

## **Assemblea Legislativa dell'Emilia-Romagna**

### **TURISMO. VALUTAZIONE EFFETTI LEGGE REGIONALE. CAMPAGNA STRAORDINARIA PER CITTA' D'ARTE COLPITE DAL SISMA**

*Bologna, 20 giugno 2012.* In seduta congiunta, le commissioni regionali “Turismo cultura scuola formazione lavoro sport” e “Statuto e regolamento” hanno esaminato la relazione fornita dall'assessorato al Turismo circa l'attività di promozione e commercializzazione nel triennio 2008-2010.

Voto unanime dei consiglieri sulla congruità della relazione rispetto alla clausola valutativa prevista nella L.r. 2/2007; la clausola prevede che questa relazione fornisca informazioni su quesiti specifici, al fine di valutare l'effettiva attuazione della normativa e i risultati ottenuti; dalla commissione “Statuto e regolamento” sono venute, inoltre, alcune richieste di approfondimento per affinare i contenuti delle future relazioni.

Obiettivo primario della valutazione delle politiche pubbliche è la creazione di un percorso virtuoso che fornisca informazioni utili per la futura programmazione: perciò appare utile una maggiore precisione sulle tendenze in atto nel mercato turistico emiliano-romagnolo, per incentivare e promuovere l'offerta turistica territoriale.

La Giunta fornisce alcuni dati su arrivi e presenze per mercato di riferimento, confrontando gli anni 2007 e 2010. Sarebbero utili maggiori dettagli sulla realizzazione dei macroprogetti chiamati “Mercato Italia”, “Mercato estero” e “Web e New Media”, e su come Apt Servizi abbia operato per la promozione turistica sui mercati internazionali.

Dalla relazione si ricava come, nel corso del triennio, le Unioni di Prodotto abbiano lavorato su un numero crescente di progetti; si presentano dati sugli investimenti dedicati alle azioni di commercializzazione turistica, evidenziando l'incidenza dell'intervento pubblico e privato, da cui emerge che “un euro di cofinanziamento pubblico ne genera quasi 6 da parte dei privati, creando un circolo virtuoso di notevoli dimensioni e di certo impatto verso il mercato”. Ma rispetto ai temi della “destagionalizzazione” e dell'innovazione tecnologica, la relazione non contiene specifici approfondimenti.

L'assessore Maurizio Melucci ha ricapitolato i cardini dell'organizzazione turistica regionale: il Comitato di concertazione (ne fanno parte rappresentanti di Regione, Province, sistema dell'imprenditoria turistica, Camere di commercio), l'Apt Servizi (società partecipata da Regione e UnionCamere), le 4 Unioni di prodotto (associazioni composte da soggetti pubblici e privati, focalizzati su: “Costa”, “Terme, salute e benessere”, “Appennino e verde”, “Città d'arte cultura e affari”), le aggregazioni di imprese (soggetti privati con i loro progetti di commercializzazione), e le Province (sulla scorta del budget annuale assegnato dalla Regione). Per l'immediato futuro, l'assessorato auspica chiarimenti sulla sorte delle Province.

Nel triennio 2008-10, le risorse regionali investite e liquidate ammontano a 60 milioni di euro. Si tratta di somme che svolgono una funzione di “moltiplicatore finanziario” (UnionCamere, aggregazioni di imprese, enti locali, ecc.), innescando un investimento globale di 135,5 milioni.

Attraverso Apt Servizi, la Regione si è prefissata l'obiettivo prioritario di aumentare la quota di mercato estero; i risultati raggiunti appaiono positivi, in un quadro di persistente crisi economica, con una sostanziale stabilità per il mercato di lingua tedesca e di crescita per tutti gli altri mercati

esteri. Nel 2010, la quota di mercato estero delle presenze turistiche arriva al 24% (circa 9 milioni di presenze su 37,6 milioni complessivi).

Nel triennio, le Unioni di prodotto hanno investito su un numero crescente di progetti (12 nel 2008, 15 nel 2009, 19 nel 2010), con un investimento complessivo di 18,7 milioni di euro, con un co-finanziamento regionale che supera i 10 milioni, così suddiviso: 44% alla “Costa”, 22% “Città d’arte”, 18% “Appennino”, 16% “Terme”.

I dati sulle presenze 2010 indicano che circa l’80% dei turisti (21,5 milioni) si sono riversati sulla “Costa”, a seguire le “Città d’arte” (13%, 2,8 milioni), le “Terme” (4%, 1,1 milioni), e infine l’Appennino (3%, 0,9 milioni).

Fra domande e richieste di chiarimento, sono intervenuti i consiglieri Marco Lombardi (Pdl), Andrea Pollastri (Pdl), Andrea Defranceschi (M5s), Alberto Vecchi (Pdl), Roberto Montanari (Pd), Silvia Noè (Udc), Giovanni Favia (M5s), Giuseppe Pagani (Pd), Thomas Casadei (Pd), Paola Marani (Pd), Stefano Cavalli (Ln).

I punti più significativi riguardano la possibilità di misurare l’efficacia delle campagne promozionali e la valutazione puntuale del ritorno degli investimenti effettuati, le conseguenze del terremoto e le iniziative per contrastarne gli effetti sull’attrattività turistica, l’apertura ai mercati dell’Estremo Oriente, lo sviluppo del turismo slow legato all’uso della bicicletta.

Melucci ha replicato che mancano gli strumenti - dati affidabili, oggettivi e condivisi da tutti - per comparare la situazione regionale a quella nazionale. Sul terremoto, si è assistito a tentativi di sciacallaggio da parte di tour operator stranieri, ma la situazione è stata presto contrastata, e i segnali delle disdette sono tranquillizzanti; si sta predisponendo una campagna straordinaria dedicata alle città d’arte (innanzitutto Ferrara e Modena, le più colpite dal sisma), con 300 mila euro di stanziamento nazionale e un focus sul mercato europeo. Infine, Melucci ha detto che gli ampi margini di crescita del turismo sull’Appennino possono trovare concretezza solo se si sviluppano le imprese turistiche, mentre le azioni di promozione devono meglio integrare le offerte culturali, della mobilità e dell’accoglienza.

Dal sito web: <http://www.assemblea.emr.it/>