



<b>TITOLO</b>	<b>Riunione della Commissione TRAN</b>
<b>LUOGO E DATA</b>	14 Aprile 2015 Parlamento Europeo Rue Wiertz, 60 - 1000 Bruxelles
<b>ORGANIZZATORE</b>	Commissione Trasporti e Turismo

In data 14 aprile 2015 la Commissione per i Trasporti e il Turismo del Parlamento Europeo si è riunita per discutere il seguente punto all'ordine del giorno: **"Come mantenere il primato dell'Europa? Domande e risposte per il turismo europeo"**.

La relatrice **Isabella DE MONTE** (S&D) ha introdotto la discussione ricordando che il turismo è la terza economia a livello europeo, rappresenta 1.800.000 imprese, il 10% del PIL e il 12% dell'occupazione. Si tratta sicuramente di un settore di primaria importanza che in questi anni è riuscito a crescere di qualche punto percentuale nonostante la crisi. L'obiettivo generale deve essere quello di creare un ambiente propizio per le imprese del settore, anche rafforzando la collaborazione tra istituzioni pubbliche e private. De Monte ha rimarcato inoltre che, oltre al fattore economico, è comunque giusto considerare anche il fattore sociale perché il turismo favorisce il benessere, la cultura e gli scambi sociali. Oggi ci si confronta con un turismo in cambiamento, allontanandosi sempre di più da quello di massa per avvicinarsi ad uno più specializzato, e per rispondere a questa variegata domanda è necessario aumentare la competitività a livello europeo. La relatrice ha suggerito vari spunti di discussione come la digitalizzazione ed internet, il tema dell'Europa come Brand - destinazione, il turismo sostenibile e responsabile, il turismo marittimo e costiero come strumento di crescita e di occupazione. Il **rappresentante della Commissione Europea** ha riferito che la Commissione sta provvedendo a preparare un progetto per dare più forma al quadro normativo applicato al turismo, in modo da semplificarlo e ristrutturarlo, dare più attenzione ai diritti del consumatore, al turismo giovanile e senile sia in alta che in bassa stagione, all'intermodalità e interconnettività delle attività.

### **Panel 1: La Digitalizzazione**

**Nicholas HALL** (*founder and CEO of the consulting firm SE1 Media*) ha spiegato che nel settore dei viaggi e del turismo l'attenzione viene sempre più concentrata verso il consumatore e favorita dall'introduzione di nuove tecnologie digitali e piattaforme (come Expedia, Airbnb, Uber, ...). L'intera esperienza del viaggio diviene informatizzata ed accessibile ad un sempre maggior numero di persone e le aziende turistiche divengono sempre più competenti e diversificate. Ma in un ambiente competitivo come l'Europa, le imprese devono cercare di acquisire un vantaggio e ciò è possibile cercando di sfruttare opportunità come il Business model, gli scambi di conoscenze e informazioni e la trasformazione digitale nel modo di operare delle aziende. Hall ha richiesto una maggiore concentrazione nel sostegno, coordinamento e attuazione a livello europeo, utilizzando una mentalità più commerciale e una governance più intelligente che non dimentichi le diversità a livello nazionale degli Stati membri. **Juan Jesus GARCIA SANCHEZ** (*Senior Advisor in Industry Affairs at Amadeus*) ha voluto ricordare che il digitale, prodotto turistico per eccellenza, rappresenta una grande opportunità per le PMI di poter entrare nel mercato e di essere più competitive. Per ottenere ciò è necessaria una più stretta correlazione con i consumatori e più personalizzazione del prodotto, rendere le aziende più sostenibili nel tempo e approfondirne l'aspetto sociale, creare

nuove opportunità e più concorrenza però allo stesso tempo fornire la possibilità di creare grosse cooperazioni. Il digitale è parte della globalizzazione e per questo permette a qualsiasi agenzia di viaggio di competere e concorrere in qualsiasi parte del mondo. Sanchez ha evidenziato quindi la necessità di un finanziamento intelligente alle agenzie di viaggio e di turismo in modo da riuscire a promuovere alcuni tipi di turismo e iniziative digitali, approfondire la ricerca di sponsor e collaborazioni tra le aziende. Infine ha concluso suggerendo che si potrebbero creare delle piattaforme più semplici per il consumatore in modo tale che le informazioni e le mete possano essere raccolte in un unico punto di facile accesso. **Marco TORREGROSSA** (*manager interactor della European Shared Economy Coalition*) ha ricordato che è importante soffermarsi sul modello di collegamento Peer-to-Peer e sulla Shared Economy, ormai presenti in tutti gli elementi dell'ecosistema turistico, per poter muoversi in maniera più rapida ed efficace. Sono temi in rapida espansione, che non possono essere né vietati né ignorati, bensì regolati e sfruttati, affinché divengano un vantaggio comune. Torregrossa si è concentrato poi sull'argomento delle piattaforme online per il settore alberghiero, per creare ulteriori servizi per i clienti o ridurre le spese operative. Il relatore ha lanciato una previsione: presto le società alberghiere lanceranno la propria espressione di Airbnb, la collaborazione con i "distributori" di camere in affitto tramite i contatti e la piattaforma dell'hotel. Vi sono già le prime informazioni di integrazione delle Shared Economy, per esempio Airbnb e la città di Amsterdam hanno stretto un accordo prevedendo che Airbnb raccolga la tassa di soggiorno da devolvere successivamente al Comune.

