



Relazione Assemblea pubblica Fedearlberghi - Como 16 maggio 2015

Cari colleghi, autorità, gentili ospiti,
grazie per essere intervenuti oggi all'annuale assise degli albergatori italiani.

Un futuro lungo cento anni

Per noi si tratta di un ritorno alle origini, perché Federalberghi – che allora si chiamava Società italiana tra gli albergatori – è stata costituita proprio qui a Como nel 1899. Da allora è passato molto tempo, più di un secolo, ma la passione e la voglia di costruire insieme qualcosa di più grande delle nostre realtà aziendali e territoriali che ha spinto i nostri predecessori a unirsi è sempre viva e anima adesso come allora le nostre azioni.

Il Turismo come esperienza dell'altro

In questi giorni abbiamo discusso a lungo insieme dei problemi del turismo italiano ma anche delle sue risorse e possibilità che sono tante, molte di più delle difficoltà che ognuno di noi quotidianamente affronta nel proprio lavoro. Il turismo è un settore plurale, un settore giovane, un settore a prevalenza di lavoro femminile, un settore dinamico in cui l'apertura al mondo, a culture diverse e diversi stili di vita costituiscono la ragion d'essere dell'attività. Questo valore del turismo assume oggi ancora più risalto, nel momento in cui gli spettri dell'intolleranza, della barbarie, della guerra – che credevamo riposti definitivamente nel nostro passato – ritornano a minacciare la nostra società, vicini, a pochi chilometri dalle nostre coste.

Il turismo è cultura, è conoscenza, è esperienza dell'altro

Dovremmo ricordarlo noi operatori e dovrebbero ricordarlo coloro i quali contrappongono la cultura "alta" al turismo, quasi che la circostanza che un bene culturale sia apprezzato da un vasto numero di persone rappresenti un danno invece che un accrescimento. Il danno è semmai costituito dal fatto che una grande parte del nostro patrimonio culturale è relegato in scantinati dove nessuno potrà mai giovarne. Se è vero che il mondo sarà salvato dalla bellezza - secondo il celebre detto di Dostoevskij - allora occorre che la bellezza del nostro Paese sia fruita dal maggior numero di persone possibile, perché il bello funga da antidoto all'orrore che avanza. Ma la bellezza non è solo quella dei secoli scorsi, quella del patrimonio che i nostri avi ci hanno lasciato e di cui noi siamo - non sempre meritevoli – eredi. E' anche quella che costruiamo giorno per giorno, continuando a mantenere in vita una tradizione millenaria di manifatture, di design, di gastronomia, di stile di vita, in una parola: di ospitalità.

Expo, Giubileo, Olimpiadi: condividere un'idea positiva dell'Italia

Oggi Expo è l'occasione per riaffermare questa vocazione, per condividere con tutto il mondo un'idea del nostro Paese positiva, creativa, capace di catalizzare le aspirazioni e di tradurle in energia positiva di crescita e di benessere. Per questa ragione abbiamo scelto di tenere la nostra assemblea in Lombardia, vicino al cuore dell'Expo, in un luogo che rappresenta le bellezze d'Italia nell'immaginario di tutto il mondo. Così come è necessario puntare sulla candidatura ad ospitare le olimpiadi del 2024. Anche in questa occasione l'Italia può farcela, a condizione che si lavori con serietà, senza fare affidamento allo stellone e alla capacità di improvvisare che accompagna da sempre l'organizzazione dei grandi eventi nel nostro Paese.

