

Spett.le

Luca Guglielmi

Consigliere Provinciale

Presidente II commissione Permanente

e p.c. Conferenza dei Presidenti Apt alla c.a. **Luciano Rizzi**

Alessandro Cadrobbi: Apt Pine Cembra

Iva Berasi: Apt Comano

Lorenzo Paoli: Apt Val di Non

Maria Demadonna: Apt Valle di Ledro:

Daniele Corsini: Consorzio Turistico Vigolana:

Daniele Bertoloni: Consorzio Turistico Giudicarie:

Daiana Cominotti: Consorzio Turistico Chiese:

Alois Furlan: Consorzio Turistico Rotaliana:

Mauro Pintarelli: Consorzio Turistico Val dei Mocheni

Trento, 29 Giugno 2020

Documento steso dal

gruppo presidenti Apt e Consorzi turistici

dei territori per i quali la legge prevede una aggregazione.

Osservazioni e proposte di emendamento al DDL "Disciplina della promozione territoriale e del marketing turistico trentino "

Articolo 5

L'articolazione del sistema di marketing turistico trentino

Giustificazione

Vista l'importanza di questo articolo della legge l'emendamento si ritiene necessario per stabilire direttamente in legge e con chiarezza le modalità di ridefinizione degli ambiti e le caratteristiche dei soggetti portatori di una eventuale richiesta di cambio ambito.

Art. 5 comma 3 Con regolamento, a decorrere dall'anno successivo a quello della data di entrata in vigore di questa legge, anche su richiesta motivata del comune competente per territorio, possono essere ridefiniti gli ambiti e le aree territoriali di cui all'allegato A *

Aggiungere dopo A *e comunque sempre sentiti i comuni

Si chiede che siano chiariti i tempi e le modalità di questi eventuali spostamenti di ambito; il termine "anche" esclude soggetti diversi dal Comune?

Art. 7

Attività delle Aziende per il Turismo

Giustificazione

Nella considerazione del valore turistico territoriale di tutti i luoghi del Trentino si ritiene importante mantenere il legame con il territorio nella salvaguardia dell'autonomia identitaria dei territori. È indispensabile mantenere, anzi aumentare, il rapporto tra ente turistico e territorio, è indispensabile un contatto diretto e locale con il territorio e gli attori turistici e garantire negli organismi la parità di genere in considerazione della presenza e del ruolo anche delle donne del comparto

1. Le attività finalizzate al presidio della qualità dell'ospitalità e dell'esperienza del turista e alla sua fidelizzazione sono realizzate, nel rispettivo ambito territoriale, dalle ApT.

2. Ai fini del comma 1 le ApT realizzano le seguenti attività di interesse generale, nel rispetto della disciplina europea in materia di aiuti di Stato:

a) attività primarie:

1) istituire e svolgere servizi di informazione e di assistenza turistica, nonché porre in essere le attività per la fruizione dei prodotti turistici, nell'ottica della costruzione dell'esperienza turistica;

2) organizzare e promuovere manifestazioni ed eventi nonché coordinare e promuovere quelli realizzati da altri soggetti nell'ambito territoriale;

3) attuare, in ambito locale, i progetti a livello provinciale e gli strumenti di sistema nonché i prodotti sviluppati dalle agenzie;

4) sviluppare i prodotti turistici di interesse del relativo ambito;

5) valorizzare l'utilizzo delle produzioni locali e le esperienze locali;

6) promuovere i valori del "Trentino" con riferimento a quanto previsto all'articolo 3;

7) affiancare e sostenere gli operatori turistici dell'ambito con riferimento ai seguenti temi:

7.1) coinvolgimento per la definizione e costruzione del prodotto turistico;

7.2) definizione di proposte tematiche e stagionali;

7.3) utilizzo delle piattaforme digitali di sistema;

7.4) coerenza tra il posizionamento della struttura e quello della località.