**Claudia MONTEIRO DE AGUIAR** (*PPE*) ha richiesto come poter gestire la competitività, la protezione dati e la sicurezza nei modelli Peer-to-Peer e come assicurarsi che il turista senior non venga escluso da questo nuovo modo di fare turismo. **Luis de GRANDES PASCUAL** (*PPE*) ha ricordato che in tali temi è anche assolutamente necessario garantire la concorrenza leale, oltre a gestire il problema dell'integrazione delle PMI che non riescono a competere con il dominio dei grandi siti web. **Juan Jesus GARCIA SANCHEZ** ha evidenziato l'esigenza di rivedere i ruoli delle istituzioni, a cominciare dalla Commissione Europea, di dare maggiore visibilità non soltanto al turismo europeo ma al turismo globale e la necessità di ricercare il nesso tra il digitale e l'obiettivo aziendale, poiché esistono numerose PMI con una valida tecnologia ma prive d'idee di applicazione. Per collegare le varie località, l'intervenuto ha ricordato la multi modalità, che consiste nel collegare le varie località con diverse modalità per diversi viaggi.

## **Panel 2: Branding Europe come destinazione d'alta qualità**

**Edoardo SANTANDER** (*executive director de la European Travel Connection*) ha ricordato che l'Europa è la prima destinazione turistica al mondo con 588 milioni di turisti internazionali nel 2014 e ci si aspetta un aumento del più del 4% in futuro. Ciononostante l'Organizzazione del Turismo Mondiale (UNWTO) riferisce che è sempre presente concorrenza con Asia e Pacifico ed è quindi necessario intervenire promuovendo l'Europa. Il relatore ha quindi concluso affermando che bisogna concentrarsi su una promozione congiunta generale che copra tutti gli Stati membri però al tempo stesso sottolinei le differenze presenti all'interno dell'Europa, trasmettendo un'esperienza migliore e promuovendo iniziative e tematiche paneuropee. **Tom JENKINS** (*executive director della European Tour operator Association*) ha ricordato che le ingenti perdite di visitatori americani che sta subendo l'Europa, perché più interessati a deviare verso Canada e Giappone, derivano da un fallimento a livello di prodotto e dallo scarso margine concesso per l'ideazione di nuove produzioni e procedure. In merito alla direttiva dei Pacchetti Viaggio, Jenkins ha evidenziato evidenti lacune che impediscono

l'aumento delle aree d'azione dei Tour Operator e l'impatto negativo delle ingenti tasse applicate su quest'ultimi, che finiscono per favorire le vendite di pacchetti viaggio da parte di compagnie non europee. **Antonio BARRECA** (*direttore generale della Federturismo Confindustria*) ha voluto ricordare che attualmente nel mondo viaggiano più di 1 miliardo di persone e tra 15 anni tale cifra è destinata a triplicare, quindi promuovere l'Europa come prima destinazione al mondo porterebbe ad avere un grande vantaggio economico. Tuttavia è necessario cambiare radicalmente il modo in cui si vende l'Europa nel mondo perché, da parte dei consumatori, è cambiata la visione del viaggio, non più legata alla sola destinazione ma al prodotto, alla qualità, ai servizi e soprattutto all'esperienza. Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo esistono 140 tipi di turismo a livello internazionale, tuttavia un paese può accoglierne al massimo un numero di trenta o quaranta. Come destinazione Europa vi è quindi la necessità di stilare una lista di priorità di prodotti turistici, divisi per territori e cercare di offrire, uniti, la più ampia gamma di tipologie di turismo possibile. Il relatore ha sottolineato inoltre che il Continente Europeo ha un vantaggio unico rispetto agli altri paesi del mondo, ovvero un sistema di regole di tutela per i viaggiatori (norme antincendio per gli alberghi, sanitarie per il trattamento dei prodotti alimentari, per il controllo delle acque balneabili, etc.) che garantiscono qualità e sicurezza e un sistema sanitario efficiente e complesso in grado di assistere anche quel bacino di viaggiatori che si spostano per curarsi. Barreca ha infatti evidenziato il fatto che attualmente il turismo sanitario vale più di 100 miliardi di dollari ed è un segmento che è destinato ad esplodere nei prossimi anni (Dubai investirà nei prossimi anni 5 miliardi di dollari all'anno per costruire il più grande polo mondiale sul turismo medicale), suggerendo che l'Europa potrebbe concentrarsi anche verso tale direzione e sfruttarne gli effetti.

