CONSIGLIO DELLA PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Gruppo Consiliare Progetto Trentino

Relazione al ddl "Modificazioni della legge provinciale sulla promozione turistica 2002, della legge provinciale sulla ricettività turistica 2002 e della legge provinciale 16 giugno 2006, n. 3 (Norme in materia di governo dell'autonomia del Trentino)"

All'amministrazione provinciale il sistema turistico del Trentino oggi chiede soprattutto certezze, vale a dire un quadro chiaro all'interno del quale agire, dunque conoscenze, condizioni e strumenti adeguati, al passo con i tempi, che consentano alle imprese del settore di competere "ad armi pari" nel mercato globale in continua evoluzione.
Una richiesta, questa, ampiamente giustificata dalle rilevazioni statistiche riferite al comparto turistico del Trentino, che ne documentano il peso determinante e irrinunciabile per l'intero equilibrio del sistema economico. Dai dati forniti dagli osservatori provinciali, si evince infatti che la spesa turistica nel nostro territorio genera un prodotto interno lordo pari a 2.520 milioni di euro. Si tratta del 15.6% del Pil provinciale. Ma se si considerano anche gli imprescindibili effetti indotti, si arriva ad una percentuale che oscilla tra il 26 e il 28% circa del prodotto interno lordo del Trentino. Ancora, le indagini associano al comparto turistico un valore aggiunto di 1080.56 milioni di euro, che nel 2011 è risultato maggiore di quello di settori produttivi trainanti come le costruzioni (1079.5 ml), il metalmeccanico, il siderurgico (915.62 ml). Inoltre il turismo coinvolge, nel solo ramo alberghiero, più di 11.000 addetti, mentre i posti di lavoro riconducibili alla spesa dei turisti sono oltre 31.000. Si tratta di cifre eloquenti che giustificano ampiamente un'attenzione specifica per questo settore.

È giunto il momento di riconoscere e accordare pubblicamente al turismo e alla sua promozione una centralità strategica nelle politiche economiche e di sviluppo della Provincia. Occorre la consapevolezza che questo comparto ha già dimostrato e continua a testimoniare una notevole capacità di "tenuta" di fronte alla crisi economica complessiva, sia dal punto di vista delle risposte che fornisce ai problemi occupazionali, sia per la tempestività con cui intercetta e interpreta costruttivamente i primi sintomi di ripresa. Si tratta di ragioni che rendono quanto mai sensato e opportuno investire in un settore come questo, particolarmente sensibile allo scenario economico esterno perché per sua natura aperto e internazionalizzato. Investire nella promozione turistica significa quindi scommettere a ragion veduta sulla capacità di attrarre turisti da altre regioni d'Italia e dall'estero rafforzando indirettamente l'intero sistema economico provinciale.

In questa prospettiva appare oggi sempre più urgente pensare ad una riforma della promozione e dell'organizzazione del comparto turistico del Trentino, purché un progetto di rinnovamento scaturisca dal confronto con tutti gli attori interessati, del pubblico e del privato. Indispensabile, in questo senso, è inoltre il coinvolgimento dei soggetti e degli operatori attivi nei territori, da cui dipende la possibilità di attivare un sistema di promozione in grado di darsi strategie e obiettivi condivisi con i quali puntare alla promozione e alla valorizzazione dei molteplici prodotti turistici, di sostenere la qualità dell'offerta del Trentino sui mercati, di monitorare e controllare periodicamente i risultati.

Ma perché una riforma che abbia queste caratteristiche possa essere messa in campo, occorre innanzitutto fare chiarezza.