8) partecipare ai progetti di sviluppo di prodotto turistico attraverso la nomina del proprio rappresentante presso le agenzie;

Aggiungere punto 9

9) Coordinare, sotto il profilo strategico e operativo, le attività di risposta e adattamento degli operatori turistici in situazioni di emergenza sanitaria o istituzionale, anche attraverso l'adozione di strumenti di sistema.

b) altre attività:

1) realizzare attività di marketing del proprio ambito comprensivo dei territori aggregati con riferimento ai mercati di ^[11]prossimità o prevalenti; ^[12]

2) promuovere i marchi delle località e i relativi prodotti ^[13]

3) concorrere alla valorizzazione e promozione del patrimonio paesaggistico, ^[14]artistico e storico coerentemente con le finalità della promozione territoriale; ^[15]

4) promuovere e gestire impianti, servizi e infrastrutture a carattere locale e non di rilevanza economica e di prevalente interesse turistico o sportivo;

5) sostenere iniziative per favorire attività a basso impatto ambientale.

Aggiungere il punto 6

6) Sostenere, coadiuvare e coordinare le attività delle associazioni di volontariato a prevalenza attività turistica indispensabili all'accoglienza degli ospiti nei territori aggregati

Articolo 12

Coinvolgimento delle Apt

Articolo 13

Agenzie territoriali d'area

Giustificazione

È indispensabile che i territori aggregati mantengano la rappresentanza sia nella nuova Apt che nelle agenzie territoriali, per una dignità di territorio ma anche e soprattutto per le competenze e le conoscenze che portano e che sono necessarie ad una proficua programmazione.

Articolo 12 comma 1 lettera b

Presenza nell'organo amministrativo del soggetto di una rappresentanza delle associazioni di categoria della ricettività turistica *

Aggiungere: * e di una consona rappresentanza degli ambiti aggregati indicando criteri che garantiscano un corretto equilibrio di rappresentanza e salvaguardia di tutti i territori, nel rispetto della parità di genere e valutando anche la possibilità di costituire una società ex novo.

Articolo 13 comma 2

Le agenzie sono dotate di un nucleo tecnico per le attività di proposta relative alla programmazione e alle azioni per lo sviluppo dei prodotti turistici in coerenza con le indicazioni programmatiche del sistema del

marketing turistico provinciale. Il nucleo è formato da almeno un rappresentante per ciascun ambito coinvolto, nominato dalle Apt *

Aggiungere: * e di almeno un rappresentante degli enti aggregati, garantendo la parità di genere

Articolo 24

Disposizioni transitorie

Giustificazione

Occorre che rimanga il fondo perequativo per i territori armonizzati che lo possano così portare in dote alla nuova Apt. Il fondo deve essere dato anche ai territori aggregati.

Articolo 24 comma 1

A decorrere dal 1 gennaio 2021, il finanziamento provinciale dell'attività previste dall'articolo 7, comma 2, riferite agli ambiti territoriali individuati da questa legge, è attribuito alle Aziende per il turismo esistenti ai sensi dell'articolo 9 della legge provinciale n. 8 del 2002 se si sono dotate dei requisiti previsti dall'articolo 12. Nel caso in cui l'ambito territoriale non coincida con quello preesistente, il finanziamento è attribuito all'azienda per il turismo esistente o nata dalla fusione tra le aziende per il turismo esistenti che, con riferimento alle porzioni di ambiti preesistenti ricadenti nel nuovo ambito, ha registrato il maggior numero di presenze nell'ultimo triennio antecedente l'entrata in vigore della presente legge. Le necessarie disposizioni attuative, anche di prima applicazione, sono definite con deliberazione della Giunta provinciale. *

Aggiungere: *Va mantenuto e garantito almeno l'importo finanziario finora assegnato agli ambiti aggregati garantendo l'investimento di tale somma a favore del territorio stesso considerando che l'ambito aggregato porta con se il valore di prodotto sviluppato nel tempo ed il relativo brand.

