

## Quale clausola valutativa per la legge sul turismo ?

*Note di accompagnamento alla clausola valutativa (febbraio 2007)*

Questo breve documento si propone di illustrare i contenuti di una possibile clausola valutativa da inserire nel PDL di iniziativa di Giunta (Ogg. Con. 2049) in materia di

**Clausola valutativa?** È un articolo di legge con cui l'Assemblea chiede di essere informata su alcuni aspetti rilevanti circa l'attuazione della legge ed i risultati da essa ottenuti. Si tratta quindi di un mandato esplicito, rivolto agli attori delle politiche regionali affinché producano e comunichino all'Assemblea le informazioni utili a capire come la legge è stata attuata. L'Assemblea si preoccupa quindi di capire come vengono attuate le leggi che approva.

Organizzazione turistica regionale. Nella prima parte la trattazione è dedicata alla ricostruzione della ratio della legge e degli strumenti da questa introdotti; nella seconda parte sono invece definiti i principali quesiti valutativi.

Il progetto di legge intende ottimizzare la governance del sistema turistico

**Una “nuova” LR 7/98 in materia di Turismo**

regionale lasciando inalterata la struttura strategica della LR 7/98 di cui vengono riconosciuti i buoni risultati raggiunti. Il progetto apporta alcune modifiche agli strumenti già previsti dalla LR 7/98 attualmente operativi ed istituisce i Sistemi Turistici Locali, anche alla luce della L 29 marzo 2001 n 135, al fine di rafforzare l'attività di promozione dell'offerta turistica in Emilia-Romagna.

La LR 7/98 ha delineato un sistema importante di relazioni fra pubblico e privato per la commercializzazione nell'ambito del settore turistico regionale, ma le trasformazioni del mercato turistico internazionale impongono un necessario rafforzamento dell'intero sistema di promozione dell'offerta turistica regionale, per garantire un'alta competitività dei prodotti e dei servizi turistici.

Tenuto conto della rilevanza del settore turistico in Emilia-Romagna può essere interessante per il Legislatore comprendere se l'applicazione della nuova legge contribuisca a migliorare la promozione dell'offerta turistica regionale, un obiettivo che può essere perseguito prevedendo una “clausola valutativa”.

Le domande da inserire nella clausola nascono dall'individuazione di come la nuova legge sul turismo intenda intervenire, andando a chiarire quali siano le innovazioni più significative e gli strumenti più importanti. In proposito emerge chiaro come l'intenzione sia di non disperdere quanto di positivo è stato sviluppato attraverso l'attuazione della LR 7/98. In particolare si vuole confermare e, per quanto possibile, ottimizzare l'attuale sistema di



*governance* che vede operare in sinergia il pubblico ed il privato per la promozione dei prodotti turistici (le Unioni di prodotto mare, città d'arte, terme e Appennino).

### **Gli strumenti**

Il PDL conferma quindi la struttura di interventi basata su Unioni di prodotto e APT servizi. Le **Unioni di prodotto** rappresentano un punto di contatto fra promozione turistica e commercializzazione privata, dove ogni Unione si caratterizza come “aggregazione di soggetti istituzionali ed economici che operano sul mercato, quali gli Enti locali, le Camere di Commercio, le società e gli organismi operativi locali e regionali, i club di prodotto, le cooperative, le imprese turistiche e le società d'area”. Nell'ambito della strategia di promozione dei prodotti individuata dal PDL si conferma quindi il ruolo delle Unioni di prodotto con una specializzazione riferita alla promozione sul mercato nazionale.

**APT servizi** (Azienda regionale di Promozione Turistica) è una società a responsabilità limitata designata alla promozione turistica che svolge una funzione di servizio alle imprese turistiche pubbliche e private della Regione, rappresentando un punto di contatto tra il sistema turistico regionale e il sistema italiano ed estero al fine di stringere rapporti di lavoro e marketing. Il PDL prefigura una sua specializzazione nella realizzazione di progetti sui mercati internazionali, attività di validazione di progetti turistici da realizzare sui mercati internazionali, coordinamento e fornitura di servizi di supporto all'internazionalizzazione delle imprese turistiche. Viene quindi specificato che APT servizi srl è il soggetto deputato ad attuare le azioni di promozione turistica per i mercati internazionali, mentre le Unioni di prodotto agiranno prevalentemente sul mercato italiano.

