

Messaggio

numero

6272

data

30 settembre 2009

Dipartimento

FINANZE E ECONOMIA

Concerne

- **Stanziamiento di un credito quadro di fr. 32'000'000.-- in base alla Legge sul turismo (L-Tur) del 30 novembre 1998 per la concessione di sussidi cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo (fr. 24'000'000.--) e per il finanziamento delle attività di promozione turistica (fr. 8'000'000.--) svolte dall'Ente ticinese per il turismo (ETT) nel quadriennio 2010-2013.**
- **Modifica degli articoli 3, 4, 26 e 31 della Legge sul turismo (L-Tur) del 30 novembre 1998.**

INDICE

PREMESSA.....	2
1. INTRODUZIONE	2
2. IL QUADRO GENERALE E L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO	3
3. LINEE STRATEGICHE E IMPIEGO DEI MEZZI FINANZIARI NEL QUADRIENNIO 2006-2009	4
3.1 Quadro di valutazione del contributo all'ETT.....	7
3.2 Strumenti di marketing - Retrospeffiva sul quadriennio 2006-2009	8
3.3 Quadro di valutazione sugli aiuti L-Tur nel periodo 2006-2009	9
4. LA POLITICA TURISTICA NAZIONALE	13
5. LA POLITICA TURISTICA CANTONALE E LA POLITICA REGIONALE	13
5.1 Aumento della conoscenza sul settore	14
5.2 Orientamento del settore verso una maggiore qualità e stimolazione all'innovazione e collaborazione	16
5.3 Ripensamento della struttura ETT-ETL.....	16
6. PROPOSTA DI CREDITO QUADRO PER IL QUADRIENNIO 2010-2013.....	17
6.1 Obiettivi e risorse.....	18
6.2 Il credito quadro per il finanziamento della promozione turistica	19
6.3 Il credito quadro per gli investimenti e modifica degli art. 26 e 31 della L-Tur	20
6.4 Valutazione delle domande di sussidio e modifica degli art. 3 e 4 della L-Tur.....	23
6.5 Grandi progetti.....	24
7. RELAZIONI CON LE LINEE DIRETTIVE E IL PIANO FINANZIARIO	25
8. CONCLUSIONI.....	26
DECRETI LEGISLATIVI E MODICA DI LEGGE.....	27

Signor Presidente,
signore e signori deputati,

con il presente messaggio vi sottoponiamo due disegni di decreto legislativo concernenti lo stanziamento di un credito quadro complessivo di fr. 32'000'000.-- giusta la Legge sul turismo del 30 novembre 1998, per la concessione di sussidi cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo (fr. 24'000'000.--) e per il finanziamento delle attività di promozione turistica svolte dall'Ente ticinese per il turismo (fr. 8'000'000.--) per il quadriennio 2010-2013 e la modifica di quattro articoli della Legge sul turismo.

PREMESSA

Questa richiesta di credito quadro giusta la Legge sul turismo (L-Tur) segue una prima richiesta del 2002 (per il periodo 2002-2005) e una seconda del 2005 (per il periodo 2006-2009) con le quali il Parlamento ha approvato due distinti decreti legislativi: un primo destinato alla concessione di sussidi cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo e un secondo per il finanziamento della attività di promozione turistica svolte dall'Ente ticinese per il turismo (ETT).

La seconda richiesta è coincisa con una riduzione del credito quadro destinato agli investimenti (passato da 32 a 24 milioni), mentre per la promozione turistica di competenza dell'ETT sono stati confermati 8 milioni.

Seguendo uno schema analogo a quello relativo al primo e al secondo credito quadro, formuliamo una nuova richiesta di credito quadro per un ammontare complessivo di 32 milioni di franchi per il quadriennio 2010-2013, dei quali 24 milioni a sostegno degli investimenti e delle attività turistiche e 8 milioni per la promozione turistica di competenza dell'ETT.

1. INTRODUZIONE

La presentazione di questa terza richiesta di credito quadro per il turismo è stata l'occasione per l'ETT di rivedere le linee guida della politica turistica cantonale. L'elaborazione di una rinnovata strategia turistica da parte dell'ETT, in accordo con il Dipartimento delle finanze e dell'economia, si è basata sulla volontà di una rivisitazione critica e di una attualizzazione delle strategie sin qui adottate. Questo lavoro ha portato all'elaborazione del documento *“Turismo in Ticino, politica cantonale e strategie per il settore, 2010-2013”*.

Si tratta del documento di riferimento essenziale per il presente messaggio, perché ovviamente i crediti quadro richiesti sono strettamente dipendenti dai contenuti della politica turistica cantonale. Solo in questo modo è infatti possibile programmare gli interventi secondo criteri di priorità e di concordanza con obiettivi strategici.

L'introduzione al nuovo documento strategico del turismo, che riprendiamo integralmente, riassume in modo chiaro il nuovo approccio volto a dinamizzare il settore turistico:

“Contrariamente all'impostazione precedente, volta a dinamizzare soprattutto l'organizzazione del turismo cantonale, le strategie proposte per il prossimo quadriennio pongono l'accento sulla sostanza dell'attività turistica, individuata nel prodotto e nel marketing, lasciando agli aspetti organizzativi il ruolo di componente funzionale. Questa impostazione dovrebbe divenire paradigmatica per lo sviluppo futuro del settore e propone un metodo di gestione e di implementazione del settore che definisce gli obiettivi sostanziali in primis, e solo successivamente le misure organizzative necessarie alla sua realizzazione. Concretamente, si tratterà dapprima di

identificare come riposizionare il turismo ticinese e di definirne le azioni necessarie; solo successivamente si potrà pensare alla struttura ideale allo scopo; le eventuali modifiche di legge rappresenterebbero l'ultima tappa dell'iter realizzativo."

La valenza del nuovo documento presentato dall'ETT, è quello non soltanto di focalizzare l'attenzione sulle strategie turistiche di marketing e di prodotto, ma di identificare anche i cantieri concreti sui quali bisognerà lavorare nel prossimo quadriennio. La recente approvazione da parte del Parlamento della Legge cantonale di applicazione della politica regionale federale, permetterà inoltre di intraprendere e sostenere diverse iniziative, in parte identificate nel documento strategico, volte a raggiungere gli obiettivi del miglioramento della concorrenzialità del settore turistico.

Il documento strategico elaborato dall'ETT, che rappresenta un tassello concreto verso il rilancio del turismo in Ticino, è allegato al presente messaggio e ad esso si rimanda.

L'obiettivo primario dei due decreti qui sottoposti al Gran Consiglio è invece quello di assicurare la dotazione finanziaria necessaria all'applicazione della L-Tur nel periodo 2010-2013. Il messaggio è strutturato in cinque parti. La prima, di carattere descrittivo, è volta ad illustrare i dati sul turismo in Svizzera e in Ticino, mentre la seconda, di tipo analitico, riassume gli aiuti agli investimenti dal punto di vista dell'impiego del precedente credito quadro (2006-2009). La terza parte è invece incentrata sulla complementarità e sulle possibili sinergie tra politica turistica e politica regionale. La quarta parte approfondisce poi le priorità e alcuni aspetti operativi relativi all'utilizzo del credito quadro a sostegno degli investimenti, formulando alcune modifiche puntuali della Legge per migliorarne la sua applicazione. La quinta parte, conclusiva, presenta una valutazione finanziaria degli effetti dello stanziamento del nuovo credito.

2. IL QUADRO GENERALE E L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO

Il settore turistico rimane, a livello mondiale, un'attività economica di prima importanza con potenzialità di crescita interessante: il turismo contribuisce ad alzare il tasso occupazionale, a favorire la crescita del reddito nazionale, a migliorare la situazione della bilancia dei pagamenti. Entro il 2020 l'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) prevede, malgrado la crisi attuale, un aumento del 4% dei viaggi turistici mondiali portando gli arrivi internazionali a raggiungere la soglia di 1.6 miliardi, per tre quarti intercontinentali.

In questo quadro, il rapporto "Travel&Tourism Competitiveness Report 2009", pubblicato dal World Economic Forum, presenta la Svizzera come la migliore destinazione; seguono l'Austria, la Germania, la Francia, il Canada e la Spagna. La bilancia turistica svizzera del 2008 – anno record delle presenze in alberghi – è eloquente sul fatto che il nostro Paese è una destinazione turistica molto ambita:

- il saldo attivo è di 3.8 miliardi di franchi (+1.3 miliardi rispetto al 2007);
- le spese per i soggiorni con pernottamenti presentano una crescita del 7.6%, allorché il turismo giornaliero e di transito è aumentato del 4.3%;
- gli Svizzeri hanno per contro speso meno all'estero (-2.3%) con una presenza numerica stagnante sui principali mercati di destinazione.

Evidentemente, con la crisi economica, la progressione si è fermata. Le ultime previsioni per il turismo svizzero, pubblicate nel maggio 2009 dalla Segreteria di Stato dell'economia (SECO), sono state riviste al ribasso: si pronostica una diminuzione del 6.7% del numero dei pernottamenti per quest'anno e del 2.6% nel 2010. Solo a partire dal 2011 si dovrebbero ritrovare le cifre positive, con una crescita dell'1.3%.

Il Ticino turistico non è evidentemente risparmiato dalla crisi economica; addirittura, ne ha anticipato gli effetti già a partire da agosto 2008. Tuttavia, rispetto alle altre destinazioni elvetiche, il calo previsto dovrebbe risultare percentualmente più contenuto (-5.8% nel 2009 e -2.6% nel 2010). La spiegazione è da ricondurre alla minor dipendenza del Ticino turistico dai mercati esteri, maggiormente colpiti dalla crisi finanziaria, e dalla "riconquista della qualità di Primo Sud" per chi viene dal Nord delle Alpi, ossia i nostri clienti più numerosi. Con la ripresa attesa a partire dal 2011, il turismo in Ticino conoscerà di nuovo una crescita (+0.8%), ma meno marcata rispetto ad altre regioni svizzere.

Nell'esame della statistica nazionale più recente (1992-2008) il Ticino registra, in confronto alle regioni turistiche tradizionali come Grigioni, Vallese e Vaud, un'intensità turistica (rapporto fra la popolazione e i pernottamenti alberghieri) nettamente inferiore, una diminuzione più marcata dei pernottamenti, una dimensione media degli alberghi più ridotta, un tasso di occupazione delle camere più basso, nonostante abbia conosciuto una riduzione marcata del parco alberghiero, una clientela maggiormente svizzera e una diversificazione minore della clientela straniera, una monostagionalità nettamente più marcata e una percentuale molto elevata dei pernottamenti registrati nei campeggi.

Tabella 1: Composizione del comparto alberghiero in Ticino

Categoria	Alberghi	%	Camere	%	Letti	%	Pernottamenti	%
5*	9	1.7	811	7.4	1'543	7.3	241'282	9.0
4*	32	6.1	1'877	17.2	3'491	16.5	574'711	21.5
3*	80	15.3	2'820	25.8	5'225	24.6	847'508	31.8
2*	31	5.9	708	6.5	1'394	6.6	192'802	7.2
1*	8	1.5	145	1.3	293	1.4	46'695	1.8
0*	28	5.3	437	4.0	907	4.3	88'295	3.3
s.c.	336	64.1	4'131	37.8	8'364	39.4	675'800	25.3
TOTALE	524	100	10'929	100	21'217	100	2'667'093	100

Elaborazione ETT

Da notare che non esistono attualmente statistiche attendibili in merito allo sviluppo del settore paralberghiero, in particolare per le case secondarie, e del turismo di giornata.

