



Strutture concorrenziali e ripartizione dei compiti nel turismo grigionese

Stato dell'attuazione – Febbraio 2010

(Riassunto)

Coira, 28 febbraio 2010

Indice

1. PANORAMICA SULLA RIFORMA DEL TURISMO	3
2. LA CREAZIONE DI DESTINAZIONI NEI GRIGIONI	4
3. LE MISURE DI ACCOMPAGNAMENTO.....	7
4. IL NUOVO FINANZIAMENTO DEL TURISMO.....	8
5. IL CREDITO D'IMPEGNO	11

Concetti importanti: OT, OGD, OTReg

Organizzazioni turistiche (OT): nella documentazione relativa alla riforma del turismo grigionese, con organizzazione turistica si intendono tutti gli enti turistici e le organizzazioni di marketing turistico dei Grigioni, indipendentemente dalla loro grandezza. Nel 2006, all'avvio del progetto, si trattava di 92 organizzazioni.

Organizzazioni di gestione delle destinazioni (OGD): le organizzazioni di marketing turistico in grado di svolgere una gestione completa della destinazione devono soddisfare dei criteri minimi nei settori organizzazione e direzione, compiti e risorse, nonché grandezza e dominanza. I principali criteri sono la libera disponibilità di mezzi per il marketing nell'ordine di grandezza di almeno 4,0 – 7,0 mio. di franchi e una capacità di letti che consenta di raggiungere ogni anno circa 2,0 mio. di pernottamenti negli esercizi ricettivi e in abitazioni locate.

Organizzazioni turistiche regionali (OTReg): organizzazioni di marketing turistico che possono conferire a una OGD un mandato per l'elaborazione del mercato pari ad almeno 200'000 franchi all'anno. Devono inoltre soddisfare ulteriori criteri relativi all'organizzazione e alla gestione, alla configurazione dei prodotti, alle attività di marketing e alla vendita. Nella precedente documentazione relativa alla riforma del turismo si parlava di organizzazioni turistiche "future" regionali. Con il termine "futuro" si intendeva distinguerle, per quanto riguarda l'organizzazione e i compiti, inclusi i mezzi di marketing a libera disposizione, dagli enti turistici locali oggi presenti in molti luoghi. Alcune di queste organizzazioni turistiche regionali si sono già costituite. Da subito, in sostituzione del termine OTf viene utilizzata l'espressione *organizzazione turistica regionale* (OTReg), benché non cambi nulla alla sua definizione.

1. Panoramica sulla riforma del turismo

La riforma del turismo ha modificato visibilmente le strutture e la ripartizione dei compiti nei Grigioni: Dei 92 enti turistici locali in origine, oggi la vera e propria elaborazione del mercato è affidata solo a circa 20 destinazioni concorrenziali. Unendo le forze, esse accedono a nuovi mercati e sviluppano prodotti interessanti per conquistare così nuovi ospiti per il Cantone dei Grigioni.

La riforma del turismo, avviata nel 2006, è il maggiore e principale progetto che interessa le strutture turistiche mai realizzato nei Grigioni. In tutte le regioni turistiche del Cantone si stanno attualmente costituendo nuove strutture. Poiché l'ospite non bada ai confini comunali, bensì si concentra su aree di svago e marchi turistici, le oltre 90 organizzazioni turistiche vengono riunite in efficaci organizzazioni di gestione delle destinazioni (OGD) e organizzazioni turistiche regionali (OTReg). Attraverso una chiara ripartizione dei compiti e l'orientamento a nuovi ospiti si intende rendere più concorrenziale il turismo grigionese e conseguire un maggiore valore aggiunto turistico in tutte le regioni. Tramite le misure di accompagnamento in corso e un nuovo finanziamento, si intende sfruttare i potenziali per un nuovo valore aggiunto e rafforzare le destinazioni per il loro futuro.