Questa richiesta di chiarezza emerge, in particolare, dopo le decisioni adottate dalla Giunta provinciale, dapprima di accorpare Trentino Marketing, società preposta alla promozione complessiva del turismo del Trentino, a Trentino Sviluppo, società di sistema creata invece per sostenere e stimolare la crescita dell'intero sistema economico, e poi in seguito al ripensamento compiuto dall'esecutivo nell'attuale legislatura – di emancipare nuovamente Trentino Marketing da Trentino Sviluppo spa. Con il risultato di disorientare i soggetti e gli operatori del turismo, che oltre a non essere stati coinvolti in questo processo di faticano a capire la ratio di queste scelte e quale logica soddisfino, mentre le imprese del settore risentono della difficile congiuntura economica in corso non meno di altri comparti produttivi, e necessitano di cogliere nelle politiche pubbliche indicazioni precise verso l'uscita dalla crisi.

Ecco perché oggi appare indispensabile e urgente chiarire la linea politica che si intende perseguire. Come? Evidenziando, senza ulteriori indugi, la prospettiva e, di conseguenza, gli obiettivi, gli interventi e gli investimenti da realizzare nei prossimi anni. Occorre, in altri termini, che la Provincia si lasci definitivamente alle spalle una lunga fase di tentativi e di iniziative frammentarie, episodiche, sganciate da un disegno complessivo, e definisca una strategia solida, da un lato per rispondere ai rapidi cambiamenti e alle novità da cui è interessato il mercato turistico internazionale, dall'altro per tener conto delle esigenze degli operatori, delle imprese e dei tanti soggetti pubblici e privati attivi in questo settore.

Al bisogno di muoversi con un orizzonte ben definito avendo a disposizione la "bussola" di alcuni punti di riferimento inequivocabili, tende a rispondere questo disegno di legge.
Il primo e fondamentale elemento politico che il provvedimento proposto chiarisce, la volontà dell'amministrazione provinciale di assumere una regia e una responsabilità forti nel comparto cruciale della promozione turistica. Ecco perché questo disegno di legge mira a dare autorevolezza e dignità al soggetto della promozione turistica, denominato "Società per lo sviluppo del turismo". Istituendo questo organismo non si dà solo autonomia al soggetto della promozione turistica ma si punta a mettere finalmente ordine nel settore, superando la logica degli interventi spot.

Il disegno di legge si prefigge l'obiettivo di modificare la legge provinciale 11 giugno 2002, n. 8 (legge provinciale sulla promozione turistica 2002) e la legge provinciale 15 maggio 2002, n. 7 (legge provinciale sulla ricettività turistica 2002). Per ragioni di coordinamento normativo è modificata anche la legge provinciale n. 3 del 2006, relativamente alla disciplina dell'incompatibilità della carica di presidente di comunità con quella di presidente delle agenzie per il turismo (Apt).

Il ddl sostituisce (art. 1) l'articolo 6 della legge provinciale sulla promozione turistica, istituendo la società per lo sviluppo del turismo con compiti di programmazione, indirizzo e coordinamento del sistema turistico provinciale, anche per quanto attiene la valorizzazione della montagna, nonché delle attività alpinistiche, sciistiche ed escursionistiche nel rispetto della compatibilità ambientale.

La società attua, in particolare, interventi di sviluppo e commercializzazione dell'offerta turistica provinciale, al fine di aumentare e qualificare i flussi turistici verso il Trentino, di valorizzazione integrata delle risorse turistiche, volto all'incremento dei flussi turistici, all'ampliamento, alla diversificazione e alla qualificazione dell'offerta turistica, anche per quanto attiene l'offerta termale trentina, di coordinamento delle azioni finalizzate alla promozione turistica, allo sviluppo sostenibile e qualificato del territorio, nonché all'aggregazione di soggetti pubblici e privati, puntando alla creazione e al consolidamento di prodotti turistici in funzione dell'andamento della domanda turistica sui mercati nazionali ed esteri.
Tale società attua interventi finalizzati alla salvaguardia e valorizzazione della montagna, delle attività alpinistiche, sciistiche ed escursionistiche, nonché dei soggetti che operano nel settore della montagna, anche attraverso la promozione delle tradizioni e delle risorse legate al turismo, alla

