



Regione Lombardia
IL CONSIGLIO

Comitato Paritetico di Controllo e Valutazione

Esame della relazione n. 125 del 2017

"POLITICHE REGIONALI IN MATERIA DI TURISMO E ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO LOMBARDO"

Relatori

Silvia Fossati e Silvana Santisi Saita

- 1. L'ambito di competenza del Comitato**
- 2. Le principali informazioni emerse**
- 3. Le osservazioni e le proposte**

Approvato all'unanimità nella seduta dell'11 gennaio 2018



1. L'ambito di competenza del Comitato

Nell'ambito della funzione consiliare di controllo dell'attuazione delle leggi e valutazione degli effetti delle politiche regionali, il Comitato Paritetico di Controllo e Valutazione esamina le relazioni con le quali la Giunta regionale o altri soggetti rispondono ad obblighi informativi nei confronti del Consiglio previsti da leggi regionali (art. 109, comma 1, lett. c) Reg.). L'esame di queste relazioni è specifico oggetto di iniziative di collaborazione con le commissioni consiliari e la Giunta regionale (art. 109, comma 2, lett. a) Reg.).

Questo documento riporta l'esito dell'esame condotto dal Comitato Paritetico, nella seduta dell'11 gennaio 2018, sulla Relazione n. 125 che la Giunta regionale ha inviato al Consiglio nell'ottobre 2017 in risposta alla clausola valutativa definita con l'art. 85 della LR 1 ottobre 2015, n. 27 "Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo" che prevede che la Giunta regionale trasmetta al Consiglio una relazione annuale sull'attuazione della legge regionale e sui risultati ottenuti per favorire lo sviluppo e l'innovazione del turismo e dell'attrattività territoriale della Lombardia.

2. Le principali informazioni emerse

La relazione esaminata è la prima trasmessa al Consiglio regionale sull'attuazione dell'art.85 della LR 27/2015 e descrive e documenta gli interventi realizzati nel periodo temporale compreso tra il 1° ottobre 2015 e il 31 dicembre 2016; le analisi si basano su dati ed informazioni raccolte ed elaborate dall'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività, istituito presso Éupolis Lombardia. Di seguito una sintesi delle informazioni più rilevanti:

- Nel corso dell'anno 2016 sono stati approvati provvedimenti e regolamenti attuativi previsti dalla legge regionale e sono state poste le condizioni per l'attuazione di ulteriori atti amministrativi che si sono formalizzati nel corso del 2017. I provvedimenti attuativi messi in campo in fase di prima applicazione riguardano:
 - il piano per lo sviluppo del turismo,
 - il Fondo per il turismo,
 - l'Osservatorio regionale del turismo e dell'attrattività,
 - le strutture non alberghiere,
 - le professioni turistiche,
 - le agenzie di viaggio,
 - le Pro Loco.

- Il 2016 è stato un anno particolare per il turismo lombardo: è stato il primo dopo un evento importante come Expo 2015 che ha contribuito ad un aumento senza precedenti dei flussi turistici. Nel 2015 sono stati rilevati oltre 15,6 milioni di arrivi (+11%) e 37,8 milioni di presenze (+10,4%), ennesimo anno di crescita costante del turismo lombardo, al di sopra del contesto nazionale.

