

Messaggio

numero	data	Dipartimento
7530	2 maggio 2018	FINANZE E ECONOMIA
Concerne		

- **Stanziamiento di un credito quadro di fr. 16'000'000.- in base alla Legge sul turismo (LTur) del 25 giugno 2014 per l'adozione di misure cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo nel quadriennio 2018-2021**
- **Stanziamiento di un credito quadro di fr. 18'000'000.- per il finanziamento delle attività di promozione turistica svolte dall'Agenzia turistica ticinese (ATT) nel triennio 2019-2021**
- **Modifica della Legge sul turismo (LTur) del 25 giugno 2014**

INDICE

I.	INTRODUZIONE	2
II.	LA STRATEGIA TURISTICA FEDERALE	2
III.	POLITICA TURISTICA CANTONALE E POLITICA ECONOMICA REGIONALE	4
1.	Strategia e obiettivi del sostegno al settore turistico	4
2.	Osservazioni preliminari sulla nuova organizzazione turistica.....	5
3.	Politica economica regionale 2016-2019 e sostegno al settore turistico	7
IV.	IMPIEGO DEI MEZZI FINANZIARI 2015-2017	7
1.	Quadro di valutazione del contributo all'ATT	7
2.	Panoramica della misure per investimenti e attività turistiche 2015-2017	11
V.	PROPOSTA DI CREDITO PER IL 2018-2021	14
VI.	MODIFICHE DI LEGGE	16
VII.	RELAZIONI CON LE LINEE DIRETTIVE E IL PIANO FINANZIARIO	18
VIII.	CONCLUSIONI	19
	DECRETO LEGISLATIVO	20
	DECRETO LEGISLATIVO	21
	DISEGNO DI LEGGE	22

Signor Presidente,
signore e signori deputati,

con il presente messaggio, in base alla Legge sul turismo (LTur) del 25 giugno 2014, vi sottoponiamo i disegni di decreti legislativi per lo stanziamento di un credito quadro di fr. 16'000'000.- per l'adozione di misure cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo e lo stanziamento di un credito quadro di fr. 18'000'000.- per il finanziamento delle attività di promozione turistica svolte dall'Agenzia turistica ticinese (ATT) nel triennio 2019-2021. Sono inoltre proposte alcune modifiche legislative finalizzate in particolare a facilitare l'accesso al credito bancario per investimenti turistici.

I. INTRODUZIONE

Dal primo gennaio 2015 è in vigore la nuova legge sul turismo del 25 giugno 2014. Con il messaggio n. 7041 del Consiglio di Stato del 28 gennaio 2015 è stato approvato un credito quadro di fr. 12'000'000.- in base alla LTur per la concessione di sussidi cantonali a favore degli investimenti e delle attività per il turismo nel quadriennio 2015-2018. In parallelo sono stati stanziati fr. 24'000'000.- per il finanziamento delle attività svolte dall'ATT nel quadriennio 2015-2018.

L'obiettivo del presente messaggio è il rinnovo anticipato di un anno del credito quadro e l'aumento dei fondi messi annualmente a disposizione per investimenti per il periodo 2018-2021, considerato che la dotazione attuale si è prematuramente esaurita di fronte alle numerose richieste di sussidio. Il settore turistico, anche grazie alle importanti campagne promozionali legate all'apertura di AlpTransit e al Ticino Ticket, sta infatti vivendo un periodo particolarmente dinamico sul fronte degli investimenti.

Considerato che le necessità finanziarie dell'ATT rimangono immutate, si propone di stanziare un contributo invariato di 6 milioni di franchi all'anno per il triennio 2019-2021. Il finanziamento per il 2018 è già assicurato dal messaggio n. 7041 del 28 gennaio 2015.

II. LA STRATEGIA TURISTICA FEDERALE

Il turismo è un settore chiave dell'economia svizzera. Il suo valore aggiunto diretto ha toccato i 16,4 miliardi di franchi nel 2015, vale a dire il 2,6% del valore aggiunto lordo. Di particolare rilevanza è anche l'impatto del settore turistico sull'occupazione, sono infatti 164'000 le persone (equivalenti a tempo pieno) impiegate in quest'ambito, ovvero il 4,1% del totale degli occupati. Infine con esportazioni nel 2016 per 15,7 miliardi di franchi, il turismo rientra tra i maggiori settori d'esportazione della Svizzera. Il settore principale del turismo, nel dettaglio quello alberghiero, contava nel 2016 un totale di 4'949 strutture alberghiere, ognuna delle quali disponeva in media di 55 posti letto.

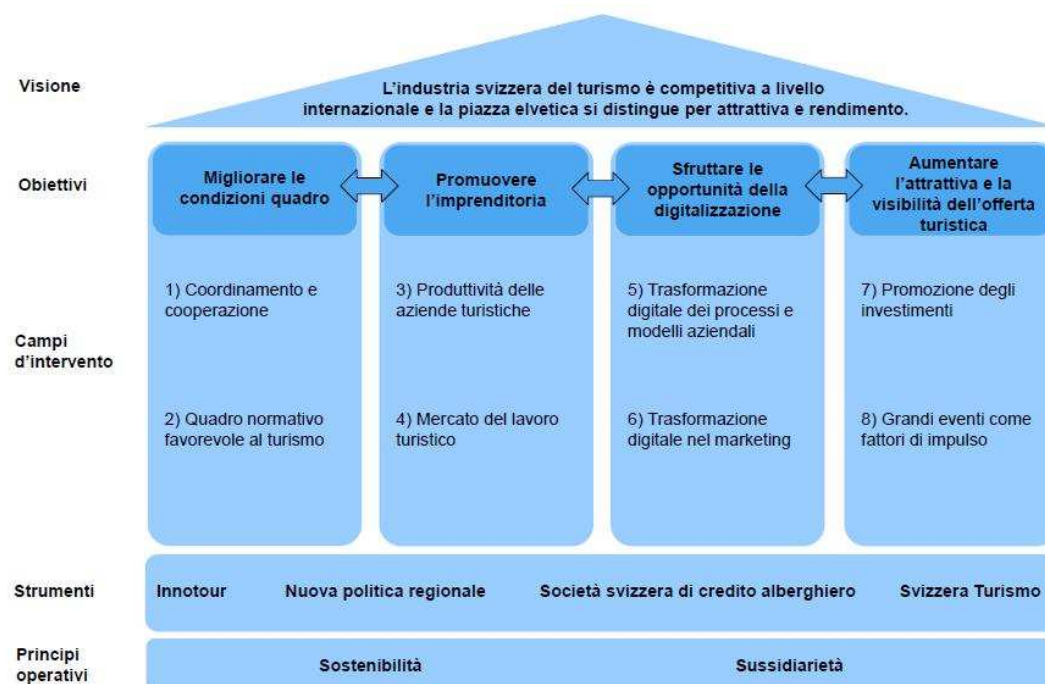
Malgrado che a livello mondiale il turismo rappresenti uno dei settori economici in più rapida crescita, le sfide per il turismo svizzero non mancano. In particolare sarà importante, grazie alla digitalizzazione, sviluppare nuovi prodotti, processi e modelli. Oltre ai cambiamenti climatici, che rappresentano il rischio maggiore per il turismo invernale alpino, il settore è confrontato con una scarsa produttività, legata all'alto livello dei costi e dei prezzi, alla quale contribuisce anche l'esigua dimensione aziendale, che rende difficile

effettuare investimenti nelle infrastrutture e complica anche le questioni di successione e di vendita.

Il 15 novembre 2017 il Consiglio federale ha pubblicato la nuova strategia del turismo, con la quale la Confederazione intende rendere il settore più competitivo a livello internazionale e incrementare l'attrattiva e l'efficienza della piazza turistica svizzera. Gli obiettivi della politica federale sono volti a migliorare le condizioni quadro, promuovere l'imprenditoria, sfruttare le opportunità della digitalizzazione e infine perfezionare l'attrattiva e la visibilità dell'offerta turistica.

La figura seguente illustra gli elementi principali della politica del turismo della Confederazione.

Elementi principali della politica del turismo della Confederazione



Fonte: SECO

Gli strumenti a supporto della politica del turismo in Svizzera a disposizione della Segreteria di stato dell'economia (SECO), incaricata all'interno della Confederazione di attuare la politica turistica, sono il programma Innotour, Svizzera Turismo (ST), la Società svizzera di credito alberghiero (SCA) e la politica economica regionale. La nuova strategia turistica consentirà di ottimizzare il coordinamento degli strumenti, in particolare perfezionando l'attività d'informazione reciproca, regolando i processi in modo più efficiente e ottenere il massimo rendimento dalle sinergie tra le varie iniziative.

