

## **CONSIDERAZIONI E NOTE IN MERITO AL DOCUMENTO DI PROGRAMMAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA 2008 – 2011**

### **V.16 TURISMO (pag. 73)**

Nelle prime righe del DPEF in merito al settore turistico si legge che “Nell’attuale legislatura, il settore del turismo è stato oggetto di un avvio di intervento pubblico che ha conferito nuovo impulso”. Il DPEF dichiara inoltre che questo settore deve avere la collaborazione con le Regioni, inoltre che questo settore deve puntare ad un “..nuovo posizionamento competitivo quale fattore produttivo di interesse primario per l’economia del Paese”. A tale fine vengono dichiarati alcuni ordini di priorità, purtroppo troppo generiche, per rafforzare il settore.

Anche in questo caso, come per molti altri temi, il DPEF elenca alcuni principi di ordine generale sui quali si può trovare larga condivisione; tuttavia non entra nelle questioni di merito, lasciando perciò indefinito il modo di agire per rafforzare questo settore produttivo. Secondo noi il settore del turismo è da legare intimamente alla capacità di ciascun territorio regionale o macroregionale di promuovere cultura, valori, storia, tradizioni locali e di lasciare, contrariamente a quanto sostiene il DPEF anche ai privati largo margine di intervento. La Pubblica Amministrazione può aiutare un processo di ripresa turistica ma non certo secondo una logica dell’assistenzialismo, che forse si adatta secondo il Governo prodi solo ed esclusivamente al Meridione del paese. Il libero mercato del turismo e le singole capacità imprenditoriali e creative del mercato privato devono essere aiutate ad intraprendere un processo anche in questo senso di internazionalizzazione del sistema Italia, visto come pacchetto di offerta che si differenzia a seconda del territorio regionali e che valorizzi l’arte e la cultura che il nostro Paese ha e che per certi versi è esclusiva in Europa. Compito del Governo e delle Regioni deve essere quindi la capacità di aiutare le imprese italiane che operano nel settore turistico dando loro supporti e mezzi per implementare un’offerta diversificata sia nel corso dell’anno (coprendo tutte le stagioni) sia per l’utenza (collaborare cioè attraverso le regioni e le Province a creare un circuito di offerte su scala europea ed internazionale, promuovendo le peculiarità di ciascun territorio e del suo intorno più prossimo). Tutto questo “marketing territoriale, che è necessario per raggiungere lo scopo, non esiste nel DPEF, mentre solo in questo modo potrebbe diventare forte in Italia un settore produttivo di servizi e cultura come quello del turismo, partendo dal principio secondo cui ogni territorio con la proprie imprenditorialità deve fare “rete” ed offrire pacchetti unici e diversificati a scala nazionale, europea ed internazionale.

*Alessandra Tabacco*

Milano, 02/08/07