



Le stagioni dello sviluppo

La globalizzazione del mercato turistico e la sua continua espansione offrono all'Italia l'opportunità di partecipare con successo ad una nuova stagione di sviluppo.

La competizione sul mercato globale, tuttavia, non si esaurisce nel semplice confronto tra differenti proposte imprenditoriali, richiedendo anche la capacità di tutelare, valorizzare ed organizzare efficacemente tutte le componenti del sistema.

Il turismo italiano è stato sino ad oggi sostenuto dall'abbondanza e dalla ricchezza delle sue risorse turistiche fondamentali e dalla sperimentata capacità delle imprese di organizzare una offerta efficace.

Nel contempo, si registra l'incapacità di assicurare all'iniziativa privata più elevati livelli di sicurezza, infrastrutture più moderne, regole più semplici.

Analogamente, scarsa considerazione viene riservata al nesso inscindibile tra economia turistica e condizioni generali di sistema.

In questo quadro, Federalberghi intende proporre alla riflessione collettiva alcune variabili decisive per lo sviluppo del Paese.

Sull'attenzione che sarà dedicata a tali temi, sullo spazio che sarà dedicato alle esigenze del settore turismo nella scelta delle soluzioni da perseguire, sarà possibile misurare concretamente il riconoscimento che il sistema politico intende dare al settore dell'economia che evidenzia il maggior tasso di crescita.

Bernabò Bocca
Presidente Federalberghi

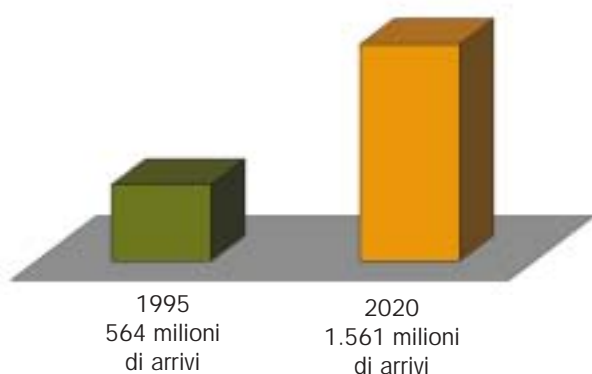


Bernabò Bocca

Lo scenario

La crescita costante della ricchezza prodotta nel mondo e degli scambi internazionali favoriscono una (relativamente) meno ineguale distribuzione dei redditi e dei consumi su una popolazione del pianeta in costante aumento.

I flussi turistici internazionali



fonte: WTO

Un numero sempre maggiore di persone ha la possibilità di destinare parte significativa del proprio tempo e del proprio reddito a consumi, come quelli turistici, prima riservati a più ristrette fasce della popolazione.

Nel contempo, la circolazione delle informazioni, la riduzione dei tempi di trasporto, la confrontabilità dei prezzi pongono sempre più diretta concorrenza tra loro sistemi locali che un tempo operavano in mercati distinti.

Sul lato dell'offerta, la competizione internazionale tende a svolgersi attorno alla diversa capacità di ciascun sistema di organizzare e rendere fruibili le risorse (naturali, infrastrutturali, storiche, artistiche, culturali, di svago e di intrattenimento) di cui dispone.

Sul lato della domanda, incombe minaccioso il processo di concentrazione tra grandi tour operator. Recentemente, Federalberghi e Hotrec hanno sollecitato l'Unione Europea ad intervenire in relazione al progetto di fusione tra Thui, Thomson e Thomas Cook, che tende ad aggregare in capo ad un unico operatore una quota significativa di mercato.

Caso analogo è costituito dalla annunciata fusione tra Francorosso e Alpitour, peraltro meno preoccupante per il mercato italiano in quanto queste si occupano prevalentemente di outgoing.

Le principali destinazioni turistiche

1995	2020
Francia	Cina
USA	USA
Spagna	Francia
Italia (32,8 milioni di arrivi)	Spagna
Regno Unito	Hong Kong
Cina	Italia (52,9 milioni di arrivi)

fonte: WTO

Sistemi locali, mercato globale

Formule quali distretto turistico, polo turistico, area a vocazione turistica, evocano una capacità di coordinamento da parte degli attori pubblici e privati che operano su un territorio.

Il fatto che se ne parli spesso in termini di "sistemi" postula, in particolare, la disponibilità di una struttura di relazioni condivisa, che definisca tanto il ruolo di ciascuno quanto le interdipendenze tra i singoli.