Il nostro auspicio è che l'Expo non sia solo occasione di affari, che pure è bene ci siano, ma rappresenti un'occasione di rilancio, un nuovo inizio, l'alba di un nuovo periodo in cui il nostro lavoro, le nostre idee, e quando dico nostri intendo nostri come italiani, possa tornare a essere ispirazione per tutto il mondo. Il termine "ispirazione" assume un significato ancora più rilevante se parliamo del Giubileo della misericordia indetto dal Santo Padre Francesco. Si tratta di un evento che trascende la mera dimensione economica e sociale dei grandi appuntamenti ma che pure comporterà un rilevante afflusso di persone che devono essere ospitate, ristrate, trasportate. È una sfida importante per il nostro Paese e per la città di Roma in particolare. Questi impegni costituiscono una occasione di rilancio per l'economia, non solo quella legata al turismo. Perché ciò avvenga è necessario concludere questa lunghissima transizione dalla crisi verso una nuova fase di sviluppo e di crescita.

Lo scenario economico

Lo scenario economico evidenzia una crescita ancora modesta dell'economia mondiale nel corso del 2014, caratterizzata da una ripresa dei paesi avanzati e un rallentamento di quelli emergenti. Fragilità e forze contrastanti continueranno a contraddistinguere anche l'anno in corso, facendo prevedere una crescita globale ancora contenuta. All'interno di questo contesto internazionale, l'Italia, nuovamente in recessione nel 2014 per il terzo anno consecutivo, viene stimata in recupero nel 2015, con il prodotto interno lordo nuovamente in crescita, seppure ad un tasso di appena lo 0,7%. Nonostante il basso profilo dell'economia globale, i flussi turistici mondiali hanno mantenuto il loro trend crescente anche nel 2014, raggiungendo, secondo le stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo per l'anno appena trascorso, un miliardo e 135 milioni di arrivi turistici internazionali. In Italia, dove il quadro economico è stato più critico, il turismo, pur con qualche segnale di recupero, è stato caratterizzato da performance peggiori rispetto a quelle di altri paesi leader nel mondo.

I dati più recenti ci forniscono anche un quadro assai problematico dell'occupazione nel settore, che ha fatto registrare una flessione del 4,1%. Il comparto alberghiero, all'interno del quale è proseguito il processo di ristrutturazione e riqualificazione delle strutture, reso ancora più selettivo dal periodo di crisi, ha registrato risultati meno deludenti rispetto alla media del settore, ma comunque ancora insoddisfacenti. Se prendiamo in esame i primi mesi del 2015, pur a fronte di un modestissimo +0,8% di presenze da gennaio ad aprile negli alberghi italiani, preoccupa fortemente il calo dell'1,5% registrato nei mesi primaverili. In particolare, nei mesi di marzo e aprile il calo di clienti italiani è stato pari al 3,4% mentre la componente straniera è stabile (+0,4%). È dato che evidenzia la gravità della crisi economica e lascia incognite in vista dell'estate. Il migliore andamento del mercato estero trova conferma nei risultati dell'indagine sul turismo internazionale dell'Italia realizzata dalla Banca d'Italia, che dal 2010 registra un costante incremento delle spese dei viaggiatori stranieri nel nostro Paese, confermato anche nel 2014. La sfavorevole fase economica e il conseguente calo della domanda turistica hanno spinto le imprese del settore, pesantemente colpite da perdite di clientela e fatturato, ad adottare delle contromisure, agendo sulla leva del prezzo, attraverso un'attenta gestione delle tariffe e, soprattutto, affidandosi a politiche di promo-commercializzazione sempre più improntate all'utilizzo del web e dei nuovi social media.

Una economia più aperta e inclusiva

Proprio in considerazione dell'importanza che l'innovazione tecnologica e l'utilizzo del web rivestono per il settore, una parte rilevante delle attività di Federalberghi hanno avuto come oggetto la libertà di accesso alle opportunità della rete e la lotta alle limitazioni della concorrenza. Federalberghi, ovviamente, è a favore dell'innovazione tecnologica. Nel contempo, siamo fortemente impegnati contro l'abuso di posizioni dominanti da parte di soggetti che sfruttando la loro centralità nei nuovi canali di distribuzione realizzano enormi profitti a discapito delle piccole imprese e dei consumatori. Si tratta per alcuni versi della battaglia di Davide contro Golia, ma – credetemi - non è una battaglia velleitaria. Abbiamo le nostre buone ragioni e le abbiamo fatte valere insieme ai nostri colleghi di tutta Europa. I giganti del commercio online sono dovuti scendere a patti e alcuni primi risultati sono stati raggiunti nei confronti di Tripadvisor e di Booking. L'innovazione è importante, la qualità è importante, e merita di essere sostenuta perché non rappresenta solamente la capacità della singola impresa di competere sul mercato, ma – a livello aggregato – fornisce una misura della competitività del sistema Paese nello specifico settore, nel nostro caso dell'ospitalità.