Il PDL, Recependo quanto previsto dalla L 135/'01 introduce i **Sistemi Turistici Locali** (STL) quale nuovo strumento da affiancare a quelli già previsti. I STL, a differenza degli strumenti esistenti focalizzati sui prodotti, sono finalizzati alla promozione dei territori, quindi tesi ad aggregare contesti turistici omogenei comprendenti territori caratterizzati da un'offerta integrata (art. 13 bis).



Per quanto riguarda la programmazione, la nuova legge sul turismo fonda la sua azione sulla definizione del **Programma poliennale** degli interventi regionali per la promozione e commercializzazione turistica. Il Programma poliennale (art. 5) viene approvato dall'**Assemblea** e, in proposito, si segnala il ruolo del Comitato di Concertazione Turistica per le funzioni di concertazione delle linee strategiche e programmatiche (CCT). Gli obiettivi definiti nel piano si realizzano annualmente attraverso i progetti e le iniziative enunciate nell'art. 5 comma 3 della legge; tale concretizzazione avviene mediante l'approvazione da parte della **Giunta** di modalità, procedure e termini di azione (art. 5 comma 4).

Con la nuova legge sul turismo si intende quindi operare utilizzando strumenti già consolidati, pur in parte rivisti, ed introducendone dei nuovi.

Delineati gli strumenti, occorre individuare le domande utili da porre ai soggetti attuatori con l'obiettivo di capire se nel corso del tempo si

**Le domande  
“rilevanti”**

consegua, ed in che misura, i risultati voluti dall'Assemblea. A queste domande potranno essere date risposte documentate poiché è la legge stessa che coglie l'importanza di disporre di dati sull'andamento del settore, facilitando quindi un'eventuale azione di monitoraggio. Viene infatti confermato il Sistema informativo turistico regionale (SiTur) quale rete integrata per l'acquisizione e la diffusione di informazioni e l'Osservatorio regionale sul turismo con finalità di conoscenza dei mercati turistici.

Il primo quesito (comma 1 lett. a della clausola) ha una portata generale, un punto di partenza attraverso il quale l'Assemblea chiede di ricevere informazioni circa **l'andamento del movimento turistico in Emilia-Romagna**. In proposito si potrà fare riferimento anche alle ricerche e alle informazioni messe a disposizione dall'Osservatorio turistico regionale, costituito dalla Regione e da Unioncamere Emilia-Romagna in collaborazione con Confcommercio e Confesercenti al fine di disporre di una puntuale conoscenza dei mercati turistici.

L'obiettivo della seconda e della terza domanda (comma 1 lett. b, c) è di comprendere quali risultati si sono raggiunti in seguito alla ridefinizione della *mission* di APT Servizi e delle Unioni di Prodotto. **APT Servizi** è infatti una società a responsabilità limitata che vede ampliato il proprio oggetto sociale dal p.d.l., caratterizzandosi come soggetto cui compete la promozione turistica soprattutto sui mercati internazionali. I rapporti tra Regione e APT sono regolati da un'apposita convenzione approvata dalla Giunta (art. 12) in cui si precisa che dovrà essere disciplinato un "sistema di monitoraggio, di rendicontazione e di analisi di risultato delle attività svolte dall'APT servizi per conto della Regione". La clausola valutativa fa esplicito riferimento a questi dati per sfruttare eventuali sinergie nell'attività di rendicontazione cui è chiamata la Giunta. Le **Unioni di prodotto** (mare, città d'arte, terme, Appennino) e le aggregazioni di imprese aderenti alle stesse Unioni, hanno invece il compito di agire prevalente sul mercato nazionale e per la loro importanza diventa fondamentale svolgere un adeguato monitoraggio.



La quarta domanda (comma 1 lett. d) inserita nella clausola valutativa riguarda i **Sistemi Turistici Locali (STL)**. Si tratta di uno strumento innovativo che si propone di far incontrare soggetti pubblici e privati nell'attività di valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche del STL di appartenenza, affiancando così alla promozione dei prodotti (già prevista dalla LR 7/98 e realizzata attraverso le Unioni di prodotto), la promozione dei territori. Le iniziative realizzate nell'ambito dei STL sono inserite nei Programmi di promozione turistica locale, approvati annualmente da ciascuna Provincia sulla base delle modalità individuate dalla Giunta regionale e rientranti nel Programma poliennale degli interventi regionali per la promozione e commercializzazione turistica.