Pietre miliari

2005/06

Insieme a un gruppo di esperti vengono analizzate le premesse ed elaborate le basi e gli obiettivi della riforma del turismo

2006

Il Gran Consiglio approva un credito di garanzia di 18 mio. di franchi provenienti dal rimborso del capitale di dotazione della Banca Cantonale Grigione per la riforma del turismo

2006 – 2012

Il Cantone mette a disposizione un sostegno finanziario e risorse umane per i processi di trasformazione nelle destinazioni e per misure di accompagnamento

2007/08

Vengono concretizzati gli approcci strategici per l'attuazione del progetto

2007

Riorganizzazione di Grigioni Vacanze

2007/09

La Confederazione (SECO/Innotour) concede 2 mio. di franchi per la riforma del turismo grigionese e per la piattaforma turistica elettronica dei Grigioni

2008

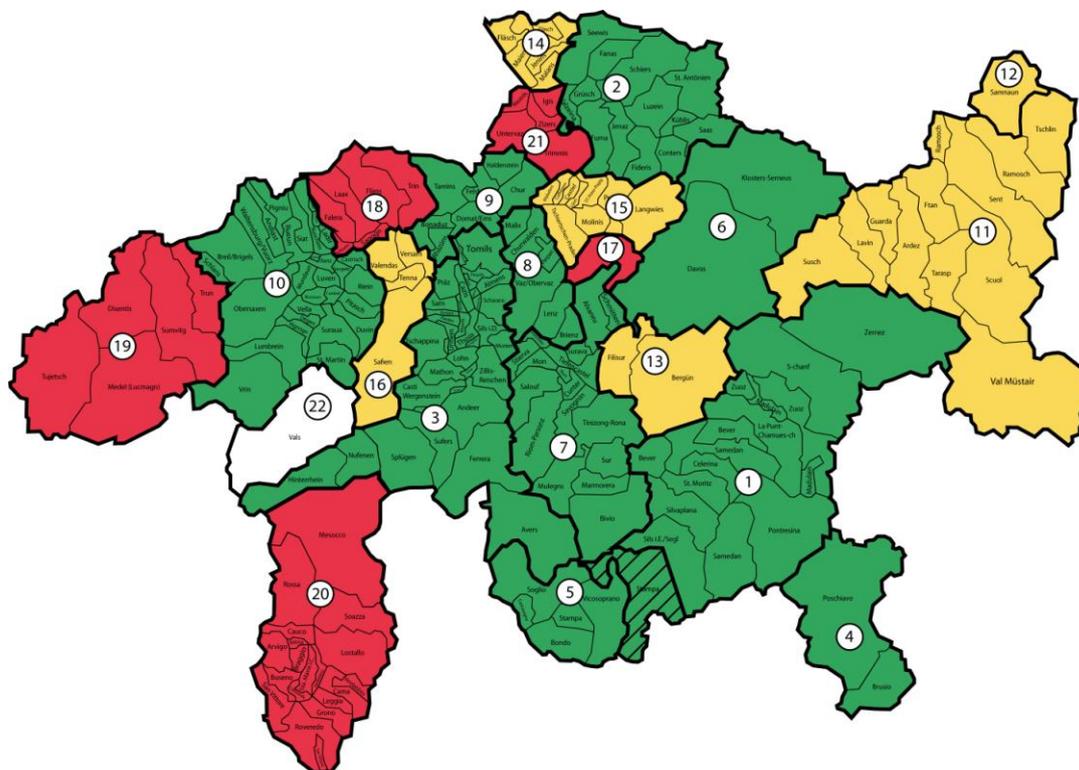
Incontri informativi regionali relativi alla creazione di destinazioni e alla prevista nuova concezione del finanziamento del turismo

nov. 2009 – marzo 2010

Procedura di consultazione relativa a due varianti di finanziamento

2. La creazione di destinazioni nei Grigioni

Nel quadro del progetto di riforma «strutture concorrenziali e ripartizione dei compiti nel turismo grigionese», in tutte le regioni del Cantone dei Grigioni verranno analizzate le strutture turistiche e verranno create nuove organizzazioni turistiche. Sono attualmente in corso i seguenti progetti di riforma (stato dicembre 2009):



Attuazione in corso

- 1 Engadina St. Moritz
- 2 Prettigovia
- 3 Viamala
- 4 Valposchiavo
- 5 Bregaglia
- 6 Davos Klosters
- 7 Savognin
- 8 Lenzerheide
- 9 Coira
- 10 Surselva

Accertamenti in corso

- 17 Arosa
- 18 Flims Laax
- 19 Disentis Sedrun
- 20 Mesolcina/Calanca
- 21 Fünf Dörfer

Orientamento da definire

- 22 Vals

In elaborazione

- 11 Engadina Scuol/Val Müstair
- 12 Samnaun
- 13 Bergün Filisur
- 14 Bündner Herrschaft
- 15 Schanfigg
- 16 Valle di Safien

Prettigovia. La Prättigau Tourismus GmbH ha avviato la propria attività commerciale il 1° ottobre 2007. La nuova organizzazione è stata costituita da tutti i comuni della Regione Prettigovia, ad eccezione di Klosters-Serneus.