Articolo 24 comma 3

Il personale delle Aziende per il turismo esistenti ai sensi dell'articolo 9 della legge provinciale n. 8 del 2002 e quello dei consorzi turistici di associazioni pro loco previste all'articolo 12 quater della legge provinciale n. 8 del 2002 è assunto dalle aziende per il turismo di cui al comma 1 secondo un accordo con le organizzazioni sindacali rappresentative.*

Aggiungere * Il soggetto aggregante (sia già esistente che nuovo) si impegna a favorire e valorizzare il personale degli ambiti aggregati garantendo il mantenimento della sede attuale di lavoro e delle mansioni e competenze maturate, fermo restando le possibilità di implementare la propria carriera lavorativa nel nuovo ente di assunzione.

Si intende fare proprio il documento della Federazione trentina delle Cooperative e nello specifico l'emendamento qui riportato con integrazioni allo stesso

Art. 22

Regolamento di esecuzione della legge

1. Il regolamento di esecuzione della presente legge è adottato previo parere della competente commissione permanente del Consiglio provinciale e del Consiglio delle autonomie locali.
2. Il regolamento predispose norme per garantire il mantenimento dei livelli occupazionali e la tutela delle competenze e delle mansioni del personale nelle aggregazioni delle aziende per il turismo e dei Consorzi, stabiliti dalla presente legge e il pieno coinvolgimento dei soggetti incorporati nell'individuazione delle denominazioni territoriali delle nuove aziende per il turismo.
3. Il regolamento garantisce una rappresentatività delle aziende per il turismo e dei Consorzi, assoggettati a processi di aggregazione all'interno degli organi di amministrazione e gestionali degli enti risultanti da tali processi garantendo la parità di genere
4. Il regolamento dispone che la nuova Apt preveda una sede strutturata ed adeguata di presidio su ogni territorio aggregato, con il mantenimento fisico e di competenza degli attuali uffici nei territori di riferimento delle ex aziende di promozione turistica e Consorzi, enti precedentemente attivi e accorpati ad altri soggetti a seguito dell'approvazione della presente legge, quali ramo di azienda autonomi e con un budget definito, per la cura dell'accoglienza, dell'informazione e il supporto agli operatori locali. **Giustificazione a questo emendamento:** il marketing territoriale necessita di presidi locali, con conoscenze e competenze riguardo agli specifici territori, agli attori che li compongono e alle dinamiche che li animano. Gli uffici dei territori aggregati devono essere valorizzati come strumenti indispensabili per l'efficacia di una strategia di marketing territoriale trentina, che coinvolga ogni territorio, per definizione turistico.

Giustificazione

L'emendamento qui proposto richiede, in primo luogo, una esplicita menzione alla tutela dei livelli occupazionali maturati all'interno delle aziende per il turismo nell'assetto pre-riforma sotto il profilo qualitativo e quantitativo, i cui contenuti concreti sono rimessi a un atto regolamentare.

Un analogo riferimento in termini di tutela viene operato rispetto alla denominazione delle nuove aziende per il turismo.

Lungi dall'essere soltanto nominalistica, tale questione assume, per un verso, un rilievo identitario e, per altro verso, una non trascurabile componente di tutela di investimenti promozionali eseguiti, anche con risorse pubbliche, dai soggetti più piccoli nel corso degli anni a livello nazionale e internazionale.

Il medesimo ragionamento viene riproposto per la rappresentatività delle aziende accorpate all'interno degli organi di amministrazione e gestionale dei nuovi soggetti conseguenti alla riforma, così come per un ragionevole presidio fisico di promozione territoriale nei territori presidiati, allo stato, da una propria APT o Consorzio di ambito destinata ad essere aggregata entro un ente differente. Il marketing territoriale necessita di presidi locali, con conoscenze e competenze riguardo agli specifici territori, agli attori che li compongono e alle dinamiche che li animano. Gli uffici dei territori aggregati devono essere valorizzati come strumenti indispensabili per l'efficacia di una strategia di marketing territoriale trentina, che coinvolga ogni territorio, per definizione turistico.

