



# **Il nuovo modello di finanziamento del settore turistico**

**Conferenza stampa, 5. aprile 2012**



## Situazione di partenza → Perché un nuovo modello di finanziamento?

L'Alto Adige deve fare i conti con una concorrenza sempre più agguerrita. Un mercato nel quale operano non più solo le tre-quattro destinazioni turistiche con le caratteristiche più simili alle nostre, ma una serie infinita di regioni e località che operano in maniera sempre più professionale. Per questo motivo, da diversi anni, si è giustamente aperta una seria riflessione su un aumento dei fondi destinati al marketing. L'Alto Adige ha la fortuna di poter contare su ospiti molto "fedeli", che tornano sempre nello stesso posto, anno dopo anno, ma anche questa categoria deve essere seguita in maniera seria e scrupolosa. Il turista è sempre più alla ricerca di un "prodotto" autentico, attraente, e nonostante il nostro territorio sia già oggi una delle destinazioni più apprezzate da questo punto di vista, il potenziale per migliorare ulteriormente la situazione è ancora piuttosto ampio. Ma bisogna fare affidamento alla creatività, alla capacità di pianificare e progettare in maniera efficiente: e anche qui torna d'attualità il tema della dotazione finanziaria.

La nostra Provincia non può certamente considerarsi una destinazione turistica "low cost", il target della clientela si è ormai consolidato, e le offerte delle singole associazioni turistiche devono potersi spingere al di là delle tradizionali manifestazioni. Occorre, tra l'altro, potersi affidare ad un materiale informativo più professionale, anche dal punto di vista della grafica; insomma, si sente la necessità di avviare un processo di miglioramento "strutturale". Oggi le organizzazioni turistiche vengono sostenute dalla Provincia, da contributi volontari, dai Comuni e dagli incassi delle varie manifestazioni. Non vi è però nessun obbligo legislativo che regola il finanziamento: ecco perché il sistema "volontario", pur funzionando in maniera egregia, presenta dei margini di rischio.

<b>Contributi volontari alle organizzazioni turistiche</b> [Fonte: Bilanci delle 80 associazioni turistiche   2010]	
Hotel	78,3%
Gastronomia	4,2%
Affittacamere	8,8%
Commercio	3,6%
Artigianato	1,6%
Servizi	1,6%
Altri	1,9%
<b>TOTALE</b>	<b>circa 18,3 milioni €</b>

Attualmente, nove albergatori su dieci versano volontariamente i propri contributi, tra i commercianti si scende al 3.6% e tra gli artigiani all'1,6%. E la tendenza è in calo. Non essendoci nessun obbligo dal punto di vista legislativo, non vi è alcuna certezza che i contributi volontari di oggi vengano garantiti anche in futuro. Secondo le più recenti rilevazioni dell'ASTAT, quasi un posto di lavoro su cinque in Provincia di Bolzano è legato in maniera diretta o indiretta al turismo. Basta questo dato per far capire che non è immaginabile pensare di correre dei rischi.



### Situazione attuale del finanziamento

Contributi volontari	circa 18 milioni €
Provincia (SMG 12 mil., ass. turistiche 8 mil. €)	circa 20 milioni €
Comuni	circa 5 milioni €
<b>TOTALE</b>	<b>circa 43 milioni €</b>
<i>In aggiunta entrate proprie da manifestazioni, ecc.</i>	

