

Testo di presentazione:

La X Commissione per le attività Produttive, Commercio e Turismo della Camera dei deputati ha avviato il 19 settembre le audizioni per l'indagine conoscitiva sull'attuazione della legge 135/2001 di riforma sul turismo già deliberata lo scorso 30 gennaio.

COMMISSIONE X
ATTIVITÀ PRODUTTIVE, COMMERCIO E TURISMO

Resoconto stenografico

INDAGINE CONOSCITIVA

Seduta di mercoledì 19 settembre 2007

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE DANIELE CAPEZZONE

La seduta comincia alle 15.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata, oltre che attraverso l'impianto audiovisivo a circuito chiuso, anche attraverso la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione di rappresentanti del Portale Italia.it e di rappresentanti del Touring Club Italiano.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sull'attuazione della legge 29 marzo 2001, n. 135, concernente la riforma della legislazione nazionale sul turismo, l'audizione di rappresentanti del Portale Italia.it e di rappresentanti del Touring club italiano.

In rappresentanza del Portale Italia.it dovremmo ascoltare l'ingegnere **Ciro Esposito**, che non è ancora in aula (questo potrebbe indurre già ad un'osservazione, ma non è compito del presidente svolgerla in questa sede). Sono presenti, invece, gli esponenti del Touring club italiano.

Do la parola al dottor **Venturini**, direttore generale del Touring club italiano.

GUIDO VENTURINI, Direttore generale del Touring club italiano. Innanzitutto, signor presidente, rivolgo un ringraziamento sia da parte del presidente del Touring, professor **Ruozì**, sia da parte dell'intero nostro consiglio direttivo e mio personale, agli onorevoli deputati per questa convocazione.

Sono il direttore generale del Touring club italiano e sono accompagnato, in questa occasione, dal console regionale per il Lazio dottor **Ranzo** e dal nostro console di Roma, dottor **Li Castri**. Ho predisposto una memoria scritta che è in corso di distribuzione e che rapidamente desidero illustrare.

Voglio innanzitutto ringraziare l'onorevole Commissione dell'onore che ci fa nel volerci ascoltare. Negli ultimi anni il Touring è stato un po' ai margini dei momenti riorganizzativi della macchina del turismo e siamo molto orgogliosi, dunque, di essere stati oggetto della sensibilità di questa Commissione che ci ha convocato.

La nostra associazione conta oggi 440 mila soci adulti iscritti, oltre 100 mila giovani che partecipano nelle categorie di soci junior e soci giovani; in totale, quindi, oltre 550 mila soci tutti i mesi ricevono la nostra rivista, che è il mensile più importante del settore del turismo, e seguono con grande attenzione i temi che riguardano la modernità dello sviluppo di questa importante attività del viaggio dell'uomo.

Partirò da alcuni punti che erano stati indicati nel programma approvato dalla Commissione, contenente gli obiettivi dell'indagine, e concluderò con due argomenti che riguardano lo scenario più generale.

Il primo punto che è stato indicato nel programma dell'indagine conoscitiva da questa onorevole Commissione riguarda la carta dei diritti del turista, ad oggi è stata totalmente inevasa, nel senso che non è stato portato avanti nessun disegno operativo al riguardo. Come Touring sosteniamo che sia un fatto importante mettere mano alla difesa del turista e dei suoi diritti, non fosse altro per la pervasività che l'attività del viaggio ha nei confronti di ciascun cittadino italiano che, appunto, viaggia e dei turisti che vengono in Italia.

Possono esserci, infatti, molteplici occasioni di infringement nel rapporto con il tour operator, con l'albergatore e quant'altro, e il cittadino, nella difesa dei suoi diritti di turista, non sa a chi rivolgersi. Per la verità, esiste un soggetto che si sta muovendo in questa direzione, ed è la Camera di commercio, che ha messo in moto degli uffici di conciliazione su questo punto. Tuttavia, da un lato queste situazioni sono poco conosciute, dall'altro il numero delle transazioni che avvengono attraverso questo ufficio è veramente marginale.

Sarebbe importante muoversi in una logica di costruzione della carta dei diritti, così come la legge n. 135 sosteneva; in questo modo si innescherebbe un meccanismo di conoscenza, da parte della popolazione italiana e dei turisti stranieri che vengono in Italia, di questa tutela del diritto e probabilmente il fenomeno stesso potrebbe essere meglio presidiato.

Tra l'altro, tengo a dire che sarebbe opportuna una distinzione tra turista italiano e turista straniero, onde evitare che metter mano alla difesa dei diritti del turista possa apparire, agli occhi del turista straniero che viene in Italia, come una sorta di «riparazione» in un Paese ad alto rischio dal punto di vista dei diritti. Bisogna avere, dunque, una certa sensibilità. Comunque, su questo punto poco o niente è stato fatto e sarebbe opportuno intervenire.

Sugli effetti della legge n. 135 e, più in particolare, sul problema dei sistemi turistici locali, va detto che la legge ha provveduto in maniera molto variegata, perché il tema è stato demandato alle regioni. In maniera corretta il legislatore aveva individuato l'ente regionale, quindi il territorio, come soggetto che si doveva appropriare del prodotto turistico. Le regioni, però, si sono mosse rispetto a questo tipo di obiettivo in maniera totalmente difforme una dall'altra e senza coordinamento. Ciò ha creato una situazione totalmente a macchia di leopardo. Abbiamo oggi regioni che hanno ottemperato alla definizione e all'applicazione dei sistemi turistici locali e regioni, invece, che non l'hanno fatto o l'hanno fatto in maniera diversa, con il rischio che, in alcuni casi, i soggetti che la legge aveva predisposto dovessero occuparsi del prodotto - quindi il sistema turistico locale doveva individuare il prodotto turistico da offrire - in realtà si sono spostati sulla promozione anch'essi. In alcuni casi, dunque, siamo di fronte ad una criticità che consiste nel fatto che soggetti che dovevano occuparsi di prodotto in realtà si occupano di promozione, duplicando e, in un certo senso, consumando risorse che non erano in realtà di loro competenza.