Una domanda è stata riservata al **sistema dei finanziamenti** previsto dalla legge all'art. 7. La Regione finanzia infatti i progetti, i programmi e le iniziative di promozione e commercializzazione turistica realizzate mediante gli strumenti descritti, di qui l'interesse a

conoscere l'ammontare e la ripartizione delle risorse stanziare, anche alla luce delle modifiche e innovazioni apportate dalla legge.

***I tempi previsti ed i  
soggetti istituzionali***

Il primo comma della clausola valutativa riporta l'indicazione di **chi** deve attivarsi per informare l'Assemblea sull'attuazione della legge e sui risultati da essa prodotti. L'articolo prevede che sia la Giunta regionale a "dare conto" dei risultati in termini di promozione e valorizzazione del turismo nel territorio regionale. La relazione di Giunta è indirizzata alla competente Commissione assembleare, individuando così un luogo istituzionale nel quale si svolge il confronto sugli esiti dell'attività di controllo. La prima parte della clausola riporta quindi un'assegnazione di ruoli e compiti, in modo da rendere chiaro il mandato informativo. Per quanto riguarda la **tempistica**, la clausola prevede che la relazione sia "collegata" alla presentazione all'Assemblea legislativa del programma poliennale che, infatti, fornisce il quadro dell'attività di promozione e commercializzazione turistica in Italia e all'estero nell'ambito del quale si vanno a contestualizzare gli obiettivi regionali (realizzati annualmente). In proposito si tenga conto che è opportuno che passi un "ragionevole" arco di tempo prima di iniziare a osservare come sta intervenendo la *policy* sul territorio regionale.



***La pubblicazione dei  
risultati e le risorse***

Al comma 2 si prevede che i documenti che accompagnano l'attività di monitoraggio siano resi pubblici, la pubblicità delle relazioni rappresenta infatti un elemento di trasparenza dell'attività di monitoraggio della *policy*. Al comma 3 si prevede lo stanziamento di risorse finanziarie dedicate all'attività di controllo e valutazione: si riconosce infatti che produrre informazioni sulle politiche attraverso la raccolta e analisi delle informazioni non è un'attività senza costo per i soggetti coinvolti.

## Una proposta di clausola valutativa

### Art. ....

#### Clausola valutativa

1. L'Assemblea Legislativa esercita il controllo sull'attuazione della presente legge e valuta i risultati ottenuti nell'attività di promozione e commercializzazione turistica. A tal fine, ogni tre anni a partire dalla prima presentazione all'Assemblea legislativa del programma poliennale e, successivamente, prima della presentazione di ogni programma successivo la Giunta, avvalendosi anche delle analisi svolte dall'Osservatorio regionale sul turismo, presenta alla Commissione Assembleare competente una relazione che fornisca informazioni sui seguenti aspetti:
  - a) come si è evoluto il mercato turistico in Emilia-Romagna e quali sono le tendenze in atto di cui tenere conto per incentivare e promuovere l'offerta turistica regionale;
  - b) come ed in che misura l'attività di APT servizi ha favorito la promozione dell'attività turistica della Regione Emilia-Romagna, in particolare nei mercati internazionali, anche sulla base di quanto previsto dall'art. 12;
  - c) come ed in che misura l'attività delle Unioni di prodotto ha contribuito a rafforzare ed integrare i prodotti turistici della Regione, con particolare riguardo al mercato nazionale, unitamente a una valutazione complessiva per tipologia di aggregazione di prodotto;
  - d) quali sono stati i principali risultati derivanti dall'istituzione dei Sistemi Turistici Locali ed in che misura hanno contribuito alla formazione dell'offerta turistica;
  - e) quale è stato l'ammontare delle risorse e la loro ripartizione per il finanziamento dei programmi, dei progetti e delle iniziative previste dal sistema dei finanziamenti delineato dall'art. 7;
2. L'Assemblea legislativa rende pubblici i risultati dell'attività di controllo e valutazione della presente legge unitamente ai relativi documenti.
3. Per svolgere le attività di controllo e valutazione sono stanziare adeguate risorse finanziarie.”