Meno tasse e meno burocrazia

Per questo motivo abbiamo salutato con favore i provvedimenti governativi in materia di credito d'imposta contenuti nel decreto "Cultura e turismo". Federalberghi, che ha fortemente voluto l'adozione di queste misure ed è impegnata per dell'ampliamento delle risorse disponibili, che ad oggi appaiono insufficienti a soddisfare la diffusa esigenza di riqualificazione del sistema di offerta. Se ne riconosciamo i meriti, chiediamo tuttavia al Governo e al Parlamento di impegnarsi maggiormente su alcune questioni che rappresentano un macigno nella gestione delle nostre imprese. In primis, il peso insostenibile che ha raggiunto la tassazione sugli immobili, nelle sue diverse componenti. Stimiamo che nel 2014 gli alberghi italiani abbiano pagato circa 893 milioni di euro solo di IMU e TASI, equivalenti a una media di 26.487 euro per albergo e 817 euro per camera. L'onere è aggravato dal fatto che l'imposta si paga anche se la struttura è chiusa o vuota. E così, mentre le aliquote fiscali e i valori catastali aumentano, i ricavi e i margini diminuiscono. Un'ulteriore partita molto importante riguarda le limitazioni all'uso di danaro contante.

L'Italia -con un limite di spesa di mille euro- è il fanalino di coda dei Paesi dell'Unione Europea. I paesi confinanti, che non pongono limiti all'uso del contante o adottano regole molto più elastiche, ci ringraziano e, increduli, ridacchiano del nostro autolesionismo. Un altro tema di importanza prioritaria per gli alberghi italiani è quello dei visti turistici. I nostri alberghi ospitano ogni anno 46 milioni di pernottamenti di turisti extraeuropei. Al secondo posto c'è il Regno Unito con 37 milioni e al terzo la Spagna, con 36. Abbiamo pertanto salutato con favore la proposta della Commissione Europea, che è stata presentata lo scorso anno a Roma, durante l'assemblea Hotrec organizzata da Federalberghi. Ad un anno di distanza, il traguardo sembra vicino, ma non è stato ancora tagliato. Anche in questo caso il nostro impegno non viene meno. Nel nostro settore il costo del lavoro rappresenta una componente rilevante delle uscite. Molto di questo costo non va a retribuire i lavoratori ma è destinato a tasse e contributi: è quello che comunemente chiamiamo "cuneo fiscale". La legge di stabilità per l'anno 2015 consente la deduzione dalla base imponibile Irap del costo del lavoro relativo ai dipendenti assunti a tempo indeterminato. Si tratta di un segnale importante, che però ci lascia solo parzialmente soddisfatti, in quanto sui rapporti di lavoro a termine continuerà a gravare l'aliquota piena. Non si è tenuto conto del fatto che la decisione di assumere i lavoratori stagionali con contratto a termine non è frutto di una scelta gestionale ma di una condizione obbligata. Insieme alle organizzazioni sindacali del settore abbiamo chiesto al governo e al parlamento di ovviare a questa discriminazione che privilegia chi assume una persona a tempo indeterminato rispetto a chi ne assume 10 a tempo determinato perché la sua attività è stagionale. Questi è il nostro pane quotidiano di imprenditori, questi i problemi che affrontiamo ogni giorno.