Considerazione di criticità

Premessa: si intende segnalare il problema della risoluzione di eventuali debiti dei territori armonizzati. Eventuali situazioni di esposizioni vanno segnalate e sanate dalla Provincia prima dell'aggregazione

Documento steso dai presidenti rappresentanti dei territori aggregati:

Alessandro Cadrobbi,

Iva Berasi,

Lorenzo Paoli,

Maria Demadonna,

Daniele Corsini,

Daniele Bertolni,

Daiana Cominotti

Alois Furlan

Mauro Pintarelli

Rovereto, 30 giugno 2020

Egregio Presidente

Egregi Componenti

Seconda Commissione permanente Consiglio della Provincia Autonomia di Trento

Egr. Sig.ri,

vi ringrazio innanzitutto per aver accolto la mia richiesta di prendere parte alle consultazioni in qualità di Presidente di Apt Rovereto e Vallagarina.

In apertura preme sottolineare che il nostro intervento è motivato da un profondo senso di orgoglio rispetto a quello che il Trentino ha saputo costruire in questi anni, complice la bellezza del nostro territorio, ma anche un sistema turistico che, dal punto di vista operativo e dei risultati, rappresenta un esempio indiscusso a livello nazionale. I numeri in costante crescita che abbiamo saputo confermare di anno in anno la dicono lunga sull'efficacia dell'impostazione organizzativa definita attraverso una società provinciale in grado di delineare le macro strategie promozionali utili a tutto il sistema, avvalendosi del fondamentale braccio operativo delle Apt, enti di riferimento locale, nonché esperte conoscitrici delle rispettive realtà territoriali. Lo sappiamo, viviamo un territorio particolarmente variegato ma anche complesso dal punto di vista della vivibilità e della fruibilità. Il fatto che ad oggi oltre il 60% della popolazione provinciale risieda nelle valli è sintomatico di un'impostazione che ha permesso di rendere fruibile il territorio salvaguardandolo e, al tempo stesso, creando un'economia periferica che anche attraverso il turismo ha consentito il mantenimento e lo sviluppo di innumerevoli opportunità di crescita, anche per i territori più marginali.

Ecco perché riteniamo certamente una perdita per gli ambiti turistici cosiddetti "minori" la definizione di un nuovo assetto organizzativo e territoriale che ridisegna i confini delle aree di competenza. Il lavoro concretizzato negli anni con gli operatori turistici e dell'offerta (ricettivo in primis ma anche produttori, mondo della ristorazione, fornitori di servizi) andrebbe ricostruito totalmente, nella maggior parte dei casi ridefinendo gli equilibri interni e i rapporti di collaborazione che, ad oggi, consolidatisi nel tempo, garantiscono efficacia nella creazione di un'offerta turistica concreta, fruibile, suggestiva. Ridisegnare i confini significa ridefinire nuovi prodotti, nuove proposte, creare un rinnovato senso di appartenenza, fondamentale per chi sul territorio deve fare sinergia. La vera essenza di un'offerta efficace. E ci vorrà del tempo, parecchio tempo, che probabilmente non abbiamo in un momento storico caratterizzato dai profondi cambiamenti imposti dal post Covid. Tante incertezze che forse troverebbero delle basi solide se poggiate sulla continuità progettuale di ciò che in passato ha dato dimostrazione di essere una strategia vincente. Una proposta di accorpamento tra Apt che non è stata nemmeno motivata, per tematica, per coerenza territoriale o ancora per rafforzare logiche di collaborazione sinergica tra territori confinanti, attività tra l'altro già in essere con proficue collaborazioni attivate con i colleghi delle Apt limitrofe.

Una situazione che si complica ulteriormente se ipotizziamo di demandare totalmente ad un nuovo ente intermedio la strategica responsabilità di definire i progetti di sviluppo turistico interambito. Proposta che oltre a squalificare in maniera significativa il ruolo delle Apt incarica un organo neocostituito della responsabilità di definire l'offerta più affine ai singoli territori. Siamo certi che demandare questo incarico ad un ente sovra territoriale dopo anni di rapporti e relazioni quotidiane one to one costruite dalle singole Apt possa tradursi in una strategia vincente a beneficio del sistema? Siamo certi che si possa lavorare in questa direzione affidando un incarico così certosino ad un ente sovra territoriale?