Innotour è uno strumento per promuovere l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo, ideato per aiutare il settore turistico nazionale ad affrontare le sfide future che si stanno delineando. Innotour pone grande importanza allo sviluppo di offerte turistiche interaziendali e promuove progetti di formazione. Per il periodo 2016-2019 la dotazione finanziaria, che nel periodo precedente ammontava a 20 milioni, è stata aumentata di 10 milioni, in modo da sostenere anche progetti finalizzati ad accompagnare e attenuare le conseguenze dell'iniziativa sulle abitazioni secondarie.

Svizzera Turismo (ST) è una corporazione di diritto pubblico con sede a Zurigo che promuove per conto della Confederazione la domanda di viaggi e vacanze in Svizzera. I suoi compiti comprendono il marketing turistico di base, la prospezione dei mercati e l'informazione ai clienti. ST riveste inoltre un incarico di coordinamento e di consulenza. Insieme a destinazioni e associazioni favorisce lo sviluppo dell'offerta e l'innovazione dei prodotti da lanciare sul mercato. ST è l'unica organizzazione della Confederazione il cui scopo è consolidare la domanda turistica. ST dispone di un budget annuo di circa 90 milioni di franchi (2015: 96 mio. fr., 2016: 92 mio. fr.), finanziato dalla Confederazione (per il periodo 2016-2019 sono previsti sussidi federali pari a 230 milioni) e da contributi dei membri.

La Società svizzera di credito alberghiero (SCA) è una società cooperativa di diritto pubblico alla quale la Confederazione ha accordato un primo mutuo senza interessi per un importo di circa 136 milioni di franchi al quale, per il periodo 2012-2019, se n'è aggiunto un secondo di 100 milioni. La SCA contribuisce in modo importante a colmare la lacuna di finanziamento nel settore turistico. Le attività della SCA coprono due settori. Da un lato essa concede mutui a titolo sussidiario alle aziende alberghiere situate in regioni turistiche e in località termali per il rinnovo o l'acquisto di aziende alberghiere, per nuove costruzioni e per rilevamenti. Parallelamente al finanziamento, la SCA offre anche consulenze in tutta la Svizzera, in particolare valutazioni d'impresa, perizie relative alla legislazione sulle abitazioni secondarie, studi di fattibilità e programmi d'impulso che permettono di analizzare approfonditamente e di valutare l'offerta alberghiera di alcune regioni. Alla fine del 2016 il volume dei mutui concessi ammontava a 177 milioni, ripartiti su 277 aziende. Tra il 2007 e il 2012 gli investimenti cofinanziati dalla SCA ammontavano a circa il 28 per cento del totale degli investimenti nel settore alberghiero nell'arco alpino svizzero.

Con la politica economica regionale (PER), e in collaborazione con i Cantoni, la Confederazione aiuta le regioni di montagna, le aree rurali e le regioni di frontiera a sviluppare la loro economia. L'obiettivo è quello di migliorare le condizioni della piazza economica per le imprese, aumentare la forza innovativa e creare valore aggiunto per rafforzare la competitività delle regioni. Nell'attuale fase di programma 2016-2023 la priorità è data ai settori «industria» e «turismo». Nel settore turistico sono sostenuti progetti che aiutano a gestire i cambiamenti strutturali e che rendono più competitive le destinazioni. Per il periodo di promozione 2016-2019 sono stati stanziati a favore di programmi cantonali, inter-cantonali e transfrontalieri 140 milioni di franchi di sussidi e 250 milioni di franchi di mutui per l'attuazione della PER. Nel quadro di un programma d'impulso turistico sono inoltre previsti ulteriori 50 milioni di franchi di sussidi e 150 milioni di franchi di mutui. La PER è pertanto un importante elemento della politica svizzera del turismo, complementare agli altri strumenti di promozione.

III. POLITICA TURISTICA CANTONALE E POLITICA ECONOMICA REGIONALE

1. Strategia e obiettivi del sostegno al settore turistico

La politica turistica cantonale - parte integrante di una chiara politica di sviluppo economico volta a favorire una crescita sostenibile e duratura che valorizzi le peculiarità territoriali, lo spirito imprenditoriale e l'innovazione, che crei posti di lavoro qualificati a favore della popolazione residente e garantisca coesione sociale e qualità della vita - è perfettamente allineata con la strategia federale. La politica turistica cantonale mira infatti a migliorare le condizioni quadro e incentivare l'imprenditorialità, aiutare le destinazioni turistiche nel loro sviluppo e accrescere l'attrattiva dell'offerta turistica, così come consolidare la presenza del Ticino sui mercati nazionali e internazionali. I principi della

politica turistica si basano sul miglioramento della qualità dell'offerta turistica, l'impiego efficiente ed efficace delle risorse disponibili, l'innovazione, la collaborazione, la professionalizzazione e la destagionalizzazione della domanda turistica.

La strategia di sostegno alle attività turistiche, o politica turistica, raggruppa sia la politica economica regionale PER (aumentare la competitività e l'attrattiva del Ticino e delle sue destinazioni turistiche), sia le misure specifiche sulla base della LTur (incentivare l'imprenditorialità favorendo il miglioramento della qualità dell'offerta di alloggio, con un accento sull'albergheria), sia le azioni mirate inerenti il marketing, di competenza dell'ATT (consolidare la presenza del Ticino sui mercati nazionali e internazionali).

La dinamica dell'interazione tra i vari strumenti di sostegno diretto e indiretto al settore alberghiero, sono illustrati nella figura seguente.

Sostegno diretto e indiretto al settore alberghiero



2. Osservazioni preliminari sulla nuova organizzazione turistica

È ancora prematuro fare una valutazione completa della nuova organizzazione turistica a livello cantonale. Tuttavia, come previsto dall'articolo 42 della LTur, al termine del primo anno completo di attività la nuova organizzazione turistica è stata sottoposta ad un audit esterno. L'obiettivo dell'analisi era quello di ricevere delle indicazioni in merito allo stato e all'eshaustività della documentazione formale, una valutazione della struttura organizzativa interna delle OTR e dell'ATT, l'esame dell'allocazione delle risorse finanziarie garantite dalla LTur nonché del grado di collaborazioni tra enti e organizzazioni. L'analisi non era

invece volta alla revisione dei conti annuali delle OTR o dell'ATT, così come non era richiesta la formulazione di nuove strategie turistiche o la valutazione di quelle esistenti.

Il Consiglio di Stato ha preso atto con piacere che, malgrado le molteplici sfide poste dalla riorganizzazione del settore, le organizzazioni turistiche abbiano saputo affrontare adeguatamente la delicata fase di transizione, resa ancora più complessa dal fatto che due OTR sono nate dalla fusione di ben otto enti locali del turismo fino ad allora indipendenti. Di seguito vengono presentati i principali risultati dell'audit.

Di principio la documentazione formale esiste ed è completa. L'ATT ha potuto completare il proprio piano strategico e finanziario quadriennale sulla base dei piani finanziari elaborati dalle quattro OTR. Per quanto concerne la struttura organizzativa interna, l'audit ha sollevato la questione della rappresentatività dei membri del consiglio di amministrazione dell'ATT, in particolare dovuta alla presenza di membri senza ruolo strategico o operativo nelle OTR. A questo proposito si segnala che gli attuali membri del consiglio d'amministrazione hanno tutti un ruolo strategico all'interno della rispettiva organizzazione. L'audit ha inoltre posto l'accento sull'elevato numero di consiglieri di amministrazione all'interno delle quattro OTR, in parte dovuto al complesso processo di fusione per quanto concerne le organizzazioni turistiche Lago Maggiore e Valli, rispettivamente Bellinzonese e Alto Ticino.

L'audit ha inoltre fornito diversi spunti per quanto concerne la corretta allocazione dei fondi. Secondo quanto previsto dall'art. 6 cpv. 2 LTur, l'Ufficio per lo sviluppo economico (USE) nel corso del 2017 ha emanato la direttiva concernente i contenuti minimi del rapporto dell'organo di controllo esterno delle OTR, invitando nel contempo le stesse OTR a introdurre un piano dei conti unico - per assicurare la comparabilità delle informazioni e permettere la suddivisione dei dati per centri di costo e la corretta analisi dei dati tra le singole regioni o la loro analisi consolidata in sede di preventivo e consuntivo - delle direttive contabili univoche e a implementare un adeguato sistema di controllo interno. A fine 2017, le OTR hanno confermato all'USE di avere unificato la presentazione contabile del conto economico annuale, che permetterà il raffronto tra le organizzazioni turistiche. Gli amministratori delle OTR hanno inoltre definito le procedure di attribuzione dei costi da assegnare alle varie tasse e continueranno a scambiarsi regolarmente informazioni ed esperienze. In ogni OTR è stato inoltre creato un sistema di controllo interno standardizzato, costituito dall'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte ad assicurare il corretto funzionamento dell'ente con un ragionevole margine di sicurezza.