Un quadro unitario per lo sviluppo del turismo

Ovviamente vi è interesse anche sul ridisegno delle competenze istituzionali in materia di turismo, in modo da razionalizzare e ricondurre a unità il disegno di una politica turistica nazionale che non sia mera sommatoria di venti politiche regionali ma strategia di lungo periodo per il Paese. Un Paese che ha più che mai bisogno di una promozione unitaria sui mercati. Non ci stancheremo mai di dirlo: le risorse che in questi anni sono state destinate a promuovere le singole località avrebbero avuto molto più effetto se fossero state integrate in una strategia unitaria di promozione del marchio Italia.

I segnali che riceviamo purtroppo non sembrano andare in questo senso: Il nuovo statuto dell'ENIT, alla cui elaborazione si era lavorato per diversi mesi, è stato bocciato dalla Corte dei Conti. Ciò significa che ci attenderanno ulteriori mesi di stallo, proprio nel momento in cui maggiormente necessaria sarebbe stata un'efficace azione promozionale. Noi siamo i primi a sostenere la necessità di un ente di promozione forte e indipendente. Ma, a fronte di certi segnali, non possiamo non considerare seriamente l'opzione che ne propone un più stretto collegamento con ICE. Gli imprenditori sanno che quando le risorse sono poche è inutile dividerle, occorre piuttosto razionalizzare e integrare: turismo e made in Italy sono due facce della stessa medaglia. È quindi stato un bene che Alitalia si sia unita a Etihad per tornare competitiva sui mercati e recuperare la centralità del nostro Paese rispetto ai flussi turistici provenienti da oriente. Un vettore competitivo è un elemento di grande slancio per il turismo, l'esempio Turkish airlines lo dimostra con efficacia. Pur apprezzando quindi le intenzioni del governo sul ridisegno delle competenze, ribadiamo che il giudizio sui nuovi assetti istituzionali potrà essere completo solo allorquando sarà chiaro quale tipo di governance attende in turismo italiano.

No all'imposta di soggiorno

Quello che invece non ci convince e non ci convincerà mai è l'imposta di soggiorno. Non c'è nessuna evidenza che l'introduzione di questo prelievo abbia in qualche modo migliorato le nostre città, anzi ha impedito che i comuni scegliessero una politica di contenimento e di razionalizzazione delle spese. Il comune di Roma che per primo ha introdotto la tassa è in una situazione di perenne emergenza finanziaria, il decoro della città è mantenuto grazie all'impegno di alcuni benemeriti volenterosi che dedicano il loro tempo libero al recupero di spazi in stato di degrado. Ho citato Roma ma potrei fare numerosi altri esempi. Credere che i proventi dell'imposta di soggiorno possano essere destinati ai turisti, equivale a credere che le accise che vengono riscosse sulla benzina finanzino la guerra d'Etiopia per la quale erano state originariamente introdotte. Ma l'incapacità di gestire le risorse pubbliche in questo caso finisce per danneggiare un'attività che porta ricchezza nelle nostre città: solo una parte minore del denaro speso dai turisti va in alloggio, la parte maggiore va in ristorazione, acquisti, trasporto pubblico, musei. Non saranno le tasse a migliorare l'aspetto e la gestione delle nostre città ma una migliore scelta nell'impiego delle risorse già a disposizione, e la riprova di ciò è data dal fatto che le città meglio amministrate sono quelle che hanno anche un livello medio-basso di prelievo fiscale locale.