Davos Klosters. Dal 1° maggio 2008, il consorzio Davos Destinations-Organisation ha rilevato con un mandato di prestazioni tutti i compiti di Klosters Tourismus e li ha integrati nella destinazione Davos Klosters.

Bündner Herrschaft. Il masterplan per il marketing turistico della regione Bündner Herrschaft è stato presentato. Attualmente si stanno chiarendo le questioni di dettaglio ed esaminando modelli di collaborazione con la Heidiland Tourismus AG.

Coira. A partire dal gennaio 2010, i comuni da Rhäzüns a Haldenstein hanno conferito a Chur Tourismus un mandato di prestazioni per la commercializzazione delle loro offerte.

Arosa. Arosa Tourismus è pronta a collaborare con Schanfigg Tourismus e Langwies Tourismus. Si stanno esaminando i dettagli relativi al mandato di marketing e alla fusione.

Schanfigg. Nella primavera del 2010 Schanfigg Tourismus dovrebbe conferire un mandato di marketing ad Arosa Tourismus. La collaborazione dovrebbe iniziare nel maggio 2010.

Lenzerheide. Dall'inizio del 2009 i comuni tra Brienz e Churwalden sono legati contrattualmente a Lenzerheide Tourismus. Il 1° novembre 2009 la società di marketing comune a impianti di risalita e organizzazione turistica ha iniziato la propria attività.

Savognin. Dal 1° maggio 2009, tutti i comuni della Val Sursette sono integrati nel Touristischer Gemeindezweckverband. In Val Sursette, Savognin Tourismus è responsabile anche per il marketing turistico di Bivio e della bassa Valle dell'Albula. A titolo di novità, Savognin Tourismus rileva anche compiti di marketing per il Parc Ela.

Bergün Filisur. Bergün Filisur Tourismus ha stabilito una stretta cooperazione con la Ferrovia Retica e quale secondo passo sta valutando una collaborazione con le OGD e le OTReg circostanti.

Viamala. Nel 2007 è stata costituita la Regionale Tourismusorganisation Viamala quale società semplice per attività di marketing. Entro la fine del 2010, le strutture della OTReg Viamala andranno unite a quelle delle due organizzazioni turistiche regionali esistenti Viamala Ferien e Heinzenberg-Domleschg.

Mesolcina/Calanca. È prevista la creazione di una OTReg per la Mesolcina e la Calanca. Attualmente, l'unica organizzazione turistica del Moesano è San Bernardino Vacanze.

Flims Laax. Nella regione di Flims Laax si stanno esaminando i compiti della Flims Laax Falera Tourismus AG per quanto riguarda le località confinanti come Trin, Sagogn e Schluein, nonché la ripartizione dei compiti con il gruppo Weisse Arena.

Disentis Sedrun. Sedrun Disentis Tourismus rappresenta gli interessi turistici dell'alta Surselva e sta valutando forme di cooperazione nell'area del San Gottardo.

Surselva. L'organizzazione turistica Surselva Tourismus AG con i partner Ilanz, Obersaxen, Val Lumnezia e Brigels-Waltensburg-Andiast è stata costituita nell'estate 2009 e ha iniziato la propria attività operativa.

Valle di Safien. I tre enti turistici di Safien, Versam e Tenna, nonché il Comune di Valendas hanno portato a termine un'aggregazione turistica sotto il tetto della Pro Safiental. Si mira inoltre a una cooperazione di marketing con Surselva Tourismus AG.

Vals. L'organizzazione turistica Visit Vals rinuncia a una collaborazione con altre OGD/OTReg e persegue una propria strategia in stretta collaborazione con partner locali come la Therme Vals AG e il produttore di bibite Valser.

Engadina St. Moritz. L'organizzazione turistica Engadin St. Moritz è attiva dal 1° maggio 2007. Vi hanno aderito tutti i comuni del Circolo dell'Engadina Alta, nonché Zernez e Maloja (Comune di Bregaglia).

