

regioS 08/14, articolo principale

La promozione del turismo è indispensabile per lo sviluppo regionale?

Alpelli incorniciati da maestose vette, candidi battelli a vapore che scivolano lenti su acque azzurre, borghi pittoreschi dove avvenenti accompagnatrici turistiche aspettano sorridenti i gruppi di turisti e l'immane cane San Bernardo dallo sguardo tenero: immagini idilliache che Svizzera Turismo pubblicizza in tutto il mondo per ammaliare ogni potenziale visitatore. Ma i tanto attesi turisti arrivano davvero? Il quadro tracciato dal Consiglio federale nel suo rapporto sulla situazione strutturale del turismo è molto meno da cartolina. Le cifre parlano da sé: negli scorsi anni il turismo svizzero ha perso terreno. Nel solo periodo compreso tra il 2008 e il 2012 i pernottamenti nel settore alberghiero sono infatti calati del 7 per cento. Ad essere particolarmente toccate sono le regioni alpine, con una riduzione pari al 13 per cento. Alcune destinazioni urbane, come Basilea e Zurigo, hanno invece registrato un aumento netto delle presenze.

Pirmin Schilliger e Urs Steiger – Lucerna

Se da un lato il calo delle presenze è legato a fattori congiunturali come il franco forte e la riduzione dei turisti provenienti dall'Europa occidentale, dall'altro è risaputo che in Svizzera il turismo «classico» soffre di debolezze strutturali. Malgrado il cambiamento in atto da alcuni anni, soprattutto nelle aree prealpine e alpine predominano tuttora le piccole strutture ricettive. La maggior parte di esse non sfruttano abbastanza le possibilità di cooperazione e operano spesso in modo troppo poco efficiente, perdendo competitività a livello internazionale, non da ultimo a causa degli elevati costi del lavoro e delle prestazioni preliminari. La struttura sfavorevole del settore riduce la capacità di rendimento e questo, a sua volta, comporta il pericolo di un blocco degli investimenti. Inoltre, gli sviluppi tecnologici nel campo della comunicazione mobile mettono sotto pressione molti operatori e numerose destinazioni turistiche. Soprattutto le località medio-piccole orientate al turismo di vacanza stagionale perdono sempre più terreno, mentre quelle più grandi, orientate al mercato internazionale, riescono a tener testa alla concorrenza mondiale.

Conseguenze dell'iniziativa sulle abitazioni secondarie

A questi problemi strutturali noti da tempo si aggiungono le conseguenze dell'iniziativa sulle abitazioni secondarie, che limita la costruzione di seconde case in determinate regioni. A farne le spese sono in primo luogo le imprese edili locali. Uno studio commissionato dalla Segreteria di Stato dell'economia (SECO) prevede che entro il 2015 l'iniziativa comporterà la perdita di 8500 posti di lavoro nello spazio alpino, di cui 4800 nel ramo dell'edilizia. Sempre secondo lo studio, nelle regioni turistiche alpine gli investimenti annui nel settore delle costruzioni diminuiranno di 1,9 miliardi di franchi.

Anche se queste cifre possono variare notevolmente in funzione delle modalità di attuazione, una cosa è certa: l'iniziativa sottrae linfa vitale a molti comuni. Oggi come non mai, le speranze sono riposte nelle innovazioni portate avanti grazie agli strumenti di promozione della Confederazione.

Il turismo rientra nelle sei priorità tematiche definite nel messaggio sul programma pluriennale della Confederazione 2008–2015 concernente l'attuazione della Nuova politica regionale (NPR). Vista l'importanza economica di questo settore all'interno del perimetro della NPR, non sorprende che nel periodo di attuazione 2008–2010 il 40 per cento circa dei progetti NPR e la metà dei mezzi investiti siano stati destinati al turismo, come d'altronde evidenzia la valutazione del programma pluriennale 2008–2015. Concretamente, dei 1245 progetti lanciati tra il 2008 e il 2011 485 riguardavano il turismo e

sono stati sostenuti dalla Confederazione con 123 milioni di franchi. Di questi, 98 milioni sono stati versati sotto forma di mutui e 25 sotto forma di contributi a fondo perso. Tenuto conto dei contributi cantonali, nei primi quattro anni della NPR sono stati investiti nel turismo all'incirca 250 milioni. Per il periodo programmatico in corso 2012–2015 si prevedono investimenti di entità equivalente.