Credo che sia importante ricordare, però, che l'assunto della legge, dal punto di vista del legislatore, doveva essere importante e di qualità. Con il sistema turistico locale, infatti, si valorizzano soprattutto quelle che, in maniera rozza, vengono definite «offerte dell'Italia minore». Questo è molto importante. Basti pensare alla necessità di spostare flussi su alcuni grandi attrattori (sto pensando evidentemente a Firenze, Venezia eccetera) spalmandoli maggiormente sul loro territorio. I sistemi turistici locali hanno la grande opportunità di rendere chiaro agli occhi del turista - non solo del cittadino italiano, ma del turista straniero - questa grande capacità di offerta che anche il territorio minore mette a disposizione del nostro Paese.

L'indagine chiede, altresì, un nostro parere sul ruolo di ENIT-Agenzia nazionale del turismo. Ebbene, il nostro giudizio sui primi passi della riforma è estremamente positivo;

consideriamo davvero interessante lo sforzo dell'ultima finanziaria dal punto di vista dell'aumento dei finanziamenti. Il giudizio sul portale - chi mi seguirà entrerà nel merito - non può essere solo ed esclusivamente negativo, anche se in una prima fase ha scontato un elemento di improvvisazione.

Quello che voglio sottolineare è la necessità di riflettere sulla natura ancora pubblica di questa agenzia, al contrario di quella che è la natura totalmente privata della Maison de la France e dell'analogo competitor spagnolo. Nel caso di questi due Paesi fortemente concorrenti, il legislatore si è spinto più in avanti e, oltre ad uno strumento di riforma, ha definito uno strumento di cambiamento della natura dell'agenzia, creando condizioni di snellezza burocratica e di cambiamento di quel modello organizzativo, nel quale noi del Touring riteniamo che l'ENIT sia ancora impastoato.

Il fenomeno della promozione è avviato. Senz'altro la situazione è migliorata rispetto a prima. C'è anche una sorta di aumento di risorse a disposizione. Insomma, ci si sta muovendo in una logica positiva, ma credo che il modello organizzativo e di definizione delle responsabilità lasci ancora parecchio a desiderare.

Ci è stato chiesto un giudizio anche sul ruolo dell' e-commerce. A questo proposito, nel settore del turismo scontiamo lo stesso ritardo che scontiamo sull'e-commerce per quanto riguarda le transazioni commerciali in senso più ampio.

C'è un ritardo culturale del nostro Paese e da parte dei nostri concittadini nell'utilizzare l'e-commerce per l'acquisto di un prodotto. C'è un grande aumento della richiesta delle informazioni attraverso internet, ma sul momento dell'acquisto c'è ancora una riserva mentale, forse perché non ci sono sufficienti elementi di rassicurazione sull'uso dei dati personali o forse perché si teme di acquistare un prodotto che non corrisponde del tutto a quello scelto. Insomma, c'è un ritardo che noi - lo vediamo anche nelle attività della nostra associazione - riteniamo sia da colmare e rapidamente si colmerà, perché le fasce più giovani della nostra popolazione sono più in grado di utilizzare questo strumento.

Ad esempio, sarà fortemente indicativo l'utilizzo sempre più frequente del ticket aereo o ferroviario acquistato attraverso questo sistema, che metterà in moto anche un meccanismo di superamento del prodotto cartaceo e così via. Tutto questo accelererà il processo di avvicinamento all'e-commerce.

Per il momento, va registrato un ritardo - che ritengo sia di tipo culturale - sul quale forse si potrebbe intervenire fornendo indicazioni di rassicurazione o verificando - e qui ritorna la tematica connessa al diritto del turista - la possibilità di introdurre forme di protezione rispetto ad eventuali disagi dovuti all'acquisto di prodotti non corrispondenti alle aspettative.

Lo sviluppo delle compagnie low cost è un fenomeno che voi ci chiedete di valutare e che noi consideriamo straordinariamente efficace. Sarebbe opportuno orientare le compagnie low cost soprattutto nella direzione, come ricordavo prima, di quell'Italia minore che vorremmo sviluppare.

L'aspetto che rileviamo più importante è che le compagnie low cost, indirizzando i loro voli su aree marginali rispetto ai grandi attrattori turistici, mettono in moto un meccanismo di crescita incredibile. Stiamo pensando alla travolgente crescita di Orio al Serio e soprattutto agli aeroporti delle Marche.

A questo punto proponiamo di dare una grande enfasi alla possibilità di autorizzazione del low cost per l'Italia del sud. Riteniamo che, dal punto di vista del prodotto turistico, l'Italia del sud abbia un potenziale di crescita enorme, ancora del tutto inespresso; i motivi, che credo siano noti anche agli onorevoli componenti di questa Commissione, si intrecciano con fenomeni che riguardano l'arretratezza di quelle regioni anche per altri aspetti di economia.

In particolare, la leva del low cost indirizzata sugli aeroporti del sud potrebbe essere estremamente interessante per far conoscere queste aree nel circuito turistico, proprio perché si tratta di aree difficili da raggiungere con l'auto o con mezzi diversi dall'aereo.

Da ultimo, è stato chiesto il nostro commento sul turismo sociale. Certamente in questo momento Paesi importanti, come competitor nei nostri confronti, si stanno indirizzando sul turismo sociale in maniera estremamente vigorosa e molto più decisa di quanto stiamo facendo noi. In particolare, stiamo parlando dei cosiddetti buoni-vacanze. Alcuni dati ci riferiscono che in Francia l'Agenzia nazionale per gli Chèques-Vacances, che funziona dal 1982, nel 2005 ha intermediato con buoni per 984 milioni di euro, facendone beneficiare circa sette milioni di cittadini francesi, che quindi hanno prodotto turismo destagionalizzato ed hanno approfittato di questa possibilità laddove, senza questo contributo, non avrebbero evidentemente potuto usufruire del prodotto vacanza.