3. LINEE STRATEGICHE E IMPIEGO DEI MEZZI FINANZIARI NEL QUADRIENNIO 2006-2009

Il documento "Turismo in Ticino – linee guida strategiche della politica cantonale, 2001" è servito da base per la richiesta del primo credito quadro giusta la L-Tur del maggio 2002 (messaggio n. 5252) ed è stato aggiornato nel successivo messaggio n. 5724 del novembre 2005 per la richiesta del secondo credito quadro 2006-2009. Gli obiettivi principali erano di accrescere la professionalizzazione della struttura turistica cantonale con la collaborazione diretta degli enti turistici e di creare nuovi prodotti e sostenere l'ammodernamento della struttura turistica.

Nel quadriennio 2006-2009, inclusi tutti gli aiuti stanziati al 31 luglio 2009 e i progetti già preavvisati che saranno decisi entro l'autunno 2009, si raggiunge un totale di aiuti di poco inferiore a 31 milioni di franchi per un ammontare di investimenti complessivi di circa 206 milioni di franchi.

Gli aiuti cantonali stanziati per investimenti turistici sotto forma di contributi a fondo perso sono pari a circa 22 milioni di franchi, i prestiti agevolati rappresentano circa 720'000 franchi, mentre il contributo all'ETT raggiunge l'ammontare di 8 milioni di franchi.

Si può notare come i contributi a fondo perso siano prevalenti, mentre i prestiti agevolati sono ancora in diminuzione rispetto al quadriennio precedente. In questo modo si è cercato con successo di incentivare nella fase iniziale nuove iniziative senza pesare sui conti economici futuri, con rimborsi onerosi, facilitando l'amministrazione dei progetti.

In questo quadriennio sono finora stati effettuati versamenti per oltre 22 milioni di franchi, in parte per aiuti stanziati nel 2006-2009 e in parte per progetti approvati precedentemente, ma realizzati nel presente periodo. Entro fine anno vi sarà ancora l'ultimo versamento di 2 milioni di franchi a favore di Ticino Turismo. Il quadro generale degli aiuti stanziati e preavvisati negli anni 2006-2009 è presentato nella tabella 2, che riporta schematicamente i dati principali sin qui esposti.

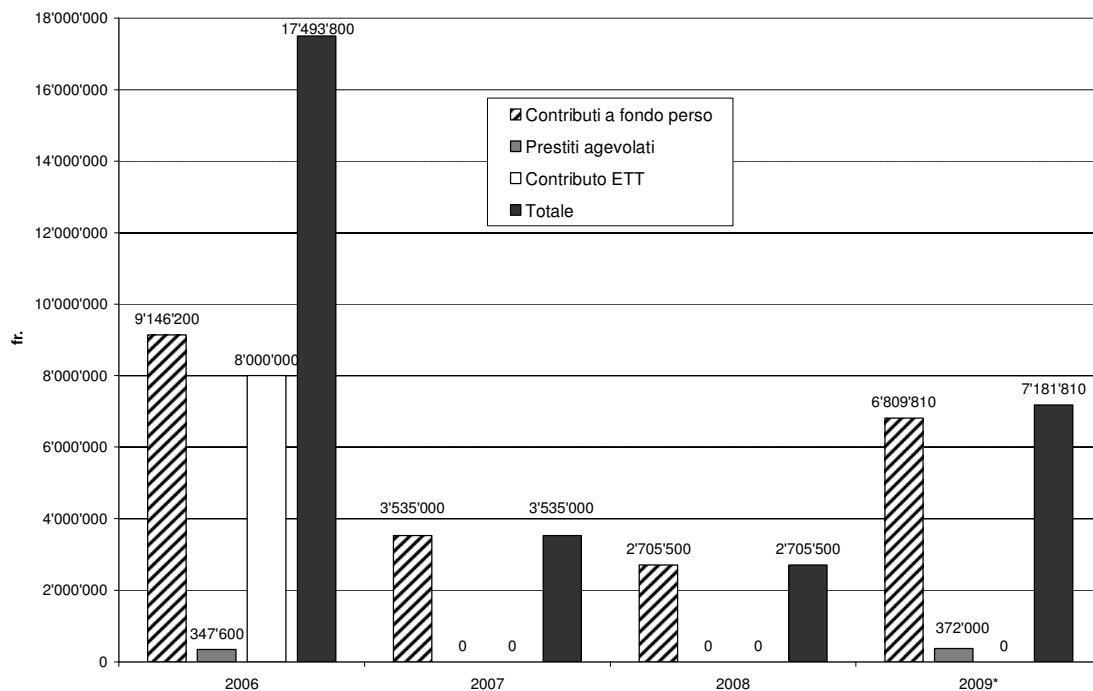
Tabella 2: Riepilogo degli aiuti L-Tur stanziati ed erogati nel periodo 01.01.2006 - 31.07.2009 (inclusi aiuti in attesa di decisione definitiva)

Credito quadro totale		fr. 32'000'000
Credito quadro investimenti		fr. 24'000'000
Credito quadro ETT		fr. 8'000'000
Aiuti stanziati o già preavvisati*		
- contributi a fondo perso stanziati	fr.	16'163'010
- contributi a fondo perso preavvisati	fr.	6'033'500
- prestiti agevolati	fr.	719'600
	fr.	<u>22'916'110</u>
- contributi ETT	fr.	<u>8'000'000</u>
Totale aiuti stanziati o già preavvisati*	fr.	30'916'110
Aiuti erogati		
- contributi a fondo perso	fr.	15'304'801
- prestiti agevolati	fr.	1'125'900
- contributi ETT	fr.	<u>6'002'625</u>
	fr.	22'433'326
Investimenti complessivi per progetti	fr.	206'623'000

* stanziati al 31 luglio 2009 e preavvisati favorevolmente da ETT, ETL, UPC al 15 settembre 2009.
Fonte: Sezione della promozione economica.

Il grafico 1 rispettivamente il grafico 2 riportano gli stanziamenti/erogazioni degli aiuti L-Tur per il periodo 2006-2009, rendendo visivamente confrontabili la tipologia degli aiuti e la loro suddivisione per anno. Per gli aiuti stanziati sono stati presi in considerazione anche quelli già preavvisati dall'ETT e in attesa di una decisione.

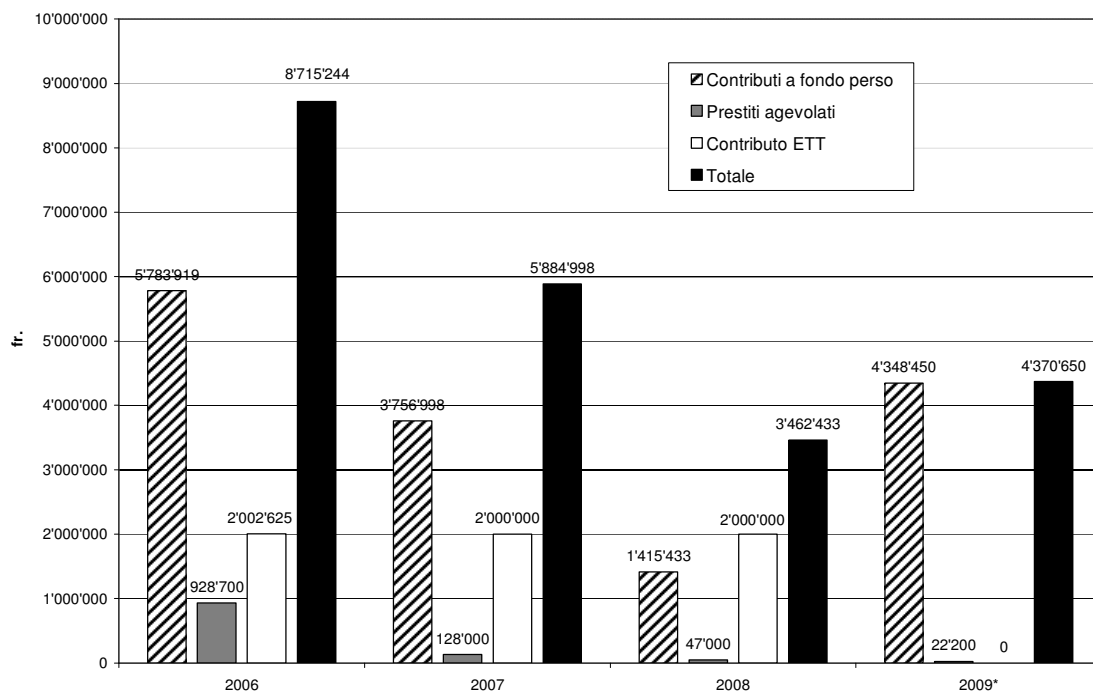
Grafico 1: Aiuti L-Tur stanziati e preavvisati nel periodo 2006-2009



* stanziati al 31 luglio 2009 e preavvisati favorevolmente da ETT, ETL, UPC al 15 settembre 2009.

Fonte: Sezione della promozione economica.

Grafico 2: Aiuti L-Tur erogati nel periodo 01.01.2006 - 31.07.2009



* dati elaborati al 31 luglio 2009.

Fonte: Sezione della promozione economica.

3.1 Quadro di valutazione del contributo all'ETT

La tabella 3 "Costi di marketing ETT quadriennio 2006-2009" illustra in che modo sono stati utilizzati gli 8 milioni di franchi attribuiti a Ticino Turismo sull'arco del quadriennio 2006-2009. Si può notare come, oltre agli 8 milioni ricevuti direttamente dal Cantone, Ticino Turismo abbia fatto capo anche a risorse finanziarie provenienti dal proprio budget (tassa di promozione case da gioco, tassa di promozione esercizi pubblici, tassa di promozione alloggio, quote sociali, interessi attivi, diversi, scioglimento fondi) per un totale complessivo di 17.6 milioni di franchi da impiegare direttamente per il marketing in quattro anni. Da notare che il budget totale dell'ETT per il periodo 2006-2009 ammonta a 28 milioni di franchi.

Per quel che concerne invece l'utilizzo dei fondi, si presenta una ripartizione secondo i principali mercati di riferimento sui quali la promozione del turismo in Ticino è attiva: Svizzera, Germania, Italia, BeNeLux, Regno Unito, Stati Uniti d'America, Asia (che include Giappone e Cina), Russia/Ucraina e altri mercati (Francia, Spagna, Paesi del Golfo e altri mercati emergenti). La maggior parte del budget a disposizione per la promozione è destinato ai due principali mercati: quello svizzero e quello germanico. La percentuale di ripartizione dei fondi fra i Paesi corrisponde grosso modo all'importanza relativa dei diversi mercati.