I progetti nel settore del turismo si inquadrano nella NPR

Nell'ambito della valutazione della NPR gli esperti hanno sollevato riserve circa il ruolo centrale attribuito al turismo, un ruolo che peraltro trova la sua giustificazione in una serie di fattori. Innanzitutto, nelle zone chiave della NPR il turismo è un importante comparto economico, che in alcune regioni genera oltre due terzi del prodotto interno lordo regionale. Per gran parte di queste regioni non esistono alternative economiche. Il grande peso attribuito ai progetti turistici è però anche legato al comparto stesso. Gli attori sono generalmente ben organizzati e sono abituati a lavorare con programmi di promozione sin dai tempi della legge sull'aiuto agli investimenti. Infine, molti progetti turistici coincidono già di per sé con l'idea di fondo della NPR: coinvolgono varie aziende, promuovono attività nel settore preconcorsionale, sono orientati all'esportazione e possono generare un elevato valore aggiunto.

Nel complesso, la NPR lascia un ampio margine di manovra: permette ad esempio di lanciare progetti per migliorare i fattori territoriali a favore del settore alberghiero, di quello gastronomico e di altri operatori turistici, progetti per creare infrastrutture a valore aggiunto o prodotti e offerte turistiche, progetti per sviluppare piattaforme elettroniche di marketing oppure progetti di razionalizzazione (concentrazione di fornitori di servizi, fusioni tra destinazioni turistiche o brand bundling). Gli esempi che seguono illustrano la grande varietà di progetti resi possibili dalla cooperazione ottimale tra politica del turismo e NPR.

. Destinazione UNESCO Svizzera

Il progetto «UNESCO Destinazione Svizzera» (UDS), sostenuto da NPR e Innotour (v. riquadro), è gestito dall'omonima associazione. L'obiettivo è prima di tutto quello di mettere in rete gli enti che curano i siti patrimonio dell'umanità e le riserve della biosfera UNESCO e di proporre offerte coordinate per garantire la commercializzazione turistica attraverso un marchio comune. Il progetto è stato avviato nel quadro del programma Innotour nel 2010/11 con il titolo «Prodotto di qualità – Vivere la singolarità della Svizzera» e ha beneficiato di un contributo federale di 260 000 franchi destinato alla creazione di una rete nazionale. L'attuazione in loco (struttura dell'offerta, sviluppo del sito UNESCO) è garantita da un progetto NPR condotto negli anni 2012–2015, per il quale Confederazione e Cantoni hanno stanziato ognuno 720 000 franchi. «L'associazione mette a disposizione mezzi propri per un ammontare di 960 000 franchi», spiega la responsabile del progetto UDS Anita Roffler. L'iniziativa è considerata un esempio da seguire per tutti coloro che vogliono lanciare progetti turistici finanziati da più fonti evitando doppijoni.

. «San Gottardo 2020»