Questo vale per la Svizzera, ma anche per un Paese dell'est come l'Ungheria. Noi scontiamo su questo un forte ritardo. C'è un'attività legata a un fondo messo a disposizione dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali, che ha cercato di mettere in moto questo tipo di esperienza, ma non vediamo ancora la macchina organizzativa pronta, che invece andrebbe costruita per evitare che questo prodotto crei disagi agli operatori sull'alta stagione. Poiché questo prodotto è indirizzato a persone fuori dalla fascia di età lavorativa o ad alcune disabilità particolari, bisognerebbe concentrarlo in periodi dell'anno di bassa stagione.

Concludo con due considerazioni molto care al Touring. La prima - consentitemi di farla - è una considerazione di tipo tecnico. Il nostro Paese, nonostante stiamo parlando di un settore che vale circa il 12 per cento del PIL, con 2 milioni 700 mila occupati, ha un impianto statistico di rilevazione dei dati completamente carente e insufficiente. Pensate che tutti i dati sono basati sull'analisi di una rilevazione del Ministero dell'interno: mi riferisco a quel gesto che tutti facciamo dando il nostro documento e firmando al momento dell'alloggio per essere rilevati in termini di presenza. Tutto il resto è legato a una serie di larghe stime, del tutto arbitrarie, non coordinate a livello di territorio e con grandi ritardi.

Touring da diverso tempo chiede ai soggetti più significativi - il dipartimento presso la presidenza del Consiglio e gli uffici preposti dei Ministeri dell'economia e delle finanze e delle attività produttive - di porre rimedio con un intervento forte, scientifico e di alto livello, per cercare di avere una base di dati attendibile in un settore così importante.

Non c'è alcuna rilevazione sui flussi degli italiani, sulle seconde case, sulle partenze nei week-end eccetera. Non ci sono dati di rilevazione di questi flussi, il che costringe gli operatori, anche dal punto di vista della promozione, a basarsi su assunzioni di rischio ipotetiche e teoriche per cercare di costruire prodotti che possono essere legati a iniziative culturali, promozionali o a qualsiasi altra attività. Il dato statistico è effettivamente molto importante in questo settore.

La seconda considerazione riguarda il prodotto turistico italiano. Noi del Touring riteniamo che il prodotto turistico italiano si debba differenziare dagli altri prodotti turistici in competizione a livello mondiale come un prodotto di alta qualità. Noi ci basiamo, come offerta turistica, su tre elementi chiave che attirano le visite dei turisti. Il primo è lo straordinario e unico patrimonio culturale, a livello artistico, archeologico e quant'altro che noi esprimiamo come civiltà occidentale. Certo, nessuno vuole paragonare il Colosseo con le piramidi, un Raffaello con un Van Gogh e via dicendo. Sappiamo, però, che in termini qualitativi e quantitativi questo patrimonio è straordinario, unico e soprattutto, come dicono gli studiosi, diffuso sull'intero territorio, non è solo espressione delle grandi città o delle grandi città d'arte: non esiste piccola località che non possa offrire qualcosa di straordinario da questo punto di vista.

Il secondo elemento è il patrimonio enogastronomico, dell'artigianato, della qualità della vita e di tutto quello che la civiltà dell'uomo è riuscita a costruire in questo Paese. Anche

qui, c'è una chiara relazione tra la visita di un turista italiano o straniero in una località e questa piacevolezza e qualità del vivere.

Il terzo elemento, che molto spesso anche noi del Touring tendiamo a dimenticare ed invece deve essere valorizzato, è l'incredibile bellezza naturalistica e paesaggistica del Paese.

So che l'orsignori sono portati spesso ad essere critici o difensori di alcuni elementi della modernità, che entrano in conflitto con questo straordinario patrimonio di bellezza. Nonostante lo sviluppo del sistema industriale, delle infrastrutture e così via, questo è un Paese che, soprattutto all'estero, è considerato straordinariamente bello.

Questi tre elementi insieme - patrimonio artistico-culturale, enogastronomia e qualità della vita e bellezza del Paese - fanno sì che l'offerta non possa che essere di alta qualità. E proprio da questo punto di vista chiamiamo tutto il processo legislativo e organizzativo a trovare degli spazi per un ulteriore salto di miglioramento: classificazioni alberghiere, rapporto qualità-prezzo, che in questo momento è assolutamente sbilanciato (il che ci fa perdere punti di competizione con la nuova concorrenza), cultura dell'ospitalità, formazione, opportunità per i giovani di mettere in moto meccanismi imprenditoriali di tipo nuovo. Insomma, mi riferisco a tutto quello che può essere legato a un processo di qualità conosciuta non solo dai turisti che vogliamo attrarre, ma prima di tutto dai nostri concittadini.

Io credo che sia importante sottolineare che tutto quello che si fa per i turisti lo si deve fare per i nostri concittadini. Un Paese è bello, gradevole e piacevole per chi lo visita, se lo è altrettanto per chi lo vive.

PRESIDENTE. Mi permetto, immagino anche a nome dei colleghi, di ringraziare il dottor Venturini per questo suo intervento di analisi e proposte concrete sull'esistente, ma anche di valutazione degli scenari possibili. Immagino che ai colleghi non sia sfuggita anche la prospettazione pubblico-privato in Italia rispetto a quello che succede negli altri Paesi. Do la parola ai deputati che intendano porre quesiti o chiedere delucidazioni.

LUIGI D'AGRÒ. Sono rimasto piacevolmente sorpreso dalla relazione.

Non mi soffermerò sulla carta dei diritti del turista. Purtroppo, in questo Paese accadono cose particolari, che conosciamo bene. Vengo ad esempio da un'interrogazione in una Commissione rispetto a un regolamento non attuativo di una legge del 2001, che impedisce l'attuazione della legge. Siamo noi i primi a dover riconoscere che nei processi normativi creiamo talmente tante complicazioni da fornire puntualmente al Governo l'alibi per poter addossare la colpa ad altri.

Non mi soffermo nemmeno sul tema, peraltro molto interessante, delle regioni che non hanno ottemperato alla crescita dei sistemi locali rimanendo più legate al tema della promozione. Sappiamo perfettamente cos'è la suddivisione dei poteri in questo Paese, dove si tende più a raccogliere quello che serve piuttosto che impegnare l'intelligenza per fare.