Si ha riguardo, evidentemente, alla creazione di dispositivi di fiducia, di impegni reciproci e di coordinamento economico che assumono sempre più la caratteristica di variabili cruciali per lo sviluppo dei sistemi produttivi.

In verità, sino ad oggi, i pur numerosi casi di affermazione dei distretti produttivi italiani (turistici e non solo) sono stati prevalentemente caratterizzati da processi spontanei che, non di rado, hanno visto gli stessi protagonisti dello sviluppo dibattersi nel dilemma tra cooperazione e competizione.

Il problema si pone con maggior forza nel settore turismo, laddove la competizione sui mercati nazionali ed internazionali si esercita in termini di confronto tra sistemi locali prima ancora che tra imprese.

Una delle prime questioni su cui interrogarsi nell'affrontare il tema dello sviluppo, è quindi la praticabilità di uno strumento di organizzazione delle risorse diffuse sul territorio, tale da configurare una sorta di imprenditore collettivo, una rete di alleanze tra soggetti pubblici e privati fondate sulla prevalenza degli aspetti cooperativi.

La struttura portante su cui costruire tali alleanze è l'affermazione di un carattere distintivo in rapporto ai sistemi locali concorrenti, tale da attrarre nuovi flussi turistici e stimolare maggiori investimenti.



Più ambiente, più turismo

Circa il 70% degli italiani* gradirebbe, da parte degli alberghi, l'adozione di misure di salvaguardia dell'ambiente. Il 64% degli alberghi** ha già razionalizzato la gestione dei consumi energetici.



La sensibilità alle tematiche ambientali è da sempre viva nei turisti e negli operatori del settore. Turismo non vuol certo dire inquinamento. Di altri sono le responsabilità per alcune situazioni di degrado assoluto.

Contesto territoriale, cultura e natura sono i basilari elementi di attrazione che un territorio può vantare e, nel contempo, rappresentano parte essenziale della capacità competitiva delle imprese.

Federalberghi si muove da tempo per promuovere la cultura del turismo sostenibile. Con l'Agenzia Nazionale per la Protezione Ambientale (Anpa) ha elaborato uno studio per l'applicazione di un marchio di qualità ambientale nel settore. Col progetto "Sustainable Hotels Training", insieme all'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo, sta costruendo un percorso formativo destinato ai lavoratori del settore.

Occorrono adesso iniziative istituzionali indirizzate a promuovere ulteriormente l'attenzione nei confronti dell'ambiente.

La sfida consiste nel coagulare il maggior consenso sulla necessità di improntare all'obiettivo della sostenibilità tutti gli interventi degli operatori pubblici e privati, non solo in campo turistico.

Nel contempo, occorre favorire i comportamenti virtuosi e le buone prassi, anche stimolando l'adozione di interventi di tutela e promozione della qualità ambientale mediante l'erogazione di incentivi economici destinati alle attività produttive

* indagini Istat e Cirm per Anpa

** indagine Federalberghi per Anpa (campione 282 imprese)



New economy, e-business

Secondo le più recenti previsioni, nel 2003 circa l'otto per cento delle prenotazioni alberghiere sarà effettuato on line.

Anche se, nel medio periodo, i canali distributivi tradizionali continueranno per diversi anni a dominare il mercato dell'intermediazione, il commercio elettronico coinvolgerà quote di mercato sempre più rilevanti.

L'impresa dovrà fare i conti con nuovi competitors, nuovi sistemi di distribuzione, nuovi modelli di business.

Il vecchio modello si basava sul tangibile, sul mattone. Nel nuovo modello, si passa dai mattoni ai click del mouse.

E' del tutto evidente come le nuove tecnologie se, per un verso, costituiscono occasione di sviluppo e strumento di accesso a nuovi mercati, possono, nel contempo, risolversi in un fattore di esclusione per le aziende che non siano in grado di dotarsi velocemente di tali strumenti.

La necessità di investire nelle nuove tecnologie e, prima ancora, in formazione ed informazioni, costituisce allo stesso tempo un vincolo ed un'opportunità per le piccole e medie imprese.

Per questo motivo, Federalberghi ha posto a disposizione del sistema delle imprese **www.italyhotels.it**, il sito internet e-commerce oriented che costituisce una vetrina internazionale per l'offerta alberghiera italiana.

Il sito, cui le imprese associate aderiscono a costo simbolico, pubblica informazioni di base su tutti gli alberghi italiani.