Gli estensori del rapporto hanno infine segnalato come l'organizzazione attuale non abbia ancora raggiunto il livello auspicato di collaborazioni, in particolare per quanto concerne il cofinanziamento di progetti sovraregionali. Inoltre, anche la costituzione di unità il più possibile specializzate, con know-how specifici, in grado di sviluppare, promuovere e commercializzare prodotti turistici strategici appare ancora in fase embrionale. A fine 2017 non è infatti ancora stato costituito alcun centro di competenza ai sensi dell'art. 14 della LTur.

In linea generale si può affermare che la fase di transizione indotta dalla riorganizzazione del settore turistico ticinese non è ancora stata superata sotto tutti i suoi aspetti e che per certi versi l'anno 2017 ha costituito un anno di passaggio, dedicato soprattutto alla risoluzione di alcune problematiche operative sollevate dall'audit piuttosto che all'approfondimento di temi strategici.

3. Politica economica regionale 2016-2019 e sostegno al settore turistico

La chiara priorità della politica economica regionale in ambito turistico è l'aumento dell'attrattiva del Ticino e delle sue destinazioni turistiche in modo da rilanciare e rafforzare il settore. Le iniziative volte al miglioramento delle condizioni quadro per il turismo sono finanziate tramite i fondi cantonali e federali della politica economica regionale. Esse sono inserite nel relativo programma di attuazione 2016-2019, attualmente in vigore.

Le iniziative sostenute riguardano cinque ambiti. Il primo (trasferimento del sapere e dell'innovazione in ambito turistico) riguarda la raccolta di dati e informazioni, il monitoraggio, l'analisi dei fenomeni e la diffusione del sapere sul turismo ticinese. Il secondo (formazione della manodopera) permette di finanziare progetti di formazione continua per gli operatori turistici, come le consulenze e i corsi organizzati dall'Hospitality Manager, o il "progetto Accoglienza" promosso dall'ATT e che mira a sviluppare e diffondere una cultura turistica a livello cantonale. Il terzo è volto a promuovere e ad agevolare le collaborazioni interaziendali. Le strutture disposte a collaborare, per razionalizzare i costi e centralizzare certi servizi (acquisto delle merci, marketing, servizi di lavanderia, ecc.) possono beneficiare misure nella misura del 90% dei costi per lo sviluppo di un business plan condiviso, e del 50% per l'attuazione del modello di business plan collaborativo.

L'ambito centrale d'intervento a favore del turismo è la valorizzazione turistica e la messa in scena dell'offerta, attraverso la messa in rete di singole proposte su un determinato territorio, con l'elaborazione di obiettivi e strategie comuni e lo sviluppo di un prodotto turistico integrato e coerente. Il potenziale della valorizzazione turistica in Ticino è enorme e i presupposti sono ottimi con un paesaggio molto apprezzato e singole infrastrutture di assoluta eccellenza. Visti gli sviluppi e i successi di progetti di messa in scena e valorizzazione in altre regioni, il Ticino ha sicuramente ancora margine di miglioramento, in particolare se si pensa al potenziale della messa in scena della montagna, del lago, dei beni UNESCO e dei beni culturali, degli itinerari per rampichino.

Con il quinto e ultimo ambito si possono infine sostenere iniziative volte a posizionare e differenziare le destinazioni turistiche, nonché lo sviluppo e la realizzazione di infrastrutture, offerte e iniziative necessarie al rilancio delle destinazioni turistiche.

Va infine posto l'accento sull'importanza del programma per le regioni periferiche, che si pone l'obiettivo di potenziare e migliorarne la qualità dell'offerta turistica, sia attraverso la messa in rete delle offerte presenti che attraverso la creazione di nuove offerte. Il Cantone, per sostenere queste regioni nello sviluppo del potenziale turistico, può contare anche su fondi messi a disposizione nell'ambito del programma d'impulso della Confederazione. Il chiaro obiettivo è quello di incoraggiare il riposizionamento turistico di queste regioni, facilitando l'attivazione di tutte le risorse presenti sul territorio.

IV. IMPIEGO DEI MEZZI FINANZIARI 2015-2017

1. Quadro di valutazione del contributo all'ATT

La tabella sottostante "*Costi e ricavi ATT per il quadriennio 2015-2018*" illustra in che modo sono stati utilizzati i 6 milioni di franchi annui attribuiti a Ticino Turismo sull'arco del quadriennio 2015-2018. Si può notare come, oltre ai 6 milioni di franchi annui ricevuti direttamente dal Cantone, Ticino Turismo abbia fatto capo anche alle risorse finanziarie provenienti dalle Organizzazioni turistiche regionali (tassa di promozione alloggio), dagli

esercizi pubblici, dalle case da gioco e da partner, per un totale complessivo (2015-16) di ca. fr. 1.9 mio annui. Tra i ricavi figurano inoltre i sussidi per lo sviluppo dei progetti strategici gestiti dall'ATT e il contributo straordinario per la campagna AlpTransit. I contributi delle OTR per le attività di marketing svolte con l'ATT non sono invece contemplati nel budget ATT, in quanto sono fatturati per la maggior parte direttamente alle OTR (maggiori dettagli sono elencati nel paragrafo seguente). Da notare che l'anno 2015 è stato l'anno di transizione e adattamento alla nuova legge sul turismo. L'Agenzia turistica ticinese (ATT) ha da subito introdotto un importante cambio di paradigma, occupandosi direttamente dello sviluppo di progetti strategici cantonali e precisando meglio i target di riferimento. Inoltre, la collaborazione con le quattro OTR si è fatta attiva e dinamica.

Costi e ricavi ATT per il quadriennio 2015-2018

Riepilogo (importi in CHF)	2015 consuntivo	2016 consuntivo	2017 preventivo ¹	2018 preventivo
	ATT SA	ATT SA	ATT SA	ATT SA
LTur Credito Quadro	6'000'000	6'000'000	6'000'000	6'000'000
TP alloggio	786'689	833'897	785'000	850'000
TP esercizi pubblici	44'382	49'260	45'000	50'000
TP case da gioco	600'000	661'558	570'000	600'000
Progetti strategici cantonali*	540'800	325'070	5'740'000	5'360'000
Diversi**	725'041	1'081'487	1'027'000	100'000
Totale ricavi	8'696'912	8'951'271	14'167'000	12'960'000
Organi	128'490	112'892	129'500	120'000
Sede	330'219	381'319	300'000	301'000
Amministrazione/Personale	2'952'609	3'097'423	3'004'000	3'053'000
Promozione e relazioni pubbliche	4'323'874	4'565'972	4'073'500	3'357'000
Progetti 2030*	556'293	578'697	6'460'000	5'950'000
Altri costi	398'814	208'942	200'000	179'000
Totale costi	8'690'299	8'945'246	14'167'000	12'960'000
Risultato d'esercizio (+/-)	6'614	6'025	0	0

**Progetti strategici cantonali: s'intendono i progetti strategici sviluppati e gestiti dall'ATT, tra cui anche il Ticino Ticket (2017: fr. 5.68 mio / 2018: fr. 5.2 mio.) Questi progetti beneficiano per i primi anni di sviluppo di importanti sussidi di Politica economica regionale. Per maggiori informazioni si rimanda al sito www.turismo2030.ticino.ch*

***Tra i ricavi "Diversi" è incluso anche il credito straordinario per AlpTransit (fr. 2 mio. per gli anni 2015-2017). Nelle uscite, le spese per la campagna AlpTransit sono inserite nella voce "Promozione e relazioni pubbliche".*

Con la nuova legge sul turismo alle quattro OTR è stato riconosciuto un ruolo accresciuto, in particolare nella promozione turistica della propria regione. In sostanza continuano ad occuparsi dell'accoglienza e dell'informazione dell'ospite, ad organizzare eventi, a prendersi cura dei sentieri, ma possono pure – e questa è la novità, oltre all'istituzione di centri di competenza per i campi d'attività strategici e l'elaborazione dei relativi prodotti turistici – svolgere attività di marketing. La nuova strategia marketing si basa su target di riferimento molto più precisi. L'ATT si focalizza principalmente sul mercato svizzero, sulle campagne tematiche e sui pacchetti base con Svizzera Turismo sui mercati esteri, le OTR finanziano nella misura del 70% le attività supplementari condotte nei vari mercati stranieri di loro interesse.