Considero interessante l'ipotesi sull'ENIT. In questa logica di privatizzazione, tenere pubblica una realtà che produce il 12 per cento del PIL del nostro Paese è assolutamente anormale.

Siamo d'accordo su e-commerce, compagnie low cost e turismo sociale. Tuttavia, credo che l'alta qualità, cui lei si riferiva, si colleghi perfettamente al binomio qualità-prezzo. Questo Paese, dal 1960 in poi, ha portato la qualità nella dimensione del prezzo. A favore di chi? Io credo che il grande tema sia quello della perdita di competitività del nostro sistema e della continua perdita di fette di mercato. Noi siamo passati dall'essere il secondo Paese al mondo per attrazione di turismo culturale, ad essere il quinto, se non addirittura il sesto.

È inutile che continuiamo a rivendicare straordinarie bellezze, un patrimonio artistico straordinario e quant'altro. Dircelo non serve più a niente, perché la gente ne vuole godere compatibilmente con le proprie tasche.

Il nostro Paese, anche in questo settore, ha avvalorato la teoria dei furbi. In sostanza, è stata privilegiata una realtà di furbizia, nella quale l'imprenditoria ha intascato gli aiuti piuttosto che rivolgerli all'ammodernamento dei servizi.

Noi siamo assolutamente carenti non soltanto sul turismo sociale, ma anche sul turismo ambientale; si pensi, ad esempio, alle piste ciclabili. Lei sa perfettamente che abbiamo 6-7 milioni di persone che verrebbero volentieri nel nostro Paese in bicicletta, ma non lo fanno perché mancano i servizi adeguati. Mancano anche i servizi connessi a un turismo giovanile interessato al patrimonio artistico.

Credo che questo non sia esclusivamente un problema della politica, ma anche di un'imprenditoria che manca. Vi è la necessità di riprendere in mano la situazione a partire da un'imprenditoria - come si dice, il pesce puzza dal capo - che ha aspettato dalla politica e dai sistemi anche regionali gli interventi legati ai sussidi piuttosto che mostrare una capacità imprenditoriale legata al meccanismo di offrire un prodotto remunerativo e capace di arricchire i singoli ma anche il sistema. In questo credo che noi dovremmo trovare il punto di riferimento essenziale per introdurre regole che dovrebbero aiutare il settore.

GIUSEPPE CHICCHI. Anch'io voglio ringraziare gli amici del Touring per questo intervento molto chiaro e per certi aspetti anche scioccante. I colleghi della Commissione avranno individuato la trama del ragionamento del dottor Venturini, da cui emerge che non c'è un punto della filiera produttiva del servizio turistico italiano che funziona bene. Questo è il problema più grosso che abbiamo.

Siamo una grande potenza turistica, ma tutte le componenti del processo di produzione del servizio turistico hanno problemi gravi.

Qui si è parlato di carenze del prodotto, si è parlato di precarietà del rapporto fra qualità e prezzo nel prodotto turistico nel momento in cui viene venduto sui mercati, si è parlato di deficit su tutta la catena della commercializzazione, a partire da internet, si è parlato di problemi di collegamenti eccetera. Credo che questo ragionamento che il Touring propone alla Commissione debba servirci per soffermarci un po' di più sul 12 per cento di PIL che il turismo produce.

Questa distanza fra la politica e il turismo, a mio parere, ha un motivo storico. L'Italia è stato il primo Paese turistico del mondo. Si è pensato e, purtroppo, si continua a pensare che basta aprire un esercizio in Italia per fare turismo. Questo andava bene fino agli anni Sessanta, quando eravamo gli unici sui mercati, ma oggi il rapporto è completamente rovesciato. Abbiamo dei competitor che hanno la facoltà di produrre servizi turistici a prezzi inferiori rispetto ai nostri, quindi noi dobbiamo lavorare sul tema qualità-prezzo, facendo corrispondere ai nostri prezzi più alti la qualità più alta.

Questo vuol dire però un grande lavoro, sia sul versante pubblico, cioè territori e infrastrutture, sia sul versante privato, con una capacità ricettiva adeguata alla domanda. Volevo approfittare della visione generale che il Touring, anche attraverso la sua rete territoriale, ha del nostro turismo, per chiedere qual è il punto di maggior difficoltà rispetto alla filiera del prodotto - se si tratta di alberghi, di comunicazioni o di aeroporti - oppure ai singoli prodotti. Secondo voi, il prodotto più in difficoltà oggi è la montagna, il mare, le città d'arte, le terme?

MARILDE PROVERA. Partendo dall'interessante relazione del dottor Venturini, credo che sarebbe opportuno fare un approfondimento ulteriore sul problema qualità-prezzi. C'è indubbiamente un problema di qualità ma anche di prezzi. Ciò che, a mio parere, nel nostro Paese si avverte in modo diffuso è che l'attesa sulla qualità, anche medio-bassa, non viene soddisfatta e se qualcuno vuol fare un turismo che non costi molto non ha alcuna possibilità di soddisfare il suo desiderio. Non vi sono, infatti, strutture ricettive anche per un turismo medio-basso.

In secondo luogo, anche un turismo che gradirebbe qualche servizio in più rischia di trovarsi, pagando dei prezzi comunque superiori, in una situazione di turismo medio-basso. Entrambi gli aspetti, a mio avviso, andrebbero approfonditi.

Un'ulteriore considerazione riguarda il turismo più classico, quello marittimo, delle spiagge. Il nostro Paese ha bellezze incredibili, ma tutta la costiera è privatizzata. Noi non siamo di fronte ad un turismo offerto per servizi, ma per spazio privatizzato. Questo è assolutamente lesivo di un turismo che potrebbe arrivare in Italia, il quale potrebbe chiedere - oltre alla sdraio, a un servizio ludico, a un servizio di benessere sulla spiaggia, come sta accadendo sulla costiera romagnola - la possibilità di utilizzare la spiaggia, per poi decidere se utilizzare i servizi.