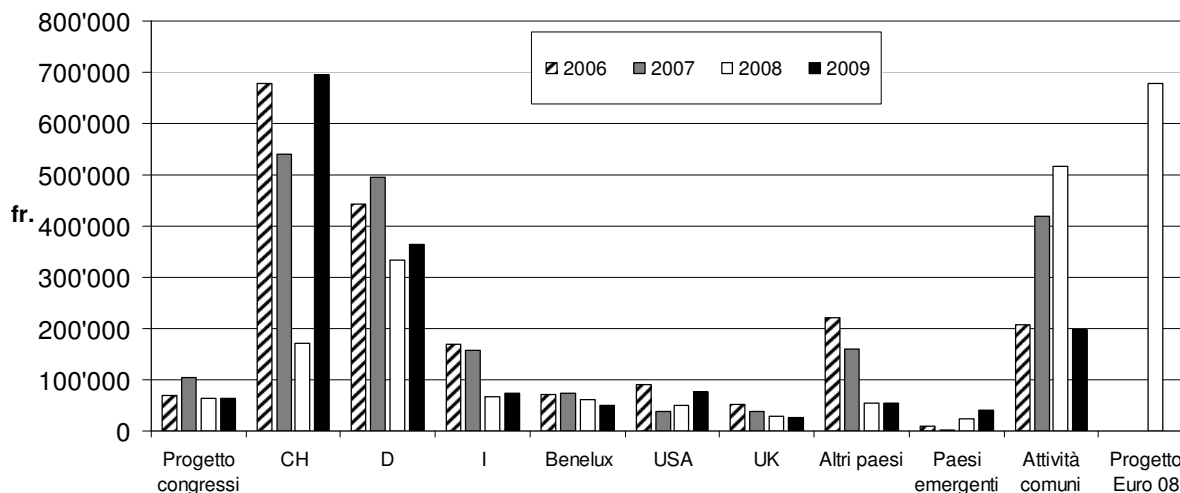
Tabella 3: Costi di marketing ETT per il quadriennio 2006-2009

	2006	2007	2008	preventivo 2009	totale 2006-2009	%
Svizzera	1'906'117	1'899'463	1'879'189	2'119'746	7'804'515	44.4
Germania	876'784	819'156	1'165'362	873'378	3'734'680	21.2
Italia	461'629	485'017	384'258	430'323	1'761'227	10.0
Benelux	209'521	181'255	203'782	219'547	814'105	4.6
Regno Unito	201'195	150'339	164'643	166'135	682'312	3.9
Stati Uniti d'America	180'636	232'269	177'313	170'621	760'839	4.3
Asia	217'206	225'309	215'484	219'635	877'634	5.0
Russia/Ucraina	108'133	90'672	97'095	94'558	390'458	2.2
Altri mercati	-	149'003	320'560	297'557	767'120	4.4
Totale	4'161'221	4'232'483	4'607'686	4'591'500	17'592'890	100%
Sostenuti dal CQ	2'002'625	2'000'000	2'000'000	1'997'375	8'000'000	45.5
Sost. dal budget ETT	2'158'596	2'232'483	2'607'686	2'594'125	9'592'890	54.5

Fonte: ETT.

Per quanto riguarda gli 8 milioni di franchi attribuiti a Ticino Turismo per la promozione, la somma è stata utilizzata come esposto nel grafico 3.

Grafico 3: Uso del contributo ETT attribuito su base L-Tur, 01.01.2006 - 31.07.2009



Fonte: ETT, dati elaborati al 31 luglio 2009.

3.2 Strumenti di marketing - Retrospectiva sul quadriennio 2006-2009

Il 2006 è stato per Ticino Turismo un anno molto positivo. Grazie all'impiego ponderato degli strumenti di marketing e ad alcune campagne promozionali di rilievo, quali l'azione Raiffeisen, il bilancio è risultato più che lusinghiero con un +6.6% di pernottamenti (una crescita superiore alla media nazionale). L'azione soci Raiffeisen - attraverso uno sconto del 50% sulla prima notte in uno degli alberghi aderenti all'iniziativa e a ulteriori agevolazioni sugli impianti di risalita - mirava all'acquisizione di nuovi clienti e alla loro fidelizzazione. L'esito è stato molto buono: sia a livello di pernottamenti generati (120'000 in totale) sia in termini di promozione indiretta, il Ticino è infatti apparso per un anno intero (la durata dell'azione) sui cartelloni di tutta la Svizzera. Per quel che concerne invece il settore *Key Media Management* l'impegno maggiore dell'anno si è concentrato sulla produzione televisiva *Strasse der Lieder*, trasmissione a contenuto musicale su sfondo turistico. Ticino Turismo ha curato sia l'aspetto organizzativo sia quello logistico, elaborando anche proposte turistiche da inserire nel programma della nota trasmissione germanica. Il lavoro svolto ha dato i suoi frutti permettendo al Ticino di entrare nelle case di circa 11 milioni di spettatori.

Sul fronte della coesione e collaborazione tra partner attivi sul territorio, è importante segnalare un'iniziativa nata nel 2007, "Obiettivo Turismo". Si tratta di un incontro annuale per riflettere sul fenomeno turistico e durante il quale, sull'arco di una giornata, attraverso discussioni e presentazioni, se ne affrontano rischi e opportunità.

A livello di attività straordinarie vanno ricordate la partecipazione al grande progetto turistico di Svizzera Turismo "Svizzera Mobile" e la preparazione alla partecipazione alla MUBA dove il Ticino figurava come Cantone ospite. Non va dimenticata la promozione con Svizzera Turismo, FFS e Railway che ha permesso di fare scoprire il Ticino durante tutto il mese di giugno 2007 grazie ad iniziative diversificate: presenza nelle stazioni di Berna e Zurigo (con animazioni, concorsi e degustazioni) e su treni speciali.

Il settore media ha organizzato ben 89 viaggi stampa che hanno permesso al Ticino di essere esportato in ben 17 Paesi diversi grazie a servizi televisivi, redazionali o radiofonici che questi viaggi hanno generato. 21 sono state le fiere rivolte ad operatori e pubblico alle quali Ticino Turismo ha partecipato e 3 in ambito MICE (*Meeting, Incentive, Congress, Event*). Anche sul fronte e-marketing si è lavorato molto: molteplici le campagne di *bannering* effettuate su siti internazionali e continuo lo sforzo di miglioramento e

l'implementazione dei contenuti del portale principale www.ticino.ch come pure dei sottotipi dedicati a mercati specifici sui quali Ticino Turismo è attivo.

Il 2008 sarà ricordato come l'anno dei campionati di calcio EURO 2008 che per l'ETT hanno significato un grande sforzo in termini organizzativi. L'ottima coordinazione tra lo Stato, il Centro Sportivo di Tenero, i Comuni delle principali città coinvolte (Lugano e Ascona in primis), gli Enti locali e Ticino Turismo ha permesso di raggiungere gli obiettivi prefissati. Grazie alla presenza di squadre come Germania, Svezia e la stessa Svizzera l'impatto mediatico e la visibilità generate sono stati enormi.

Per quel che concerne invece le attività di promozione classica, che hanno visto attivo principalmente il settore *Key Media Management*, ricordiamo le 15 fiere, i 5 *workshop*, e i 18 eventi (come per esempio i *roadshow* o gli eventi di *networking* per migliorare le pubbliche relazioni) ai quali Ticino Turismo ha presenziato.

In ambito di e-marketing si è lavorato per migliorare i contenuti del portale www.ticino.ch e si sono sostenute attraverso il web le attività promozionali principali dell'anno come per esempio gli EURO 2008 che hanno portato alla creazione di un'apposita sezione informativa.

Dopo aver ospitato i Mondiali di mountain bike nel 2003 e aver collaborato al successo di EURO 2008 durante l'estate 2008, nel 2009 il Ticino ha accolto un ulteriore grande evento sportivo: i Campionati del Mondo di Ciclismo su Strada di Mendrisio dal 23 al 27 settembre. Si è trattato di un'altra grande opportunità per tutto il settore turistico, con un afflusso di pubblico e di media eccezionale e le immagini della competizione diffuse in tutto il mondo da oltre 100 stazioni televisive. Ticino Turismo si è impegnato a pianificare diverse azioni promozionali, dall'occupazione di spazi pubblicitari alla presenza presso stand informativi, nonché organizzando eventi collaterali per i media presenti a Mendrisio. Durante la prima parte del 2009 Ticino Turismo si è già mossa attraverso diverse attività di *Key Media Management* e *Key Account Management* per stringere nuovi contatti con tour operator e altri partner turistici e per promuovere il Ticino in qualità di destinazione prediletta per la pratica del ciclismo praticabile tutto l'anno.

3.3 Quadro di valutazione sugli aiuti L-Tur nel periodo 2006-2009

La priorità d'investimento del credito quadro 2006-2009 era la creazione di nuovi prodotti atti a soddisfare le esigenze della domanda tramite il sostegno pubblico all'ammodernamento dell'offerta turistica e in particolare le ristrutturazioni delle strutture di alloggio.

La ripartizione geografica degli aiuti relativamente ai pernottamenti costituisce un indicatore significativo dell'uso del credito quadro.

È interessante considerare due serie di cifre riguardo a questa ripartizione: quella dei pernottamenti nel settore alberghiero e quella basata invece sull'incasso delle tasse di soggiorno da parte dell'ETT, che comprende anche i pernottamenti nel settore para alberghiero e nelle case di vacanze.

Tabella 4: Ripartizione regionale degli aiuti L-Tur (2006-2009, stanziati e preavvisati) in relazione ai pernottamenti (2008)

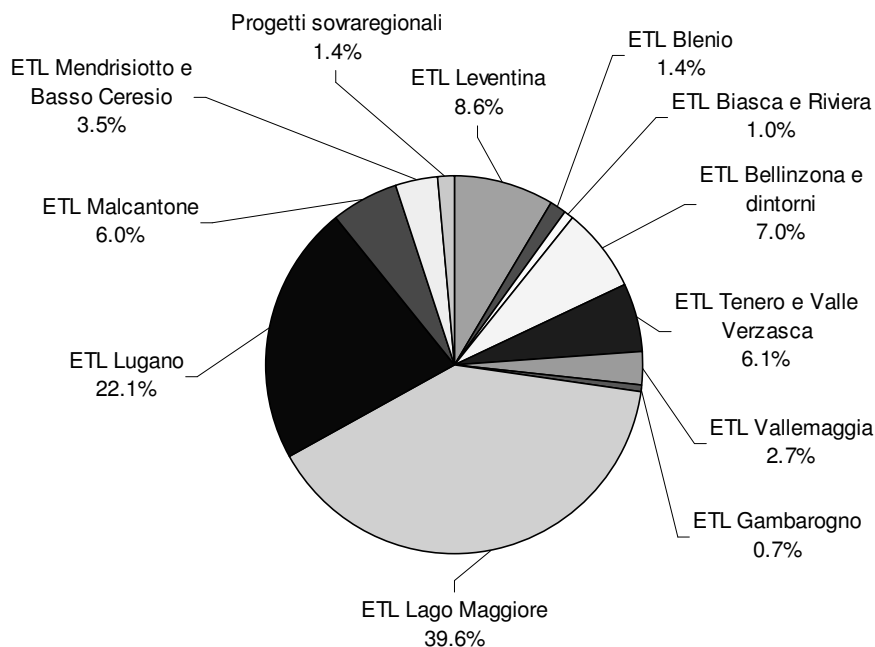
ENTI TURISTICI LOCALI	Aiuti L-TUR % (2006-2009)	% Pernottamenti settore alberghiero (2008)	% Pernottamenti totali sulla base della tassa di soggiorno (2008)
ETL Leventina	8.6%	2.2%	3.0%
ETL Blenio	1.4%	0.4%	3.0%
ETL Biasca e Riviera	1.0%	0.4%	1.0%
ETL Bellinzona e dintorni	7.0%	3.9%	2.0%
Bellinzona e Alto Ticino	18.0%	6.9%	9.0%
ETL Tenero e Valle Verzasca	6.1%	1.8%	8.0%
ETL Vallemaggia	2.7%	1.0%	6.0%
ETL Gambarogno	0.7%	2.9%	7.0%
ETL Lago Maggiore	39.6%	40.4%	39.0%
Lago Maggiore e Valli	49.1%	46.1%	60.0%
ETL Lugano	22.1%	34.5%	19.0%
ETL Malcantone	6.0%	5.8%	7.0%
ETL Mendrisiotto e Basso Ceresio	3.5%	6.7%	5.0%
Lago di Lugano e Mendrisiotto	31.6%	47.0%	31.0%
Progetti sovraregionali	1.3%		
Cantone Ticino	100.0%	100.0%	100.0%

Fonte: Sezione della promozione economica / Ente ticinese per il turismo / Ufficio federale di statistica.