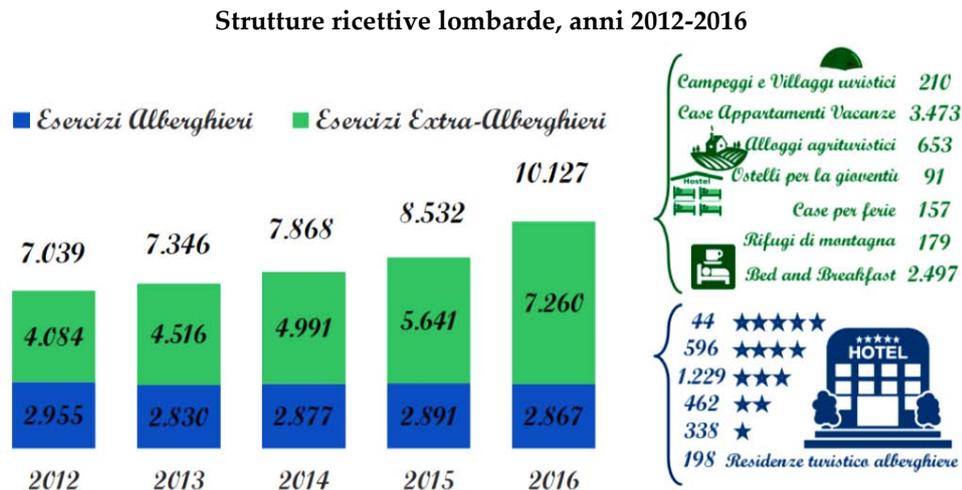
Presenze mensili in Lombardia, anni 2012-2016

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gennaio | 2.016.673 | 1.993.574 | 2.028.321 | 2.061.809 | 2.046.104 |
| Febbraio | 2.018.450 | 2.013.446 | 2.023.426 | 2.204.330 | 2.280.361 |
| Marzo | 2.425.965 | 2.488.479 | 2.449.076 | 2.450.225 | 2.658.671 |
| Aprile | 2.699.171 | 2.503.621 | 2.848.747 | 2.863.484 | 2.841.167 |
| Maggio | 2.811.225 | 2.981.229 | 2.982.574 | 3.404.411 | 3.382.588 |
| Giugno | 3.144.615 | 3.170.159 | 3.428.094 | 3.599.408 | 3.442.373 |
| Luglio | 4.474.776 | 4.497.314 | 4.238.769 | 4.775.784 | 4.866.484 |
| Agosto | 4.439.780 | 4.570.781 | 4.481.651 | 5.168.551 | 4.904.974 |
| Settembre | 3.320.626 | 3.431.893 | 3.405.662 | 4.047.392 | 3.806.827 |
| Ottobre | 2.426.929 | 2.560.191 | 2.573.770 | 3.378.891 | 2.876.439 |
| Novembre | 1.771.338 | 1.847.281 | 1.867.316 | 2.002.499 | 2.033.526 |
| Dicembre | 1.817.091 | 1.902.672 | 1.966.273 | 1.900.456 | 2.054.582 |
| Totale Anno | 33.366.639 | 33.960.640 | 34.293.679 | 37.857.240 | 37.194.096 |

- Nell'anno 2016 gli arrivi sono stati circa 15,4 milioni e 37,2 milioni le presenze con una permanenza media quindi di 2,41 giorni. Il dato ha registrato una lieve flessione rispetto al 2015. Per gli arrivi nel 2016 la crescita, rispetto al 2014, è del 9,4% e del 13,3% dal 2012, nonostante la diminuzione dell'1,5% rispetto al 2015. Analogamente agli arrivi per le presenze si nota un +8,5% rispetto al 2014 e un incremento dell'11,5% rispetto al 2012 mentre si registra un lieve calo (-1,8%) rispetto al 2015.
- Nella nostra regione si è evidenziata una modalità di turismo di breve durata sempre più diffusa, evidenziata dalla permanenza media che è diminuita nel primo decennio del 2000 e che negli ultimi anni si sta assestando intorno al valore di 2,4 giorni. A livello stagionale questa risulta più lunga nei mesi di luglio e agosto attestandosi vicino a valori rispettivamente di 2,8 e 3,2 giornate mentre risulta inferiore soprattutto nei mesi di novembre e dicembre collocandosi vicino a 2 giornate.
- Un aspetto importante nelle considerazioni relative ai flussi concerne le provenienze. La componente straniera risulta maggioritaria già da molto tempo tuttavia è continuata a crescere e in modo ancor più sostenuto negli ultimi due anni,

sia in termini di arrivi che di presenze raggiungendo rispettivamente il 54% e il 60%.