Gli albergatori che ne operano richiesta vengono abilitati all'accesso diretto al sistema, per sviluppare ed arricchire le proprie pagine web inserendo e/o modificando liberamente i prezzi, le disponibilità le informazioni sui servizi offerti, le offerte speciali, i last minute, etc.



Chiare, fresche e dolci acque

La capacità di approvvigionamento e di distribuzione delle risorse idriche costituisce uno dei principali indicatori del livello di sviluppo raggiunto da una comunità.



L'acqua, da sempre materia prima per l'economia agricola, ha confermato il proprio ruolo di componente essenziale anche all'interno dei processi di trasformazione industriale e di terziarizzazione.

Dove non c'è acqua non c'è vita. Se non c'è acqua, non ci può essere turismo.

Non è un caso che una delle prime grandi indagini statistiche svolte subito dopo l'unificazione del Paese sia stata rivolta ad analizzare, nel 1865, lo stato delle "Acque potabili nel Regno d'Italia".

L'attenzione rivolta alle risorse idriche ha costituito una costante che ha accompagnato lo sviluppo del nostro Paese, senza peraltro che le ingenti risorse destinate in tale direzione, pur avendo contribuito in misura determinante all'elevazione degli standard medi, abbiano consentito di elaborare una risposta complessivamente capace di soddisfare la domanda.

La concorrenza spesso simultanea di un insieme di fenomeni ha determinato e determina una spirale di inefficienza.

Ancora oggi, pur a fronte di una disponibilità complessiva (teoricamente) sufficiente, l'acqua continua a non risultare disponibile nel tempo, nel luogo, nella quantità e nella qualità desiderata.

Questo squilibrio, che si registra per larga parte del territorio nazionale, assume caratteristiche drammatiche in alcune aree del Mezzogiorno d'Italia.

All'inefficienza del sistema si aggiunge, paradossalmente, un sistema tariffario che presenta caratteristiche di iniquità impositiva, per effetto del quale si finisce col pagare di più nei casi di maggiore disservizio e minore livello di erogazione.

La via più breve

La qualità dell'offerta turistica è fortemente condizionata dal sistema dei trasporti. Gli ostacoli alla mobilità si trasformano, automaticamente, in ostacoli allo sviluppo del turismo.

Il costo del trasporto, la disponibilità di una pluralità di offerte, l'intermodalità, la trasparenza delle informazioni, la possibilità di prenotare il viaggio, costituiscono variabili decisive per chi sceglie una destinazione e possono influenzare quote consistenti di mercato.

Da questo punto di vista, il sistema italiano dei collegamenti non brilla certo per efficienza.

Numerose carenze, qualitative e quantitative, interessano l'intera gamma dei mezzi di trasporto, non incentivano l'ingresso nel Paese e ostacolano la circolazione interna.

I disagi provocati dal deficit di infrastrutture sono amplificati dalla ridotta integrazione tra le stesse e da una insufficiente attenzione alle esigenze del cliente.

Non meno rilevante è il danno economico che il settore subisce per effetto delle frequenti agitazioni sindacali.

La situazione del Mezzogiorno rappresenta un problema nel problema.

Una posizione di sostanziale monopolio consente alla compagnia di bandiera di scaricare sui turisti diretti al sud e sui cittadini del Mezzogiorno il costo della propria inefficienza.

La disorganizzazione che ha contrassegnato l'apertura dei cantieri sull'autostrada Salerno Reggio Calabria ha alimentato l'idea che i viaggi al Sud possano facilmente trasformarsi in avventure, mandando sprecata l'opportunità di spendere in positivo l'immagine di un Paese che ammoderna le proprie infrastrutture.



Più sicuri, più ospitali

La maggioranza degli italiani indica nella criminalità il primo problema del nostro paese.

Due italiani su tre pensano che sia pericoloso uscire di casa di sera e che certi quartieri e certe strade della propria città sono da non frequentare.

Il quaranta per cento dei nostri connazionali si dichiara insoddisfatto della situazione della propria città al punto da affermare che, se lo potesse fare, andrebbe a vivere e a lavorare altrove.

Il problema è molto sentito anche dagli stranieri che progettano di trascorrere le loro vacanze nel nostro paese.

Non solo i fenomeni di criminalità organizzata, ma anche e soprattutto il timore di furti, scippi e violenze, costituiscono un forte elemento di preoccupazione per chi vuole intraprendere un viaggio.