Bregaglia. Con l'accettazione della Costituzione del nuovo Comune di Bregaglia è stato stabilito l'ente responsabile della nuova Organizzazione turistica Maloja-Bregaglia. L'attività operativa prenderà avvio nella primavera del 2010.

Valposchiavo. L'Ente Turistico Valposchiavo è stato costituito nel 1995 e negli ultimi anni ha intensificato la collaborazione con la Ferrovia Retica.

Engadina Scuol Samnaun. Si mira a costituire un'organizzazione turistica comune per le regioni turistiche Engadina Scuol, Engadina Val Müstair e Samnaun per la fine del 2010.

3. Le misure di accompagnamento

Parallelamente alla trasformazione delle organizzazioni di marketing e del finanziamento del turismo, il Cantone sta lavorando allo sviluppo di misure di accompagnamento insieme alle OGD e alle OTReg. Queste iniziative servono a sfruttare appieno i potenziali e le esperienze e a consolidare le nuove strutture di marketing.

Piattaforma turistica elettronica dei Grigioni. È stata fondata la Graubünden eTourism GmbH, che permette alle destinazioni di commercializzare i loro prodotti turistici tramite un gran numero di canali di distribuzione. Con la stipulazione del contratto con TUI, il più importante tour operator europeo, si è raggiunto un primo importante obiettivo.

Turismo in sintonia con la natura e la cultura. La regione turistica "Grigioni" è sinonimo di vacanze autentiche, in sintonia con la natura e la cultura. Questo ruolo di primo piano a livello nazionale va conservato e sviluppato. Con un coordinamento e una consulenza professionali da parte del Servizio specializzato di Wergenstein viene migliorato lo sviluppo sostenibile del turismo in sintonia con la natura e la cultura nei Grigioni.

Branding (impiego del marchio). Gli obiettivi sono una chiara strategia del marchio per tutte le OGD/OTReg, un utilizzo del marchio graubünden e quindi una maggiore visibilità sul mercato. Senza limitare l'impatto di pochi veri marchi turistici, tutte le destinazioni devono integrare il marchio graubünden in maniera adeguata nel loro materiale di comunicazione.

Offensiva della qualità. Il significato di "qualità" è una questione imprenditoriale di fondo ed è di notevole importanza per il turismo. Attualmente è in fase di preparazione una strategia cantonale di garanzia della qualità da attuare quale misura di accompagnamento.

Riorganizzazione di Grigioni Vacanze. Con la riforma del turismo sono stati ridefiniti i compiti di Grigioni Vacanze: l'obiettivo principale consiste nell'accedere a mercati in fase di sviluppo e a mercati futuri, allo scopo di conquistare nuovi ospiti per i Grigioni. Grigioni Vacanze si occupa inoltre del marketing destinato a gruppi d'interesse, gestisce il marchio regionale graubünden e dirige il progetto di piattaforma turistica elettronica dei Grigioni.

Balanced Scorecard (BSC). Dopo la creazione di strutture professionali, la loro efficacia va verificata tramite un moderno sistema di gestione e di controllo. Nella valutazione delle prestazioni delle OGD la trasparenza ha una grande importanza, anche in relazione all'impiego di fondi pubblici.

4. Il nuovo finanziamento del turismo

Le nuove destinazioni costituite in tutte le regioni dei Grigioni sono oggi finanziate da differenti leggi turistiche comunali. Sono in vigore oltre cento diverse leggi per tasse di soggiorno (TS) e tasse di promozione turistica (TPT), ciò che richiede un gran lavoro di coordinamento. Per questo motivo si intende unire le due tasse in un'unica tassa razionale.

Al turismo grigionese non bastano gli ospiti fissi, esso ha bisogno anche di altri ospiti. A partire dagli anni Novanta, i soggiorni più brevi, nuove possibilità di prenotazione (p.es. tramite internet) e la grande offerta mondiale hanno portato nei Grigioni a un calo dei posti di lavoro e del valore aggiunto nel turismo. Nell'interesse dell'intera economia grigionese, il turismo ha bisogno di nuovi impulsi, di strutture moderne e di un finanziamento adeguato. La riforma del turismo, avviata con successo, ha ridotto le oltre 90 organizzazioni turistiche a poche destinazioni professionali, che uniscono il loro marketing e lo orientano alla conquista di nuovi ospiti. Di ciò beneficiano tutti gli offerenti turistici, i fornitori e i centri di servizi del Cantone.