Sulla base dei dati presentati si può rilevare quanto segue:

- la destinazione Lago Maggiore e Valli, che registra il maggior numero di pernottamenti, è stata la principale beneficiaria degli aiuti L-Tur; il solo comprensorio turistico dell'ETL Lago Maggiore rappresenta circa il 40% di tutti i pernottamenti turistici in Ticino;
- la destinazione Bellinzona e Alto Ticino, e particolarmente la Leventina, ha ancora beneficiato di aiuti nei trasporti turistici (in particolare per l'innervamento programmato di Carì) che spiegano la percentuale di aiuti molto elevata rispetto a quella dei pernottamenti; è ritenuto molto importante sostenere questa regione più debole rispetto ad altre mete turistiche del Cantone;
- si nota che nelle destinazioni di Tenero e Valle Verzasca, Vallemaggia e Gambarogno, un'importante parte dei pernottamenti è registrata fuori dal settore alberghiero, mentre per la destinazione Lago di Lugano e Mendrisiotto è invece il settore alberghiero che si rivela preponderante.

Grafico 4: Ripartizione regionale degli aiuti L-Tur (2006-2009, stanziati e preavvisati)



*Nota: stanziati al 31 luglio 2009 e preavvisati favorevolmente da ETT, ETL, UPC al 15 settembre 2009.
Fonte: Sezione della promozione economica, dati elaborati al 31 luglio 2009.*

Una valutazione dell'effetto economico generale dei sostegni finanziari L-Tur decisi durante il quadriennio 2006-2009 è data dall'effetto leva sugli investimenti (investimenti complessivi/sostegni finanziari L-Tur). Per i settori nel loro complesso, l'effetto misurato è attorno a 8.2: per ogni franco di sostegno pubblico stanziato è stato realizzato un investimento complessivo di 8.2 franchi. Si distinguono, per un effetto maggiore, gli aiuti per la cultura e opere diverse (8.9), per gli alloggi collettivi (8.7) e per le attività di svago e di sport (8.4).

Un sommario esame della distribuzione degli aiuti L-Tur erogati per settore d'attività, con particolare riguardo al periodo 2006-31.07.2009 (vedi tabella 5 e grafico 5), evidenzia l'importanza del settore alberghiero (38.4%) e quello degli alloggi collettivi e delle attività di sport e svago (rispettivamente 11.5% e 11.1%): queste tre voci rappresentano complessivamente circa l'80% degli aiuti. Va inoltre considerato il contributo all'ETT per la promozione turistica (26.8%).

Tabella 5: Ripartizione per settore d'attività degli aiuti L-Tur erogati, 1996-2009

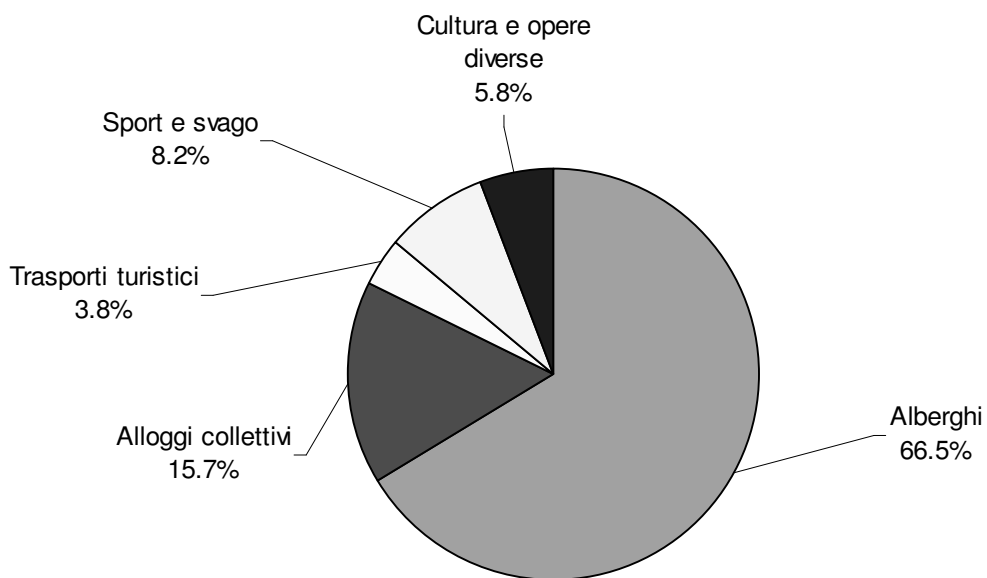
Settori d'attività	1996-99 erogati	%	2000-01 erogati	%	2002-05 erogati	%	2006-09* erogati	%
	mio fr.		mio fr.		mio fr.		mio fr.	
Alberghi	5.9	29.7%	3.4	34.1%	8.9	41.1%	8.6	52.5%
Alloggi collettivi	2.6	13.2%	1.3	13.0%	2.2	10.3%	2.6	15.7%
Trasporti turistici	9.4	47.5%	3.0	30.0%	6.2	28.4%	1.3	7.9%
Sport e svago	0.8	4.2%	1.3	12.8%	2.5	11.6%	2.5	15.2%
Cultura e opere diverse	1.0	5.4%	1.0	10.1%	1.9	8.6%	1.4	8.7%
Totale	19.7	100%	10.0	100%	21.7	100%	16.4	100%

* rilevamento dati al 31 luglio 2009.

Fonte: Sezione della promozione economica, dati elaborati al 31 luglio 2009.

Il grafico 5 permette di visualizzare la suddivisione per settore d'attività degli aiuti L-Tur stanziati e preavvisati nel periodo 2006-2009.

Grafico 5: Ripartizione degli aiuti L-Tur stanziati, 2006-09 (sussidi stanziati e preavvisati)



Nota: stanziati al 31 luglio 2009 e preavvisati favorevolmente da ETT, ETL, UPC al 15 settembre 2009.

Fonte: Sezione della promozione economica.

Per terminare il bilancio del quadriennio 2006-2009, va ricordato il dettaglio delle richieste di aiuto L-Tur già segnalate e preavvisate dall'ETT, ma non ancora decise, che complessivamente dovrebbero comportare uno stanziamento di aiuti per un ammontare di oltre 6 milioni di franchi (confronta tabella 6).

Tabella 6: Richieste di aiuto L-Tur preavvisate dall'ETT e in fase di valutazione alla SPE

Richieste di aiuto L-TUR in corso di valutazione (stanziamenti previsti per il II° sem. 2009)	Investimenti complessivi preventivati mio. fr.	aiuti L-Tur (preavvisati ETT) mio fr.
Alberghi	53'649'496	4'372'500
Alloggi collettivi	5'177'777	727'000
Trasporti turistici	-	-
Sport e svago	6'398'000	640'000
Cultura e opere diverse	3'730'000	294'000
Totale complessivo	68'955'273	6'033'500

Fonte: Sezione della promozione economica.

4. LA POLITICA TURISTICA NAZIONALE

La politica turistica nazionale poggia principalmente su tre strumenti:

- 1) la promozione dell'innovazione e della collaborazione nel turismo (InnoTour);
- 2) la promozione del settore alberghiero tramite la Società svizzera di credito alberghiero (SCA); (finanziamento agevolato di progetti d'investimento);
- 3) il sostegno al marketing nazionale tramite il finanziamento a Svizzera Turismo.

Questi strumenti hanno come obiettivo quello di migliorare la struttura e la qualità dell'offerta turistica svizzera. Con Innotour sono finanziati progetti innovativi, ricerche e collaborazioni, la SCA concede mutui a strutture alberghiere a condizioni favorevoli e Svizzera Turismo si occupa di promuovere il turismo svizzero all'estero.

In generale il Ticino turistico in passato ha assunto un atteggiamento passivo nei confronti di questi strumenti. Ciò ha rappresentato una grossa lacuna del settore che sicuramente va colmata, ragione per la quale la Sezione della promozione economica (SPE) si sta impegnando su questo fronte, promuovendo gli strumenti federali in modo attivo e instaurando ottime collaborazioni con le istituzioni nazionali quali la SCA e la SECO. L'ETT prosegue invece con l'ottimo lavoro di collaborazione con Svizzera Turismo, che assicura la presenza della nostra offerta turistica su tutti i mercati con la sua potentissima piattaforma di servizi promozionali e di vendita, sfociato anche nella realizzazione del nuovo logo di Ticino Turismo con la stella alpina di Svizzera Turismo.

5. LA POLITICA TURISTICA CANTONALE E LA POLITICA REGIONALE

La Convenzione tra la Confederazione Svizzera, rappresentata dalla Segreteria di Stato dell'economia (SECO) e la Repubblica e Cantone Ticino, rappresentato dal Dipartimento delle finanze e dell'economia del Cantone Ticino, sulla promozione del Programma cantonale d'attuazione della politica regionale 2008-2011, prevede un campo d'attività denominato "relazioni con il turismo" per il quale sono previsti 7 milioni di franchi. Altri contributi sono previsti per filiere con impatto turistico. Il coordinamento tra gli attori coinvolti nel processo d'implementazione di alcune filiere e quelli che si occupano di attività e politiche turistiche, è una premessa indispensabile per il raggiungimento di alcuni obiettivi di sviluppo definiti nella Convenzione di programma e nel Programma d'attuazione cantonale.

Lo scopo principale del campo d'azione "relazioni con il turismo", così come formulato nella Convenzione, è quello di adottare una politica turistica in grado di mantenere ed accrescere la competitività turistica del Ticino quale destinazione turistica cantonale.

Questo capitolo vuole illustrare brevemente, al di là di obiettivi generali, il ruolo complementare della politica regionale a sostegno della politica turistica cantonale. In particolare va sottolineato come la politica regionale funga da supporto alla politica turistica e viceversa. Per contro va sottolineato con la massima chiarezza che la politica regionale non deve sostituirsi alla politica turistica. La politica regionale non è infatti pensata per sostenere singoli progetti turistici, finanziabili attraverso la L-Tur. Una definizione molto chiara ed esplicita degli ambiti di intervento e delle iniziative sostenute ai sensi della Legge sul turismo e ai sensi della politica regionale, anche se complementari, risulta pertanto un requisito fondamentale per ottimizzare gli effetti degli interventi statali. Vale la pena inoltre ricordare che il secondo obiettivo della politica regionale – identificato nella coordinazione delle politiche settoriali – è valido anche per quanto concerne la L-Tur. In questo senso, nel prossimo quadriennio, si vuole intensificare la collaborazione, già esistente, con chi è chiamato a gestire altre politiche ad impatto turistico (ad es.: la piattaforma paesaggio per la gestione di progetti integrati del paesaggio, l'Amministrazione fondi Lotteria intercantonale e Sport-toto per la gestione di progetti relativi ad infrastrutture sportive e capanne, la Sezione agricoltura per quanto concerne la promozione dell'agriturismo, ecc.)