Stesso mercato, stesse regole

Quello che invece chiediamo con forza alle amministrazioni locali e alle regioni è di condividere la nostra battaglia contro l'abusivismo nel settore turistico-ricettivo. La proliferazione di forme di ospitalità parallela, favorite dalle numerose possibilità fornite dalla rete attraverso la cosiddetta "sharing economy" e non solo, è un fenomeno che riguarda tutte le economie turisticamente sviluppate e non solo il nostro Paese. L'autorizzazione ad accogliere turisti in contesti atipici (case private, aziende agricole, famiglie di pescatori, etc.) è solitamente motivata con l'esigenza integrare il reddito di soggetti economicamente deboli, che dovrebbero poter svolgere le relative attività in via occasionale e comunque accessoria rispetto all'attività principale. È sotto gli occhi di tutti come questo fenomeno sia proliferato in modo indiscriminato, allontanandosi dall'originario principio ispiratore e dando luogo a fenomeni di concorrenza sleale, che danneggiano tanto le imprese turistiche tradizionali quanto coloro che gestiscono in modo corretto le nuove

forme di accoglienza; Questo mercato parallelo dell'ospitalità, che sfugge ai controlli previsti per lo svolgimento delle attività economiche, si sviluppa anche grazie alle opportunità fornite da portali di prenotazione e recensione che non forniscono garanzie circa il rispetto dei criteri minimi previsti dalla legislazione italiana per l'esercizio delle attività di ricettività e ospitalità; E in tutte le economie turisticamente sviluppate si pone il problema di regolamentare questo far west all'interno del quale può essere difficile distinguere l'innovatore dall'evasore fiscale, chi sperimenta nuove forme di ricettività da chi semplicemente abusa di un vuoto normativo per praticare una concorrenza sleale e pericolosa per i consumatori. Non c'è bisogno della sfera di cristallo per dire che l'Expo e il Giubileo saranno una ghiotta occasione per i furbetti dell'abusivismo.

Voglio ricordare al riguardo solo alcuni dati di fatto:

- la crescita di un mercato parallelo dell'ospitalità fuori dai controlli amministrativi, tributari, lavoristici e previdenziali comporta l'aumento del lavoro sommerso e la riduzione del livello di protezione sociale del settore;
- il comitato antimafia di Milano, nel suo IV rapporto, ha evidenziato l'esistenza di infiltrazioni criminali nel settore della ricettività parallela, anche in ragione dei minori obblighi di natura fiscale previsti dalla legge regionale per tali attività;
- l'assenza di controlli può favorire l'infiltrazione di soggetti altamente pericolosi, le cui finalità potrebbero non essere "semplicemente" criminali, ma terroristiche; esiste pertanto una necessità di pubblica sicurezza addirittura superiore all'ordinario, proprio in ragione del rilievo mondiale delle due manifestazioni che interesseranno quest'anno il nostro Paese;
- sotto l'aspetto della tutela del consumatore, si susseguono gli episodi di mancata protezione del turista in balia di strutture prive di requisiti essenziali per ospitare; in alcuni casi la mancanza di sicurezza riguarda aspetti in grado di mettere a repentaglio l'incolumità dell'ospite. Ecco perché Federalberghi, insieme alle organizzazioni sindacali a livello italiano ed europeo si batte per l'osservanza di un principio evidente e basilare in una economia e un una società sane: stesso mercato, stesse regole. Che significa: nessuna preclusione all'ingresso di nuovi soggetti o servizi innovativi rispetto all'ospitalità tradizionale ma regole certe e uguali per tutti. Per essere chiari, noi albergatori siamo soggetti a una serie di obblighi che i nostri concorrenti non hanno. Poiché competiamo sullo stesso mercato, è naturale che debbano esservi regole comuni in materia di salute e sicurezza sul lavoro, igiene degli alimenti, tassazione e imposta di soggiorno, caratteristiche e requisiti minimi dell'offerta. Se non è possibile obbligare questi soggetti a rispettare tali regole, è sempre possibile esentare noi, in modo tale che si possa competere ad armi pari. Signori amministratori, noi imprenditori siamo monotoni; vi rivolgiamo sempre la stessa richiesta: lasciateci fare in pace il nostro mestiere! A guadagnarne non saranno solo le nostre imprese, ma anche i nostri dipendenti e – attraverso le nostre tasse – la collettività.