Questo ormai è reso impossibile nel nostro Paese. Da Livorno, risalendo tutta la costiera fino alla fine della Liguria si trovano solo fazzoletti di terra - neanche più di sabbia perché sono gli unici lasciati liberi - fra file immense di ombrelloni che impediscono addirittura la vista del mare.

Questo, a mio avviso, incomincia a diventare un problema da affrontare, anche per il rendimento che gli stabilimenti balneari privati hanno nel rapporto con il sistema Paese, per i costi e per le tasse che non pagano.

Infine - mi rivolgo anche al presidente - come elemento di approfondimento rispetto ad una discussione complicata avvenuta in questa Commissione, mi piacerebbe ascoltare un giudizio del Touring, per poi riprendere il discorso con le associazioni, sul tema delle guide e degli accompagnatori. Noi abbiamo avuto un dibattito abbastanza intenso in questa Commissione durante la discussione del decreto Bersani. Mi pare che non siano stati compiuti passi avanti, a parte il fatto che quel decreto ha consentito, forse, un po' di dequalificazione del settore.

Credo che sarebbe opportuno sentire nuovamente le associazioni. Mi piacerebbe ascoltare oggi un parere del Touring e tentare di riprendere quel filone di discussione.

PRESIDENTE. Il tempo stringe e dobbiamo consentire al dottor Venturini di replicare. Vi prego di formulare domande telegrafiche.

PAOLO AFFRONTI. Facendo riferimento a quella che si presuppone sia la politica futura, rispetto al discorso qualità-prezzo e anche alla classificazione delle strutture turistiche ricettive italiane e via dicendo, vorrei sapere quale sia il ruolo che voi svolgete relativamente agli eventi verificatisi in Italia e quello che voi avete propagandato all'estero e che avete contribuito a creare o ad organizzare dal punto di vista tecnico.

LUDOVICO VICO. Da ragazzo andavo in libreria e ricordo che i testi del Touring erano inaccessibili per il loro costo. Apprezzo il fatto che ora, invece, sono più accessibili. In ogni regione un albergo si classifica in base alle stelle: tre, quattro, cinque. Perché non si suggerisce, in questa e in altre sedi, un criterio diverso. Qual è la società di rating che, per la sua storia, potrebbe assumere questa funzione?

RUGGERO RUGGERI. Penso che ci sia stato, negli ultimi 10-15 anni, un mutamento nella domanda turistica. Basti pensare che le coste adriatiche prima erano interessate da un turismo di famiglia, di gente che andava al mare per un mese, adesso invece la vacanza dura al massimo una settimana oppure un week-end. Come possiamo aiutare l'offerta, e quindi i nostri albergatori, ad attrezzarsi per un tipo di turismo che sta cambiando e cambierà anche in futuro?

PRESIDENTE. Do la parola al direttore generale del Touring club italiano, dottor Guido Venturini, per la replica.

GUIDO VENTURINI, Direttore generale del Touring club italiano. Signor presidente, credo di dover anticipare che non riuscirò, in pochi secondi, ad essere esaustivo rispetto alle tematiche che sono state colte in maniera puntualissima e molto approfondita.

Vorrei rispondere riportando alcuni esempi. Sono d'accordo con chi ha ricordato che il concetto di qualità non significa lusso: qualità significa giusto prezzo sulla base di un rapporto misurabile. Giustamente qualcuno ha chiesto quali sono i criteri del rating. Io dico che questo Paese, negli ultimi anni, ha fatto un salto di qualità straordinario dal punto di vista della normazione della certificazione dei prodotti industriali venduti sia a imprese che al cittadino.

L'UNI funziona molto bene ed emana normative molto precise, rispettate dai produttori; inoltre, ci sono enti italiani e stranieri che rilasciano le certificazioni. È chiaro che ci sono tante aree da migliorare, problemi di marginalità e tutta una serie di aspetti da valutare. Tuttavia, un passo in avanti è stato fatto.

Il tema della classificazione alberghiera va ripreso. Certo, se la legge n. 135 ha messo questa responsabilità nelle mani dell'ente regione, quindi del territorio, e ognuno si fa la classificazione per conto suo, tutto diventa impossibile.

Occorre un'authority che dica che il marchio è «Italia». Ognuno potrà fare la promozione che vuole sul territorio, ma la classificazione deve essere «Italia» e non ci può essere una classificazione di ventuno territori diversi.

Per questo aspetto si potrebbe scegliere un soggetto con competenze tecnico-scientifiche, oppure con una responsabilità morale persuasiva, ed allora noi, come Touring, potremmo candidarci, ma qualcuno ci deve invitare a dare questo tipo di contributo o metterci nelle condizioni di darlo correttamente.

Ci sarebbero esempi virtuosi che molti di voi già conoscono: ci sono, in realtà, albergatori, ristoratori che stanno offrendo la qualità al giusto prezzo. Vi porto un esempio che vi farà sorridere per la sua rozzezza: la prima località a livello internazionale, in termini di affluenza, superando i 30 milioni di turisti l'anno, italiani e stranieri, è Venezia; la seconda, che sta arrivando a ridosso di Venezia con 28 milioni - purtroppo i dati si riferiscono al 2005-2006 per il problema delle statistiche di cui parlavo prima - è Roma; la terza non è Firenze, non è Milano, non è Napoli, è Bolzano.

Bolzano non ha il mare, eppure è visitata da quindici milioni di italiani ogni anno, d'estate e d'inverno. Quindici milioni di italiani, non quindici milioni di tedeschi che scendono dal Brennero! Questo vuol dire che in quell'area chi fa ospitalità, chi fa questo tipo di mestiere, ha recepito un concetto di ospitalità diffusa che non si limita alle cinque stelle lusso, ma si estende anche al piccolo agriturismo, al maso, al negoziante che vende la mela, al bar.

È entrato nel meccanismo di quei cittadini lo stesso concetto che gli spagnoli hanno interiorizzato. Essi, infatti, sono convinti che il turismo sia una leva importante di sviluppo del Paese.