- Nonostante la forte ascesa dell'offerta extra alberghiera (che registra quasi un quarto delle presenze e poco sopra il 14% degli arrivi) la maggior parte dei turisti continua a preferire il pernottamento negli alberghi. Questo sembra avvalorare la tesi secondo cui più che concorrenti queste tipologie di ospitalità siano complementari.



Fonte: elaborazione Éupolis su dati Istat

- Il numero delle strutture ricettive in Lombardia è in costante crescita negli ultimi anni soprattutto per effetto dell'incremento dell'extra-alberghiero che in cinque anni è arrivato a 7.260 unità, con un incremento di circa il 78%. Osservando il dettaglio relativo al 2016 si nota come tra queste la maggior parte faccia parte delle Case Appartamenti vacanze (CAV) e dei B&B che sommati hanno toccato quota 5.970 strutture. Per quanto riguarda l'ultimo anno, il 2016, una buona parte dell'incremento delle strutture extra – alberghiere è dovuto all'introduzione dell'obbligo di comunicazione per le CAV che ha portato all'emersione di questa tipologia. Approfondendo l'analisi dell'andamento delle strutture alberghiere si nota ad esempio che la diminuzione avvenuta nel 2013 è dovuta esclusivamente alle strutture a 1-2 stelle.
- Delle oltre 9 mila strutture ricettive rilevate sul territorio a settembre 2016, poco più del 50% presenta personale che risulta parlare almeno una lingua straniera, dunque in quasi la metà delle strutture vi è difficoltà ad interagire con gli ospiti stranieri, nel 10% delle strutture il personale conosce una sola lingua straniera. In generale la conoscenza delle lingue straniere è fortemente differenziata all'interno delle varie province.

- Un altro aspetto che storicamente differenzia l'Italia rispetto alla maggior parte dei paesi nord europei è il vasto utilizzo dei contanti in luogo delle carte di credito. La disponibilità di pagamento con la carta di credito cambia sensibilmente per tipo di struttura: negli alberghi è l'85%, negli alloggi privati si supera di poco il 2%, ma anche nelle restanti strutture extra-alberghiere le percentuali sono basse. Questo aspetto, insieme alla scarsa conoscenza delle lingue straniere possono avere un impatto potenzialmente negativo nel settore turistico, in particolare per la clientela internazionale.
- I dati relativi alla valutazione esperienziale dei turisti stranieri rilevati in un'indagine della Banca d'Italia sul turismo internazionale, che confronta il 2011 con il 2015, mettono in evidenza un chiaro miglioramento del gradimento espresso tramite i voti degli utenti. Le voci maggiormente apprezzate dai turisti stranieri in Italia sono: "ambiente", "arte" e "food". Le categorie "prezzi", "informazioni" e "shopping", sono quelle che mostrano maggiori criticità. I progressi osservati per il contesto italiano si possono rintracciare anche nelle valutazioni espresse dai turisti stranieri nei loro soggiorni in Lombardia. I dati lombardi evidenziavano alcune categorie al di sotto del valore medio nazionale: "arte", "ambiente", "sicurezza", "informazioni", "alloggi" e "valutazione complessiva"; mentre altre si mostrano al di sopra, "prezzi" e "shopping". Va considerato però anche che i turisti *business* sono molto più presenti in Lombardia che nelle altre regioni e l'analisi delle valutazioni espresse dai turisti stranieri ha fatto emergere una differenza statisticamente significativa nei voti attribuiti dai turisti business rispetto ai turisti *leisure*, che risultano meno severi e che mediamente attribuiscono voti più alti.
- Confrontando 2011 e 2015 si possono evidenziare differenze importanti rispetto i motivi che hanno condotto i turisti a recarsi in Italia e in Lombardia. Nel 2011, nella nostra regione i motivi di business erano molto più elevati sfiorando il 51% del totale mentre il dato italiano superava di poco il 26%. Il dato del 2015 vede ridotta tale divergenza che tuttavia permane. Nel 2015 le motivazioni legate al business in Lombardia riguardavano il 41%, con una diminuzione di circa dieci punti percentuali; in Italia la quota è diminuita ma solo di cinque punti arrivando al 22%.
- Da un'analisi della banca dati di origine amministrativa delle Comunicazioni Obbligatorie è risultato che nel settore turistico lombardo nel 2014 ci sono stati 29.942 avviamenti al lavoro, incrementati a 34.327 (+14,6%) nel corso del 2015 e di nuovo diminuiti a 30.138 (-12,2%) nel 2016.
- L'analisi del focus "Viaggi e vacanze" che fa parte dell'indagine "Spese delle famiglie" di Istat, limitatamente ai dati riferiti ai residenti in Lombardia per l'anno