Grandi e piccoli eventi

Oggi parleremo di grandi e piccoli eventi e della loro capacità di creare ricchezza e indotto turistico per i nostri territori. In entrambi i casi la realizzazione di iniziative porta a esternalità positive: gli investimenti effettuati generano cioè un effetto moltiplicatore che accresce la ricchezza prodotta. Nel caso dei grandi eventi gli effetti sono macroscopicamente visibili: infrastrutture, grandi opere, imponenti flussi turistici. Nel caso dei piccoli eventi, gli interventi sono più contenuti ma la loro ricaduta è maggiormente focalizzata sul territorio interessato e l'investimento necessario molto inferiore. Entrambi quindi rappresentano uno strumento di promozione delle economie turistiche e di scoperta o riscoperta di territori. L'errore che invece non deve essere compiuto è quello di utilizzare il grande evento come occasione per inflazionare la ricettività attraverso operazioni speculative che comportano il crollo del livello di occupazione delle strutture senza significativi vantaggi per la clientela. Bisognerebbe anzi consentire a chi non è più in grado di svolgere l'attività di uscire dal mercato riconvertendo le strutture e parallelamente incentivare coloro che sono interessate a riqualificare le strutture attraverso misure idonee.

Il capitale umano

Ma se nel turismo è importante l'elemento strutturale legato alle caratteristiche ricettive, è invece essenziale l'elemento personale legato alla capacità di fornire un servizio adeguato a una clientela sempre più esigente. La possibilità per le imprese turistiche di disporre di personale formato e preparato allo svolgimento delle proprie funzioni è di fondamentale importanza, e lo è ancor più in tempi di crisi per l'economia. Il capitale umano è, infatti, soprattutto nel settore dei servizi, una delle leve fondamentali per migliorare la propria posizione competitiva sul mercato. Per questo motivo Federalberghi si è impegnata in questi mesi in un serrato programma di azioni volte a migliorare le capacità di impiego delle risorse umane nel settore. Al rinnovo del CCNL Turismo, avvenuto lo scorso anno, sono seguite iniziative formative e divulgative per accrescere la capacità delle persone che lavorano nel settore di fornire risposte adeguate alle sfide che il mondo. Il dialogo sociale con le organizzazioni sindacali dei lavoratori ha portato alla definizione di posizioni comuni su temi di rilevante interesse quali la lotta all'economia sommersa, le politiche per la stagionalità e tutti gli altri aspetti che riguardano le politiche del turismo per i quali è essenziale una condivisione ampia delle soluzioni. La nostra analisi può essere di parte, ma le soluzioni che proponiamo aspirano ad essere condivise e portare risultati per tutti i soggetti che operano nel settore. Si tratta di una scelta che Federalberghi ha operato consapevolmente, quella di privilegiare il dialogo con le rappresentanze del lavoro piuttosto che la contrapposizione. In questo modo siamo convinti di aver fornito alle imprese strumenti per affrontare il difficile momento che la nostra economia sta attraversando e di aver favorito il recupero di produttività necessario per accrescere la competitività delle nostre aziende.

Conclusioni

Cari amici, l'elenco delle cose fatte è lungo ma l'elenco delle cose da fare lo è altrettanto. Riusciremo a portare avanti le nostre idee solo insieme, restando uniti, sacrificando talvolta le legittime aspirazioni personali sull'altare del bene comune. Ne sono stati capaci i nostri padri, ne saremo capaci noi per lasciare ai nostri figli un Paese degno dei loro sogni e del loro impegno. La sfida che ci consegna il nostro passato è più che mai rivolta al futuro. Un futuro che non avrà i colori sbiaditi della nostalgia ma quelli vivi della passione, delle idee, del lavoro.

Grazie a tutti.

Bernabò Bocca
18 marzo 2015

Press office - Spokeswoman

Barbara Bonura

Mob. +393387406453

Ph +390642034632

bonura@federalberghi.it