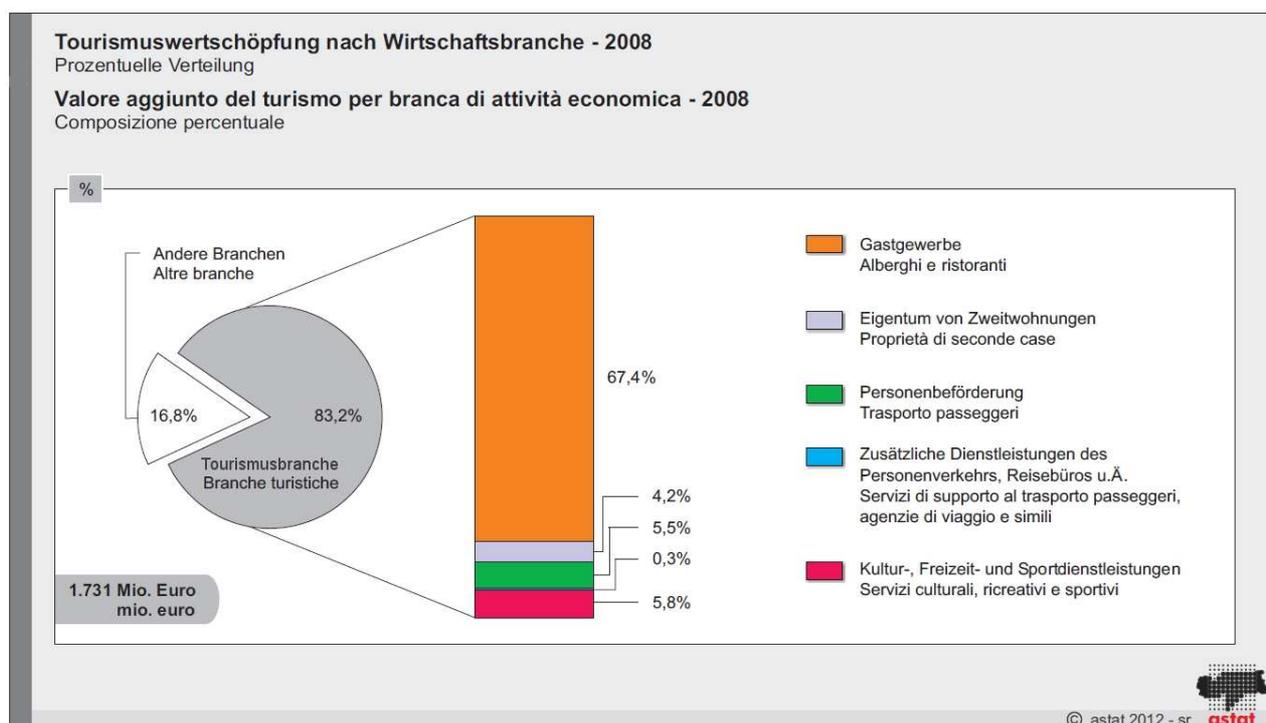
Nella stagione turistica 2007/2008, la spesa giornaliera di ogni ospite ha toccato quota 119 euro. Il 48,6% di questa spesa finisce alle strutture alberghiere, il 20,7% è destinato all'acquisto di beni, il 18,3% alla gastronomia, e l'8,5% alla mobilità interna. Per quanto riguarda quest'ultima categoria, la parte del leone la fa ovviamente l'acquisto degli skipass nel periodo invernale.

### Stima approssimativa del fatturato indotto dal turismo

[Fonte: spesa pro-capite 2007/08 | pernottamenti 2010/11]

Alloggio	48,6%
Gastronomia	18,3%
Mobilità interna	8,5%
Acquisto di beni	20,7%
Servizi	3,9%
<b>TOTALE</b>	<b>circa 3,4 miliardi €</b>

Un altro recente rilevamento dell'ASTAT dedicato agli effetti del turismo sull'economia, non solo ha confermato i dati contenuti in questa tabella, ma li ha addirittura aggiornati portando le spese per consumi degli ospiti a quota 3,7 miliardi € all'anno.





Questo dato tiene conto anche degli ospiti giornalieri e dei pernottamenti nelle seconde case e presso amici. In totale, il settore del turismo genera un valore aggiunto di 1,7 miliardi di euro, pari all'11,2% del prodotto interno lordo altoatesino, quota che sale al 16,2% se si tengono in considerazione anche gli effetti indiretti e indotti del "consumo" turistico. La categoria che beneficia dei maggiori vantaggi dal turismo è naturalmente quella degli albergatori (63,7% del valore aggiunto generato dal turismo), seguito dal settore immobiliare (20,9%), da mobilità e comunicazione (16,8%) e dal commercio (12,3%).

Alla luce dell'inconfutabile importanza del settore turistico per lo sviluppo economico e sociale dell'Alto Adige, riteniamo che il rischio di affidarci ancora ad un sistema di contribuzione volontaria non sia più sostenibile. È necessario avere più fondi a disposizione, e siamo convinti che il modello di finanziamento che proponiamo, in collegamento con dei nuovi e precisi criteri di qualità per le organizzazioni turistiche, possa portare un notevole miglioramento della situazione.