Per coordinare gli interventi in ambito di politica regionale a sostegno del settore turistico, verrà costituita, coerentemente con l'articolo 9 della Legge d'applicazione della Legge federale sulla politica regionale, una piattaforma tematica dedicata al turismo. Questa piattaforma avrà l'incarico di identificare le azioni a sostegno del turismo cantonale, tenendo presente che con la politica regionale a livello federale si vuole in particolare sostenere il cambiamento strutturale nel turismo, con i seguenti orientamenti:

- miglioramento dell'attrattiva delle regioni per investitori nazionali e internazionali;
- innovazioni di prodotti;
- semplificazione di strutture e istituzioni;
- cooperazione ad ampio raggio;
- interconnessioni internazionali tra operatori del settore turistico (destinazioni), industria dei viaggi e industrie annesse per l'innovazione dei prodotti e dei processi;
- consolidamento della cooperazione sovraziendale.

A livello cantonale, le risorse finanziarie iscritte nella Convenzione del campo d'azione "relazioni con il turismo" sono disponibili per "interventi" nel campo del turismo quali, ad esempio, l'aumento della conoscenza del settore, l'orientamento del settore verso una maggiore qualità e stimolazione all'innovazione e alla collaborazione, nonché al ripensamento della struttura organizzativa funzionale alla strategia di marketing e prodotto.

5.1 Aumento della conoscenza sul settore

L'aumento della conoscenza del settore risulta indispensabile per tutti gli attori per la definizione delle strategie, l'individuazione degli ambiti d'intervento prioritari e l'orientamento degli aiuti pubblici. In particolare risulta urgente, nell'attuale contesto, dotarsi di un sistema di monitoraggio del turismo ticinese che sia da supporto per i processi decisionali strategici.

Per questo motivo si intende migliorare sia il sistema di monitoraggio (operazione di routine che consiste nel raccogliere costantemente e sistematicamente dei dati

comparabili, allo scopo di aiutare gli attori che mettono in atto le misure statali a cogliere i cambiamenti e le tendenze causati dalle misure stesse) sia quello di valutazione (utilizzato per giudicare gli effetti delle misure statali attraverso degli studi mirati e limitati nel tempo, destinati a definire gli scopi e le strategie ex-ante, valutare l'esecuzione in itinere e gli effetti ex-post dell'azione statale nell'ottica del contributo al "bene comune").

La Sezione della promozione economica si assume in questo quadriennio il compito di coordinare e migliorare la raccolta dei dati di base, le attività di ricerca e quelle di monitoraggio. In particolare andranno determinati i bisogni di ricerca e monitoraggio del settore, definite le competenze dell'Osservatorio del turismo e individuati i partner scientifici.

Per quanto concerne la raccolta dei dati, già attualmente esiste una statistica di base sul settore alberghiero (HESTA e KOF). Queste statistiche di base continueranno a essere finanziate come finora dal Cantone in collaborazione con gli altri Cantoni, dalla Confederazione e dall'ETT e da altri enti turistici cantonali. La politica regionale potrà invece contribuire finanziariamente a sviluppare la statistica paralberghiera (PASTA).

Per quanto concerne la messa a disposizione di dati internazionali utili al monitoraggio, si intendono sostenere le attività del BAK Basel Economics, un istituto di ricerca che si concentra su analisi e previsioni economiche regionali, sia a livello nazionale sia internazionale. In ambito turistico BAK Basel elabora da diversi anni, in collaborazione con la SECO, il programma "*Rapporto di benchmarking internazionale per il turismo svizzero*" e le previsioni per il turismo svizzero. Inoltre ha sviluppato un modello per la valutazione dell'impatto economico del turismo a livello regionale. In base alla L-Tur il finanziamento e l'accompagnamento di questo progetto è di competenza dell'ETT, rispettivamente dell'Osservatorio. Il Ticino ha partecipato al programma fino alla fine del 2007. Nel 2008 l'ETT ha ridotto al minimo il budget dell'Osservatorio e ha deciso di non proseguire la collaborazione con BAK Basel. La SPE, in accordo con l'ETT, ritiene indispensabile il rinnovo dell'adesione al progetto, poiché fornisce importanti informazioni sia all'Amministrazione cantonale sia agli Enti turistici, in particolare sullo "stato di salute" delle destinazioni e sugli ambiti di intervento a livello di promozione del settore turistico. Partecipando al progetto, il Cantone Ticino avrebbe inoltre la possibilità di procedere con analisi approfondite su vari temi di attualità come il turismo di giornata, il settore paralberghiero e l'importanza economica del turismo. Per questa ragione le attività del BAK Basel Economics verranno sostenute con i fondi della politica regionale.

I fondi previsti dalla politica regionale permetteranno inoltre di sostenere finanziariamente attività di ricerca. Fra gli studi più importanti e urgenti da realizzare si segnalano in particolare lo studio sulla rilevanza economica, il reale indotto e il valore aggiunto del turismo e quello sulla struttura alberghiera in collaborazione con la Società svizzera di credito alberghiero. Quest'ultimo studio dovrà fornire le necessarie conoscenze per la definizione delle priorità nella concessione di sussidi alle strutture alberghiere cantonali.

Infine, la politica regionale permetterà, raggruppando e coordinando la varie attività, di riposizionare, potenziare e professionalizzare l'Osservatorio cantonale per il turismo, che dovrà assumere il compito di monitorare lo sviluppo del turismo e valutare le politiche adottate.

L'ETT continuerà invece ad occuparsi dell'analisi dei mercati turistici facendo capo a Svizzera Turismo, che fornisce regolare informazione sui paesi clienti del turismo nazionale.

5.2 Orientamento del settore verso una maggiore qualità e stimolazione all'innovazione e collaborazione

Alcuni fenomeni socio-economici internazionali hanno completamente ribaltato i parametri dei mercati turistici. La forte concorrenza tra Paesi, le accresciute esigenze della clientela nel rapporto qualità/prezzo, l'accorciamento della durata dei soggiorni e il moltiplicarsi delle offerte e delle destinazioni hanno ridisegnato le coordinate del turismo. In Ticino, pur essendo stati fatti importanti passi avanti nell'accrescere la professionalità dell'offerta turistica, non si è ancora perfettamente coscienti del potenziale legato alla valorizzazione del territorio in tutte le sue componenti.

Questa considerazione di fondo è rafforzata dal fatto che, come in molte altre regioni turistiche, la situazione nell'ideazione, coordinazione e realizzazione di prodotti turistici non è ottimale. A differenza del marketing, che è gestito a livello cantonale dall'ETT, lo sviluppo e la realizzazione dei prodotti è di competenza degli Enti turistici locali. Con un lavoro di coordinamento sarebbe possibile sviluppare sinergie, introdurre nuovi prodotti su stimolo di singole destinazioni - non solo ticinesi - e migliorare in generale la qualità dell'offerta.

Il progetto Enjoy Switzerland – promosso e gestito a livello nazionale da Svizzera Turismo – si inserisce proprio in questo contesto. Con la creazione all'interno dell'ETT della figura del coordinatore cantonale per lo sviluppo e la creazione dei prodotti turistici, ci si vuole dotare di una persona che avrà la responsabilità di gestire i rapporti con tutti gli attori locali e regionali (ETL, associazioni, fondazioni, albergatori, ecc.), curando nel contempo anche la relazione con l'ETT e con l'autorità cantonale (che potrà intervenire a sostegno di singoli progetti con il credito quadro L-Tur richiesto nel presente messaggio).

In collaborazione con gli ETL e l'ETT il coordinatore si occuperà concretamente di attuare misure per migliorare l'offerta in base alle esigenze degli ospiti e ai propri punti deboli/forti. Il lavoro prevede anche un'attività di sensibilizzazione della popolazione e degli attori coinvolti, da portare avanti con la collaborazione di diversi partner attivi nell'ambito turistico.

Grazie alla supervisione e alla competenza di Svizzera Turismo sarà possibile mantenere il necessario distacco dai coinvolgimenti locali, permettendo al coordinatore cantonale di porsi in maniera credibile nei confronti degli attori coi quali è confrontato. Il coinvolgimento diretto degli esperti di Svizzera Turismo permetterà di sfruttare importanti sinergie ed esperienze di progetti già sviluppati nelle altre destinazioni svizzere.

Questo progetto verrà finanziato con i fondi della politica regionale.

5.3 Ripensamento della struttura ETT-ETL

Fermo restando che l'organizzazione deve essere funzionale alla strategia di prodotto e di marketing, vi sono delle iniziative volte all'evoluzione ideale delle strategie che passano forzatamente attraverso il ripensamento di alcuni aspetti dell'attuale struttura del turismo ticinese. In questo ambito la politica regionale vuole pertanto stimolare una "riflessione comune fra ETT e ETL sulla futura organizzazione del settore turistico". Accanto alle necessarie riflessioni e verifiche sul funzionamento dell'attuale organizzazione turistica cantonale con l'ETT e ben undici Enti locali autonomi, un'offerta turistica unitaria e coordinata ha bisogno anche di collaborazione fra tutte le categorie e le attività professionali coinvolte, da quelle alberghiere e della ristorazione, a quelle commerciali, culturali, sportive e ricreative.

La preoccupazione di fondo è che l'attuale organizzazione del settore turistico ticinese non sia sufficientemente orientata al massimo "sfruttamento" del potenziale di sviluppo socioeconomico cantonale, poiché focalizzata e organizzata in modo settoriale rispetto al raggiungimento degli obiettivi di politica turistica. Questa riflessione si giustifica inoltre nell'ottica del coordinamento delle politiche settoriali, volto a rendere maggiormente efficienti gli aiuti statali a progetti che possono avere una ricaduta nell'ambito dello sviluppo regionale.

In questo contesto, anche le attuali istituzioni turistiche sono quindi chiamate a riflettere, senza preconcetti e in maniera inter-disciplinare, su come potrebbero migliorare il loro contributo allo sviluppo socioeconomico del Cantone. Questo auspicio nasce inoltre dalla constatazione che in Ticino la cultura della promozione turistica attraverso il concetto di "destinazione" turistica è ancora da sviluppare. La frammentazione dell'offerta fa sì che ci sia una dispersione delle energie promozionali e difficoltà nel raggiungimento di una sufficiente visibilità delle "destinazioni" regionali.

L'idea di istituire un'Organizzazione di gestione della destinazione, nell'ambito del progetto di politica regionale San Gottardo, nella quale dovrebbero collaborare attivamente gli enti turistici locali delle regioni dell'area gottardiana di Ticino, Uri, Vallese e Grigioni, rappresenta un primo segnale positivo e un'opportunità per giungere all'attuazione di una politica di promozione territoriale efficace, anche se rimangono ancora molte incognite sulla sua attuazione. In ogni caso questo modello andrà condiviso con tutti gli attori regionali e cantonali mettendo l'accento in particolare sullo sviluppo di prodotti turistici.

La politica regionale, conformemente alla scheda n. 12 del documento strategico dell'ETT, può intervenire concretamente sostenendo:

- l'analisi delle funzioni della struttura attuale con lo scopo di procedere alla loro razionalizzazione;
- la verifica della competitività della struttura attuale sulla base delle teorie più avanzate di *Destination Management*;
- uno studio di benchmark sulle realtà svizzere ed estere (Grigioni, Tirolo, ecc.).

Solo in un secondo tempo, in base ai risultati scaturiti dalle riflessioni e dagli approfondimenti, si potrà considerare l'opportunità di una revisione della L-Tur e l'attuazione di tutte le misure considerate necessarie per la concretizzazione dei potenziali di sviluppo socioeconomici legati al turismo.