**Claudia MONTEIRO DE AGUIAR** (*PPE*) ha richiesto se vi sia la necessità di proporre un'entità Europea per la promozione del turismo e come applicare al meglio il principio di qualità. L'intervenuta ha suggerito inoltre una particolare attenzione al turismo paneuropeo nel campo gastronomico e marittimo. **Elżbieta ŁUKACIJEWSKA** (*PO*) ha sostenuto che il principale problema europeo della perdita di turisti è legato al costo e alle tasse, esagerati, che hanno portato il turismo mondiale a spostarsi verso altre mete meno care. **Luis de GRANDES PASCUAL** (*PPE*) ha evidenziato perplessità riguardo a tale progetto poiché in Europa ogni paese è concorrenziale rispetto agli altri quindi evidentemente non interessato a voler condividere capacità e informazioni, bensì a competere ed eccellere sugli altri. **Claudia TAPPARDEL** (*S&D*) ha suggerito la possibilità di introdurre l'anno europeo del turismo, che potrebbe essere utile come aiuto per l'immagine e lo sviluppo del turismo europeo. **Edoardo SANTANDER** ha sottolineato che, secondo le ricerche di mercato, il prezzo non risulta essere l'ostacolo per rendere più competitivo il marchio Europa nel mondo e che bisogna disciplinare il servizio della Shared Economy poiché tramite queste piattaforme vi è la perdita di molte informazioni riguardo agli alloggi, alle preferenze di mete, etc. **Il rappresentante della Commissione Europea** ha chiarito che, in merito alla questione della digitalizzazione del turismo, la Commissione sta avviando una serie d'iniziative, tra cui il mercato unico digitale, una rete europea per il turismo (un forum digitale sul turismo) e sta analizzando l'economia collaborativa.

### **Panel 3: Turismo responsabile e sostenibile**

**Herbert HAMELE** (*Presidente della rete europea dello sviluppo per il turismo responsabile – ECOTRANS*) ha esposto il fatto che il turismo sostenibile sta divenendo sempre più diffuso e richiesto, anche se si trova ancora in fase di sviluppo e maturazione (attualmente la quota di

mercato è di appena 1%). Ormai sempre più turisti e sempre più destinazioni necessitano e richiedono di essere sostenibili al fine di creare un valore aggiunto. Questo sviluppo risulta più titubante per quanto riguarda le PMI per fattori di prezzo, scarsa conoscenza e rischio. **Boris CAMERNIK** (*segretario generale della Danube Competence Center*) ha sottolineato la necessità di affidarsi al Joint Marketing, fondamentale per comunicare e vendere destinazioni turistiche sostenibili, poiché tale turismo di nicchia è destinato a crescere. **R. GWINNER** (*consulente per la rivista di Viaggio*) ha ricordato che un grosso ostacolo alla sostenibilità è costituito dai mezzi di trasporto: vi è una forte crescita del trasporto aereo a discapito dell'utilizzo ferroviario, dovuto al fatto che l'infrastruttura non risulta essere all'altezza e ciò inevitabilmente genera problemi e perdite ambientali. Al contempo sussistono due tendenze: i consumatori pretendono di viaggiare su lunghe tratte, il più velocemente ed economicamente possibile, ma allo stesso tempo ricercano la natura e il sostenibile. Bisogna cercare di rafforzare ed unire tali due tendenze, invece di opporle, per ottenere il successo. La relatrice ha identificato vari ambiti nei quali ha richiesto assolutamente l'intervento:

- la creazione di un portale di prenotazioni per il turismo sostenibile (attualmente è difficile informarsi a livello internazionale in tale direzione);
- la necessità di maggiori collegamenti ferroviari, anche notturni, per evitare sprechi di tempo e di rivedere il sistema tariffario, caro e obsoleto;
- la possibilità di spostamento con la bicicletta (è un mercato in grande espansione negli ultimi anni, con scarsi costi e prevedibili grandi risultati).