qualità ambientale, all'economia compatibile con l'ecosistema e la realizzazione di attività educative, nonché di percorsi formativi qualificati indirizzati alle figure professionali specificatamente legate al mondo della montagna, operando in collaborazione con il sistema dell'istruzione e dell'Università, ed in particolare con il sistema della formazione professionale dedicata al turismo, anche attraverso società operanti nel settore formativo, al fine di qualificare al meglio i giovani trentini che intendano formarsi per un impiego nel comparto turistico.
La società promuove l'immagine turistica provinciale sui mercati mondiali, anche attraverso le moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione ed il coordinamento degli interventi promossi dagli enti locali, dalle imprese del settore turistico in forma singola o associata, dalle associazioni imprenditoriali di categoria, dalle associazioni pro loco e loro consorzi, nonché da altri soggetti che abbiano come scopo il perseguimento della qualificazione dell'offerta turistica, nonché lo sviluppo sociale ed economico del territorio. Promuove, inoltre, l'integrazione tra differenti tipologie di turismo, anche in funzione della destagionalizzazione, nonché la valorizzazione delle risorse turistiche a garanzia della fruizione del patrimonio ambientale, paesaggistico, termale, culturale, storico, artistico ed enogastronomico locale.
La Provincia è autorizzata a promuovere la costituzione o a partecipare alla predetta società a condizione che lo schema di atto costitutivo e di statuto siano approvati preventivamente dalla Giunta provinciale e che l'atto costitutivo e lo statuto prevedano:

a) la realizzazione delle attività finalizzate al marketing turistico-territoriale del Trentino, in Italia e all'estero;
b) la partecipazione della Provincia in misura superiore al 50 per cento del capitale sociale, anche in caso di aumento del capitale o di emissione di obbligazioni convertibili;
c) la partecipazione al consiglio di amministrazione della società del componente della Giunta provinciale cui sono attribuiti gli affari in materia di promozione turistica;
d) la possibilità di partecipare alla società da parte di altri soggetti pubblici;
e) una composizione del consiglio di amministrazione tale da garantire l'espressione delle agenzie per il turismo e delle associazioni maggiormente rappresentative dell'offerta turistica trentina;
f) la designazione di un componente del collegio sindacale da parte delle minoranze del Consiglio provinciale.

Non si configurano in capo al componente della Giunta provinciale cui sono attribuiti gli affari in materia di promozione turistica, qualora ricopra la carica di presidente della società le cause di incompatibilità di cui alla legge provinciale 5 marzo 2003, n. 2 (legge elettorale provinciale).

La Provincia affida la gestione del marketing turistico-territoriale del Trentino alla società mediante convenzione da sottoscrivere entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della legge. Compete alla Provincia adottare con deliberazione le misure organizzative relative alla riorganizzazione delle attività del marketing turistico-territoriale e alla ridefinizione dell'assetto societario, ivi compresa la disciplina transitoria e la decorrenza del trasferimento dei rapporti giuridici in essere e del personale della soppressa società di promozione del marketing turistico-territoriale del Trentino, nonché della Fondazione Accademia della montagna del Trentino. Tale deliberazione, adottata previo parere della competente commissione permanente del Consiglio provinciale, che si esprime entro quarantacinque giorni dal ricevimento della richiesta, decorsi i quali la Giunta provinciale provvede comunque all'adozione della medesima (art. 2 del ddl), disciplina le modalità per il coordinamento dei compiti affidati alla società con quelli attribuiti ad altre strutture organizzative provinciali. Ai fini del processo di riorganizzazione societaria la Provincia promuove forme di consultazione con le associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore a livello provinciale, con i soggetti che operano nell'ambito delle attività economiche, professionali, formative e culturali della montagna, nonché con gli altri soggetti interessati di cui alla legge provinciale sulla promozione turistica. La Provincia concede contributi alla società per il suo funzionamento.