Beneficio turistico e regione determinano la tassa

Il turismo è un settore trasversale composto dall'interazione di alberghi, impianti di risalita, proprietari di residenze secondarie e imprese nei Grigioni. Queste aziende beneficiano della presenza di nuovi ospiti attraverso commesse supplementari, un maggior numero di clienti e una cifra d'affari superiore e contribuiscono oggi in modo diverso (con tasse di soggiorno comunali e tasse di promozione turistica) al finanziamento dello sviluppo turistico e del marketing turistico. Siccome gli ospiti non si basano sui confini comunali ma su aree di svago, prodotti interessanti e marchi turistici, le nuove strutture sono state orientate al mutato comportamento degli ospiti e alla crescente concorrenza. Se le destinazioni riescono a conquistare e a conservare gli ospiti rispondendo alle esigenze del mercato mutato, ciò va a beneficio di offerenti, alloggiatori e fornitori di prestazioni turistiche preliminari di tutte le regioni. Questo beneficio non segue i confini comunali e regionali, bensì si basa sulla dipendenza dal turismo. La modifica del sistema proposta tiene conto di questo fatto. La tassa turistica si basa sul beneficio turistico diretto e indiretto, calcolato per ogni impresa secondo la regione, il settore e le dimensioni. Sono assoggettate alla tassa tutte le imprese direttamente o indirettamente dipendenti dal turismo, nonché gli alloggiatori e i proprietari di abitazioni. Nei settori che conseguono quote importanti della loro cifra d'affari grazie al turismo, la tassa sarà superiore a quella nei settori in cui questa quota è più bassa. Allo stesso modo, le aliquote contributive nei comuni con un'intensa attività turistica saranno superiori a quelle nei comuni meno dipendenti dal turismo. Per quanto riguarda gli alloggiatori (alberghi, abitazioni di vacanza, campeggi, ecc.) e le residenze secondarie, la base di calcolo sarà costituita non più dalla frequenza (pernottamenti o forfaitaria), bensì dalla capacità (camere o superficie).

Due varianti per il nuovo finanziamento

Le oltre cento diverse leggi comunali (tasse di soggiorno e tasse di promozione turistica) vanno sostituite da una tassa turistica cantonale riscossa su tutto il territorio (legge sul finanziamento delle organizzazioni turistiche, LFOT) o da una tassa turistica comunale armonizzata secondo una legge quadro cantonale (legge sull'armonizzazione del finanziamento del turismo, LAFT). In questo modo verrà meno la ripartizione, oggi esistente per motivi giuridici, tra mezzi destinati alle infrastrutture locali (provenienti dalle tasse di soggiorno) e al marketing (provenienti dalle tasse di promozione turistica). Entrambi i modelli si basano sul valore aggiunto turistico di un'impresa (determinato per settore, regione e dimensioni dell'azienda) e per gli alloggiatori tassano la capacità (numero di letti/camere) anziché la frequenza (numero di pernottamenti).

Tassa turistica cantonale

Le odierne tasse di soggiorno e le tasse di promozione turistica comunali vanno sostituite da un sistema cantonale. La tassa turistica cantonale si basa sul valore aggiunto turistico di un'impresa, graduato per settore, regione e dimensione dell'impresa. La cerchia degli assoggettati viene estesa all'intero Cantone e i contributi del settore alberghiero e delle abitazioni secondarie vengono aumentati. Ciò permette di avere a disposizione ogni anno 67,7 mio. di franchi per lo sviluppo del turismo e per il marketing turistico, al posto degli attuali 51,5 mio. di franchi. Dell'esecuzione si occupa il Cantone, mentre sull'impiego dei mezzi decidono i comuni in base a un mandato di prestazioni conferito all'organizzazione turistica. Tutti i proventi di una regione riconfluiscono integralmente nella rispettiva regione turistica. Una parte (ca. 2 mio. di franchi) dei proventi dalla Valle grigione del Reno, considerata regione che fornisce prestazioni preliminari, confluisce in un fondo cantonale per il turismo.

