



Camera dei Deputati

XVIII Legislatura

XI Commissione (Attività produttive, Commercio e Turismo)

Documento di Osservazioni e Proposte

Audizione informale nell'ambito della Proposta di Piano Nazionale Ripresa e Resilienza in materia di Turismo

(Doc. XXVII, n. 18)

Roma, 1° febbraio 2021

Premessa

La crisi sanitaria ha messo drammaticamente in difficoltà la filiera turistica. L'attrattività del nostro territorio, fatta di natura, storia, arte, saperi e cucina non ha più la stessa capacità di esercitare il suo fascino verso i turisti quando tutti i paradigmi di socialità sono saltati.

Le città d'arte hanno perso visitatori ed i centri storici senza turisti non possono più dare linfa alle attività produttive correlate.

Ma se le zone che vivevano di monocultura turistica oggi sono vuote, **al di fuori dei grandi centri emergono anche delle opportunità basate sulla specificità di questi territori che possono divenire un modello di sviluppo e rigenerazione turistica per l'Italia intera.**

Vogliamo cogliere questo momento di grande transizione per aprire una riflessione sul rapporto tra territori turistici e qualità della vita. Una qualità della vita che dipende da tanti fattori, quali il mantenimento di una popolazione residente attiva, servizi per i cittadini e i turisti e un tessuto produttivo vivo ed ecosostenibile.

L'eccezionalità dell'emergenza richiede quindi un'azione su due fronti: sostegno alle imprese e ripensamento del settore.

Occorre un intervento straordinario del Governo volto a far sì che questo tessuto imprenditoriale turistico non si disgreghi. Ma questa azione va accompagnata da un ripensamento del funzionamento del comparto turistico italiano.

La valorizzazione del territorio e della filiera turistica deve passare dall'innalzamento della qualità della vita dei residenti. Non è più pensabile proseguire con politiche di spolpamento del territorio come nell'*overtourism* che portino ad un impoverimento dei residenti, della cittadinanza attiva e delle botteghe artigiane.

Occorre costruire delle proposte turistiche in grado di mantenere i territori come luoghi vivi e attrattivi, combattere lo spopolamento e favorire le attività produttive che prosperano in un sistema ecosostenibile.

Prima ancora dell'emergenza creata dalla pandemia, Confartigianato Imprese ha scelto la via del turismo responsabile e diffuso, che valorizza e preserva gli elementi di autenticità e identità dei nostri territori, scegliendo di valorizzare i nostri centri storici, i borghi e i piccoli comuni di montagna e delle aree interne. Queste zone sono oggi laboratori di innovazione sociale, culturale e di buone prassi, e costituiscono il futuro del turismo italiano: un turismo che unisce qualità della vita e sostenibilità.

I grandi poli turistici vanno ripensati, occorre invertire lo sguardo e non cercare di riportare solo tutta la situazione a come era prima della pandemia. Ora è il momento giusto per migliorare un modello che aveva già mostrato di essere in via di esaurimento. Prima della pandemia, molte località ricercate dai turisti hanno lentamente intrapreso un percorso che le ha portate alla perdita

di autenticità. Le botteghe hanno lasciato il posto a negozi di souvenir stereotipati, le abitazioni hanno lasciato il posto agli affittacamere abusivi e anche i ristoranti hanno abbandonato la cucina locale per menù anonimi e standardizzati.

L'azione di Confartigianato Imprese ha da sempre lo scopo di rilanciare l'artigianato e tutto il territorio che lo contiene prima che il danno sia irreversibile, perché crediamo che la chiave del futuro del turismo sia nell'autenticità e nel benessere di tutta la comunità locale, fatta di imprese, turisti e residenti.

Sappiamo, infatti, che il motivo di una visita in Italia è spesso proprio questo: scoprire da vicino i luoghi autentici del Made in Italy, osservare come vengono realizzati i suoi prodotti, scoprire la tradizione e la cultura che li ha generati e vivere lo stile del luogo.

L'artigianato di qualità da sempre contribuisce a creare il *genius loci* di ogni località e protegge le località dalla perdita di autenticità causata da fenomeni come *l'overtourism*.