Il ddl prevede (art. 3) il comitato di coordinamento per la promozione turistica integrata, con compiti di concertazione delle linee strategiche e programmatiche per lo sviluppo delle attività di promozione e commercializzazione turistica, di studio e ricerca relativi agli aspetti qualitativi e quantitativi della domanda e dell'offerta turistica locale anche in relazione alla realizzazione di un sistema provinciale di valorizzazione integrata delle risorse turistiche, di sviluppo dei processi di aggregazione tra soggetti pubblici e privati, ivi compresi eventuali accorpamenti e fusioni dei soggetti che svolgono il marketing turistico territoriale d'ambito, nonché di analisi, monitoraggio e valutazione delle politiche pubbliche in materia di turismo.
Il comitato formula proposte volte a superare eventuali carenze ed inadeguatezze organizzative e funzionali ostative al corretto e celere svolgimento dell'azione amministrativa anche per quanto attiene alla riduzione degli oneri amministrativi a carico delle imprese secondo quanto previsto dalla legge provinciale 30 novembre 1992, n. 23 (legge provinciale sull'attività amministrativa), con particolare riguardo al settore del turismo.
Il comitato è composto:

a) dall'assessore competente in materia di turismo o suo delegato;
b) dal presidente della società per lo sviluppo del turismo o suo delegato;
c) da due rappresentanti del marketing turistico-territoriale d'ambito;
d) da due rappresentanti delle associazioni pro loco e loro consorzi;
e) da due rappresentanti individuati dal Consiglio delle autonomie locali;
f) da due rappresentanti nominati dalle associazioni di categoria maggiormente rappresentative nel settore del turismo;
g) da un rappresentante nominato dalla Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura.

I componenti del comitato restano in carica per la durata della legislatura. Ad essi non compete alcun compenso o rimborso spesa. Ai lavori del comitato possono partecipare, su richiesta del presidente, in relazione ai temi trattati nelle singole riunioni e in aggiunta ai componenti funzionari della Provincia o di altre amministrazioni pubbliche e soggetti esterni. La Giunta provinciale stabilisce le modalità di funzionamento del comitato e la struttura competente in ordine agli adempimenti istruttori di supporto.

Il disegno di legge (art 5) prevede una ridefinizione dei compiti delle Apt. In particolare stabilisce che la Provincia possa riconoscere con proprio provvedimento, sulla base dei criteri definiti nelle linee guida, le aggregazioni rappresentative dei soggetti pubblici e privati operanti negli ambiti territoriali di cui all'articolo 8 della l.p. n. 8 del 2002, denominate agenzie per il turismo (APT) ed operanti nell'ambito di contesti turistici omogenei, comprendenti territori caratterizzati dall'offerta integrata di località turistiche, beni culturali ed ambientali, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, e dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate; tali soggetti hanno compiti di sviluppo dell'economia turistica, di valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche dei contesti di appartenenza, nonché di qualificazione e innovazione dei prodotti, dei servizi turistici locali e del sistema integrato dell'offerta turistica.

Compete alle APT realizzare le seguenti attività:

a) predisposizione e attuazione di progetti di marketing turistico sui mercati turistici nazionale ed estero, ai fini della promozione dell'immagine e dei prodotti turistici del proprio territorio in stretto coordinamento con la società per lo sviluppo del turismo;
b) raccolta e diffusione di informazioni turistiche riferite all'ambito di competenza, organizzando e coordinando sul proprio territorio gli uffici di informazione e accoglienza turistica (IAT);
c) promozione e realizzazione di iniziative per la valorizzazione delle risorse turistiche locali, nonché di manifestazioni dirette ad attrarre i turisti e a favorirne il soggiorno;
d) assistenza ai turisti, compresa la prenotazione di servizi ricettivi, di intrattenimento e svago nel territorio di rispettiva competenza;
e) attività di collaborazione con il sistema informatico-informativo provinciale, nonché con il portale turistico provinciale, utilizzandone direttamente le funzioni e interfacciando i propri

sistemi informatici;

f) partecipazione a progetti di promozione turistica interambito anche in collaborazione con la società per lo sviluppo del turismo e con i club di prodotto.