Vi faccio una domanda: siamo certi che tutti gli italiani ritengono che il turismo sia una leva importante per il proprio Paese o alcuni sostengono che il turismo è un'operazione a saldo negativo per loro e a saldo positivo solo per alcuni? Questo è un punto strategico che volevo sottolineare. Non ho, infatti, le soluzioni in tasca per le domande che mi avete posto.

A metà del percorso, a qualche anno dal trasferimento alle regioni di questa materia attraverso la legge n. 135, stanno emergendo nodi talmente forti che se non vengono rianalizzati e se non vengono trovate soluzioni adeguate, rischiano di portare avanti un processo che non riuscirà a risolvere il tema fondamentale che abbiamo di fronte.

Per quanto riguarda il Touring, noi continuiamo il nostro lavoro con grande fatica, lo ammetto. Il modo, infatti, in cui le cose stanno cambiando - la mentalità, i turisti, i vari tipi di turismo - sta travolgendo anche il Touring. Internet è il nostro maggiore competitor. I ragazzi scaricano gratis tutte le informazioni per un viaggio, le offerte dei low cost, i last minute. Tutto si sta muovendo per eliminare un intermediario, un interlocutore professionale in grado di fornire un servizio e un aiuto. Quindi, va ripensato questo tipo di modello, che sta creando dei problemi, dei rischi non di poco conto. Credo che non tocchi a me fare l'elenco delle CIT o di altri tour operator importanti in difficoltà.

Per ultimo voglio affrontare il discorso dell'albergo. Al riguardo consentitemi di lasciarvi un'ipotesi lavoro. Il problema vero è la microdimensione: si tratta di attività, nella stragrande maggioranza dei casi, di tipo familiare. Non ci sono catene nel nostro Paese, a differenza che negli altri Paesi. La responsabilità dell'innovazione e del miglioramento ricade interamente sulle spalle di un nucleo familiare, che non riesce ad avere la capacità di investimento necessaria per quel progetto di miglioramento delle strutture e dell'offerta al quale è chiamato. Tra l'altro, molto spesso la famiglia è gestore della struttura, ma non è proprietaria dell'immobile. C'è la necessità di capire, con gli strumenti legislativi e finanziari del caso - e questa Commissione probabilmente ne è in possesso - se sia possibile mettere in moto un meccanismo virtuoso importante che preveda un processo di ammodernamento puntando alla qualità delle nostre strutture e dell'offerta alberghiera, quindi dell'ospitalità, attraverso processi che possano essere di aiuto - fiscale, finanziario o di altro tipo - puntando a progetti che valorizzino, per esempio, il design italiano, il made in Italy.

Perché siamo leader nelle lampade, nell'arredamento, nell'offerta di tanti prodotti, e poi nei nostri alberghi questi elementi non ci sono e, ad esempio, i bagni non sono adeguati?

È stato portato avanti dal Parlamento un grande processo di ammodernamento del parco automobili per limitare l'impatto ecologico e per tanti altri motivi. Perché un progetto di questo genere non può essere studiato, nei suoi aspetti più significativi, anche per le strutture dedicate all'ospitalità?

Touring, che è un'associazione libera di opinioni e di cultura in questo settore, con tutti i suoi mezzi e le sue competenze è a disposizione per accompagnare questo processo e indirizzarlo verso gli obiettivi di cui avete parlato.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Venturini da parte di tutti i colleghi. Ringrazio anche il dottor Ranzo e il dottor Li Castri.

Do ora la parola al capo del dipartimento per l'innovazione e le tecnologie della Presidenza del Consiglio dei ministri, **Ciro Esposito**, invitandolo a limitarsi a una breve esposizione.

CIRO ESPOSITO, Capo del dipartimento per l'innovazione e le tecnologie della Presidenza del Consiglio dei ministri. Signor presidente, il portale del turismo ha avuto una vita travagliata negli ultimi due anni. La storia è cominciata nel 2005 e, a suo tempo, fu stabilito che il Portale Italia in realtà dovesse far parte di un progetto più ampio chiamato «Sceglitalia», per promuovere il brand dell'Italia turistica all'estero. Per far questo, fu stanziata una cifra complessiva di 45 milioni di euro e fu affidato il compito al dipartimento per l'innovazione e le tecnologie. A questo, poi, fu affiancata Innovazione Italia Spa, con la quale furono stipulate due convenzioni, una per bandire una gara che scegliesse l'RTI a cui affidare la costruzione del portale e l'altra per la gestione del portale stesso.

Fu costituito un comitato per il portale, al quale avrebbero dovuto partecipare i ministeri, gli operatori e i rappresentanti delle regioni. A quel comitato, però, le regioni non parteciparono per una serie di motivi. Prima di tutto, esse ritenevano che il turismo fosse una competenza primaria delle regioni; in secondo luogo, non ritenevano, se non attraverso approfondimenti successivi, che la vendita e la prenotazione diretta di pacchetti da parte del portale fosse cosa utile e, comunque, sostenevano che dovesse scontare un approfondimento con gli operatori del settore; infine, era loro opinione che il progetto non tenesse conto del fatto che, nel frattempo, era partito un progetto interregionale su cui le regioni avevano investito risorse sia in termini di professionalità che di impegno economico.

Per questo motivo le regioni non parteciparono a quell'incontro. Fu comunque dato avvio al progetto, il quale fu, in qualche modo, derubricato: non più «Sceglitalia», ma semplicemente la costruzione del portale.

Un RTI, con capofila IBM, fu selezionato nel mese di luglio del 2005, con l'obiettivo estremamente ambizioso di fare una prima release per la fine di quell'anno e di pubblicare successivamente il portale in occasione delle Olimpiadi invernali di Torino. IBM non fu in grado di concludere il portale, sia nei tempi che nei modi.

Si avviò così un periodo di discussione in seno al dipartimento. In seguito è cambiata la legislatura ed è stato riesaminato il progetto. Nel corso dei mesi di giugno, luglio e settembre dello scorso anno è stata presa la decisione di far continuare le attività allo stesso raggruppamento temporaneo di imprese con capofila IBM, per raggiungere comunque un risultato.