## Modello di finanziamento → 3 pilastri per la stabilità nel lungo periodo

La proposta di finanziamento del turismo prevede un modello con 3 pilastri: le risorse provengono dagli ospiti (contributo ospite), dalla collettività (contributi di Provincia e Comuni) e dalle aziende (tramite un contributo marketing) che beneficiano del turismo. Complessivamente i mezzi a favore del turismo verrebbero incrementati di un terzo, senza ulteriore aggravio per le aziende che oggi versano un contributo volontario.

Schema del finanziamento previsto	
Contributo dell'ospite (pagato dal cliente)	ca. 23 Mio.€
Provincia & Comuni (pagano tutti)	ca. 23 Mio.€
Contributo marketing (pagano aziende)	ca. 21 Mio.€
<b>TOTALE</b>	<b>ca. 67 Mio.€</b>
<i>Entrate aggiuntive proprie da manifestazioni, eventi, ecc.</i>	

La Provincia garantirebbe anche in futuro il contributo al finanziamento delle associazioni turistiche, parimenti i Comuni con il versamento del corrispettivo per i servizi forniti. I 12 milioni di euro pubblici con i quali oggi si finanzia quasi il 100% dell'attività di AAM/SMG saranno garantiti anche in futuro e se necessario potranno essere incrementati attraverso il contributo marketing delle aziende.

Il contributo dell'ospite (tassa di soggiorno) verrebbe riscosso a livello comunale e oscillerebbe tra 0,5 e 2 euro per ogni ospite e pernottamento. I calcoli attuali prevedono però uno scaglionamento da 0,5 fino a un massimo di 1,5 euro e anche la possibilità di esenzioni (es. per bambini o pernottamenti nei rifugi). L'intero introito di questo contributo verrebbe destinato alle organizzazioni turistiche locali e sovracomunali.



<b>Previsto utilizzo delle risorse</b>	
Contributo ospite (riscosso dal Comune)	I mezzi vanno al 100% alle organizzazioni turistiche locali e sovracomunali
Provincia	Provincia garantisce il finanziamento di AAM/SMG e i contributi a associazioni turistiche
Comuni	Comuni pagano le associazioni turistiche per i servizi forniti con specifica convenzione
Contributo marketing (riscosso da Provincia)	Utilizzato per il marketing-misure speciali e incremento del budget di AAM/SMG
<b>TOTALE</b>	<b>ca. 67 Mio.€</b>

Il contributo dell'ospite è introdotto da tempo in gran parte d'Europa, come tassa di soggiorno, ed è ben noto al cliente. Dal paese di pescatori di Greetsiel sul Mare del Nord alle località di vacanza in montagna, fino alle mete turistiche mondiali come Roma e Firenze, l'ospite contribuisce con un contributo tra 0,25 e 5 euro in aggiunta alle tariffe del pernottamento. Sul piano fiscale questa somma non viene conteggiata nelle entrate dell'esercizio ricettivo ma costituisce una partita di giro trasmessa al Comune, che indirizza i mezzi finanziari alle associazioni turistiche locali e a quelle sovracomunali. Il contributo volontario che è attualmente in uso in Alto Adige deve essere invece separato dai proventi tassati.

Le aziende che traggono un profitto diretto o indiretto dal turismo saranno invece chiamate a versare il contributo marketing alla Provincia annualmente attraverso il Mod. F24, con una forma di riscossione semplificata. Analoga procedura viene seguita anche per la quota annuale della Camera di commercio.

Per il contributo marketing la proposta prevede versamenti una tantum distinti per classi, a seconda del volume di affari dell'azienda. Va detto però che l'attuale ddl prevede un tetto massimo, esenzioni e scaglionamenti riferiti a beneficiari diretti e indiretti del turismo. Nel ddl sono proposti un contributo minimo di 100 euro e uno massimo di 40.000 euro (potrebbe essere fissato a 30.000 euro) nonché la possibilità di esenzione per le aziende con volume di affari inferiore a 10.330,00 euro (che verrà aumentato a 20.660 euro). Anche in questo caso le disposizioni in dettaglio verranno fissate nel regolamento di attuazione e prima discusse con le parti sociali e le categorie professionali interessate.