6. PROPOSTA DI CREDITO QUADRO PER IL QUADRIENNIO 2010-2013

Con il nuovo credito quadro per gli investimenti si mira a continuare il lavoro svolto per raggiungere gli obiettivi della L-Tur di migliorare la capacità concorrenziale, sostenendo sia una promozione coordinata sia un'offerta turistica di qualità. La recente analisi SWOT effettuata dall'ETT in collaborazione con gli ETL (vedi documento di politica turistica dell'ETT) permette di definire in un solo colpo d'occhio la situazione in cui si trova il prodotto turistico ticinese. A livello locale, gli Enti turistici concordano su molteplici punti: grande qualità dei servizi gratuiti (clima, paesaggio, cultura), insufficiente quantità e qualità dell'offerta alberghiera, mancanza di possibilità di divertimento al di fuori dei centri lacuali, mancanza di infrastrutture attrattive per lo svago (soprattutto in caso di brutto tempo) e di strutture moderne per il turismo business.

6.1 Obiettivi e risorse

Come confermato dal Gran Consiglio nel 2006, il credito quadro quadriennale destinato al settore turistico è suddiviso in due parti: 24 milioni di franchi per la concessione di sussidi cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo e 8 milioni di franchi per il finanziamento delle attività di promozione turistica svolte dall'ETT.

Il Consiglio di Stato ritiene che, alla luce della precaria situazione delle finanze cantonali, sia opportuno mantenere la medesima dotazione finanziaria del credito quadro 2006-2009, il cui ammontare complessivo non è comunque indifferente e potrà contribuire a sostenere il settore turistico in questa difficile fase economica.

In attesa della concretizzazione dei nuovi sviluppi sul fronte della politica regionale e turistica e la definizione di una nuova precisa strategia per la promozione del prodotto turistico ticinese, nel quadriennio 2010-2013 si propone quindi il rinnovo del credito quadro complessivo di 32 milioni di franchi in modo da poter finanziare le iniziative e i progetti indispensabili al raggiungimento degli obiettivi, per favorire lo sviluppo del turismo nel Cantone.

Il programma del quadriennio dipenderà forzatamente dai risultati e alle riflessioni in merito ai cantieri volti a modificare le strutture attuali e a trasformare in realtà le opportunità esistenti, così riassumibili:

- valutazione dell'interesse turistico delle infrastrutture sportive, dei grandi progetti e degli eventi;
- realizzazione di una carta turistica cantonale;
- creazione di nuovi prodotti;
- sviluppo della piattaforma ufficiale del turismo ticinese (TicinoInfoSA), con la costruzione di nuove applicazioni (booking dinamico, mobile version, georeferenziazione) ed una gestione condivisa efficiente e efficace dei dati;
- potenziamento della strategia di commercializzazione: nuove tecnologie e strumenti, sensibilizzazione e formazione;
- sviluppo della strategia dei marchi (branding): definire e applicare una strategia dei marchi condivisa a livello cantonale, definire un sistema di promozioni armonico ed equamente efficace per regione/località e/o offerte turistiche;
- riposizionamento, potenziamento e professionalizzazione dell'Osservatorio del turismo;
- animazione” del settore turistico: incoraggiare la formazione continua, l'introduzione di sistemi di qualità, la partecipazione alle attività di promozione, la diffusione di sapere;
- coordinamento con la politica regionale e le altre politiche pubbliche;
- promozione della collaborazione intercantonale e internazionale;
- definizione di una nuova struttura organizzativa, che sia funzionale ad un riposizionamento solido del turismo ticinese, tenendo in considerazione la politica regionale.

Questi obiettivi possono essere raggiunti solo con un'ottimale collaborazione fra le istituzioni responsabili dell'applicazione della L-Tur: il Consiglio di Stato (risp. Sezione della promozione economica), gli Enti turistici locali e l'Ente ticinese per il turismo. Per incentivare e migliorare questa collaborazione, l'ETT si assume il compito di organizzare e gestire il nuovo “Tavolo operativo per il turismo ticinese”. Questa piattaforma è pensata con delle funzioni di concertazione, consultazione ed operatività, considerando che ognuno dei partecipanti riferisce autonomamente ad un suo consiglio d'amministrazione.

Tra i compiti principali del Tavolo si annoverano:

- ottimizzare continuamente l'applicazione della L-Tur e assicurare la collaborazione richiesta in numerosi ambiti (politica turistica, prodotti e promozione, tassazione, procedura di sussidiamento, ecc.);
- facilitare la ricerca di soluzioni comuni al settore del turismo;
- assicurare la realizzazione dei progetti, che aiutano alla messa in atto della politica turistica e delle strategie per il quadriennio 2010-2013,
- definire chiaramente le responsabilità per la realizzazione dei lavori;
- essere uno spazio creativo in grado di proporre nuovi progetti per il turismo ticinese.

A differenza della piattaforma del turismo prevista nell'ambito della politica regionale (di carattere strategico e programmatico), il Tavolo si occuperà di questioni operative.

6.2 Il credito quadro per il finanziamento della promozione turistica

Con l'entrata in vigore della nuova Legge sul turismo del 2000, la promozione del territorio, dei prodotti e dei servizi turistici ticinesi è quasi totalmente centralizzata presso Ticino Turismo. L'investimento complessivo della promozione in Ticino è stato stimato in ca. 8 milioni di franchi all'anno. Precisamente il preventivo 2009 dell'ETT prevede uscite per 7.9 milioni di franchi, di cui 4.6 dedicati esclusivamente alle azioni di marketing, promozione e relazioni pubbliche.

Come richiesto dal Gran Consiglio, Ticino Turismo procede a una contabilizzazione differenziata tra quanto è finanziato mediante le risorse garantite dalla legge attraverso le tasse di promozione turistica e i progetti finanziati tramite il credito quadro. Progetti e programma d'attività di Ticino Turismo sono sottoposti all'approvazione del Cantone. Si ricorda che alla SPE sono però presentate tutte le fatture concernenti i progetti finanziati attraverso il contributo alla promozione.

La documentazione e la presentazione da parte dell'ETT dei costi per le azioni di marketing sussidiate nel quadriennio 2006-2009 si è rilevata non sufficientemente dettagliata, viste le difficoltà dell'ETT nel suddividere i costi per filoni (*Food&Wine*, turismo d'affari, ecc.). Il controllo fra il preventivo dei progetti inseriti nel piano di attività e i consuntivi presentati risulta così un esercizio abbastanza inefficace. In futuro si auspica un netto miglioramento da parte dell'ETT nella gestione e nella presentazione delle iniziative sussidiate.

La strategia di marketing dell'ETT si fonda su scenari oramai consolidati. A ciascuna campagna sono allocati i numerosi prodotti. Naturalmente un prodotto potrà essere presente in più campagne:

- Ticino Parco Verde è lo scenario principe e include tutto quanto è legato alla natura: escursionismo, ciclismo, mountain bike, Nordic Walking, montagne, rustici, laghi alpini, rifugi, impianti di risalita, ecc.;
- Ticino Parco Acquatico si concentra sulle offerte riguardanti fiumi e laghi, gli sport acquatici, l'inverno, il wellness, i campeggi e le case di vacanza e le offerte per famiglie e gruppi;
- Ticino Architettura & Eventi è incentrato sulla cultura, l'arte, l'architettura, i musei, le manifestazioni, la gastronomia (ristoranti e prodotti agroalimentari), gli alberghi (hotel e agriturismi), MICE, ecc.

I mercati principali per il Ticino si possono suddividere in tre categorie:

- TOP: Svizzera, Germania (+ Austria) e Italia
- TRADIZIONALI: Inghilterra, USA (+ Canada, + Messico), Belgio, Paesi Bassi, Lussemburgo e Francia
- EMERGENTI: Spagna, Russia, Ucraina, GCC (Paesi del Golfo), Asia e Paesi Nordici

Per quel che concerne la diffusione dell'informazione, il Ticino turistico dispone di un ottimo e riconosciuto strumento di promozione (www.ticino.ch). Il sito www.ticino.ch avrà sempre più un ruolo centrale a livello di marketing. Con poco meno di un milione di pagine visualizzate sui dodici mesi e una media di 120'000 visite mensili, www.ticino.ch si presenta agli utenti in 4 lingue principali (italiano, tedesco, francese e inglese) proponendosi come la piattaforma del turismo e del tempo libero in Ticino. Oltre al sito principale esistono anche 8 mini-siti tematici per le seguenti lingue: mandarino semplificato (Cina), mandarino tradizionale (Hong-Kong), giapponese, coreano, olandese, russo e spagnolo. Grazie al supporto di TicinoInfo SA, si desidera investire maggiormente per il futuro, sviluppando nuove sinergie con gli ETL e le Associazioni di categoria, per potenziare le soluzioni che vanno sia verso la commercializzazione di prodotti e servizi, sia verso la cura delle comunità sociali.

6.3 Il credito quadro per gli investimenti e modifica degli art. 26 e 31 della L-Tur

L'obiettivo del credito quadro per gli investimenti è quello di contribuire costantemente al miglioramento della qualità dell'offerta turistica ticinese e favorire un rapporto di qualità-prezzo vantaggioso per il turista e concorrenziale rispetto alle altre destinazioni svizzere e europee. È necessario sostenere offerte di valenza cantonale, offerte turistiche specifiche alle singole destinazioni e iniziative innovative per incentivare la creazione di nuovi prodotti, fondamentali per attirare nuova clientela. Per la valutazione degli aiuti e delle priorità d'investimento si terrà conto degli interessanti risultati delle analisi SWOT elaborate dall'ETT in collaborazione con gli ETL in merito al prodotto turistico ticinese.

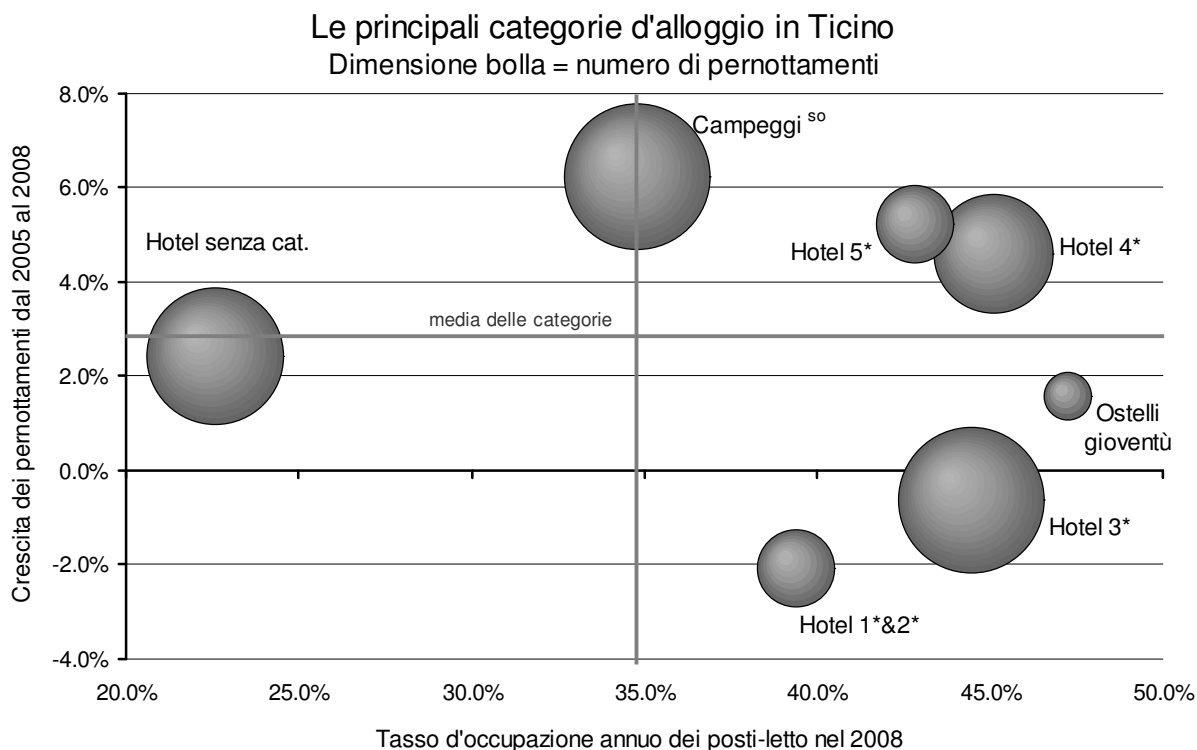
La definizione delle priorità per gli investimenti in relazione alle categorie di prodotto si basa sulla strategia definita negli ultimi anni. Rimangono, infatti, prioritari gli investimenti a favore del miglioramento della qualità dell'offerta di alloggio gestite professionalmente, in particolare per le strutture alberghiere. Quest'ultime, infatti, generano il maggior valore aggiunto e rappresentano la vera colonna portante del turismo ticinese. Come si evince dal documento di politica turistica cantonale dell'ETT, l'elemento debole principale della catena nell'offerta turistica, ricorrente in praticamente tutte le regioni turistiche del Cantone, è la qualità dell'alloggio e in particolare dell'alloggio alberghiero. Inoltre si fa notare come punto debole la scarsa presenza di complessi alberghieri appartenenti a catene internazionali e la mancanza di infrastrutture particolari e/o uniche. Per rispondere ai desideri della numerosa clientela e delle reali e differenziate potenzialità delle regioni ticinesi è indispensabile mantenere una diversità a livello di alloggio turistico e incentivarne la qualità.

