



Rappresentanza italiana

PIÙ TURISMO PER LO SVILUPPO, PIÙ SOSTEGNO AL TURISMO SOCIALE

La ricorrenza del 50° anniversario dell' O.I.T.S. (Organizzazione Internazionale del Turismo Sociale) , ex B.I.T.S., ci fornisce l'occasione per ribadire l'importanza che il Turismo Sociale ha assunto nella società moderna a partire dalla dichiarazione di Montreal in cui veniva definita “ *la visione umanistica e sociale del turismo*”.

L'associazionismo italiano che opera in questo settore con tutte le sue specificità ed eccellenze, che è stato protagonista di primo piano nella costruzione della organizzazione internazionale sin dai suoi esordi, vuole contribuire con una serie di proposte concrete alla creazione di nuove e qualificate occasioni di lavoro nel settore turistico con particolare riferimento ai tanti giovani che, pur presentando oggi alte professionalità, non trovano possibilità di occupazione nemmeno nei territori ad alta vocazione turistica. Con le nostre proposte vogliamo concorrere alla concreta realizzazione di un piano strategico nazionale che promuova e valorizzi le straordinarie opportunità sociali, culturali ed economiche che lo sviluppo delle attività turistiche può rappresentare per l'Italia.

Il nostro Paese, che possiede uno straordinario patrimonio storico, ambientale e culturale ereditato dalla sua storia millenaria e che, se opportunamente valorizzato, produrrebbe una immensa ricchezza, ha bisogno di una nuova strategia per il rilancio del turismo e del turismo sociale in particolare, al fine di contribuire alla crescita dell'economia e dell'occupazione, in particolare quella giovanile.

Gli estensori e firmatari del presente appello “*Più turismo per lo sviluppo, più sostegno al turismo sociale*” si impegnano quindi a rilanciare le tematiche del turismo chiedendo al Governo centrale, alle Regioni e agli enti locali di assumersi la responsabilità di definire un

nuovo quadro di regole e di individuare le risorse da destinare a quella che è la prima industria di Italia: il turismo.

L'obbiettivo deve essere quello comune di far tornare competitivo il comparto turistico, costruendo nuove opportunità di lavoro e dando la possibilità di usufruire di una vacanza a tutte le famiglie italiane e, nel contempo, rendere sostenibile la fruizione dei territori che, con le loro identità, i servizi e le produzioni tipiche, col il patrimonio ambientale, artistico e culturale, con la facilità di accesso e i servizi ricettivi e di accoglienza, determinano complessivamente la qualità del prodotto turistico.

Nel nostro Paese abbiamo una straordinaria quantità di prodotti turistici che possono essere implementati e valorizzati: il turismo culturale, il turismo religioso, il turismo delle città d'arte, le meravigliose offerte dei borghi minori, il turismo del mare e dei laghi, il turismo della montagna, il turismo all'aria aperta, il turismo termale e del benessere, l'agriturismo, il turismo sportivo, il turismo congressuale, il turismo giovanile, il turismo associativo.

Va sottolineato il fatto che, il "consumo turistico" risponde prevalentemente a bisogni culturali, quali la scoperta della bellezza, di nuove realtà ambientali, sociali e culturali, la socializzazione, l'autorealizzazione, la crescita dell'individuo. Tutto ciò in Italia viene penalizzato da alti costi per gli investimenti, dal livello qualitativo - quantitativo dei servizi, dagli oneri fiscali e parafiscali, dalla difficoltà di accesso al credito, dalla piccola dimensione delle imprese ricettive, dalla stagionalità e dalla ridottissima fruizione del potenziale meridionale, delle aree interne e di quell'Italia detta minore, ma che minore non è affatto.

Purtroppo manca da sempre una specifica politica di coordinamento dell'offerta e di sostegno alla domanda, se si escludono gli interventi benemeriti dei Comuni a favore delle categorie più deboli.

Per altro, solo le associazioni, le imprese sociali, le cooperative, gli enti non profit che si dedicano al mondo del turismo sociale, senza contributi pubblici, si sono fatti carico di consentire l'accesso alle attività del tempo libero e al turismo ad un grande numero di cittadini.

A fronte della buona volontà, i limitati sforzi messi in campo si trovano a far fronte ad un mercato dalle dimensioni mondiali, ove nascono, ogni giorno, nuovi e agguerriti concorrenti.

