

## Ecco il nuovo Osservatorio Permanente sui PST europei

notizia pubblicata **14 Dicembre 2016** alle ore **12:40** nella categoria **Turismo**

---



L'Osservatorio permanente sui piani strategici del turismo europeo, realizzato con la partnership scientifica di Ciset-Università Cà Foscari Venezia, è frutto dell'esperienza fatta da Confturismo-Confcommercio per la predisposizione del Piano Strategico per lo sviluppo del Turismo in Italia (PST 2017-2022), nell'ambito del Comitato permanente per la promozione del turismo del MIBACT.

Si tratta di un nuovo strumento che intende monitorare costantemente la realizzazione e lo sviluppo dei documenti di programmazione del turismo su scala nazionale dei Paesi principali player del vecchio continente, che ancora nel 2015, con 607,6 milioni di turisti internazionali entrati nelle frontiere, continuano a detenere oltre il 51% dei flussi internazionali di tutto il mondo.

Il primo output dell'Osservatorio, presentato in occasione del Convegno di Confturismo/Confcommercio è il Rapporto dal titolo 'I Pst nella competizione turistica Europea – Focus su Francia e Inghilterra'. Si tratta della prima analisi comparata della pianificazione strategica del turismo di ben 10 Paesi: Danimarca, Francia, Germania, Irlanda, Malta, Olanda, Portogallo, Regione fiamminga del Belgio, Regno Unito e Spagna. I rispettivi piani strategici sono letti trasversalmente sulla base di elementi di interesse generale: dalla governance istituzionale e della promozione agli obiettivi strategici dichiarati ai segmenti target individuati ai contenuti delle singole strategie di sviluppo e marketing. Un approccio tutto sommato pragmatico, ma che consente ai lettori del Rapporto – Istituzioni, Amministrazioni e Imprese – di capire, ad esempio, dove si concentrano i maggiori concorrenti delle loro strategie di promozione e commercializzazione, tipo per tipo.

L'analisi prosegue per item specifici di grande attualità nella competizione europea: politica dei visti, fiscale per il settore e delle semplificazioni, rapporto con la cultura e con le politiche per il lavoro, posizionamento rispetto all'adozione di strumenti web/digitali per il settore e rispetto alle novità del mondo della cosiddetta sharing economy, ruolo e definizione della cultura fra gli attrattori turistici e approccio alla sostenibilità. Tutti elementi al centro anche del PST 2017-2022 del nostro Paese, da cui l'utilità indiscutibile del lavoro effettuato dall'Osservatorio Confturismo-Confcommercio.

“Sono orgoglioso del lavoro svolto e soprattutto della creazione di questo Osservatorio permanente, che testimonia il ruolo ricoperto da Confturismo-Confcommercio a livello europeo. Rappresentiamo in esclusiva l'Italia nelle maggiori Federazioni di categoria a Bruxelles: direttamente in ECTAA ma anche in Hotrec, tramite Federalberghi e FIPE, e in EFCO-HPA, tramite FAITA-Federcamping. In questo modo il nostro Sistema, non solo ha avuto accesso privilegiato a tutte le informazioni necessarie per lo studio, ma ne

potrà anche validamente riportare i risultati in sede comunitaria”, ha commentato Luca Patanè, presidente di Confturismo-Confcommercio.

Il Rapporto procede analizzando i Piani strategici di Inghilterra – intesa come una delle quattro nazioni costitutive del Regno Unito – e la Francia, ma ponendo entrambi questi documenti in riferimento con la Spagna. Una scelta non casuale, non solo perché quest’ultima è uno dei “very big player” sullo scenario turistico europeo, ma anche perché entrambi i Piani, quello inglese e quello francese, fanno esplicito riferimento in alcune delle loro considerazioni proprio al Piano spagnolo, riconoscendo di fatto alla Spagna un valore di benchmark.

“Questa prima ricognizione ci indica l’importanza, per una governance efficace del Turismo, di una chiara definizione di ruoli e responsabilità nonché di un sistema di ‘Intelligence’, a supporto anche delle imprese e degli attori territoriali. Emerge inoltre la necessità di evolvere l’offerta culturale in una chiave dinamica e contemporanea, che sappia intercettare un pubblico nuovo e target sempre più differenziati”, ha detto Mara Manente, direttore Ciset-Università Cà Foscari Venezia.

“E’ il frutto dell’esperienza – ha aggiunto Alberto Corti, direttore di Confturismo Confcommercio – per la predisposizione del Piano Strategico per lo sviluppo del Turismo in Italia. Nessuno mai in Europa aveva fatto un’analisi incrociata di questo tipo, anche perché spesso si tratta di documenti non facilmente acquisibili. Abbiamo scoperto molte cose interessanti a partire dal fatto che argomenti che in un Paese sono determinanti come ad esempio il problema dell’abusivismo non esiste in altri Paesi. E che non c’è una ricetta univoca: nell’ambito dei rapporti Stato-Regioni ad esempio l’Inghilterra decentra al massimo, la Francia centralizza ogni cosa. L’importante è che il piano funzioni”.