Il programma «San Gottardo 2020» (PSG 2020), imperniato sullo sviluppo della regione del San Gottardo, è in un certo senso una risposta al disimpegno dell'Esercito e delle FFS nell'Unerland, alla rinuncia alla grande esposizione da tenersi nell'area del San Gottardo, al fallimento della visione «Porta Alpina» e alle incertezze sul futuro della linea di montagna dopo l'apertura della NFTA. Tuttavia, anche la costruzione del resort «Andermatt Swiss Alps» da parte dell'investitore egiziano Samih Sawiris ha avuto il suo peso nelle decisioni dei promotori. Viste le grandi sfide che si pongono in quest'area, la Confederazione ha assunto un impegno particolarmente forte. Cuore del PSG 2020 è la Skiarena «Andermatt–Gemsstock–Oberalp–Sedrun» con i suoi 14 nuovi impianti di risalita. Promotrice del progetto è la società anonima Andermatt Sedrun Sport (ASS); questa struttura beneficia di contributi NPR per 48 milioni di franchi di cui 40 a titolo di prestito della Confederazione e 8 versati a fondo perso dai Cantoni di Uri (5 mio. CHF) e Grigioni (3 mio. CHF). Vi sono poi altri progetti come lo spazio tematico «Sasso San Gottardo» che comporta investimenti pari a 14,7 milioni di franchi, di cui 3,2 a carico del PSG 2020; il «Sentiero delle quattro sorgenti» che conduce alle sorgenti di Reno, Rodano, Reuss e Ticino; i progetti «Sviluppo di prodotti turistici San Gottardo», «Golf San Gottardo», «Spazio d'esperienza Ritom-Piora» e «alpmobil». L'obiettivo di tutti questi progetti è lo sviluppo della regione San Gottardo e la creazione di valore aggiunto nel settore del turismo. Il PSG 2020 si fonda su un'iniziativa congiunta della Confederazione e dei Cantoni Uri, Ticino, Vallese e Grigioni come pure

delle regioni interessate Uri, Goms, Surselva, Bellinzonese e Valli. Per gli anni 2012–2015 Confederazione e Cantoni hanno messo in preventivo un importo di 85 milioni di franchi, di cui 52 a titolo di prestiti federali e 33 a titolo di contributi a fondo perso (10 mio. CHF versati dalla Confederazione e 23 dai Cantoni). Le attività del PSG 2020 sono coordinate dalla direzione che ha sede a Ilanz.

. Alla scoperta dei suoni nel Toggenburgo

In Svizzera si contano attualmente oltre un migliaio di sentieri tematici, di cui molti realizzati grazie alla NPR. A onor del vero, a volte il risultato ha prodotto qualche stonatura, ma di certo non nel Toggenburgo, dove il «Klangweg Toggenburg», il sentiero che dall'alpe Sellamatt ai piedi del Churfirten porta a Wildhaus, con le sue 26 installazioni sonore ritma i passi degli escursionisti. Costruito ancora nell'ambito di Regio Plus, è stato integrato nell'offerta «Klang erleben Toggenburg» ed è meta ogni anno di 40 000 turisti, a conferma del fatto che i sentieri tematici hanno successo solo se inseriti in una strategia globale. «Con questo marchio vogliamo posizionare sul mercato in modo più mirato la nostra offerta turistica, la nostra regione», sottolinea Max Nadig, presidente di Toggenburg Tourismus. Un'offerta che nel frattempo abbraccia oltre una quarantina di corsi e seminari, concerti, un festival annuale di musica popolare e «un'officina sonora» che propone esperienze dirette con il mondo dei suoni. Questi eventi attirano ogni anno nella regione diverse migliaia di visitatori. Tra il 2009 e la fine del 2013 i sottoprogetti di «Klang erleben Toggenburg» hanno ricevuto 1,1 milioni di franchi (suddivisi a metà tra Cantone di San Gallo e Confederazione) grazie alla NPR.

. Turismo nella regione Seetal

Il progetto «Seetal – erlebnis, genuss, kultur» (2008–2011) è stato avviato sotto la responsabilità di Seetal Tourismus. Comprende la creazione di un sito, la pubblicazione di volantini e di un opuscolo illustrato, l'introduzione di una carta per gli ospiti, la partecipazione a fiere, la commercializzazione di prodotti regionali e la creazione di offerte su prenotazione. Gli sforzi hanno dato i frutti sperati: grazie al progetto NPR questa regione, che in precedenza era praticamente sconosciuta ai turisti, è riuscita a conquistarsi un proprio spazio. Già nel 2011 il numero dei pernottamenti ha segnato un aumento dell'11 per cento e il numero di passeggeri a bordo dei battelli sul lago di Hallwil è cresciuto del 9,4 per cento. Seetal Tourismus ha raddoppiato il numero di soci, incrementando di riflesso anche i mezzi propri. Il bilancio annuale è passato da 20 000 a 300 000 franchi, tanto da permettere una gestione professionale della società. Come spiega René Bossard, presidente di Seetal Tourismus, sono inoltre stati lanciati due progetti di follow up, «Innovatives Schlafen» e «seminAARGAU», che permetteranno in particolare di potenziare il turismo congressuale. La NPR partecipa al budget annuale di 400 000 franchi con un contributo a fondo perso di 260 000 franchi, garantito nella misura del 50 per cento ciascuno dal Cantone di Argovia e dalla Confederazione.

