

A organizzare l'evento (on line) **Confindustria Piemonte**, Federturismo, Intesa Sanpaolo, Unioncamere e Regione

Turismo e fondi europei per ripartire in Piemonte: il tema, le risorse UE per investimenti e progetti

TORINO (ces) Si è svolto online l'Incontro di approfondimento in tema di risorse UE per investimenti e progetti coerenti con le linee strategiche prioritarie dell'Unione Europea, con particolare riferimento alle relazioni tra politiche di sviluppo territoriale e industria del turismo. A organizzare: **Confindustria Piemonte**, Federturismo, Intesa Sanpaolo, Unioncamere e Regione Piemonte.

In piena pandemia, come riattivarsi e attuare strategie fattive in sicurezza? Confindustria ha ragionato su un percorso per rilanciare e riposizionare il settore, mettendo a confronto i rappresentanti istituzionali ed economici.

Nell'introduzione, **Federico De Giuli**, presidente Commissione Industria del Turismo **Confindustria Piemonte**, ha evidenziato come le scelte di adesso condizioneranno fortemente gli asset del futuro. Di sicuro sappiamo che ci sarà una quota ingente di risorse da investire per alimentare la ripresa, ma è difficile fare previsioni certe. Indispensabile, quindi, diventa il dialogo tra soggetti, anche per diminuire il margine di errore strategico. Secondo le indagini, la presenza media degli stranieri in Piemonte (provenienti per di più da Germania, Francia e Paesi Bassi) è del 44%, concentrati principalmente su laghi e Langhe. Come ci si aspettava, nell'estate scorsa c'è stata una buona presenza di turismo in montagna; l'analisi di Confindustria mostra che cresce la digitalizzazione (le piattaforme di intermediazione di accesso al turismo) mentre la geografia del turismo diventa «metromontana» (il territorio riscopre le aree interne, fa-

cilitato anche dall'utilizzo dello smartworking) e basata su un hub di prossimità (ma città medie e borghi dovranno essere connessi da una mobilità pubblica capillare).

Marina Lalli, presidente Federturismo Confindustria, ha commentato una certa

assenza di programmazione a livello governativo, necessaria per riorganizzare il comparto, mentre **Gian Paolo Coscia**, presidente Unioncamere Piemonte, ha spiegato che «Il turismo è diventato un prodotto economico a tutti gli effetti, anche su scala piemontese. Siamo ricchi di eccellenze, di luoghi e prodotti, eppure la nostra regione mostrava diverse già fragilità, accentuate in seguito dal Covid. L'approccio delle Camere di Commercio è per valorizzare e promuovere capillarmente queste eccellenze sui territori. Ci aspetta un percorso di collegialità, Unioncamere è l'interlocutore più rappresentativo».

«Abbiamo erogato un fondo di 2,6 miliardi di euro al settore turistico e concesso moratorie fino a 24 mesi alle aziende. Bisogna pensare come ricostruire la nostra offerta turistica a livello italiano e internazionale, oltre a cogliere il momento per riqualificare l'offerta, investendo ora per raccogliere tra alcuni mesi», è stata l'analisi di **Teresio Testa**, direttore regionale Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria Intesa Sanpaolo, avallato in seguito dalle relazioni tecniche di **Stefano Firpo** sulla finanza agevolata e sugli investimenti, e di **Romina Galleri** che ha esposto un'analisi del turismo in Piemonte nel post-Covid19. Secondo i dati, la presenza turistica in Piemonte è del 3% sul totale italiano, spinta in particolar

modo dopo le Olimpiadi 2006 di Torino anche sul fronte internazionale; inoltre, i voucher Piemonte si sono rivelati un ottimo strumento di promozione del territorio (tant'è che continuano ad arrivare richieste nonostante l'impennata della curva di contagio).

Giulia Bollino, Politiche regionali e Coesione Territoriale Confindustria, ha fornito alcuni dati sui fondi europei: lo scorso aprile la Commissione europea ha approvato due misure di flessibilità e semplificazione per riorientare i fondi della

politica di coesione per sostenere in breve tempo i settori più colpiti, con risorse per 4,7 miliardi per il sistema sanitario, 8,5 per le imprese e 2,2 per lavoratori e categorie svantaggiate. A livello italiano, sono state mobilitate risorse dei fondi strutturali per 10,4 miliardi.

Italo Candoni, vicedirettore Confindustria Veneto, ha spiegato che gli obiettivi tematici su cui si sviluppa la futura programmazione sono: Europa più intelligente, verde, connessa, sociale, vicina ai cittadini. Le misure sono declinate sulla filiera

del turismo partendo dall'accordo dei Tavoli e dai partenariati che lo scorso agosto il Governo ha trasmesso a Bruxelles. Tuttavia, dalla programmazione emergono alcune criticità: la partecipazione ai bandi da parte di grandi imprese e catene, il de minimis, il mantenimento delle condizioni abilitanti, la semplificazione delle misure.

Infine, **Paola Casagrande**, direttore Coordinamento Politiche e Fondi Europei Regione Piemonte, ha informato del fatto che pochi giorni fa è stata approvata la

seconda fase degli interventi, per le misure immaginate fino al 2021 (1,85 milioni). Sul bilancio regionale, le risorse volte al turismo sono circa 40 milioni di euro, in parte dedicate all'impiantistica montana e altre su aree più trasversali.

Paolo Balistreri, segretario generale **Confindustria Piemonte**, ha concluso riflettendo sul ruolo condiviso e l'interazione necessaria tra Pubblica amministrazione, banche e imprese: i tre pilastri volano dell'economia, turistica e non solo.

Genny Notarianni



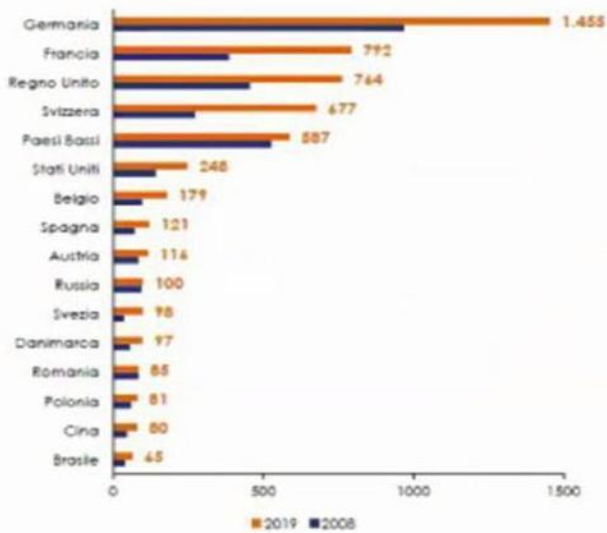
Le sfide post-Covid:

13

1. Aumentare l'attrattività per gli stranieri, primo target degli operatori, ...

Nonostante la forte crescita degli ultimi anni, il grado di **internazionalizzazione** del turismo piemontese resta inferiore alla media italiana (44% vs 51%).

I principali stati di provenienza dei turisti stranieri in Piemonte (migliaia di presenze)



Fonte: elaborazione Intesa Sanpaolo su dati Istat.

Piemonte: le strategie identificate per aumentare in futuro la competitività (%)



Nota: indagine svolta da Intesa Sanpaolo su un campione di 588 imprese alberghiere italiane con codice Ateco 55.1, di cui 37 piemontesi.

Fonte: indagine albergatori italiani Intesa Sanpaolo, 2018

INTESA SANPAOLO