¹ Il consuntivo 2017 verrà approvato dall'assemblea ATT a metà giugno 2018.

Le campagne sono state articolate attorno agli strumenti cardine del marketing che sono: promozione classica (stampati, eventi, fiere, ecc); Key Account Management (b2b, ossia contatti seguiti con i Tour Operator e gli agenti di viaggio); Key Media Management (promozione tramite i media, spesso con inviti a visitare il nostro territorio); E-Marketing (tutti i contatti via internet, comprese le reti sociali).

Questa strategia rispecchia bene il concetto di marketing integrato. Se è vero che la sfida oggi si gioca soprattutto nel campo dell'innovazione digitale, non bisogna dimenticare, in un settore dell'economia che non tratta beni immateriali ma si occupa dell'accoglienza di persone reali, che il contatto con il pubblico è fondamentale. La strategia marketing in Svizzera è inoltre orientata su quattro profili del "turista tipo" che sceglie il Ticino come meta per le sue vacanze. A ogni singolo profilo corrisponde un insieme di attività marketing precise.

Sull'onda della nuova legge entrata in vigore il 1° gennaio del 2015, è stata costituita la Commissione marketing di cui fanno parte, oltre al Direttore dell'ATT, anche i direttori delle quattro OTR. Il Segretariato viene garantito dal Vicedirettore dell'ATT, che funge anche da Segretario del CdA ATT e garantisce così un ottimale flusso di informazioni tra i due gremii. Il primo frutto della proficua collaborazione tra ATT e OTR è stato il catalogo di tutte le attività di promozione (aperte a partner privati) che oggi viene elaborato in maniera congiunta tra tutte le OTR e Ticino Turismo.

I contributi totali previsti dalle OTR per le attività di marketing nei mercati esteri svolte con l'ATT sono progressivamente aumentati fino a sorpassare la soglia di un milione prevista nel 2018 (nel 2015 non era ancora stato implementato il nuovo modello marketing ATT/OTR, nel 2016 i contributi da parte delle OTR erano poco meno di fr. 400'000.- e l'anno seguente poco più di fr. 800'000.-), segno tangibile che la riforma sta dando i suoi primi importanti frutti.

Nel periodo 2015-2017 sono stati circa 200 i progetti di marketing annuali portati avanti da Ticino Turismo in collaborazione con le OTR e i suoi partner. La promozione ha incluso la presenza a 60 manifestazioni annuali tra fiere, eventi e workshop. Sull'arco del triennio sono stati ospitati e accompagnati nel loro soggiorno circa 1'200 giornalisti provenienti da tutto il mondo. Tra le azioni più rilevanti, sono in particolare da ricordare la campagna straordinaria in vista dell'apertura di AlpTransit sul mercato svizzero, l'arrivo della "Mannschaft" tedesca ad Ascona nel 2016, la manifestazione ADAC Moto Classic nel 2017, famoso raduno non agonistico organizzato con l'Automobile Club Tedesco (organizzazione che conta circa 20 milioni di soci) e la presenza all'Europa-Park di Rust, uno dei parchi divertimenti più visitati al mondo.

Come descritto in precedenza, oltre al marketing, la nuova legge sul turismo ha attribuito all'ATT il compito di sviluppare e gestire anche progetti strategici cantonali. Di seguito un breve riassunto delle principali iniziative, molte delle quali rese possibili dal sostegno finanziario ai sensi della politica economica regionale, che hanno visto e vedranno impegnato Ticino Turismo nei prossimi anni.

"HikeTicino", il progetto di promozione e valorizzazione degli itinerari escursionistici, è stato lanciato nel 2015 e continuerà a essere sviluppato nei prossimi anni. Si tratta di un vero e proprio ecosistema di canali di comunicazione, fisici e digitali, rivolto agli escursionisti. Un'applicazione permette di scoprire i punti di interesse in prossimità degli itinerari percorsi e di orientarsi grazie al GPS, mentre totem con display interattivi distribuiti sul territorio supportano l'utenza nella scelta dell'escursione più affine ai propri desideri.

Dal punto di vista tecnologico è stata siglata un'importante collaborazione con Google che rende gli itinerari percorribili virtualmente da tutto il mondo.

Mobilità, infrastruttura, cultura turistica e territorio. Sono i quattro ambiti strategici fondamentali che determinano la competitività di una destinazione turistica. Ed è proprio attorno a questi pilastri che ruota la piattaforma www.turismo2030.ticino.ch ideata per raccogliere, riassumere e condividere le idee e i suggerimenti di tutti gli attori attivi nel settore. Uno strumento che si propone innanzitutto di approfondire la conoscenza del tema, ma anche di individuare misure d'intervento immediate e a medio-lungo termine.

Alla luce del successo ottenuto nel primo biennio di attività (2016-2017), l'"Hospitality manager", continuerà la sua attività per altri due anni. Molti gli obiettivi per il biennio 2018-2019: offrire consulenza ad altre strutture alberghiere, organizzare nuovi corsi di aggiornamento rivolti agli albergatori e risolvere il problema legato alla difficoltà di accedere al credito per il rinnovo degli alberghi. A oggi sono stati più di 140 gli alberghi visitati e oltre 300 gli incontri con i vari partner turistici. Decine le consulenze per progetti di ristrutturazione/costruzione alberghiera avviati o in via di avviamento. Il 35% delle strutture visitate ha introdotto una nuova strategia marketing, il 50% intende introdurla a breve. Inoltre, sono stati lanciati tre importanti progetti di cooperazione tra alberghi in zone periferiche, fondamentali per garantire la sopravvivenza degli hotel e lo sviluppo delle regioni stesse.

Ticino Ticket, l'iniziativa che ha contribuito a ridare slancio al settore turistico ticinese – con ca. 580'000 tickets stampati e ca. 200'000 passaggi registrati presso gli attrattori turistici - non rimarrà circoscritto al 2017. La continuità è stata garantita almeno fino al 2020, anno di apertura della galleria di base del Monte Ceneri. Il biglietto permette al visitatore che pernotta in un albergo, in un ostello o in un campeggio di muoversi liberamente con i mezzi pubblici per tutta la durata del suo soggiorno, beneficiando al contempo di agevolazioni sugli impianti di risalita, la navigazione e le principali attrattive turistiche. L'iniziativa è in continua evoluzione. Un gruppo di lavoro è già all'opera affinché, in futuro, il Ticket venga realizzato in forma elettronica. Nel contempo, il sistema sarà perfezionato anche grazie alle nuove tecnologie che permetteranno di monitorare meglio i flussi turistici e di proporre un'offerta sempre più mirata e attenta alle reali esigenze degli ospiti. Sono in corso anche degli approfondimenti per l'integrazione nell'offerta del Ticino Ticket di contenuti culturali in concomitanza con l'apertura della galleria ferroviaria del Monte Ceneri che, riducendo notevolmente i tempi di percorrenza tra i poli di Bellinzona, Locarno e Lugano, renderà de facto il Ticino una "città regione".

Gli "Oculus-Rift", occhiali di nuova generazione che permettono a chi li indossa di godersi alcuni panorami ticinesi in 3D. Il progetto "On Board Concierge Service", la consulenza turistica itinerante al termine della quale agli ospiti in viaggio sui treni vengono trasmessi su smartphone o stampati dei veri e propri programmi personalizzati. Il lancio di grandi campagne promozionali in collaborazione con Raiffeisen e Cumulus. Quelli appena elencati sono solo tre esempi delle numerose attività promosse da Ticino Turismo grazie al credito straordinario di due milioni di franchi, che ha permesso di lanciare la campagna di marketing "Entdecke die andere Seite" per l'apertura della galleria di base del San Gottardo. Le diverse azioni di marketing hanno generato circa 65 milioni di contatti e un aumento delle visite del portale ticino.ch, dal 2015 al 2017, del +65%.

Con l'obiettivo di dotarsi di un'immagine chiara, accattivante e al passo con i tempi, a fine 2016 Ticino Turismo ha avviato un processo di rinnovo della propria Corporate Identity. Il progetto di identificazione della nuova identità è maturato attraverso workshop collaborativi

ai quali hanno partecipato tutti i responsabili di ogni settore dell'ATT. A fine marzo 2018 è stato presentato il nuovo branding e la nuova strategia di comunicazione, basata sulle microesperienze da vivere e condividere in Ticino.