Un'elevata qualità è, infatti, il requisito fondamentale per il successo del turismo ticinese. Visti i costi di produzione di beni e servizi più elevati rispetto alla concorrenza estera, e quindi l'impossibilità di essere altamente concorrenziali sul prezzo finale al turista, è necessario puntare sulla qualità dell'offerta, senza compromessi. Solo così è possibile mantenere una redditività economica soddisfacente e rimanere attrattivi per nuovi investimenti. Gli ammodernamenti insufficienti dovuti a ricavi troppo bassi innescano il pericoloso circolo vizioso in varie strutture alberghiere (meno ricavi → meno investimenti

→ meno qualità → meno turisti → meno ricavi), che ha portato alla chiusura di diverse strutture alberghiere e peggiorato l'immagine del nostro Cantone.

Le priorità d'intervento fra le varie categorie e tipologie di strutture saranno definite dopo aver analizzato nel dettaglio l'offerta e il potenziale esistente con lo studio SCA descritto in precedenza. Con la SCA si collabora già oggi nella valutazione e nel finanziamento di progetti alberghieri, anche se il numero di casi concreti di finanziamento congiunto rimangono limitati.

Grafico 6: Evoluzione dell'offerta d'alloggio in Ticino



Nota: il tasso d'occupazione dei campeggi non viene rilevato ed è puramente indicativo.

Fonte: Ufficio federale di statistica, HESTA.

Dal 2005 al 2008 il numero di pernottamenti nelle strutture d'alloggio alberghiere e nei campeggi sono aumentati in media del 2.7% l'anno. In questo periodo gli alberghi da 1 e 2 stelle hanno registrato una flessione, mentre gli alberghi 3 stelle hanno avuto risultati altalenanti e in generale abbastanza insoddisfacenti. Positivo è invece il fatto che tutte le categorie classificate da hotelleriesuisse registrano un tasso d'occupazione fra il 40 ed il 47%, superiore alla media svizzera.

Come si evince dal grafico, ogni categoria di alloggio contribuisce a suo modo all'offerta globale ed ha dei punti di forza e un potenziale intatto. Da annotare vi è che l'importanza di una categoria non si può solo misurare con il numero di pernottamenti - dimensione della bolla nel grafico sopra -, ma va considerata anche la spesa totale dei turisti sul territorio. Includendo ad esempio anche le spese per shopping, svago ecc., un ospite di una struttura a 5 stelle spende mediamente quasi 10 volte di più che un ospite in un campeggio. L'unica categoria che pare essere più problematica dal punto di vista della redditività, vista l'occupazione estremamente bassa, è quella degli alberghi senza categoria, rappresentata in gran parte da pensioni locande e osterie con alloggio. Questo

è però facilmente spiegabile dal fatto che questa categoria punta di più sulla ristorazione che sull'offerta di alloggio.

L'offerta turistica non si limita però al solo alloggio. Con la L-Tur è importante sostenere anche altre offerte complementari e fondamentali per l'attrattiva delle nostre destinazioni turistiche. Non va, infatti, dimenticata l'offerta culturale, sportiva, di svago e più in generale del paesaggio, sicuramente una delle attrattive principali del nostro Cantone. A questo proposito si ricorda il lavoro svolto finora dalla piattaforma paesaggio che ha permesso una collaborazione efficace fra SPE, ETT, DT e altri uffici cantonali.

Si ricorda infine che i presupposti fondamentali per la concessione di sussidi L-Tur sono i seguenti:

- la struttura aziendale deve essere sana. È necessario evitare di sostenere strutture non concorrenziali ed iniziative non sostenibili;
- le prospettive di redditività economica devono essere positive. Il progetto deve contribuire al miglioramento della redditività. Vanno incentivate solo le strutture che intendono investire e promuovere iniziative e progetti atti a rafforzare la loro capacità concorrenziale e la qualità dell'offerta;
- il progetto non deve pregiudicare il successo di offerte già esistenti sul territorio;
- il progetto deve portare a un significativo miglioramento della qualità dell'offerta, colmare un lacuna o proporre un prodotto innovativo;
- devono essere rispettati i principi dello sviluppo sostenibile. I progetti con licenza edilizia, per i quali sono date le condizioni dell'articolo 11 del Regolamento sull'utilizzazione dell'energia (RUEn), devono rispettare i criteri Minergie;
- sono sostenuti prioritariamente i progetti innovativi e i progetti relativi al miglioramento della qualità e dell'offerta delle strutture d'alloggio gestite professionalmente;
- Il progetto deve aiutare a mantenere e incrementare il numero dei posti di lavoro;
- non vengono concessi contributi per la manutenzione ordinaria o per la semplice sostituzione di apparecchiature, strumenti, arredamenti, ecc.;
- non vengono sussidiati gli alloggi privati, i musei, i ristoranti e i siti internet.

L'esperienza fatta negli ultimi anni ha evidenziato una lacuna della L-Tur per quel che concerne il finanziamento di studi di fattibilità e ricerche. Questi studi sono importanti in fase di valutazione e progettazione, ma spesso sono elaborati in modo approssimativo per una mancanza di un budget adeguato. Una partecipazione finanziaria potrebbe quindi migliorare la situazione favorendo un miglior sfruttamento del potenziale identificato.

Anche la questione relativa alla partecipazione finanziaria del Cantone a progetti e programmi di valenza federale, in cui viene richiesta una partecipazione forfetaria a tutti i Cantoni al momento è complicata. Questa forma di contributo, infatti, non è prevista esplicitamente dalla L-Tur (attualmente si possono concedere solo contributi percentuali fino ad un massimo del 30% dei costi computabili). Un esempio pratico è il progetto "Svizzera Mobile" che sta avendo un grande successo su tutto il territorio elvetico. Rientrano in questa categoria eventuali progetti riguardanti la formazione, le certificazioni o i programmi di qualità.

Si propone pertanto di adattare la L-Tur modificando l'articolo 26. La partecipazione forfetaria deve poter raggiungere per casi particolari e giustificati il 90% dei costi computabili. La modifica dell'art. 26 implica anche un adeguamento dell'art. 31 cpv. 1 della L-Tur.

	Testo attuale della L-Tur	Proposta di modifica
Art. 26	Il contributo a fondo perso non può superare il 30% del costo preventivato del progetto.	Cpv. 1) Il contributo a fondo perso non può superare il 30% del costo preventivato del progetto. Cpv. 2) Per studi di fattibilità, ricerche e iniziative speciali può essere accordato un importo fisso pari al massimo al 90% dell'importo computabile.
Art. 31 cpv. 1	¹ I sussidi di cui all'art. 23 lett. a) e b) possono essere cumulati, senza superare in totale il 30% del costo preventivato del progetto.	¹ I sussidi di cui all'art. 26, cpv. 1, art. 27 e 28 possono essere cumulati, senza superare in totale il 30% del costo preventivato del progetto.

6.4 Valutazione delle domande di sussidio e modifica degli art. 3 e 4 della L-Tur

Vista l'esperienza passata è stato necessario rivalutare l'iter procedurale e la valutazione stessa delle richieste di sussidio. Infatti, gli Enti turistici locali e l'ETT non hanno mai eseguito un'approfondita valutazione dei progetti dal punto di vista delle prospettive di redditività economiche e del finanziamento. L'analisi del business plan da parte degli operatori degli Enti turistici per valutarne la sostenibilità economica non è, infatti, molto ragionevole per mancanza di competenze, visto che la loro attività si deve concentrare sull'animazione dell'offerta turista e sull'accoglienza degli ospiti.

La valutazione delle domande di sussidio, in particolare per ciò che concerne l'analisi della sostenibilità economica di un progetto e delle prospettive di redditività, è di competenza del Consiglio di Stato rispettivamente della Sezione della promozione economica, per sussidi fino a fr. 500'000.--.

L'Ente del turismo locale ha invece l'importante compito di elaborare un preavviso al progetto, considerando l'interesse turistico per la regione e la concordanza del progetto con le proprie strategie di sviluppo. L'ETT, attraverso la sua Commissione sussidi nominata dal CdA preavvisa il progetto considerando la strategia turistica cantonale, l'interesse del progetto per il turismo cantonale e la compatibilità del progetto con le offerte nelle altre destinazioni turistiche.

Il nuovo iter, che per necessità viene già applicato con successo da più di un anno, prevede una maggiore collaborazione attiva fra ETT, ETL, SPE e altri uffici cantonali coinvolti. In questo modo si assicura il pieno rispetto di tutte le normative vigenti (L-Tur, L-Suss, LCPubb, ecc.). Riassumendo l'iter è il seguente:

- 1) Progettazione, preparazione della documentazione ed elaborazione del business plan da parte del promotore;
- 2) presentazione del progetto all'Ente turistico locale;
- 3) presentazione del formulario di richiesta, della documentazione e del preavviso dell'ETL alla SPE;
- 4) valutazione e approfondimento da parte della SPE. Per i progetti alberghieri si collabora attivamente con la SCA per trovare il finanziamento più adeguato alla struttura;

- 5) presentazione e discussione del progetto con la Commissione sussidi dell'Ente ticinese per il turismo;
- 6) preavvisi degli uffici cantonali competenti (Ufficio dei lavori sussidiati e degli appalti; Ufficio dell'aria, del clima e delle energie rinnovabili; Divisione delle contribuzioni; Ufficio dei permessi; Istituto delle assicurazioni sociali, ecc.);
- 7) decisione di aiuto da parte della SPE rispettivamente del CdS;
- 8) realizzazione del progetto (concorsi/commesse pubbliche per sussidi superiori a 1 milione di franchi);
- 9) richiesta di erogazione del sussidio;
- 10) erogazione del sussidio sulla base del rapporto dell'ULSA e della SPE.

La modifica nella procedura di valutazione delle domande di sussidio implica il seguente adeguamento della Legge, perché allo Stato non spetterà più solo il compito di concedere gli aiuti, ma anche di elaborare e valutare le richieste di sussidio. L'ETT non ha più la responsabilità nel trattamento delle richieste di sostegno pubblico giusta la L-Tur: è compito dello Stato accogliere le richieste, trattarle, decidere l'aiuto pubblico e versare i sussidi.