. «La Bénichon»: valorizzazione di una tradizione

In autunno la regione di Friburgo si trasforma in una grande fiera: nei finesettimana di settembre e ottobre in diverse località si festeggia «La Bénichon», una sagra che per molti aspetti ricorda la Fiera di San Martino e che i friborghesi festeggiano con grande intensità: si mangia, si balla, si canta e si organizza pure un corteo all'insegna della tradizione. Benché finora sia stata frequentata soprattutto dalla popolazione locale, «La Bénichon» ha indubbiamente il potenziale per trasformarsi in un'attrazione turistica. A tal fine, lo scorso anno è stato avviato il progetto NPR «La Bénichon du Pays de Fribourg» che, nella sua sostanza, si inserisce nel programma cantonale di attuazione della politica regionale 2012–2015. Un programma che presenta un'ottima offerta turistica, ben diversificata, finalizzata alla valorizzazione del patrimonio naturale e culturale del Cantone.

Il progetto NPR mira a pubblicizzare «La Bénichon» attraverso tre eventi promozionali e a incrementare in modo sostenibile la creazione di valore aggiunto nel settore turistico. La prima delle tre fiere si è svolta dal 20 al 22 settembre dello scorso anno a Friburgo. Nel centro cittadino sono stati allestiti una fattoria e un mercato con prodotti regionali. Artisti di strada, orchestre, produzioni artigianali, spettacoli folkloristici hanno completato il programma mentre giostre, piste da ballo e bar hanno contribuito all'atmosfera festaiola così come le opportunità di gustare piatti tradizionali. Il successo di questo evento trova conferma nella forte affluenza di pubblico (circa 15 000 persone). Nei primi tre anni il progetto è sostenuto dalla NPR con un contributo a fondo perso di 300 000 franchi versati dalla Confederazione e dal Cantone. In seguito dovrà autofinanziarsi. «Questi sforzi servono ad attirare

visitatori da fuori Cantone affinché contribuiscano in buona parte alla creazione di valore aggiunto», spiega Aurélie Blanc, segretaria generale del comitato d'organizzazione della fiera «La Bénichon du Pays de Fribourg».

Rafforzare la promozione del turismo

Secondo il Consiglio federale, il turismo potrebbe assumere un'importanza ancora maggiore per lo sviluppo regionale. Nel rapporto sulla situazione strutturale del turismo propone un programma d'impulso per il periodo 2016–2019 che, basandosi sugli strumenti di promozione dell'attuale politica del turismo, dovrebbe mitigare le conseguenze dell'iniziativa sulle abitazioni secondarie. Il Consiglio federale propone tra l'altro di aumentare a 200 milioni di franchi i mezzi della NPR destinati ai mutui senza interessi o a tassi d'interesse favorevoli. Il Parlamento discuterà la proposta nel corso del prossimo anno.

Indubbiamente le sfide che i futuri promotori di progetto dovranno affrontare restano numerose e complesse e interesseranno principalmente ambiti quali il cambiamento strutturale, l'apertura di nuovi mercati, l'utilizzo delle nuove tecnologie di comunicazione, l'aumento della redditività, i cambiamenti climatici oppure – per riallacciarsi all'iniziativa sulle abitazioni secondarie – lo sviluppo di modelli di crescita non più incentrati sull'espansione degli insediamenti, ma piuttosto sul rinnovo, sull'ampliamento mirato e su uno sfruttamento migliore delle infrastrutture e delle offerte già esistenti. Come sottolinea il Consiglio federale nel suo rapporto, occorre perfezionare la promozione del settore alberghiero aggiornando le disposizioni esecutive della Società svizzera di credito alberghiero (SCA) e migliorare il coordinamento tra la NPR e gli altri strumenti di promozione della politica del turismo.