Il 2018 sarà anche caratterizzato dal lancio di una nuova campagna volta a promuovere l'accoglienza e l'ascolto del turista. Tra le varie iniziative si tratterà anche di creare una piattaforma online che, grazie a un approccio ludico, informi sull'offerta locale i principali operatori della catena dei servizi turistici e anche i residenti, migliorando così la qualità dell'accoglienza. L'auspicio è un maggior coinvolgimento della popolazione tutta nel rendere più attrattiva la destinazione Ticino.

Infine, vista la proficua collaborazione instaurata da tempo con Svizzera Turismo, un partner fondamentale per la diffusione dei messaggi promozionali, anche i prossimi anni Ticino Turismo parteciperà alle tradizionali campagne estive dell'ente nazionale. Il "Ritorno alla natura" con un focus particolare sull'offerta legata alle mountain bike sarà la tematica al centro delle numerose iniziative sui mercati di riferimento. Inoltre, da settembre 2018, Svizzera Turismo lancerà la campagna autunnale dedicata al mercato interno ("Wecke deine Sinne") dalla quale il Ticino, grazie alla sua attrattività e all'ottimo posizionamento, potrà sicuramente trarne grande beneficio.

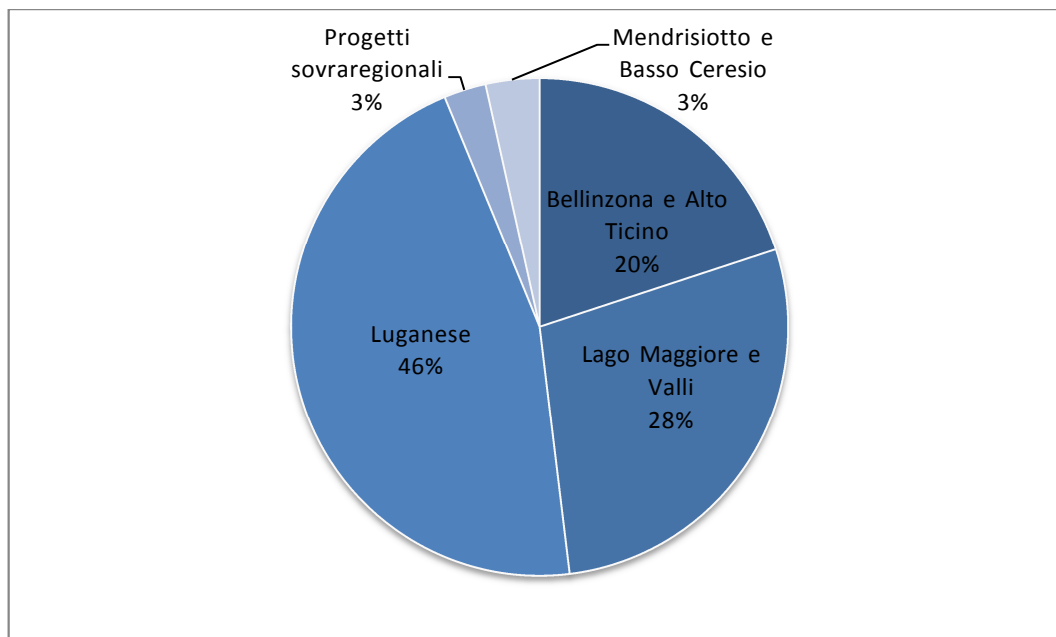
2. Panoramica della misure per investimenti e attività turistiche 2015-2017

Il credito quadro LTur 2015-2018 a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo è stato utilizzato principalmente per il miglioramento dell'offerta delle strutture alberghiere e delle altre strutture ricettive come i campeggi e gli alloggi collettivi.

A fine 2017 sono stati stanziati sussidi a 40 progetti, ripartiti su 20 progetti alberghieri, 8 progetti di alloggi collettivi, 3 progetti di sport e svago (MTB, golf, parchi), 8 progetti di cultura e opere diverse (sussidi al Festival del Film di Locarno, sussidio alla Fondazione SvizzeraMobile, evento Obiettivo Turismo, campagne Acque sicure) e un progetto legato ai trasporti turistici. Questi progetti rappresentano fr. 101'213'908.- di investimento e sono stati sostenuti con fr. 10'099'717.- di sussidi, con un effetto moltiplicatore di 1 a 10. Nessun mutuo senza interesse è stato richiesto. Si aggiungono infine 2 sussidi stanziati per l'audit esterno della nuova organizzazione turistica, e per la definizione dei contenuti minimi dei rapporti di revisione delle OTR. I sussidi complessivi stanziati per le 42 iniziative ammonta a fr. 10'198'277.-.

Dal punto di vista geografico, le misure adottate si sono ripartite come illustrato nel grafico seguente.

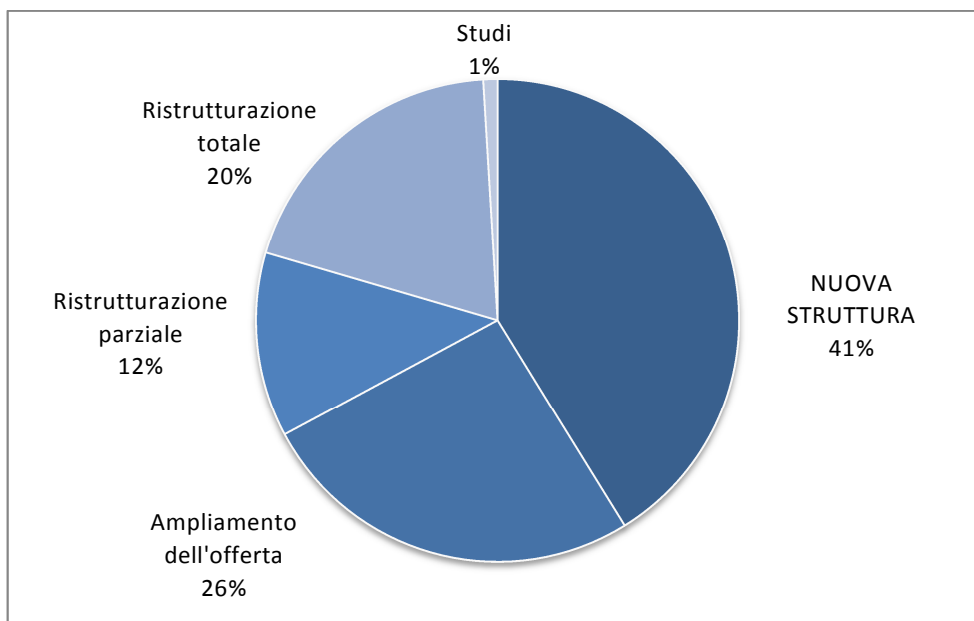
Ripartizione dei sussidi LTur concessi nel periodo 2015-2017



Considerando unicamente i 28 progetti relativi alle strutture ricettive, si nota che essi rappresentano fr. 83'477'254.- di investimento (82% del totale), sostenuti con fr. 9'001'739.- (89% del totale) di sussidi. Il sussidio medio per queste strutture di alloggio ammonta a fr. 321'491.- mentre il sussidio mediano ammonta a fr. 215'600.-.

La tipologia di interventi negli alberghi e alloggi collettivi è stata la seguente:

Tipologia di investimenti nelle strutture ricettive (sussidi stanziati 2015-2017)



Occorre sottolineare che laddove si parla di ristrutturazione parziale o totale, non si tratta mai di semplici ammodernamenti, ma di investimenti molto importanti che portano a significativi miglioramenti dell'offerta. Le strutture nuove rappresentano circa 44.2 milioni di franchi di investimenti realizzati nel settore ricettivo, per quasi 3.7 milioni di franchi di sussidi stanziati, ovvero un effetto leva di un fattore poco inferiore a 12.