Probabilmente alcuni potrebbero obiettare che valga la pena investire solo nelle aree ad alta concentrazione turistica, impostazione che di fatto contrasta con una proposta di legge che definisce un Trentino

interamente turistico. Ma, vogliamo sottolineare, se la nostra prima ricchezza consiste proprio nel valore di un territorio ancora complessivamente integro e ben conservato è altrettanto vero che guardando al futuro il nostro obiettivo deve essere proprio quello di creare un sistema, anche e soprattutto economico, capace di tutelare la nostra materia prima, ovvero il territorio, possibilmente con il minimo impatto, proprio per garantire un futuro sostenibile al nostro bene più prezioso.

Inoltre, lo ricordiamo, se di ricadute economiche si tratta dobbiamo sempre tenere presente che, in quanto soggetti istituzionali, i primi beneficiari delle politiche di sviluppo economico programmate dalla Provincia sono cittadini e abitanti del territorio, compresi imprenditori e categorie economiche che si fanno tramite di nuove opportunità di sviluppo per il sistema territoriale. Ecco perché la valutazione rispetto alle politiche strategiche promosse non può prescindere anche dal numero di abitanti che vivono e curano nel quotidiano il proprio territorio. Prendiamo il caso della Vallagarina, ad esempio, che con oltre 92 mila abitanti, è addirittura nel limbo per il mantenimento di un proprio presidio di promozione territoriale, attività volta a favorire nuove opportunità di sviluppo locale che direttamente o indirettamente dovrebbe portare beneficio a quasi un quinto della popolazione provinciale.

Perplessità importanti che certamente potrebbero essere oggetto di ulteriore valutazione se fosse evidente l'obiettivo finale di questo percorso. Ma ancora, purtroppo, manca questo tassello. Vogliamo raddoppiare le presenze turistiche nel prossimo quinquennio? Vogliamo puntare sulle destinazioni top che già hanno una riconoscibilità a livello internazionale? Vogliamo impostare una strategia che concentra risorse ed energie nella direzione di pochi prodotti selezionati? Vogliamo escludere a priori eventuali investimenti per la creazione di nuovi prodotti turistici? Mi riferisco al turismo enogastronomico, alle opportunità offerte dal turismo religioso, al filone culturale che spesso trova poco spazio nelle politiche promozionali dello stesso ente centrale. Dopo i numerosi confronti e i pareri espressi a più riprese dai diversi territori interessati ancora non è noto quale sia la strategia complessiva di questo rinnovato percorso, un elemento di fondamentale importanza per condividere un progetto così fortemente incisivo sul nostro sistema turistico.

Mentre alcuni territori hanno già raggiunto, e in alcuni casi anche superato, dei livelli di saturazione turistica da macro destinazione il nostro ambito, la Vallagarina, certamente ha ancora diverse opportunità da mettere a sistema per creare nuove occasioni di sviluppo. Abbiamo molto da raccontare proprio per la ricchezza e la varietà dell'offerta; dal punto di vista culturale con ben 12 sedi museali, 9 castelli, oltre 50 siti della grande guerra, palazzi e loghi sacri di pregio, rispetto al tema dell'enogastronomia possiamo vantare ben 46 cantine, 82 produttori gastronomici, quasi 200 ristoranti, senza dimenticare la ricchezza di un'offerta outdoor che tra mtb, cicloturismo e trekking include oltre 200 percorsi per oltre 2000 chilometri di immersione nella natura. Dalle eleganti geometrie dei centri cittadini ai suggestivi specchi d'acqua di montagna, dalle spettacolari fortezze medievali che si susseguono lungo la vallata agli ordinati declivi vitati che via via raggiungono l'Adige, dalle suggestioni selvagge delle Valli del Leno alle vette dell'altopiano di Brentonico, nulla da invidiare ad altre destinazioni che possono spendere brand già affermati. Se il turismo deve essere inteso come opportunità per un territorio di vendere le proprie bellezze ed offrire delle emozioni, la Vallagarina ha di certo tutte le carte in regola per insistere sulla propria vocazione turistica. Certo lo sviluppo turistico deve necessariamente essere accompagnato da una visione culturale, una mentalità, che a cascata coinvolge tutto il sistema. E la nostra Apt, attraverso una visione condivisa con le stesse amministrazioni comunali, le associazioni e i soci protagonisti indiscussi di questo processo, ha proprio l'ambizione di favorire e sostenere questo percorso, al fine di garantire un futuro economico, ma anche di tutela territoriale, al proprio ambito.