2015 ha stimato all'incirca 8.456.000 escursioni, con una media di poco meno di 2 escursioni a famiglia lombarda. Per quanto riguarda le destinazioni il 68,7% sono intra-regionali, seguono Veneto (8,7%), Liguria (7,4%) e Toscana (5,3%). L'attrattività della regione è mostrata, in questo caso, anche con riferimento all'indice di replicabilità delle escursioni che risulta maggiore per quelle intra-regionali. In questo caso il 38% di chi ha effettuato una visita in Lombardia ne ha fatta, nel corso dello stesso anno, almeno un'altra sempre in regione. Il dato scende al 36% per quelle extra-regione. Il mezzo più usato per questi spostamenti è l'automobile. Per i viaggi fuori dalla regione, l'auto è utilizzata nel 72,5% dei casi, seguono pullman (14,7%) e treno (12,8%). Per le escursioni all'interno della regione l'auto si attesta al 77,5% dei casi, seguono treno (13,7%), pullman (4,8%) e altri mezzi (4%). Le differenze tra le escursioni all'interno della regione e al di fuori sono ancora più marcate per quanto riguarda i principali motivi della visita. Nel caso di quelle effettuate al di fuori della regione infatti la prevalenza va nettamente allo svago (77,9%), mentre le altre motivazioni sono: motivi religiosi (7,3%), formazione e cultura (6,6%), visite a parenti e amici (4,7%), lavoro (3,4%). Maggior eterogeneità si registra nelle motivazioni principali delle escursioni all'interno della regione: al primo posto resta lo svago (45,4%), mentre al secondo vi è la visita a parenti e amici (31,1%), shopping (12,4%), formazione (8%), seguono poi altri motivi, lavoro e religiosi. Infine le escursioni all'interno della regione avvengono in compagnia dei propri famigliari nel 57,7% dei casi, contro il 53,3% di quelle al di fuori della regione.

- La Legge regionale prevede l'attivazione di interventi volti a promuovere e valorizzare l'attrattività del territorio attraverso azioni di marketing territoriale e a qualificare l'offerta turistica e rafforzare la sua competitività rispetto al contesto internazionale. Le fiere di settore rappresentano uno degli strumenti principali di promozione, comunicazione, commercializzazione e marketing dell'offerta turistica. Nel corso del 2016 è stata realizzata la partecipazione a 14 manifestazioni fieristiche, di cui 8 in Italia e 6 all'estero.
- Nell'ambito della promozione turistica del territorio in occasione di grandi eventi è stato realizzato un progetto di promozione turistica in occasione di "The Floating Piers". Gli obiettivi sono stati il potenziamento dell'offerta turistica e la valorizzazione della destinazione al fine di migliorare la *reputation* e consolidare nel futuro i flussi turistici.
- Nel 2016 Regione Lombardia ha cercato di dare visibilità al segmento del cineturismo, nell'ambito del turismo culturale, realizzando la pubblicazione

“Lombardia Superstar”, una guida sulle 100 località lombarde note per essere state rappresentate in altrettanti importanti film.

- Nell’ottobre 2015 è stato siglato un protocollo di collaborazione tra la Regione Lombardia e la Regione Piemonte finalizzato alla realizzazione di iniziative comuni di promozione del cicloturismo lacuale nell’area del Lago Maggiore e del sistema dei laghi lombardo-piemontesi.