La situazione dell'utilizzo del credito quadro 2015-2018 è illustrata nella tabella seguente:

Stato del credito quadro al 31 dicembre 2017 (stanziati e in istrusione)

Anno	Progetti sostenuti	Investimento totale	Sussidi LTur stanziati
2015	12	34'794'232.-	3'506'027.-
2016	11	9'550'031.-	1'699'244.-
2017	19	56'968'205.-	4'993'006.-
Tot	42	101'312'468.-	10'198'277.-
	Progetti in esame	Investimenti previsti	Sussidi LTur in esame
Tot	21	73'294'322.-	5'239'598.-
Totale progetti sostenuti e progetti in esame		Investimenti complessivi	Sussidi LTur stanziati e in esame
63		174'606'790	15'437'875.-

Come si evince dalla tabella sullo stato del credito quadro, la somma dei sussidi stanziati durante il periodo 2015-2017 e dei sussidi previsti per i progetti in esame ammonta a quasi 15.5 milioni, superando quindi la dotazione finanziaria di 12 milioni messa a disposizione con il messaggio n. 7041 del 28 gennaio 2015 per il quadriennio 2015-2018. Senza un rinnovo anticipato del credito quadro non sarà pertanto possibile sostenere diversi progetti di investimento nel settore alberghiero, che rappresenta la colonna portante del turismo ticinese.

L'importanza degli investimenti realizzati e previsti nel settore ricettivo, nonché la quantità di richieste di sussidio inoltrate all'USE, si spiegano principalmente con tre fattori.

La tendenza attuale di crescita nel settore alberghiero permette di prevedere ulteriori evoluzioni positive: *“Il comparto alberghiero, che aveva dato segnali di maggior dinamicità già nella seconda metà del 2016, in questo secondo periodo del 2017 fa registrare un aumento della cifra d'affari del 4,4% su base annua. Il comparto ha infatti beneficiato dell'aumento del volume dei pernottamenti (esito confermato anche dalla Statistica della ricettività turistica dell'Ufficio federale di statistica). La dotazione infrastrutturale e il livello d'impiego, quest'ultimo in aumento, sono giudicati adeguati alle necessità. In tale contesto, la situazione reddituale delle imprese è decisamente migliorata, e la situazione degli affari è valutata buona dal 56% degli esercenti, soddisfacente dal 30% e mediocre dal 14%. Forti dei pernottamenti in rialzo, in prospettiva gli operatori prevedono a tre mesi un aumento dei volumi di attività e livelli d'impiego inalterati, a sei mesi un miglioramento degli affari.”* (Fonte: Notiziario statistico USTAT, 07.09.2017)

Anche il lavoro svolto da inizio 2016 dalla figura dell'Hospitality Manager dell'ATT ha sicuramente influito positivamente sull'aumento del numero di richieste di sostegno. Tra i suoi compiti rientra, infatti, anche la consulenza in materia di strategia d'investimento e di finanziamento. Infine, dopo la realizzazione nel 2014 dello screening delle aziende alberghiere in Ticino, al quale avevano preso parte 67 strutture, i contatti tra la società di credito alberghiero (SCA) e gli imprenditori del settore ricettivo ticinese si sono intensificati. Sono aumentate le richieste di consulenza ed è aumentato il volume dei prestiti concessi. La SCA rappresenta un partner importante per il finanziamento dei progetti degli albergatori. I rapporti sono ora redatti in italiano, elemento che facilita notevolmente la comunicazione, e i contatti con l'Hospitality Manager hanno permesso di migliorare la qualità della documentazione fornita dagli alberghi all'istituto di credito, permettendo di valutare meglio le richieste inoltrate.

Per questi motivi, è ragionevole prevedere che il volume d'investimenti e di richieste di sussidio per i prossimi anni sarà perlomeno costante, ma molto probabilmente ancora in crescita.

V. PROPOSTA DI CREDITO PER IL 2018-2021

Con il presente messaggio si propone, oltre ad anticipare di un anno il rinnovo del credito quadro (2018-2021), di aumentare di un milione all'anno la dotazione finanziaria per il sostegno di investimenti turistici.

Come indicato al capitolo 4.2 del presente messaggio, la dotazione finanziaria attualmente a disposizione per il sostegno degli investimenti (3 milioni all'anno) è insufficiente per fare fronte a tutte le richieste. Non va infatti dimenticato che – con l'approvazione del messaggio n. 7041 del 28 gennaio 2015 - questa dotazione finanziaria è stata praticamente dimezzata, come si evince dalla tabella seguente:

Dotazione finanziaria dei crediti quadro per investimenti turistici

Periodo	CQ per investimenti	Mio CHF/anno per investimenti
2000-2005	32 mio CHF	5.33
2006-2009	24 mio CHF	6
2010-2013	24 mio CHF	6
2014	6 mio CHF	6
2015-2018	12 mio CHF	3
Proposta 2018-2021	16 mio CHF	4

Con un moderato aumento del credito quadro per gli investimenti (+1 mio/anno rispetto al quadriennio 2015-2018, ma inferiore di 2 mio/anno rispetto al decennio precedente) si ritiene possibile garantire la copertura finanziaria fino alla fine del 2021, compresi quindi gli incarti già attualmente in istruzione e per i quali, in assenza di rinnovo del credito quadro anticipato, non sarà possibile stanziare alcun aiuto.

Sulla base dell'esperienza maturata nel periodo 2015-2017 e sulla base della tipologia di richieste inoltrate dal 2015, si prospetta di concentrare l'utilizzo del credito LTur a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo nel quadriennio 2018-2021 ancora maggiormente sulle iniziative imprenditoriali legate agli alloggi turistici. In particolare, si intende focalizzare l'ambito di intervento sulle strutture di alloggio che dispongono almeno di 5 camere e 10 posti letto e sono gestite in maniera professionale (almeno un posto di lavoro a tempo pieno). Ne fanno parte gli alberghi, i garni, gli alloggi collettivi, gli ostelli e alloggi turistici simili, così come i campeggi e le capanne definite "di prossimità" nello studio cantonale sulle capanne e i rifugi montani del Ticino realizzato nel 2016.

Con la presente richiesta di rinnovo anticipato del credito quadro, si propone di confermare l'attuale prassi consolidata – illustrata nel documento "*Informazioni & Contatti*" pubblicato sul sito www.ti.ch/turismo - che prevede la concessione di un sussidio a fondo perso per il sostegno alle strutture alberghiere, la cui percentuale di sostegno varia di regola dal 10% al 20%. La percentuale massima del 20% è prevista esclusivamente per le strutture ubicate nelle regioni periferiche, nel solco di quanto già disciplinato nel messaggio n. 7041 del 28 gennaio 2015. La forchetta tra il 10% e il 15% è determinata dalla concordanza del

progetto con gli obiettivi della strategia turistica cantonale, dall'importanza del progetto per il turismo ticinese, dalla sostenibilità finanziaria del progetto e dal piano di finanziamento.

Si propone inoltre di confermare la possibilità di sostenere, tramite servizi di formazione e consulenza, gli albergatori nello sviluppo strategico e, di conseguenza, nell'attuazione di investimenti. In questo ambito si può prospettare un sussidio pari al 50% dei costi, fondamentale per garantire un'ottimale pianificazione degli investimenti e per definire la migliore strategia aziendale.

Con i fondi del credito quadro LTur si propone infine di continuare a sostenere iniziative, attività e progetti speciali come ad esempio la campagna annuale Acque Sicure. Si continuerà inoltre a partecipare al finanziamento di progetti turistici di valenza sovracantonale e federale, come il progetto SvizzeraMobile oppure l'offerta di AutoPostale Svizzera sui passi alpini svizzeri, un prodotto turistico molto interessante, che continua a riscontrare un gradito successo.

Le condizioni e i criteri per la concessione di sussidi definiti all'articolo 30 della LTur ed elencati nel messaggio n. 7041 del 28 gennaio 2015 rimangono validi. Si segnala la volontà di continuare a sostenere progetti d'investimento di valenza strategica: per questa ragione, nel formulario di richiesta, si chiede all'albergatore di elencare gli investimenti previsti per i successivi tre anni, evitando in questo modo la presentazione di singoli investimenti annuali. Per progetti realizzati a tappe, magari sull'arco di più anni, il sussidio viene infatti calcolato tenuto conto dell'importo globale della spesa (come previsto peraltro dalla Legge sui sussidi, art. 11 lett. a) e il sussidio totale massimo rimane plafonato a un milione di franchi (LTur art. 26 cpv.4). Un promotore non può quindi, di regola, presentare una nuova richiesta di sussidio fino alla liquidazione di quello concesso per il precedente investimento, sempre che non si tratti di un nuovo progetto che diversifichi sostanzialmente l'attività aziendale. Per l'ottenimento di un sussidio è anche decisivo il fatto che l'offerta sia a pagamento, ovvero che sia proposta da un'azienda con lo scopo di generare indotti economici. Prodotti di interesse pubblico, se strategici per una destinazione, potranno infatti essere sostenuti con la politica economica regionale.