Pertanto, la competitività, nella società della comunicazione e della mobilità, può essere vinta solo disponendo di coordinamento, grandi risorse economiche e tecniche che solo il Paese, preso nel suo insieme, potrebbe garantire, alla condizione che il turismo venga considerato quale settore di punta e strategico.

Occorre una inversione di marcia per fare in modo che alla parola turismo si associno quelle della sostenibilità e del lavoro affinché le straordinarie attrazione dell'Italia possano contribuire ad un rilancio dell'economia che contemperi un maggiore utilizzo del tempo libero da parte dei cittadini da dedicare alle vacanze con un forte rilancio dell'occupazione nel settore.

Per le considerazioni di cui sopra una politica di settore richiede:

- l'attivazione di sistemi turistici locali che investano nella qualificazione e riqualificazione del territorio, sotto il profilo paesaggistico, ambientale, urbanistico, architettonico, artistico, dei presidi agricoli, e per la dotazione di adeguati servizi e strutture ricettive, premessa indispensabile per migliorare l'offerta turistica locale. Si possono prevedere interventi pilota, concentrati in aree specifiche del mezzogiorno e in alcune zone strategiche del centro-nord, per la riqualificazione complessiva del prodotto turistico. Dovranno pertanto essere individuate sufficienti risorse economiche e sviluppare grandi capacità di coordinamento degli interventi tra le varie amministrazioni dello Stato, delle Regioni e dei Comuni, coinvolgendo sistematicamente gli operatori privati e il mondo del non-profit. In ogni caso, la priorità generale, nell'impiego delle risorse, deve essere indirizzata al miglioramento della qualità dei territori, alla loro fruizione, accessibilità e capacità di accoglienza e ospitalità.
- interventi specifici per il superamento della stagionalità, in accordo con le amministrazioni locali, con le imprese turistiche e quelle dei trasporti, con il mondo del turismo sociale, con i tour operator e con i sindacati per garantire maggiore redditività alle imprese e la conseguente creazione di posti di lavoro stabili e qualificati.
- la messa in rete dei territori, per una comunicazione sinergica in grado di promuovere e valorizzare le identità di tutti e ognuno, con le peculiarità, unicità, tipicità delle offerte.

- realizzare interventi a favore delle imprese calmierando e riducendo i costi di esercizio, operando principalmente e contemporaneamente, sui versanti della qualificazione degli addetti e su quello della costituzione di reti di servizi territoriali e nazionali, con particolare attenzione alle forme cooperativistiche e consortili. E' necessario, inoltre, armonizzare le aliquote IVA e delle altre imposizioni a livello europeo nonché rimodulare l'IMU tenendo conto del valore commerciale dell'attività e non solo dei valori catastali dell'immobile.
- una forte, selezionata, coordinata e sinergica presenza sui mercati esteri. Va ripensata la riforma dell'ENIT nel contesto del potenziamento generale della presenza del Prodotto ITALIA all'estero inserendo, in maniera strutturata, nell'offerta generale quella del turismo sociale.
- una politica di sostegno della domanda interna che non si limiti alla pura e semplice promozione del prodotto Italia, ma attivi reali meccanismi di sostegno economico a partire dai Buoni Vacanze, approvando celermente le proposte di legge presentate al Parlamento per un modello diffuso di sostegno al diritto alla vacanza, anche al fine di favorire gli accordi di collaborazione con gli altri Paesi europei nei quali l'esperienza dei buoni vacanza si è già realizzata e superando i punti di criticità della precedente normativa, come ad esempio, il pagamento anticipato della vacanza.
- Rilanciare il fondo di garanzia per i turisti, previsto nel codice del turismo, superandone i limiti e facendolo diventare uno strumento di vera garanzia per il cittadino consumatore del prodotto turistico, in caso di fallimento o insolvenza di tour operator, agenzie di viaggio, compagnie aeree.
- Pieno utilizzo dei programmi europei di sostegno al turismo 2014-2020

Oggi il 45% degli italiani non va in vacanza, la rimanente quota riduce progressivamente negli anni il proprio periodo di vacanza. Occorre, per rilanciare il turismo sociale, sapere guardare alle esperienze europee in questo settore. Il sistema di buoni vacanza in Francia, in Svizzera e negli altri Paesi europei, attraverso forme di incentivazione fiscale e con la collaborazione delle forze sindacali, hanno prodotto un potenziamento del settore turistico, ridotto fortemente la stagionalità ed hanno permesso l'accesso a queste forme di turismo a milioni di famiglie di lavoratori.