Legge quadro per una tassa turistica comunale

La legge quadro prevede che i comuni possano aderire su base volontaria a un'organizzazione turistica, delegarle la promozione turistica e introdurre una tassa turistica comunale. Come per la tassa turistica cantonale, le aliquote contributive tengono conto del beneficio turistico diretto e indiretto dei contribuenti. I comuni sono liberi di determinare le proprie aliquote contributive. L'esecuzione compete ai comuni, che devono coordinare le tasse turistiche all'interno della regione turistica. La tassa turistica comunale sostituisce le odierne tasse di soggiorno e di promozione turistica comunali. I comuni che non introducono una tassa turistica comunale, devono finanziare le organizzazioni turistiche attingendo a mezzi fiscali generali o ad altri mezzi.

Gli effetti vengono esaminati

Con l'introduzione di una tassa turistica cantonale, le destinazioni dovranno sottoporsi a un rilevamento sistematico degli effetti tramite un sistema di gestione e monitoraggio (Balanced Scorecard). Con questo valido sistema di controllo si garantisce che i mezzi vengano investiti laddove producono gli effetti maggiori e più duraturi nel mercato turistico. Dopo sette anni si dovrà valutare se la riforma del turismo grigionese avrà raggiunto i propri obiettivi.

Ulteriori informazioni

L'ammontare delle tasse in caso di introduzione di una tassa turistica cantonale può essere calcolato su www.tourismusabgabe.ch.

Programma

2010

- Procedura di consultazione fino a fine marzo
- Dibattito sul messaggio in Gran Consiglio

2011

- Ev. referendum facoltativo e votazione
- Elaborazione dell'ordinanza

2012

- Entrata in vigore prevista

5. Il credito d'impegno

Dal 2006 al 2012, 18 mio. di franchi provenienti dal rimborso del capitale di dotazione della Banca Cantonale Grigione e 2 mio. di franchi provenienti dalla Confederazione (SECO / Innotour) vengono impiegati per la costituzione delle destinazioni, per le misure di accompagnamento e per lo sviluppo del progetto. L'attività delle OGD/OTReg viene oggi garantita da tasse di soggiorno/tasse di promozione turistica e in futuro lo sarà attraverso un nuovo sistema di finanziamento del turismo.

La maggior parte dei 18 mio. di franchi viene impiegata per sostenere le aggregazioni regionali e per la creazione di OGD e OTReg. Le organizzazioni turistiche possono presentare proposte per la creazione di destinazioni regionali di cui il Cantone si assume al massimo il 50 per cento delle spese di trasformazione. Sono stati sostenuti sia i lavori preliminari, come studi o l'elaborazione di business plan, sia le spese successive per la costituzione e il passaggio alla nuova organizzazione. A seconda dell'organizzazione, i contributi cantonali si sono situati tra alcune centinaia di migliaia di franchi per le OTReg fino a oltre 1 mio. di franchi per OGD di maggiori dimensioni. A causa dei limitati mezzi di promozione, a partire da maggio 2010 i progetti regionali verranno finanziati solamente in misura del 25 – 40 per cento al massimo. Non sono state e non vengono sostenute le spese d'esercizio delle singole destinazioni, ossia le spese per il marketing, le campagne promozionali o il personale.

Con il credito d'impegno di 18 mio. di franchi del Cantone e con i 2 mio. di franchi della Confederazione vengono finanziate, oltre alla gestione dei progetti, anche le misure di accompagnamento: Balanced Scorecard, branding / impiego del marchio, offensiva della qualità, nuovo finanziamento del turismo, piattaforma turistica elettronica, turismo in sintonia con la natura e la cultura, nonché riorganizzazione di Grigioni Vacanze. Alla fine del 2009, circa 12 dei 20 milioni di franchi complessivi erano già stati impiegati, 8 milioni rimangono a disposizione fino alla fine del 2012 per concludere la riforma del turismo. In questo importo non sono compresi i contributi annuali a Grigioni Vacanze e l'offensiva pubblicitaria del marchio graubünden, anch'essa finanziata dal Cantone.

Pietre miliari

2006

Il Gran Consiglio del Cantone dei Grigioni approva un credito d'impegno di 18 mio. di franchi per il progetto "Strutture turistiche concorrenziali"

2007/09

2 mio. di franchi supplementari vengono garantiti dalla Confederazione (SECO/Innotour).

2006 – 2012

Sostegno a progetti strutturali, misure di accompagnamento, basi