www.gottardo.ch — www.klangwelt.ch — www.seetalourismus.ch — www.fribourgregion.ch — www.unesco-destinazione-svizzera.ch

Altri strumenti di promozione

La NPR è solo uno degli strumenti con cui la Confederazione promuove e sostiene progetti turistici. La politica svizzera del turismo dispone di tre strumenti di promozione dedicati esclusivamente al turismo: Innotour, Svizzera Turismo e la Società svizzera di credito alberghiero (SCA). Il monitoraggio strategico delle attività di promozione compete alla sezione Turismo della Direzione promozione della piazza economica della Segreteria di Stato dell'economia (SECO).

Per il turismo, inteso come settore trasversale legato al territorio, sono importanti anche aspetti di politica ambientale, dei trasporti, di pianificazione territoriale e di sicurezza. Il coordinamento e la cooperazione delle politiche turistiche con le politiche settoriali rilevanti è un compito importante della sezione «Turismo». La seconda componente della NPR punta a sostenere e rafforzare il coordinamento e la cooperazione tra le politiche settoriali federali quali, ad esempio, quella del turismo, della pianificazione del territorio e dello sviluppo regionale. Non va poi dimenticata l'aliquota speciale IVA applicata alle prestazioni alberghiere (3,8 anziché 8%), che permette uno sgravio di circa 180 milioni di franchi all'anno.

. **Innotour:** Innotour promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo svizzero e si concentra su progetti nazionali oppure su progetti regionali che hanno carattere esemplare per tutta la Svizzera. Per il periodo 2012–2015 è stato stanziato un credito di impegno di 20 milioni di franchi con il quale vengono sostenuti 28 progetti con contributi a fondo perso.

www.seco.admin.ch/innotour

. **Svizzera Turismo:** Svizzera Turismo è un ente di diritto pubblico con un budget annuale di circa 100 milioni di franchi. Il 60 per cento del budget proviene da fondi della Confederazione, il resto dai contributi dei membri e da contributi marketing. Svizzera Turismo, che ha sede a Zurigo e rappresentanze in altri 26 Paesi, promuove il territorio elvetico come meta di viaggi, turismo e congressi.

www.myswitzerland.com

. **Società svizzera di credito alberghiero (SCA):** la SCA è una società cooperativa di diritto pubblico della Confederazione con sede a Zurigo, incaricata per legge di promuovere le aziende alberghiere nelle località turistiche e termali. Il suo compito consiste principalmente nella concessione di mutui di grado posteriore a condizioni vantaggiose. La SCA fornisce anche servizi di consulenza economica

alle società del settore alberghiero. A fine 2012 il portafoglio mutui ammontava a 134,5 milioni di franchi, ripartiti tra 265 crediti. Per attenuare gli effetti del franco forte nel 2011 il Parlamento ha stanziato un credito aggiuntivo di 100 milioni di franchi con validità limitata fino a fine 2015, che il Consiglio federale propone di prolungare fino al 2019. www.sgh.ch

. **Progetti di sviluppo regionale dell'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG):** dei 15 progetti di sviluppo regionale (PSR) in corso, 11 contengono anche elementi di promozione dell'agriturismo. I contributi federali previsti per il periodo 2008–2018 ammontano a 4,1 milioni di franchi. Per beneficiarne, i progetti devono generare valore aggiunto in primo luogo nel settore dell'agricoltura. www.blw.admin.ch → Sviluppo delle aree rurali e miglioramenti strutturali

. **Organizzazioni private:** sono almeno una dozzina le organizzazioni private che promuovono progetti turistici in Svizzera. Tra il 2006 e il 2012, ad esempio, l'Aiuto Svizzero alla Montagna ha sostenuto 196 progetti con oltre 17 milioni di franchi. L'organizzazione concede contributi a fondo perso per coprire gli scoperti di progetti che hanno già ottenuto aiuti finanziari da altre fonti. www.berghilfe.ch