Compete, inoltre, alle APT realizzare:

a) attività di commercializzazione dei prodotti turistici del territorio e di promozione di pacchetti di offerta turistica anche in collaborazione con gli operatori del settore e con i club di prodotto;
b) attività di formazione degli operatori turistici, in stretta collaborazione con le varie categorie turistiche operanti sul proprio territorio, nonché di assistenza per il marketing dell'impresa turistica;
c) gestione di impianti sportivi, culturali, d'interesse turistico, nonché di sedi congressuali presenti sul proprio territorio;
d) iniziative di qualificazione dell'offerta turistica locale in collaborazione con i soggetti pubblici e privati presenti sul territorio anche in modo coordinato con la società per lo sviluppo del turismo.

La Provincia stabilisce con deliberazione, da sottoporre al parere della competente commissione permanente del Consiglio Provinciale e al tavolo di concertazione turistica, i criteri e le modalità per la concessione di finanziamenti nella misura non superiore al 90 per cento della spesa ammessa, tenendo conto dei seguenti elementi:

a) livello quali-quantitativo del programma di sviluppo complessivo delle attività da svolgere e di progetti specifici, anche in funzione della loro attitudine a rappresentare l'offerta turistica dell'ambito;
b) adeguatezza delle risorse provenienti da autofinanziamento anche in relazione alle potenzialità di sviluppo dell'economia d'ambito;
c) adeguatezza del programma di attività da svolgere in funzione dell'attivazione di specifici progetti o iniziative per la valorizzazione turistica del territorio;
d) capacità di coinvolgimento degli operatori pubblici e privati presenti sul territorio;
e) capacità di coordinamento con la società per lo sviluppo del turismo.

Il ddl prevede (art. 6), per quanto attiene all’articolazione organizzativa delle APT, che esse siano costituite come soggetti di diritto privato nelle forme previste dal codice civile.
Ai fini dell'erogazione dei finanziamenti l'atto costitutivo, nel rispetto di quanto previsto dal codice civile, deve, comunque, prevedere tra gli organi il direttore e il collegio dei revisori dei conti.
Il regolamento di esecuzione disciplina le attività, l'organizzazione e il funzionamento delle APT.
Il ddl prevede (art. 7) l’istituzione degli uffici di informazione e di accoglienza turistica (IAT). Possono provvedere all'istituzione di IAT di norma le Apt ed in casi particolari previsti dal regolamento di esecuzione gli enti locali e le associazioni pro loco. Le Apt con apposita convenzione possono affidare la gestione degli IAT da esse istituiti alle associazioni pro loco, ad organismi associativi di sviluppo turistico locale, nonché ad enti gestori di servizi di interesse pubblico. Gli IAT riconosciuti possono utilizzare il segno distintivo IAT conforme al modello grafico approvato dalla Provincia.

Il ddl prevede (art. 8) che interventi ulteriori all’informazione ed accoglienza turistica di cui all’articolo 9 della l.p. n. 8 del 2002 (come modificato dall’art. 5 del ddl) possano essere affidati in convenzione a soggetti privati dell’ambito territoriale di riferimento. La Giunta provinciale individua con deliberazione i criteri per l’affidamento di tali interventi a soggetti privati adeguatamente rappresentativi dei soggetti operanti nel settore turistico dell’ambito di riferimento dell’APT.

Il ddl modifica, inoltre, la legge provinciale 15 maggio 2002, n. 7 (legge provinciale sulla ricettività turistica 2002), relativamente all’art. 33 in materia di "bed and breakfast", definita come l'ospitalità turistica offerta con carattere saltuario da coloro che, avvalendosi della sola organizzazione familiare, utilizzano parte dell'edificio in cui risiedono, fino ad un massimo di sei camere, fornendo

servizio di alloggio e di prima colazione. Il regolamento di esecuzione definisce i casi nei quali l'ospitalità "bed and breakfast" è consentita nell'edificio in cui è stato eletto domicilio.

Trento, 28 luglio 2013

Cons. Walter Viola

Cons. Silvano Grisenti

Cons. Marino Simoni

Cons. Gianfranco Zanon