L'utilizzo dei proventi sia del contributo ospiti che del contributo marketing delle aziende è sottoposto a criteri di qualità che saranno individuati dalla Giunta provinciale, in modo da assicurare un impiego ottimale ed efficiente delle risorse messe a disposizione. Resta inteso che l'obiettivo esclusivo sarà l'utilizzo di tali entrate per rafforzare la presenza dell'Alto Adige sui mercati e avviare misure straordinarie per il turismo sul territorio provinciale e nella promozione. Va ricordato che si tratta di una legge quadro che fissa le indicazioni di base, mentre il dettaglio del regolamento di attuazione sarà discusso con il Consiglio dei comuni, con le organizzazioni professionali più rappresentative e l'Associazione provinciale delle organizzazioni turistiche.



Grazie all'obbligo del contributo si potrà garantire la sicurezza del finanziamento e della pianificazione nel lungo periodo, e attraverso la suddivisione nei tre pilastri ridurre l'attuale situazione di rischio. Sulla base delle esperienze fatte sinora, questi elementi si rivelano di fondamentale importanza per favorire la trasformazione strutturale in corso nel settore e la professionalizzazione continua.

## **Contributo marketing delle aziende → Proposta di contributi una tantum suddivisi per volume di affari e categorie**

Il progettato contributo marketing viene versato dalle aziende che traggono profitto, direttamente o indirettamente, dal turismo. Sono previsti diversi **importi una tantum** a secondo dal volume d'affari dell'impresa. L'attuale ddl prevede inoltre una soglia massima nonché diverse categorie di contributo ed esenzioni. Tutte le disposizioni in dettaglio verranno fissate nel regolamento di attuazione e discusse con le parti sociali e le associazioni professionali interessate.

Le proposte di seguito esposte rappresentano la base del confronto sul regolamento di attuazione e offrono indicazioni sulla misura dei previsti contributi una tantum. Per le molte aziende che già oggi garantiscono un contributo volontario il previsto contributo marketing non costituirebbe un aggravio ulteriore: di regola sarebbe addirittura più basso delle somme versate attualmente. Le aziende che invece fino ad oggi hanno tratto profitto dal turismo senza pagare nulla dovrebbero cominciare a versare una quota.

### **Categoria di contributo A**

[es. esercizi ricettivi, scuole sci, guide alpine, impianti risalita]

<b>Classi volume affari</b>			<b>Una tantum in €</b>
20.000	fino a	26.000	<b>160</b>
26.001	fino a	33.000	<b>200</b>
33.001	fino a	43.000	<b>260</b>
43.001	fino a	56.000	<b>340</b>
56.001	fino a	73.000	<b>440</b>
73.001	fino a	96.000	<b>580</b>
96.001	fino a	126.000	<b>760</b>
126.001	fino a	166.000	<b>1.000</b>
166.001	fino a	216.000	<b>1.300</b>
216.001	fino a	283.000	<b>1.700</b>
283.001	fino a	366.000	<b>2.200</b>
366.001	fino a	483.000	<b>2.900</b>
483.001	fino a	633.000	<b>3.800</b>
633.001	fino a	833.000	<b>5.000</b>
833.001	fino a	1.100.000	<b>6.600</b>
1.100.001	fino a	1.466.000	<b>8.800</b>
1.466.001	fino a	1.950.000	<b>11.700</b>
1.950.001	fino a	2.600.000	<b>15.600</b>
2.600.001	fino a	3.466.000	<b>20.800</b>
3.466.001	fino a	4.616.000	<b>27.700</b>
	oltre	4.616.000	<b>30.000</b>



## Categoria di contributo B

[es. commercio, tour operator]

Classi volume affari			Una tantum in €
20.000	fino a	73.000	150
73.001	fino a	96.000	200
96.001	fino a	126.000	270
126.001	fino a	166.000	350
166.001	fino a	216.000	460
216.001	fino a	283.000	600
283.001	fino a	366.000	770
366.001	fino a	483.000	1.020
483.001	fino a	633.000	1.330
633.001	fino a	833.000	1.750
833.001	fino a	1.100.000	2.310
1.100.001	fino a	1.466.000	3.080
1.466.001	fino a	1.950.000	4.100
1.950.001	fino a	2.600.000	5.460
2.600.001	fino a	3.466.000	7.280
3.466.001	fino a	4.616.000	9.700
	oltre	4.616.000	10.000

## Categoria di contributo C

[es. Artigianato ecc.]

Classi volume affari			Una tantum in €
20.000	fino a	126.000	100
126.001	fino a	166.000	120
166.001	fino a	216.000	160
216.001	fino a	283.000	210
	oltre	283.000	250

DER LANDESRAT

- Hans Berger -