Poiché i tempi non erano stati osservati dal raggruppamento temporaneo di imprese, il mio dipartimento ha dovuto applicare delle penali piuttosto consistenti che hanno raggiunto il 20 per cento dell'importo contrattuale.

Nello stesso tempo è stato riorganizzato il contratto, sia in termini di modalità che di tempistica interna. Il contratto, comunque, ha mantenuto la scadenza finale prevista per luglio di quest'anno.

Le cose sono andate sostanzialmente meglio. Il 22 febbraio 2007 è stato pubblicato il Portale Italia.it in occasione della Borsa italiana del turismo. Le attività sono, nel frattempo, proseguite.

A luglio di quest'anno sono scadute sia le convenzioni con Innovazione Italia (che nasce da una convenzione fra il dipartimento e Sviluppo Italia) che il contratto con IBM. Nel frattempo, non essendosi ancora in dettaglio definito chi gestirà a regime questo portale, il mio dipartimento ha dovuto correre ai ripari per garantire la continuità di esercizio del portale stesso, che altrimenti, con la fine di luglio, si sarebbe semplicemente spento.

Per fare questo si sono dovute sospendere le convenzioni con Innovazione Italia e chiudere il contratto con l'RTI con capofila IBM a seguito di collaudo. Nello stesso tempo, il mio dipartimento ha in corso di stipula un contratto con il raggruppamento temporaneo di imprese che ha vinto la gara per la gestione dei portali della pubblica amministrazione bandita dal CNIPA all'interno del servizio pubblico di connettività al lotto 1.

A seguito di questa gara è stato stipulato un contratto quadro dal CNIPA, al quale, attraverso contratti esecutivi, ogni pubblica amministrazione può aderire.

Il raggruppamento temporaneo di imprese subentrante necessita di qualche mese di tempo per affiancare quello uscente, in modo da essere pronto dal 1o gennaio 2008. A tale scopo, a valere sul quinto d'obbligo del contratto, è stato richiesto ed è stato ottenuto dal raggruppamento temporaneo di imprese uscente di continuare l'attività di gestione del portale e garantire l'affiancamento al subentrante da qui al 31 dicembre 2007.

Di conseguenza, la situazione è attualmente la seguente: il portale viene gestito fino al 31 dicembre 2007 dal raggruppamento temporaneo di imprese con capofila IBM che, a suo tempo, ha vinto la gara; lo farà perché ha aderito alla richiesta da parte nostra del quinto d'obbligo e terminerà il contratto il 31 dicembre. Nel frattempo, affianca il raggruppamento temporaneo di imprese subentrante, che è quello che ha vinto la gara europea bandita dal CNIPA, a seguito della quale ha ottenuto l'aggiudicazione e detiene la possibilità di gestire i portali e i siti della pubblica amministrazione.

Questo è un quadro generale, quasi un indice della situazione.

PRESIDENTE. Do la parola ai deputati che intendano porre quesiti o chiedere delucidazioni.

LUDOVICO VICO. Signor presidente, le informazioni che ci riferisce l'ingegner Esposito, mi inducono con molta semplicità a chiedere che questa Commissione, al di fuori dell'indagine conoscitiva sull'attuazione della legge n. 135, possa comprendere quanti soldi stiamo spendendo per il portale. Chi li sta spendendo, con quale autorizzazione, e in quale sede si decide?

Lei, ingegnere, non ci ha fornito alcun documento, ci ha fatto una breve cronistoria orale, certo importante ma priva di alcuni dettagli fondamentali. Sono interessato, come parlamentare italiano, a sapere quanto si è speso per qualcosa che lei stesso ha definito un'avventura.

PRESIDENTE. Attendo che siano i colleghi a prendere la parola, per poi aggiungere eventualmente una mia considerazione.

GIUSEPPE CHICCHI. Vorrei conoscere la composizione del raggruppamento temporaneo di impresa subentrante al raggruppamento che faceva capo ad IBM.

PRESIDENTE. Mi permetto di aggiungere la mia personale domanda a quella dei colleghi. Nel ringraziare l'ingegner Esposito per la sua presenza, confesso un po' di stupore per non avere ricevuto, come io ed altri colleghi immaginavamo, un minimo di documentazione e di indicazione di numeri. Ci auguriamo che questo nostro stupore sia presto superato da ulteriore documentazione, magari non solo orale.

PAOLO AFFRONTI. Vorrei sapere quanti sono stati gli accessi al portale.

PRESIDENTE. Do la parola all'ingegner Ciro Esposito per la replica.

CIRO ESPOSITO, Capo del dipartimento per l'innovazione e le tecnologie della Presidenza del Consiglio. Quando ho ricevuto notizia dell'audizione mi è stato chiesto di predisporre una memoria. L'ho fatto e, se il presidente lo permette, ne lascio una copia, in modo che possa essere messa agli atti.

Non conoscevo quale fosse il grado di approfondimento richiesto, di conseguenza quello che troverete nella memoria è più o meno quello che ho detto. In ogni caso, sono pronto a fornire tutti gli approfondimenti necessari.

Per quanto riguarda la spesa, con legge fu individuata la somma di 45 milioni di euro per questa iniziativa. Al momento la situazione è la seguente: a seguito dell'applicazione delle penali, sono stati spesi in totale circa cinque, sei milioni di euro - sarò poi in grado di darvi i dettagli - per la costruzione del portale e la sua gestione fino al mese di luglio di quest'anno.

In seguito, sono state spese alcune centinaia di migliaia di euro per lo studio di fattibilità, svolto all'epoca dalla società McKinsey, che costruì uno scenario per la partenza del portale, e altre cifre, che non superano il milione, per Innovazione Italia, che ha partecipato alla gestione del portale. Di conseguenza, gran parte dei fondi è ancora disponibile. Tra l'altro, ventuno milioni di euro furono all'epoca destinati alle regioni, affinché potessero connettere i portali regionali con il portale nazionale, arricchendoli entrambi dei contenuti necessari.