Dobbiamo quindi pensare a un nuovo modello di buoni vacanza in grado di dare alle famiglie italiane facilità di accesso agli stessi, costi contenuti e distribuiti nel tempo, qualità dei prodotti. Allo stesso tempo consentire agli enti pubblici di spendere rapidamente i fondi stanziati destinati a vacanze e cure climatiche per particolari categorie disagiate.

Bisogna affidare alle organizzazioni sindacali dei lavoratori e alle loro controparti datoriali la definizione, per via contrattuale, delle quote di contributo aziendale defiscalizzato erogate per l'acquisto dei Buoni Vacanze, facendo diventare i buoni un importante strumento di sviluppo ed equilibrio territoriale e di superamento della stagionalità nonché di lotta alla precarietà lavorativa, all'interno della strategia di rilancio del turismo sociale.

Rilanciare il turismo sociale significa inoltre rilanciare il ruolo del sistema delle associazioni che ha fatto la storia di questo segmento turistico.

In questo contesto va riaffermato il ruolo dei Cral aziendali come importanti attori del turismo sociale e vanno riviste le norme legislative che impediscono agli enti pubblici forme di finanziamenti dei Cral aziendali.

Debbono infine essere incentivate forme di contrattazione fra parti datoriali e sindacali tese ad incentivare il turismo sociale attraverso lo strumento dei Cral aziendali.

Il mondo del Turismo Sociale è una grande realtà sociale ed economica che nasce dai valori della solidarietà, della socialità, della responsabilità e della sostenibilità.

Rappresenta milioni di cittadini iscritti alle Associazioni aderenti, giovani, anziani, famiglie e lavoratori, migliaia di circoli o gruppi territoriali, migliaia di case per ferie e ostelli per la gioventù e le attività complessive del comparto superano il miliardo di euro, senza considerare i volumi gestiti da organismi territoriali non direttamente rappresentati nazionalmente, quali parrocchie ed altre aggregazioni locali.

Il potenziale del Turismo Sociale, può essere ulteriormente valorizzato a favore di progetti nazionali e territoriali che puntino all'ammodernamento e all'ampliamento dei settori di offerta turistica, rappresentati dagli Ostelli della Gioventù e dalle Case per Ferie, di quelli indirizzati a favorire la pratica turistica delle famiglie, dei giovani, degli anziani, dei lavoratori e a valorizzare le località minori delle zone interne e del meridione d'Italia.

La questione istituzionale emerge con grande forza, le indiscusse esigenze di definire una politica globale per il settore richiedono soluzioni più coraggiose e funzionali di quelle adottate con la costituzione del Comitato Nazionale per il Turismo.

A nostro giudizio è necessario restituire allo Stato le funzioni di coordinamento ed indirizzo di tutte le attività demandate alla pubblica amministrazione locale o centrale, indipendentemente dalle competenze istituzionali che attengono al comparto turistico, ferma restando la autonomia regionale nella attuazione di adeguate politiche per la creazione di prodotti turistici e di azioni finalizzate a valorizzarli e promuoverli in una logica di “paniere nazionale”.

È questo un principio più volte sancito dalla Corte Costituzionale, ed è quindi necessario individuare un referente governativo, con compiti di coordinamento intersettoriale (vedi multisettorialità del turismo), e di raccordo permanente con Regioni e Comuni, allo scopo di definire e gestire una politica nazionale per il comparto, rendendo cogenti e omogenei gli indirizzi di politica generale, nonché le decisioni amministrative, quali la classificazione degli esercizi alberghieri ed extralberghieri (es. Case per Ferie ed Ostelli per la Gioventù), la qualificazione e l'esercizio delle professioni, l'agibilità degli operatori privati e delle associazioni non-profit.

Per questo insieme di ragioni i firmatari del presente documento chiedono una riforma del turismo che rilanci la vocazione turistica dell'Italia, che consenta uno sviluppo occupazionale nel settore e che valorizzi il ruolo sociale ed economico del turismo sociale.

In questo contesto, si colloca la richiesta di avviare con urgenza il necessario confronto con le Regioni e i Comuni, per definire un quadro di riferimento omogeneo per le legislazioni regionali di settore, che valorizzi il ruolo sociale ed economico del Turismo Sociale, ne promuova lo sviluppo, e lo consideri protagonista di specifici progetti settoriali e territoriali.

Si chiede l'adesione di tutti i cittadini, delle associazioni e degli operatori del settore che condividono la nostra iniziativa.