Il rinnovo del credito quadro anticipato per il periodo 2018-2021 permetterà di coprire le richieste di sussidio già in esame e per le quali i mezzi a disposizione sono quasi esauriti, e di far fronte alle future richieste con una maggiore disponibilità di fondi (fr. 4 mio all'anno invece degli attuali fr. 3 mio all'anno) per i prossimi anni. La tendenza positiva nel settore ricettivo sta spingendo, infatti, molti albergatori ad ampliare o migliorare le strutture, per rimanere concorrenziali a livello nazionale ed internazionale nonostante i livelli di prezzi e l'attrattività di regioni vicine che dispongono di un'offerta simile. Questi investimenti generano peraltro notevoli ricadute sul settore edilizio.

Si propone inoltre di confermare la dotazione del credito quadro per il finanziamento delle attività di promozione turistica svolte dall'Agenzia turistica ticinese (ATT) nel triennio 2019-2021. Il finanziamento delle attività svolte dall'ATT è garantito per il 2018. Per far coincidere la scadenza del credito quadro per gli investimenti e quella del credito quadro per le attività dell'ATT, il presente messaggio propone lo stanziamento di un credito invariato di fr. 6 mio all'anno per il triennio 2019-2021. Si precisa che - come previsto dalla Legge sul turismo (LTur art. 15) e come già avvenuto nel corso del periodo 2015-2017 - il credito quadro concesso all'ATT è destinato sia allo svolgimento di attività di attività di marketing che allo sviluppo e realizzazione di progetti turistici strategici cantonali.

Nel corso del 2021 si potrà nuovamente valutare il reale fabbisogno sia per quanto concerne le attività dell'ATT che per quanto riguarda il sostegno agli investimenti.

VI. MODIFICHE DI LEGGE

Di seguito si propongono alcune modifiche di legge volte da un lato a precisare aspetti di applicazione pratica - quali la possibilità di aderire ad associazioni turistiche e aggiudicare commesse pubbliche - e dall'altro a facilitare l'accesso al credito bancario, con una modifica dell'obbligo d'iscrizione di un'ipoteca legale.

1. Inserimento della possibilità di aggiudicare commesse pubbliche

A dipendenza delle esigenze del settore turistico e della gestione dell'organizzazione turistica cantonale, possono essere aggiudicate commesse pubbliche, per esempio per mandati tendenti ad approfondire e analizzare temi particolari. A questo proposito si propone di adattare, per questioni di uniformità con la Legge sui sussidi e la Legge sulle commesse pubbliche, l'art. 26 cpv.1 nel modo seguente:

Art. 26 cpv 1 (modifica)

¹Lo Stato può adottare misure che consistono nell'aggiudicazione di commesse pubbliche e nella concessione di sussidi per investimenti e attività, che non siano di competenza abituale degli enti pubblici e che, di norma, abbiano dimensioni e carattere strategici e/o sovraregionali, destinati a migliorare l'offerta turistica e a facilitare la sua gestione.

Di conseguenza, nell'intero testo legislativo, segnatamente agli artt. 13 let. c, 26 cpv. 2 e 4, 27 e 32, il termine "sussidio" (o la sua accezione plurale) è sostituito con il termine "misura" (ibidem). Il termine "mandato di prestazione" (o la sua accezione plurale) è abbreviato in "mandato" (ibidem).

2. Adesione ad associazioni e pagamento di quote sociali

Analogamente a quanto previsto all'art. 4ter della Legge concernente le competenze organizzative del Consiglio di Stato, per esplicitare la possibilità di aderire ad associazioni nazionali che promuovono il turismo (quali ad esempio Svizzera Turismo e la Federazione svizzera del turismo), si propone di aggiungere l'art. 27a LTur:

Art. 27a Adesione ad associazioni (nuovo)

Il Consiglio di Stato può aderire ad associazioni nazionali a sostegno del turismo e contribuire al finanziamento della relativa quota.

3. Accesso al credito e ipoteca legale

Il presente messaggio propone altresì la modifica dell'art. 34 cpv. 3 LTur, che prevede un diritto di ipoteca legale a favore del Cantone a garanzia dell'obbligo di restituzione di un sussidio nei casi di destinazione dell'immobile ad altro uso rispetto a ciò che giustificava il sussidio o nei casi di vendita con lucro.

Anzitutto, si rileva come l'attuale normativa rinvii in modo del tutto generico all'art. 836 CCS, senza tuttavia precisare se l'ipoteca legale nasca con l'iscrizione nel registro fondiario o senza. In effetti, con la modifica dell'art. 836 CCS, nel 2012, vi è stato un cambio di paradigma nell'ambito dei diritti di pegno legali (ipoteca legale) per crediti di

diritto pubblico cantonale, allorché si è passati dal principio della nascita del diritto di ipoteca legale senza iscrizione nel registro fondiario a quello della sua nascita con l'iscrizione (principio dell'iscrizione costitutiva). Tuttavia, è stata mantenuta, con determinati effetti a protezione dell'acquirente in buona fede, la possibilità di nascita dell'ipoteca legale senza iscrizione nel registro fondiario, purché il diritto cantonale lo preveda espressamente (art. 836 cpv. 2 CCS). Le disposizioni di principio di cui all'art. 836 cpv. 1 CCS non si possono ritenere esaustive e direttamente applicabili a livello cantonale, dove occorre fare esplicito riferimento all'iscrizione costitutiva. Dunque, per una maggiore chiarezza e sicurezza giuridiche e per uniformare altresì la terminologia in uso nell'ambito delle disposizioni sull'ipoteca legale della legislazione cantonale, appare giustificato reinserire nell'attuale testo dell'art. 34 cpv. 3 LTur il riferimento esplicito alla tipologia di ipoteca legale costitutiva già introdotto nel 2012 nella vLTur 1998 ("... che richiede per la sua validità l'iscrizione nel registro fondiario").

In secondo luogo, si osserva che l'art. 34 cpv. 3 LTur parla di *rango prevalente* dell'ipoteca legale. Questo "privilegio" genera un certo timore tra le banche, che sfocia nella decurtazione sistematica del credito concesso in ragione dell'importo del sussidio. Benché questa preoccupazione sia ingiustificata in considerazione dei rari casi di abuso dei sussidi (cambiamento di destinazione o vendita con lucro dell'oggetto sussidiato), costituisce spesso fonte di difficoltà per gli imprenditori nelle loro relazioni con gli istituti di credito privati, ragione per cui si propone lo stralcio della prevalenza di rango dell'ipoteca legale LTur.

A tal proposito va innanzitutto ritenuto lo scopo di promozione del turismo perseguito dalla LTur: se da un lato è infatti incentivato il miglioramento strutturale del settore turistico, dall'altro appare coerente l'assunzione, entro certi limiti, di rischi calcolati da parte del Cantone relativi a tale promozione. A fronte della posizione assunta da taluni istituti bancari, va considerato e ponderato l'interesse dei beneficiari dei crediti bancari e dei sussidi ex LTur a ottenere tali crediti nella misura necessaria per attuare quei progetti, che, nell'ottica della promozione turistica regionale e locale, sono anche nell'interesse dello Stato.

Per quanto attiene ai citati rischi per il Cantone, essi sono esigui, considerato che in sede di applicazione di questa norma a partire dalla data di entrata in vigore il 1.1.2000 della vLTur 1998 sino ad oggi vi è stato un solo caso di (avvenuta) restituzione del credito concesso (per cambio di destinazione), dell'importo di circa fr. 90'000.-, tra l'altro senza avere dovuto ricorrere alla realizzazione dell'ipoteca legale.

Oltretutto, anche altre leggi speciali cantonali non contemplano la prevalenza di rango dell'ipoteca legale, ancorché nulla vieterebbe al Cantone di optare per tale soluzione (cfr. Legge sull'agricoltura, Legge sulla conservazione del territorio agricolo, Legge sul raggruppamento e la permuta di terreni, Legge sulla protezione della natura, Legge sulla protezione dei beni culturali, Legge edilizia).

In considerazione di quanto precede, la formulazione proposta è la seguente:

Art. 34 cpv. 3 (modifica)

³A garanzia dell'obbligo di restituzione compete allo Stato un diritto di ipoteca legale ai sensi dell'art. 836 del Codice civile svizzero, che richiede per la sua validità l'iscrizione nel registro fondiario.