Un problema reale, che tende ad essere amplificato nell'immaginario collettivo, nel passaparola, nella divulgazione dei mass media, con gravissimo danno per l'economia turistica.



Il presidio del territorio è garanzia di ordine e di sicurezza sociale, condizioni necessarie per lo sviluppo dell'ospitalità e del turismo.

Un Paese che non garantisce la sicurezza e l'incolumità dei propri cittadini non può definirsi ospitale né essere oggetto di grandi flussi turistici.

Per adempiere al suo dovere fondamentale, per garantire ai cittadini la libertà dalla paura, lo Stato deve riacquistare il controllo del territorio, prevenire il crimine e non solo reprimerlo.

È necessaria la riorganizzazione di tutto l'apparato dell'ordine pubblico, in modo da far rivivere, rendere effettiva la fondamentale funzione dello Stato che è la prevenzione dei reati.

Italiani vecchi, nuovi italiani

L'invecchiamento della popolazione sarà, nel prossimo futuro, uno dei tratti caratteristici dei Paesi economicamente più sviluppati.

In Italia, la speranza di vita oggi è pari a 76 anni per gli uomini e a 82 anni per le donne. Nel 2010 un quarto degli italiani avrà più di sessantacinque anni.

Saremo più longevi, avremo più tempo libero, saremo (probabilmente) più ricchi. Tutte condizioni positive per lo sviluppo del turismo e, più in generale, per la qualità della vita.

Il rovescio della medaglia sta nella conseguente necessità di revisione del sistema di previdenza ed assistenza, che dovrà continuare a confrontarsi con l'esigenza di garantire l'equilibrio dei conti pubblici.

Ulteriori tensioni saranno connesse all'andamento del mercato del lavoro. Si tratta di un fenomeno riscontrabile già oggi, nonostante la presenza larghe fasce di disoccupazione concentrate in alcune zone del Paese.

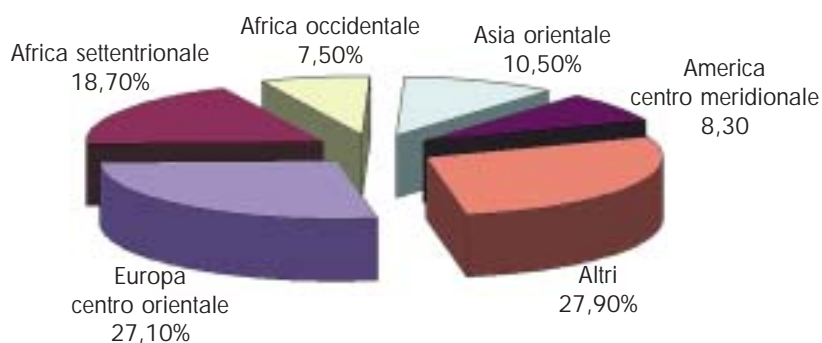
Una programmazione mirata dei flussi migratori, che coniughi la tutela dell'ordine pubblico con le esigenze dell'economia, può costituire una delle possibili risposte ai problemi indotti dal deficit demografico e dalla necessità di occupare i posti di lavoro che gli italiani rifiutano.

La popolazione italiana

1901	32.966.000
1911	35.845.000
1921	39.944.000
1931	41.652.000
1941	42.994.000
1951	47.516.000
1961	50.624.000
1971	54.137.000
1981	56.557.000
1991	56.778.000
2000	56.680.000
2005	57.602.000
2010	57.495.000
2015	56.885.000
2020	55.939.000
2050	45.997.000

fonte: ISTAT

L'origine etnica degli immigrati



fonte: elaborazioni Istat su dati Ministero dell'Interno

Flessibilità e occupabilità

Nel turismo, a differenza di quanto avviene in altri settori produttivi, è poco marcata la tendenza a sostituire le risorse umane con le macchine e le nuove tecnologie.



Le risorse umane costituiscono il principale capitale dell'impresa alberghiera e l'uomo sarà sempre al centro del ciclo di produzione ed erogazione del servizio turistico, fatto dalle persone per le persone.

La carenza di personale qualificato rappresenta uno dei principali ostacoli allo sviluppo, in quanto la qualità del servizio non può che fondarsi su una partecipazione attiva e convinta dei lavoratori alla mission aziendale.