Le critiche che sono pervenute per la gestione del portale attengono più o meno tutte ai contenuti. Ebbene, i contenuti devono provenire dalle regioni, dai territori, anche perché esiste una competenza primaria delle regioni stesse.

Successivamente è stato costituito un comitato per il portale rappresentato per metà dalle regioni: i componenti ,infatti sono per metà regionali, mentre nell'altra metà sono rappresentati il mio dipartimento - coordino personalmente il comitato -, il dipartimento per le politiche turistiche, il dipartimento per gli affari regionali, l'ANCI, l'UPI e i rappresentanti delle categorie interessate, quali albergatori, ristoratori e via elencando. Questo comitato stabilisce le linee del portale.

LUDOVICO VICO. Quanto costa il comitato?

CIRO ESPOSITO, Capo del dipartimento per l'innovazione e le tecnologie della Presidenza del Consiglio. Nulla. Ognuno partecipa in rappresentanza del proprio ministero e della propria regione. Non è previsto alcun gettone di presenza né rimborso spese.

LUDOVICO VICO. Un'ottima cosa, tra le tante non buone...

CIRO ESPOSITO, Capo del dipartimento per l'innovazione e le tecnologie della Presidenza del Consiglio. Il comitato si è riunito quattro, cinque volte - la prima nel mese di marzo - e ha cominciato oggi a definire gradualmente le linee del portale, le notizie che deve contenere e via elencando.

Al momento si sta dibattendo sull'opportunità o meno che il portale permetta di prenotare viaggi, alberghi, ristoranti, e in ogni caso consenta al turista straniero che voglia venire in Italia o allo stesso turista italiano di stabilire un itinerario e provvedere agli acquisti, sia di alloggio che di mezzi, necessari per garantire i suoi spostamenti.

Le regioni stipulano con il dipartimento delle convenzioni, a seguito delle quali viene liberato il 10 per cento della parte dei 21 milioni dedicata a quella regione. Successivamente viene presentato un progetto editoriale che viene approvato concordemente dal dipartimento e dalla regione, a seguito del quale viene liberato un altro 40 per cento di risorse, per un totale del 50 per cento.

Il rimanente 50 per cento va avanti per stati di avanzamento, nel senso che viene considerato in che modo la regione sta contribuendo all'arricchimento del portale, per quanto riguarda la redazione locale e i collegamenti con la redazione nazionale.

Questo è il quadro su cui è stato trovato il completo accordo con gli esponenti regionali e che, tutto sommato, ci sta portando all'avvio di un'organizzazione piuttosto complessa.

Al di là del problema tecnico del portale, il punto sostanziale è quello delle notizie che viaggiano all'interno dello stesso. Rispetto all'errore iniziale di prendere contenuti e immetterli nel portale - segnatamente prendere da De Agostini o da altri notizie che vanno bene sul libro di storia o di geografia, ma che sicuramente non sono scritte nel modo giusto per essere appetibili dal punto di vista turistico -, la scelta operata è stata quella di prendere in considerazione una redazione con provata esperienza nel mondo del giornalismo turistico. Obiettivamente, le notizie che adesso vengono proposte sono decisamente migliori che in passato. Su questo punto concordano sia le regioni che l'attuale Vicepresidente del Consiglio dei ministri, che ha la delega per il turismo.

C'è sicuramente molto da fare. In particolare, vi è la necessità di armonizzare le regioni, alcune delle quali sono molto reattive, mentre altre non reagiscono nella maniera più adeguata. Le regioni del centro-nord hanno reagito abbastanza rapidamente, mentre non hanno ancora firmato la convenzione con noi le regioni Lazio, Calabria, Sicilia e Puglia, sebbene i colleghi di queste regioni abbiano preso contatto con il dipartimento per avere alcuni chiarimenti ulteriori e firmare finalmente la convenzione, che consente l'erogazione della parte dei fondi stabilita per ciascuna di esse, e successivamente di avviare le relative attività.

Il CNIPA (Centro nazionale per l'informatica nella pubblica amministrazione) ha bandito delle gare all'interno del sistema pubblico di connettività. Quella relativa al lotto 1 è stata vinta da un RTI che ha a capo Telecom Italia e comprende altre due imprese collegate.

LUDOVICO VICO. Queste cose non sono scritte?

CIRO ESPOSITO, Capo del dipartimento per l'innovazione e le tecnologie della Presidenza del Consiglio. No, assolutamente.

LUDOVICO VICO. Vi siete riservati di inviare queste informazioni?

CIRO ESPOSITO, Capo del dipartimento per l'innovazione e le tecnologie della Presidenza del Consiglio. Sicuramente sì.

LUDOVICO VICO. Un portale così importante non può essere il prodotto dell'intuizione di qualcuno, ma credo sia un'esigenza del Paese. Istituzionalmente l'avrà deciso qualcuno, il Governo oppure il Parlamento.

PRESIDENTE. Ingegnere Esposito, se ritiene di aggiungere qualcosa può farlo.

CIRO ESPOSITO, Capo del dipartimento per l'innovazione e le tecnologie della Presidenza del Consiglio. Per il momento, relativamente alle richieste che sono state avanzate e fermo restando che sarà mia cura trasmettere ogni altra informazione ritenuta necessaria, ritengo di aver fornito le risposte.

Se ci sono altre domande, sono a vostra disposizione.

LUDOVICO VICO. Chiedo al presidente che vengano forniti tutti i dati, nelle forme che il capo del dipartimento può assicurarci, oppure che si proceda a un'audizione, indipendentemente dall'indagine conoscitiva, sul Portale Italia, prima che da parte mia segua una interrogazione.

PRESIDENTE. Il presidente della Commissione è assolutamente d'accordo con lei, onorevole Vico. Credo che, anche alla luce di quanto abbiamo ascoltato e letto - mi spiace, ma voglio essere molto esplicito - le domande mie e di tanti colleghi non possano che rafforzarsi.

Ci auguriamo che l'ingegnere Esposito e chi è investito della responsabilità politica, presso il ministero, voglia fornirci ulteriori informazioni nel senso che abbiamo ribadito.

Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 16.