**Cláudia MONTEIRO DE AGUIAR** (*PPE*) ha richiesto quale sarebbe l'effetto certificazione in tale caso e ha ricordato che l'accessibilità deve essere tutelata, non solo nel rispetto dei disabili ma anche nei confronti delle minoranze culturali e linguistiche. **Boris CAMERNIK** ha sostenuto che bisognerebbe accordarsi e dialogare con i Parchi Nazionali in merito alla questione della tutela degli animali (questione da non dimenticare), e lavorare anche con altri settori per approfondire la questione del sostenibile, suggerendo ad esempio anche la possibilità di vendere prodotti combinati crociera/bicicletta.

#### **Panel 4: Turismo Marittimo/Costiero, come promuovere la crescita e i posti di lavoro.**

**João FONSECA RIBEIRO** (*direttore generale della Politica per il Ministero dell'Agricoltura*) ha esposto la necessità di creare valore nel settore marittimo, ricorrendo ad una strategia intelligente di sfruttamento del settore regionale, adattabile ai vari e differenti turismi costieri e marittimi, con efficienza e sostenibilità. Bisogna quindi intervenire a livello di politica marittima e mettere a disposizione fondi e informazioni, al fine di creare delle collaborazioni e formare giovani e manager turistici per la nautica o per il turismo marittimo. Il progetto principale mirerà alla creazione e al rafforzamento del concetto della cultura marittima atlantica, diversificando al contempo al suo interno il prodotto turistico nelle varie regioni.

**Marco DIGIOIA** (*Direttore Affari Governativi del CLIA Europe*) ha riferito che, dopo il Caraibi, il Mediterraneo e il Baltico sono le destinazioni principali e favorite per le crociere nel mondo. In dieci anni il numero di passeggeri in crociera si è raddoppiato, portando un impatto annuale di quasi 40 miliardi di dollari e nuovi posti di lavoro. Tra le priorità richieste dal relatore figura la necessità di rivedere la riforma del codice dei visti a livello europeo, tra le più restrittive al mondo, per la quale ogni anno l'Europa perde milioni di passeggeri. Bisogna anche migliorare

la connettività e migliorare le strutture idonee ad accogliere e gestire i turisti, che non risultano presenti in tutti i paesi 24 ore al giorno.

**Cláudia MONTEIRO DE AGUIAR** (*PPE*) ha voluto evidenziare la necessità di lavorare maggiormente sui collegamenti terraferma - isole e sulle condizioni di tali isole. **Michael CRAMER** (*Presidente Commissione per i Trasporti e il Turismo*) ha introdotto la questione delle crociere a Venezia, affermando che l'80% degli abitanti della laguna non sopporta le navi da crociera sia per l'inquinamento prodotto sia perché i crocieristi non risultano essere turisti attivi. Venezia, nonostante la mancanza di strade e macchine, è molto inquinata proprio per le emissioni delle navi da crociera. Il Presidente chiede come poter risolvere il problema dei limiti di emissioni e dei danni ai porti, sia a Venezia che altrove. **João FONSECA RIBEIRO** ha evidenziato che il programma Spazio Atlantico si occupa già attualmente di coprire le isole e di provvederne in futuro. **Marco DIGIOIA** ha risposto in merito alla questione di Venezia, ricordando che il 10 aprile 2015 è stato firmato un nuovo "blueflag" per la città lagunare, un accordo con il Comune di Venezia, secondo il quale le navi volontariamente si impegnano a ridurre le emissioni. Tale accordo sarà costoso ma le compagnie da crociera concordano nella necessità di rendersi sostenibili poiché il cliente si orienta sempre più in questo senso. A Venezia le autorità pubbliche si stanno mobilitando per la creazione di un canale alternativo che consenta alle navi di effettuare un altro percorso, evitando quindi l'ammassamento nel porto. Questo anche perché, secondo molti studi, se Venezia cessa di essere meta crocieristica si potrebbe verificare un effetto domino negativo nell'Adriatico di almeno 500 milioni di euro l'anno in meno. Il **rappresentante della Commissione Europea** ha spiegato che la Commissione sta analizzando e semplificando il sistema del sostenibile e che è stata adattata la comunicazione della Strategia Europea per una maggiore crescita e occupazione del turismo marittimo e costiero. Inoltre a breve si svolgerà un evento a tema crocieristico e portuale, con il successivo lancio di 12 opzioni sulle opportunità di finanziamento.

Video della riunione: <http://goo.gl/ZLVpsI>

Link ordine del giorno: <http://goo.gl/wtLdLL>

**Eseguito da**

**Arianna Bison**

**UNIONCAMERE DEL VENETO**

**Delegazione di Bruxelles**

**Av. de Tervueren 67 - B-1040 Bruxelles**

**Tel. +32 2 5510491**

**Fax +32 2 5510499**

**E-mails [bruxelles1@bruxelles.ven.camcom.it](mailto:bruxelles1@bruxelles.ven.camcom.it)**