Per queste ragioni Confartigianato Imprese propone le seguenti osservazioni sul capitolo "Turismo e Cultura 4.0" del "Piano di Ripresa e Resilienza" all'oggetto di questa audizione:

- **Evidenziare la strategia complessiva delle proposte in materia di cultura e turismo**, che nella formulazione del Piano non sono evidenti in quanto frammentate nelle singole azioni progettuali.
- **Dividere la sezione dedicata al turismo da quella dedicata ai beni culturali.**
L'Italia è la quinta destinazione al mondo per flussi turistici¹. Negli ultimi anni il nostro Paese è passato dalla terza alla quinta posizione, superato da Francia e Spagna. Restiamo comunque una delle mete privilegiate del turismo mondiale, ma molto si potrebbe fare per colmare quelle carenze che ci hanno fatto superare da altri paesi europei.

Il PNRR dedica uno spazio limitato al turismo e ne prende in considerazione solo gli aspetti legati alla cultura.

Il turismo è una tematica che oggi si trova accorpata in Italia al Ministero dei Beni Culturali, ma non costituisce una branca della cultura. Il turismo è un ecosistema che trae vantaggio dalle sinergie con altri settori come l'enogastronomia, i prodotti made in Italy, il paesaggio e la cultura. La cultura ha un ruolo molto importante nello sviluppo economico del turismo, ma non è l'unico settore che lo muove.

Chiediamo quindi di focalizzare l'attenzione anche sulla filiera dell'enogastronomia, dei prodotti di qualità made in Italy e sul mondo delle imprese che operano nell'accoglienza. Focalizzare i progetti sull'accoglienza turistica permetterebbe di valorizzare le destinazioni turistiche nella loro interezza, beni culturali compresi.

- **Riconoscere l'artigianato come fattore innovativo.** Il Piano cita le botteghe artigiane tradizionali, ma l'artigianato è un'entità viva, che si rinnova e porta innovazione sia nella

¹Dati 2019 dell'Organizzazione mondiale del Turismo delle Nazioni Unite UNWTO

produzione che nei servizi. In questo senso riteniamo positivi tutti gli interventi proposti di riqualificazione edilizia e di restauro, perché permetteranno alle imprese artigiane che sanno coniugare tradizione e innovazione di dare un importante contributo.

- **Riconoscere il ruolo della piccola impresa di restauro e incentivare le attività di prevenzione e manutenzione programmata.** È apprezzabile che siano stati inseriti nel Piano il “restauro e la rifunzionalizzazione di complessi di elevata valenza storico-architettonica” che “salvo alcune eccezioni, sono localizzati nelle principali città italiane”, ma occorre pensare anche all’enorme patrimonio diffuso in tutto il territorio italiano. È necessario cambiare strategia - anche in considerazione della attuale scarsità di risorse - per favorire interventi di cura e manutenzione costante, puntando tutto sulla prevenzione. Le strategie e le procedure connesse con la manutenzione programmata, inoltre, consentono di risparmiare ingenti risorse prevenendo il degrado con attività semplici e ripetute nel tempo. Da esperienze sviluppate sul campo si è dimostrato che tali attività possono avere un costo annuo molto contenuto rispetto al costo dell’intero restauro. Garantendo più elevati livelli di conservazione e fruibilità.

Favorire il restauro del patrimonio diffuso e non solo dei “complessi di elevata valenza storico-architettonica”, permette anche alle piccole imprese di restauro di offrire il loro prezioso contributo. I valori in gioco sono tali da rendere possibile un significativo incremento dell’occupazione giovanile, delle attività economiche a livello di indotto turistico e uno sviluppo locale coerente con i modelli di economia della conoscenza.

- **Favorire la qualità della vita dei residenti e la vivibilità dei territori** per integrare il turismo in un modello di sviluppo che non depauperi la bellezza e non trasformi i luoghi turistici in parchi a tema.