Allo stesso tempo, per cogliere tutte le opportunità connesse al vorticoso sviluppo dell'economia, il turismo ha bisogno, più degli altri settori, di una reale flessibilità nell'impiego del lavoro. Occorre quindi ripensare in termini originali il rapporto tra impresa e lavoratore, abbandonando gli schemi e le logiche del secolo scorso.

Tramontata definitivamente la logica del posto di lavoro a vita, occorre affermare con decisione la prospettiva delle occasioni di lavoro.

La sfida politica si riduce ad una sola domanda: come riconciliare la sicurezza dei lavoratori con la flessibilità necessaria alle imprese?

La risposta può risiedere nella costruzione di un nuovo patto sociale, che realizzi uno scambio tra la maggiore flessibilità ed un modello di protezione basato sull'accesso alle conoscenze per tutto l'arco della vita.

Chi lavora nel Turismo

	addetti	dipendenti
alberghi	200.000	150.000
extralberghiero	60.000	45.000
agenzie di viaggio	45.000	35.000
stabilimenti balneari	5.000	1.500
ristoranti	315.000	190.000
bar	490.000	245.000
totale	1.115.000	666.500

fonte: EBNT - nono Rapporto sul turismo italiano

Le risorse per crescere

Le piccole e medie imprese rappresentano la maggioranza del tessuto economico del nostro paese.

Esse sono la parte più vitale della nostra economia e contribuiscono in maniera determinante alla creazione di valore e di occupazione per la nostra economia.

Questo immenso patrimonio di risorse imprenditoriali - che rappresenta un elemento di forza dell'economia nazionale - ha un tallone d'Achille: la difficoltà di finanziarsi.

Le piccole e medie imprese del nostro paese soffrono di sottocapitalizzazione.

Nonostante si trovino spesso a far fronte ad una domanda forte, che riconosce la validità del prodotto o del servizio offerti, queste imprese non riescono a reperire con la rapidità necessaria alla moderna economia i capitali necessari ad espandere l'attività.

La mancanza di un equilibrato ricorso alle fonti di finanziamento rappresenta una delle maggiori cause di mortalità delle imprese.

Il razionamento del capitale, il sovrainvestimento dei mezzi propri e la conseguente fragilità finanziaria sono elementi contraddittori, ma contemporaneamente presenti nell'universo delle piccole e medie imprese.

Una politica economica che punti allo sviluppo del tessuto delle piccole e medie imprese deve dotarsi di meccanismi che favoriscano l'accesso al credito di medio e lungo termine e la diffusione di strumenti finanziari innovativi.

Un ulteriore nodo di fondo è costituito dalla possibilità di accedere ai mercati finanziari per approvvigionarsi di capitali da legare a lungo periodo alla gestione senza modificare l'assetto proprietario e il governo dell'impresa.



L'impresa che cresce

Nel periodo che va dal 1990 al 1999 il numero degli esercizi alberghieri italiani è diminuito del 7,8%. Contemporaneamente, è aumentato sia il numero delle camere (+ 2,3%) sia il numero dei letti (+ 5,35%). La dimensione media è passata da 26 a 28 camere per esercizio.

La riduzione del numero di alberghi ad una e due stelle è stata in parte determinata dalla tendenza al passaggio dalle categorie inferiori a quelle superiori.

L'offerta alberghiera in Italia

	1990	1998	1999
Alberghi			
5 stelle	0,3	0,3	0,3
4 stelle	4,7	7,5	7,7
3 stelle	26,1	38,3	38,5
2 stelle	32,0	30,2	30,0
1 stella	37,0	23,7	23,5
Camere			
5 stelle	1,1	1,0	1,1
4 stelle	13,8	18,7	19,0
3 stelle	38,9	48,0	48,4
2 stelle	27,4	21,4	21,1
1 stella	18,9	10,9	10,4
Posti letto			
5 stelle	1,1	1,1	1,0
4 stelle	13,8	19,1	19,4
3 stelle	40,3	49,4	49,8
2 stelle	26,6	20,2	19,8
1 stella	18,1	10,3	9,8

distribuzione percentuale

fonte: elaborazione su dati ISTAT

Gli alberghi a tre stelle rappresentano oggi oltre la metà dell'intera offerta alberghiera italiana.

Si registra, quindi, un continuo e progressivo miglioramento qualitativo dell'offerta alberghiera.

Ciò non significa, tuttavia, che la qualità si identifichi unicamente con gli esercizi di categoria superiore.

La qualità è, più correttamente, il rapporto tra prezzo, servizi offerti e livello dei servizi stessi.