	Articolo attuale	Modifiche proposte
Art. 3	Il Consiglio di Stato ha i seguenti compiti: ... e) concede gli aiuti finanziari ai sensi della presente legge, tenuto conto della politica turistica cantonale e del preavviso dell'ETT;	Il Consiglio di Stato ha i seguenti compiti: ... e) valuta le richieste di sussidio e concede gli aiuti finanziari ai sensi della presente legge, tenuto conto del parere degli ETL interessati, del preavviso dell'ETT e della politica turistica cantonale;
Art. 4 cpv. 2	² Esso ha inoltre i seguenti compiti: ... e) elaborare all'indirizzo del Consiglio di Stato le richieste di concessione degli aiuti pubblici e formulare i relativi preavvisi tenendo conto del parere degli ETL interessati; f) gestire gli aiuti concessi dal Consiglio di Stato e informarlo regolarmente sulla situazione finanziaria;	² Esso ha inoltre i seguenti compiti: ... e) stralciato f) stralciato

6.5 Grandi progetti

I grandi progetti turistici d'interesse cantonale (quali Terme di Acquarossa, Acquaparco di Rivera e centro nordico di Campra) citati nel messaggio n. 6174, approvato dal Gran Consiglio il 22 giugno 2009, verranno sostenuti, fino al suo esaurimento, con il credito quadro di fr. 19'500'000.-- per attuare misure di politica regionale cantonale complementari alla politica regionale della Confederazione per il quadriennio 2008-2011.

Grandi progetti alberghieri verranno invece sottoposti all'attenzione della Società di credito alberghiero SCA, che valuterà l'opportunità di un intervento statale a complemento del piano di finanziamento. In ogni caso la competenza decisionale per sussidi superiori a 500'000.-- è del Consiglio di Stato.

A questo proposito vanno segnalati i progetti per nuove e grandi strutture ricettive di interesse cantonale, come la realizzazione di nuovi alberghi gestiti da catene internazionali, le ristrutturazioni di importanti alberghi storici o di categoria superiore. Attualmente alla SPE sono arrivate domande preliminari per investimenti totali superiori a 100 milioni di franchi. Questo dimostra peraltro l'attrattiva del nostro territorio per grandi investitori.

Per quanto riguarda il sostegno al settore degli impianti di risalita si rimanda al messaggio n. 6250 del 10 luglio 2009 concernente la richiesta di un credito complessivo di fr. 4'500'000.-- quale contributo a fondo perso a parziale copertura dei costi di manutenzione ordinaria degli impianti di risalita di alcune stazioni turistiche per le stagioni invernali dal 2009 al 2014.

Si ricorda inoltre che i grandi progetti da sostenere con la L-Tur, nel rispetto della Legge sulla gestione e sul controllo finanziario dello Stato graveranno sul presente credito quadro. Un'eventuale richiesta di credito suppletorio sarà possibile solo se il sorpasso prevedibile o accertato sarà di almeno il 10% del credito originario e superiore a 100'000.-- franchi.

7. RELAZIONI CON LE LINEE DIRETTIVE E IL PIANO FINANZIARIO

Lo stanziamento di un credito quadro per il sostegno pubblico della politica turistica è previsto dalla L-Tur (art. 3 lett. d, art. 22 cpv. 2) ed il presente messaggio è coerente con gli indirizzi di legislatura fissati nelle Linee direttive 2008-2011, scheda n. 18.

Come per il credito quadro 2006-2009, la dotazione del credito quadro 2010-2013 è confermata a 32 milioni di franchi, dei quali 24 milioni di franchi per i sussidi agli investimenti e 8 milioni di franchi quale contributo per le attività di promozione di Ticino Turismo.

Per il quadriennio 2010-2013 si prevede una dotazione a Piano finanziario pari a 28 milioni. Da notare che questa dotazione è già impegnata per un ammontare di circa 16.6 milioni di franchi, di cui 15.2 milioni per decisioni relative al credito quadro 2006-2009.

Questo significa che la disponibilità per i versamenti dei nuovi sussidi agli investimenti, che saranno decisi nel corso del periodo 2010-2013 in base al nuovo credito quadro, risulterà limitata.

Tabella 7: Dotazione finanziaria L-TUR e prospettiva 2010-2013

Turismo: L-TUR PF, cifra 711 1	2008 consuntivo	2009 PF	2010 PF	2011 PF	2012 stimato	2013 stimato	2010-2013 totale
	mio fr.	mio fr.	mio fr.	mio fr.	mio fr.	mio fr.	mio fr.
Piano finanziario degli investimenti (valori al netto)	2.90	7.18	6.99	6.95	7.18	6.88	28.00

Fonte: Piano finanziario degli investimenti 2008-2013, dati elaborati al 31 luglio 2009.

La stima per la dotazione del Piano finanziario L-TUR per il periodo 2010-2013 tiene conto dei seguenti fattori:

- per il 2010-2011 le cifre sono quelle iscritte a Piano finanziario 2008-2011;
- per il 2012-2013 relativo alla prossima legislatura (2012-2015) la suddivisione stimata è di circa 7 milioni di franchi l'anno.

Lo stanziamento del nuovo credito quadro L-Tur per il quadriennio 2010-2013 determina a Piano finanziario le seguenti conseguenze per le spese effettive previste:

spese di investimento	PF, cifra 711 1	Turismo: L-Tur di cui Contributo ETT per promozione turistica WBS 833 55 1004	fr. 28.00 mio. fr. 8.00 mio.
------------------------------	------------------------	---	--

Modifiche dell'effettivo del personale: nessuna.

Conseguenze finanziarie per i Comuni: nessuna in rapporto diretto con l'aiuto cantonale.

8. CONCLUSIONI

La richiesta di credito presentata in questo messaggio si basa sulla strategia turistica definita nel documento “*Turismo in Ticino - politica cantonale e strategie per il settore - 2010-2013*”. In particolare la parte E del documento strategico propone una serie di cantieri con obiettivi e tempistiche specifici pensati per disegnare il futuro del turismo ticinese attraverso riflessioni e azioni di tutte le componenti della politica turistica. Queste azioni potranno essere sostenute in parte dagli strumenti di politica regionale.

A titolo conclusivo vale la pena citare questo passaggio del documento strategico:

I contenuti del programma dell'ETT 2010-2013 si pongono in modo complementare rispetto all'operatività abituale (in nessun modo interrotta e sostenuta dalle strategie di prodotto e di marketing) e propongono allo stadio attuale orientamenti piuttosto che decisioni, work in progress piuttosto che realizzazioni operative immediate. L'obiettivo è che la realizzazione di questi cantieri nel corso del quadriennio possa permettere a determinate attività fondamentali per il miglioramento dell'efficacia dell'attività del settore e dell'attrattiva del turismo in Ticino di divenire, nella redazione della strategia per la richiesta del credito quadro 2014 – 2017, parte dell'attività corrente.

Sulla base delle considerazioni espresse 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.

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

Per il Consiglio di Stato:

Il Presidente, G. Gendotti

Il Cancelliere, G. Gianella

Allegato:

“*Turismo in Ticino, politica cantonale e strategie per il settore, 2010-2013*”

Disegno di

DECRETO LEGISLATIVO

concernente lo stanziamento di un credito quadro di fr. 24'000'000.-- in base alla Legge sul turismo (L-Tur) del 30 novembre 1998 per la concessione di sussidi cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo nel quadriennio 2010-2013

Il Gran Consiglio
della Repubblica e Cantone Ticino

visto il messaggio 30 settembre 2009 n. 6272 del Consiglio di Stato,

d e c r e t a :

Articolo 1

È stanziato un credito quadro di fr. 24'000'000.-- per la concessione di sussidi a investimenti e ad attività in base alla Legge sul turismo durante il quadriennio 2010-2013.

Articolo 2

L'ammontare del sussidio cantonale può variare a dipendenza dell'importanza dei progetti, se si tratta di una nuova offerta inserita nel piano di sviluppo turistico, di un miglioramento dell'offerta attuale, se l'interesse turistico è cantonale, regionale o locale, così come se crea posti di lavoro qualificati o possibilità di formazione.

Articolo 3

La spesa è iscritta nel conto investimenti del Dipartimento delle finanze e dell'economia, Sezione della promozione economica.

Articolo 4

Per poter beneficiare del sussidio un progetto, oltre ad essere inserito nel piano di sviluppo turistico cantonale, deve offrire garanzie finanziarie solide ed essere dotato di un business plan e di previsioni di gestione attendibili, nonché essere coordinato con le altre politiche settoriali, quali la pianificazione territoriale e le misure di impatto ambientale.

Articolo 5

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

Articolo 6

Trascorsi i termini per l'esercizio del diritto di referendum, il presente Decreto legislativo è pubblicato nel Bollettino ufficiale delle leggi e degli atti esecutivi ed entra in vigore con effetto immediato.

Disegno di

DECRETO LEGISLATIVO

concernente lo stanziamento di un credito quadro di fr. 8'000'000.-- in base alla Legge sul turismo (L-Tur) del 30 novembre 1998 per il finanziamento delle attività di promozione turistica svolte dall'Ente ticinese per il turismo (ETT) nel quadriennio 2010-2013

Il Gran Consiglio
della Repubblica e Cantone Ticino

visto il messaggio 30 settembre 2009 n. 6272 del Consiglio di Stato,

d e c r e t a :

Articolo 1

È stanziato un credito quadro di fr. 8'000'000.-- per il finanziamento delle attività di promozione turistica svolte dall'ETT durante il quadriennio 2010-2013.

Articolo 2

Per ogni sussidio versato il Consiglio di Stato dovrà trasmettere l'intero incarto alla Commissione della gestione e delle finanze.

Articolo 3

La spesa è iscritta nel conto investimenti del Dipartimento delle finanze e dell'economia, Sezione della promozione economica.

Articolo 4

Il contributo a fondo perso per i progetti dell'ETT destinati alla promozione turistica può essere pari al 100% del costo preventivato.

Articolo 5

Trascorsi i termini per l'esercizio del diritto di referendum, il presente Decreto legislativo è pubblicato nel Bollettino ufficiale delle leggi e degli atti esecutivi ed entra in vigore con effetto immediato.

Disegno di

LEGGE

sul turismo del 30 novembre 1998; modifica

Il Gran Consiglio
della Repubblica e Cantone Ticino

visto il messaggio 30 settembre 2009 n. 6272 del Consiglio di Stato,

d e c r e t a :

I.

La legge sul turismo del 30 novembre 1998 è modificata come segue:

Art. 3 lett. e)

e) valuta le richieste di sussidio e concede gli aiuti finanziari ai sensi della presente legge, tenuto conto del parere degli ETL interessati, del preavviso dell'ETT e della politica turistica cantonale;

Art. 4 lett. e) e f)

e) stralciata
f) stralciata

Art. 26

¹Il contributo a fondo perso non può superare il 30% del costo preventivato del progetto.

²Per studi di fattibilità, ricerche e iniziative speciali può essere accordato un importo fisso pari al massimo al 90% dell'importo computabile.

Art. 31 cpv. 1

¹I sussidi di cui all'art. 26 cpv. 1, art. 27 e 28 possono essere cumulati, senza superare in totale il 30% del costo preventivato del progetto.

II.

Trascorsi i termini per l'esercizio del diritto di referendum, la presente modifica di legge è pubblicata nel Bollettino ufficiale delle leggi e degli atti esecutivi ed entra in vigore con effetto immediato.