L’investimento più importante per sviluppare il turismo nel nostro paese dovrebbe essere rivolto al versante “interno”, e dovrebbe riguardare principalmente ambiti quali la **qualità della vita** delle destinazioni e il prodotto offerto (è il caso ancora una volta di ricordare che è il prodotto la parte più importante dell’immagine).

È la qualità della vita di una destinazione che attira i turisti e li invoglia a sperimentarla.

La qualità della vita delle destinazioni è basata in primis sulla qualità della vita dei residenti, ed è questo aspetto che deve diventare l’asse portante di un ripensamento in termini qualitativi dell’organizzazione turistica.

Preservare l’autenticità non vuol dire restare nel passato, ma mantenere i luoghi vivi e attrattivi, con attività produttive che prosperano in un sistema ecosostenibile grazie ai collegamenti in fibra e alle infrastrutture.

- **Promuovere e agevolare un percorso originale di sviluppo del turismo italiano** che sappia valorizzare le identità del nostro sistema di offerta, e che sia in grado di rispondere alle aspettative delle persone che vanno in vacanza, nel rispetto delle compatibilità sociali e ambientali. Un percorso originale basato che sappia valorizzare il fascino dei nostri luoghi senza omogeneizzarli, attivando azioni e modalità non standard e soprattutto condivise.

- **Generare un ripensamento complessivo della strutturazione del turismo in Italia** a cominciare dall'organizzazione turistica nazionale, regionale e locale, oggi sbilanciata sulle attività di promozione, incentivando la capacità di fare rete, coinvolgendo tutti i soggetti della filiera del turismo, e infine incentivando la Cultura dell'accoglienza.

L'artigianato chiede alle Istituzioni locali di affrontare il turismo avendo una visione chiara del futuro e abbandonando il punto di vista che tende a turisticizzare il sistema di offerta, e avviando non solo attività di comunicazione, ma anche progetti che valorizzino le alleanze tra i soggetti, che diano luogo a prodotti turistici di carattere, non banali e non standard.

Le Istituzioni devono spendersi nella gestione del turismo non solo nella promozione, così da evitare gli effetti indesiderati dello sviluppo turistico spontaneo e incontrollato.

- **Riconoscere e sostenere il ruolo della piccola impresa nella filiera turistica.**

La filiera turistica italiana è composta prevalentemente di imprese di piccola dimensione. La dimensione di queste imprese è stata e continua ad essere erroneamente considerata un limite, quando invece è un fattore identitario, un valore unico che oggi sta permettendo, nonostante le difficoltà, al sistema turistico di sopravvivere attraversando la crisi causata dalla pandemia proprio grazie alla rapidità decisionale, alla flessibilità, alla creatività e all'attaccamento al territorio che le caratterizza.

Le imprese artigiane della filiera turistica italiana sono le uniche in grado di offrire ai clienti un servizio personalizzato e non impattano negativamente sull'ambiente, rispettando gli equilibri delle località scelte dai turisti e mantenendone inalterata la bellezza del paesaggio.

- **Riconoscere il ruolo di protagonista dell'artigianato nel turismo**

Occorre dare un ruolo di protagonista all'artigianato, che per le sue dimensioni e le sue diversità è una delle caratteristiche e delle peculiarità dell'offerta italiana. Sino ad oggi il turismo italiano ha considerato l'artigianato come un elemento ancillare, ignorando il suo ruolo nel turismo esperienziale, nell'accoglienza e nella filiera del ricordo, nonché le sue capacità progettuali innovative testimoniate ad esempio dal progetto Percorsi Accoglienti di Confartigianato Imprese.

Ma è proprio grazie alla presenza e all'attività degli artigiani, che si possono proporre ai visitatori esperienze diverse da quelle omologate; è grazie a loro che le esperienze diventano uniche e irripetibili, e aggiungono fascino alle visite e più in generale al turismo.

In conclusione, riteniamo importanti alcuni elementi proposti dal capitolo "Turismo e Cultura 4.0", ma chiediamo un maggiore sforzo per inserire le proposte all'interno di una strategia che sappia valorizzare tutto il patrimonio diffuso italiano e porti ad una visione del turismo meno frammentata, che possa rappresentare e valorizzare davvero il nostro Paese.