Quadro riepilogativo risorse 2016

| Ambito tematico | Risorse 2016 |
|--|---------------------|
| Promozione turistica del territorio lombardo | 940.000 |
| Anno del turismo lombardo - Iniziative per la valorizzazione integrata dell'attrattività del terri | 1.100.000 |
| La promozione turistica sovraregionale - I Progetti di Eccellenza | 690.000 |
| Sostegno alle imprese | 18.300.000 |
| Riqualificazione del sistema di informazione e accoglienza turistica | 5.800.000 |
| TOTALE | 26.830.000 |

3. Le osservazioni e le proposte del Comitato

Esaminati i contenuti della REL n. 125, il Comitato Paritetico in primo luogo rileva e apprezza lo sforzo compiuto per dare risposta ai quesiti definiti all’art. 85 della l.r. 27/2015; ricorda poi che la prossima relazione attesa, secondo quanto definito dalla clausola valutativa, dovrà riportare una descrizione puntuale dei risultati conseguiti nei seguenti ambiti:

- a) lo sviluppo dell'imprenditorialità e delle professioni turistiche;
- b) l'efficientamento dell'accoglienza turistica;
- c) l'innovazione e la promozione dell'offerta turistica;
- d) la valorizzazione del territorio lombardo e della sua attrattività;
- e) l'accessibilità e la sostenibilità del turismo.

Inoltre, il Comitato ritiene di evidenziare di seguito alcune iniziative di incentivazione intraprese nel corso di questi anni e non ancora terminate, affinché costituiscano oggetto di trattazione delle future relazioni, che potranno riportarne gli esiti e le considerazioni conclusive:

- il bando Turismo e Attrattività volto a un miglioramento qualitativo dell’offerta turistica lombarda e particolarmente significativo visti anche i voti espressi nella valutazione esperienziale dei turisti stranieri rilevata dall’indagine della Banca d’Italia sul turismo internazionale, che hanno fatto emergere possibilità di miglioramento degli alloggi offerti in Lombardia;
- il progetto Cult City rivolto ai Comuni capoluogo di provincia, misura che prevede un impegno economico pari a 6,4 milioni destinati al cofinanziamento di due linee

di intervento: una strutturale, per migliorare l'accoglienza, i servizi e la fruibilità; l'altra dedicata all'organizzazione di eventi e progetti innovativi di promozione e comunicazione;

- il bando cicloturismo, finanziato con circa 9 milioni di euro e finalizzato a promuovere il settore del cicloturismo lombardo attraverso canali innovativi commerciali e di comunicazione nonché piattaforme tecnologiche dedicate a sviluppare nuovi prodotti turistici e migliorare quelli già esistenti;
- il progetto Turismo religioso, che con un impegno economico pari a 1,4 milioni per parte regionale mira a incentivare sia la mobilità dolce che la destagionalizzazione, oltre a contribuire a favorire lo sviluppo di alcuni asset strategici. Un bando dedicato alla promozione del turismo religioso ha cominciato a finanziare: pellegrinaggi, percorsi, vie della fede, ritiri spirituali, soggiorni di studio/preghiera, attrazioni turistiche religiose, incontri, eventi, manifestazioni;
- il bando Travel Trade, che con un impegno economico pari a 1,6 milioni mira a sostenere i tour operator e le agenzie di viaggio;
- i Progetti d'Eccellenza promossi dall'assessorato allo Sviluppo Economico in collaborazioni con le altre regioni e aderendo ad un'iniziativa ministeriale (*Turismo attivo "green&blue", Itlay Golf and more, Turismo culturale, Turismo enogastronomico, Terme e benessere*).

In conclusione dell'esame svolto, il Comitato Paritetico determina di:

1. trasmettere gli esiti dell'esame condotto alla IV Commissione consiliare, competente per materia;
2. trasmettere il documento all'Assessore competente affinché nella prossima relazione possano essere tenute in conto le osservazioni espresse.

f.to Il Presidente
Riccardo De Corato

f.to Il Vice Presidente
Carlo Borghetti

Copia informatica di documento analogico