriale ed iniziative di supporto specialistico allo svolgimento delle attività di marketing turistico, in favore dei soggetti referenti per l'organizzazione turistica trentina (APT,Trentino SPA, Associazioni Pro Loco, Consorzi, ecc.).

Crea non poche perplessità, invece, che la Provincia si avvalga esclusivamente del supporto formativo della società per la formazione permanente del personale (TSM),

posto che sul mercato esistono altre realtà altrettanto qualificate che potrebbero svolgere egregiamente la formazione specialistica in materia di turismo e marketing territoriale e turistico. Si chiede pertanto che venga espressamente previsto in norma che all'attività di alta formazione in parola possano concorrere diversi soggetti che diano garanzia di possedere le professionalità e le competenze richieste per la realizzazione dei programmi formativi che la provincia intende intraprendere.

Carta dei diritti del turista

La scrivente ritiene di particolare interesse la proposta contenuta nel ddl n. 106 che prevede l'istituzione da parte della Provincia, della Carta dei diritti del turista quale strumento atto a garantire i diritti, ma anche i doveri, del turista in un equilibrato rapporto con i gestori dell'offerta.

B) Osservazioni in merito al ddl n. 21 "Modificazioni della legge provinciale sulla promozione turistica per sostenere lo sviluppo del turismo religioso (proponente consigliere Bombarda)

Il disegno di legge "Bombarda" propone che tra le finalità della LP 8/2002 sia espressamente riconosciuto e sostenuto il ruolo del turismo religioso, sociale e formativo.

Tra le iniziative dirette alla valorizzazione territoriale e di prodotto, il ddl prevede che la Provincia promuova la creazione di percorsi devozionali, curando il loro inserimento nei circuiti nazionali e internazionali, anche con il coinvolgimento della SAT e degli accompagnatori di territorio, ed allo scopo favorisca la formazione di operatori specializzati nel turismo religioso.

Osservazioni

In termini generali la scrivente non è contraria alla valorizzazione del cosiddetto "turismo religioso", ma esprime forti perplessità sulla necessità di addivenire ad uno specifico intervento normativo per valorizzare uno dei tanti aspetti del comparto turistico che potrebbe essere valorizzato, promosso ed incentivato con specifiche azioni da parte dei diversi ambiti territoriali interessati.

Si ritiene, infatti, non necessario ricorrere ad uno specifico intervento normativo ad hoc ogni qual volta si intenda valorizzare, incentivare e promuovere uno dei tanti prodotti che caratterizzano il turismo trentino (bike, wellness, familyhotel, nordic walking, sci, trekking, etc.).

Si omette ogni valutazione di merito sull'ipotizzato stanziamento in quanto risultano carenti gli elementi che consentano di effettuarla.

***

Ringraziamo per l'attenzione che ci avete riservato e ci auguriamo che le nostre osservazioni possano contribuire a migliorare l'impianto normativo che disciplina la promozione turistica in Trentino.

Il Presidente
Giovanni Bort