VII. RELAZIONI CON LE LINEE DIRETTIVE E IL PIANO FINANZIARIO

La proposta di stanziamento di un nuovo credito quadro per la concessione di sussidi a fondo perso per il sostegno pubblico della politica turistica ai sensi della L-Tur nel periodo 2018-2021 ammonta complessivamente a fr. 34 milioni, suddiviso in una richiesta di credito quadro di fr. 16'000'000.- a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo nel quadriennio 2018-2021 e in una richiesta di credito quadro di fr. 18'000'000.- per il finanziamento delle attività di promozione turistica svolte dall'Agenzia turistica ticinese (ATT) nel triennio 2019-2021.

Rispetto al credito quadro 2015-2018 per investimenti turistici, la proposta di dotazione del credito quadro 2018-2021 prevede un aumento complessivo di fr. 4 milioni (CHF 1 milione/anno). La proposta di stanziamento di un credito quadro di CHF 18 milioni (CHF 6 milioni/anno) come contributo per le attività dell'Agenzia Turistica Ticinese (ATT) per il periodo 2019-2021, rimane invece invariata rispetto alla dotazione prevista nel quadriennio 2015-2018.

Per gli ultimi 2 anni rimanenti del quadriennio 2016-2019 c'è una dotazione residua a Piano finanziario pari a 17 milioni di franchi. Da notare che questa dotazione è già impegnata per un ammontare di circa 15 milioni di franchi, di cui 4 milioni per decisioni relative al credito quadro precedente. La discrepanza tra la richiesta del nuovo credito quadro e la dotazione a piano finanziario è spiegata dal differimento temporale esistente tra lo stanziamento del credito e la sua erogazione che corrisponde al tempo tecnico necessario affinché vengano realizzati.

La stima per la dotazione del Piano finanziario L-TUR per il periodo 2018- 2021 tiene conto dei seguenti fattori:

per il 2018-2019 le cifre sono quelle iscritte a Piano finanziario 2016-2019, cioè circa 7,5 milioni di franchi per anno;
per il 2020-2021 relativo al prossimo Piano finanziario 2020-2023, la suddivisione stimata è di circa 12 milioni di franchi per anno.

Per il piano finanziario 2016-2019 il fabbisogno sarà compensato con le disponibilità presenti negli altri settori dello sviluppo economico mentre per il piano finanziario 2020-2023 si richiederà un adeguamento della dotazione.

Lo stanziamento del credito quadro determina le seguenti conseguenze di natura finanziaria:

- spese correnti annue dirette: nessuna. In sede di consuntivo si applicherà un tasso di ammortamento sui contributi per beni amministrativi che ad oggi equivale al 25%;
- modifiche dell'effettivo del personale: nessuna;
- conseguenze finanziarie per i Comuni: nessuna in rapporto diretto con l'aiuto cantonale.

VIII. CONCLUSIONI

Sulla base delle considerazioni esposte nel presente messaggio e ribadita la volontà di continuare una politica di sostegno al settore turistico, vi invitiamo a voler approvare gli annessi disegni di decreti legislativi e le modifiche di legge proposte.

Le presenti richieste di credito sono perfettamente coerenti e complementari con la strategia federale di promozione della piazza economica e con la politica di sviluppo economico cantonale.

Vogliate gradire, signor Presidente, signore e signori deputati, l'espressione della nostra massima stima.

Per il Consiglio di Stato:

Il Presidente, Claudio Zali

Il Cancelliere, Arnoldo Coduri

Disegno di

DECRETO LEGISLATIVO

concernente lo stanziamento di un credito di 16'000'000 di franchi in base alla legge sul turismo per l'adozione di misure cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo nel quadriennio 2018-2021

IL GRAN CONSIGLIO
DELLA REPUBBLICA E CANTONE TICINO

visto il messaggio 2 maggio 2018 n. 7530 del Consiglio di Stato,

d e c r e t a :

Articolo 1

È stanziato un credito di 16'000'000 di franchi per l'adozione di misure in base alla legge sul turismo del 25 giugno 2014 (LTur) nel quadriennio 2018-2021.

Articolo 2

L'ammontare della misura cantonale può variare a dipendenza dell'importanza del progetto per il turismo e per l'economia regionale, del valore aggiunto prodotto e della sostenibilità economica.

Articolo 3

Il Consiglio di Stato è competente per l'adozione delle misure e per la suddivisione del credito di cui all'art. 1.

Articolo 4

La spesa è iscritta nel conto investimenti del Dipartimento delle finanze e dell'economia, Divisione dell'economia.

Articolo 5

La Commissione della gestione e delle finanze può chiedere al Consiglio di Stato l'intero incarto relativo a ogni misura.

Articolo 6

Trascorsi i termini per l'esercizio del diritto di referendum, il presente decreto legislativo è pubblicato nel Bollettino ufficiale delle leggi ed entra immediatamente in vigore.

Disegno di

DECRETO LEGISLATIVO

concernente lo stanziamento di un credito quadro di 18'000'000 di franchi in base alla legge sul turismo per il finanziamento delle attività svolte dall'Agenzia turistica ticinese SA nel quadriennio 2019-2021

IL GRAN CONSIGLIO
DELLA REPUBBLICA E CANTONE TICINO

visto il messaggio 2 maggio 2018 n. 7530 del Consiglio di Stato,

d e c r e t a :

Articolo 1

È stanziato un credito quadro di 18'000'000 di franchi per il finanziamento delle attività svolte dall'Agenzia turistica ticinese SA durante il periodo 2019-2021.

Articolo 2

Il Consiglio di Stato è competente per la ripartizione del presente credito quadro in singoli crediti di impegno annuali tenuto conto del piano strategico e finanziario quadriennale, aggiornato annualmente, presentato dall'Agenzia turistica ticinese SA.

Articolo 3

Il Consiglio di Stato stabilisce le modalità di erogazione del contributo.

Articolo 4

Il credito è iscritto al conto degli investimenti del Dipartimento delle finanze e dell'economia, Divisione dell'economia.

Articolo 5

Trascorsi i termini per l'esercizio del diritto di referendum, il presente decreto legislativo è pubblicato nel Bollettino ufficiale delle leggi ed entra immediatamente in vigore.

Disegno di

LEGGE

sul turismo del 25 giugno 2014 (LTur); modifica

IL GRAN CONSIGLIO
DELLA REPUBBLICA E CANTONE TICINO

visto il messaggio 2 maggio 2018 n. 7530 del Consiglio di Stato,

d e c r e t a :

I.

La legge sul turismo del 25 giugno 2014 (LTur) è modificata come segue:

Art. 13 lett. c)

- c) sottoporre al Gran Consiglio, ogni quattro anni, la richiesta del credito quadro destinato a finanziare l'attività dell'ATT e del credito quadro per la concessione di misure in favore degli investimenti e delle attività turistiche;

TITOLO III - Misure cantonali

Art. 26 cpv. 1, 2, 4

¹Lo Stato può adottare misure che consistono nell'aggiudicazione di commesse pubbliche e nella concessione di sussidi per investimenti e attività, che non siano di competenza abituale degli enti pubblici e che, di norma, abbiano dimensioni e carattere strategici e/o sovraregionali, destinati a migliorare l'offerta turistica e a facilitare la sua gestione.

²Le misure sono finanziate mediante un credito quadro quadriennale, stanziato dal Gran Consiglio con decreto legislativo sottoposto a referendum finanziario facoltativo.

⁴Possono essere concesse misure fino a un massimo di un milione di franchi per progetto.

Art. 27 cpv. 1 e 3 (nuovo)

¹Gli investimenti e le attività oggetto di misure si suddividono principalmente nelle seguenti categorie:

- a) investimenti strutturali;
- b) studi, iniziative, attività e progetti speciali;
- c) progetti interdipartimentali, intercantionali e federali;
- d) altri contratti e mandati;
- e) quote di membro ad associazioni nazionali a sostegno del turismo.

³Il Consiglio di Stato può finanziare fino al 100% specifici contratti o mandati a favore del turismo cantonale, di cui all'art. 27 lett. d.

Art. 32

Le misure vengono concesse dal Consiglio di Stato che ne stabilisce la forma, le condizioni, gli oneri, l'ammortamento e le eventuali garanzie e/o contropartite richieste al beneficiario.

Art. 34 cpv. 3

³A garanzia dell'obbligo di restituzione compete allo Stato un diritto di ipoteca legale ai sensi dell'art. 836 del Codice civile svizzero, che richiede per la sua validità l'iscrizione nel registro fondiario.

II.

Trascorsi i termini per l'esercizio del diritto di referendum, la presente modifica di legge è pubblicata nel Bollettino ufficiale delle leggi ed entra immediatamente in vigore.