Infine il tema della tassa di soggiorno, una richiesta certamente legittima in tempi migliori, che applicata però a questo momento storico rischia di penalizzare ulteriormente un settore già pesantemente provato. L'idea di prevedere un ulteriore aumento, per di più indifferenziato su tutto il territorio, sembra essere quasi anacronistica per un sistema che già fatica a riprendere i livelli precedenti e che in questo momento storico avrebbe bisogno di stimoli e spinte propositive, addirittura premianti, piuttosto che ulteriori deterrenti nei confronti degli ospiti che scelgono il Trentino per le loro vacanze.

Alla luce quindi delle valutazioni sopra esposte chiediamo la possibilità di prevedere delle integrazioni ed eventuali chiarimenti in merito alle tematiche che riteniamo fondamentali per il proseguo del iter relativo al disegno di legge, chiedendo nello specifico di:

1. Definire chiaramente e condividere gli obiettivi strategici nel medio lungo termine che si intendono raggiungere con la definizione del un nuovo assetto organizzativo del sistema turistico trentino;
2. Ufficializzare la competenza di Apt Rovereto e Vallagarina come ambito a sé stante, partendo dal presupposto che le stesse amministrazioni comunali, le associazioni e i soci avranno comunque la facoltà di esprimersi in merito decretando parere ufficiale rispetto ai rispettivi confini territoriali;
3. Valutare l'impostazione strategica delle Ata e delle relative implicazioni dal punto di vista operativo partendo al presupposto che già oggi risulta molto dispendioso creare sinergie condivise in un sistema piramidale a tre, che include operatori, Apt e Trentino Marketing. Prevedere un ulteriore livello con una piramide composta da addirittura 4 passaggi intermedi sarebbe inevitabilmente dispersivo in termini operativi e di efficacia, oltre che anacronistico rispetto alla semplificazione diffusa che si cerca di promuovere a più riprese, specie a livello istituzionale;
4. Ipotizzare una progettualità sovra territoriale che, anziché costituire un nuovo ente terzo, parta da una condivisione strategica tra rappresentanti di Apt per condividere una visione d'insieme finalizzata al raggiungimento di obiettivi interambito. Anche prevedendo un budget dedicato in quota percentuale stanziato da ogni azienda per supportarne la progettualità;
5. Nel caso delle Ata definire in fase preventiva le risorse umane e le competenze tecniche dedicate all'operatività interna dei singoli enti partendo dalla necessità oggettiva di finalizzare un organigramma efficace per la strategia di sviluppo prodotto interambito;
6. Garantire la suddivisione per prodotto degli organi Ata assicurando la presenza su più tavoli dei territori con diverse vocazioni turistiche. Le Apt devono avere un ruolo significativo, proprio per la loro natura di soggetto strategico nella creazione del prodotto sovra territoriale, con ruolo di rappresentanza anche nella definizione delle strategie promozionali attivate dalla stessa Trentino Marketing;
7. Posticipare l'ipotesi di aumento dell'imposta di soggiorno pur mantenendo una differenziazione tra territori, considerando anche aspettative e caratteristiche di ospiti e visitatori che scelgono diversi ambiti in corrispondenza di una diversa aspettativa nonché propensione alla spesa.

Ringraziandovi nuovamente per l'attenzione dedicata

colgo l'occasione per porgere cordiali saluti.

Giulio Prosser

Presidente Apt Rovereto e Vallagarina