Il mercato rivolge sia alla piccola locanda sia all'albergo di lusso una domanda di qualità, evidentemente diversa da caso a caso.

In questo senso, la domanda di qualità è strettamente connessa ad un'esigenza di trasparenza che non sempre risulta soddisfatta dagli attuali sistemi di classificazione basati sulle stelle.

L'impresa che cambia

L'offerta italiana di ospitalità si è articolata in imprese di differente dimensione economica ed organizzativa e si è dimostrata in grado di raccogliere e soddisfare pressoché ogni segmento della domanda turistica, dal turismo culturale a quello di svago, dal turismo montano e balneare a quello d'affari.

Il sistema italiano ricettivo, quindi, è un insieme strutturalmente vario e multiforme, in grado di accogliere e di promuovere l'efficienza di piccole, meno piccole e grandi aziende, con assetti proprietari e forme di gestione imprenditoriale tra loro assai differenti e con assai diversa specializzazione nella formulazione della propria offerta di ospitalità.

La multiforme articolazione strutturale del sistema può divenire un formidabile vantaggio competitivo, a condizione, che la ricchezza e la varietà dell'offerta alberghiera italiana si proponga al mercato interno ed internazionale, come un tutto integrato e coeso, capace di offrire servizi di alta qualità in ogni suo segmento ed in grado di corrispondere efficacemente ad ogni sfaccettatura della domanda turistica globale.

L'integrazione e la coesione del sistema alberghiero italiano corre, tuttavia, il rischio di sfibrarsi in una distruttiva competizione interna a ciascun segmento di offerta, che ridistribuisce, e non accresce, la quota di flussi turistici globali da soddisfare e che finisce per autoelidere, anziché valorizzare, la ricchezza e la varietà dell'offerta italiana di ospitalità.

La creazione e la diffusione sul mercato turistico globale di una immagine coerente ed articolata del turismo "made in italy" può molto contribuire a scongiurare quel rischio, assicurando alle diverse imprese italiane dell'ospitalità una sorta di "marchio" comune con il quale affrontare, oltre ogni diversità, la competizione internazionale e proponendo ai turisti "globali" l'intera gamma delle bellezze e delle ricchezze turistiche del paese e tutte le possibilità di goderne messe a loro disposizione dal sistema alberghiero nazionale.

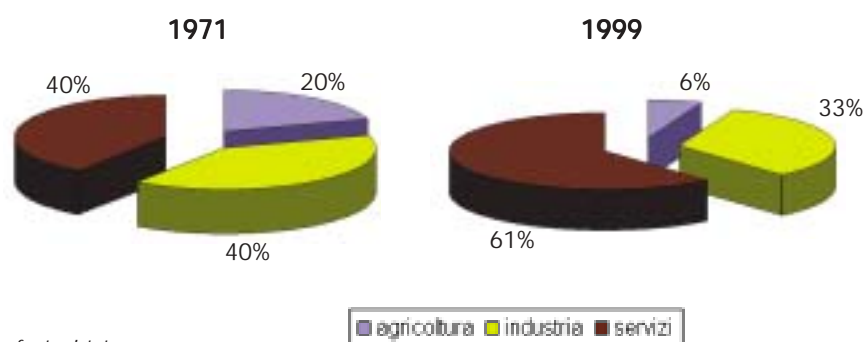


Nuova economia, vecchie categorie

Si deve al codice civile del 1942 la distinzione tra imprenditori che esercitano un'attività industriale e altre categorie di imprenditori.

L'importanza di chiamarsi Ernesto, ovvero l'interesse alla classificazione di una impresa nell'una o nell'altra categoria è correlata, principalmente, ai particolari regimi di agevolazione che le leggi accordano ai differenti settori economici.

La struttura dell'occupazione in Italia



fonte: Istat

Per decenni, la cosiddetta vocazione industriale dell'economia nazionale è stata il cavallo di battaglia della massima parte delle forze politiche, delle organizzazioni sindacali, della pubblica opinione.

L'intero corpus normativo italiano, nel campo lavoristico, previdenziale, delle agevolazioni, del credito, è stato conseguentemente modellato sulle caratteristiche della grande impresa industriale.

Pochi eletti hanno beneficiato di tutta una serie di privilegi i cui costi sono stati fatti ricadere sulla vasta platea dei contribuenti e dei piccoli e medi imprenditori.

Il disegno di un paese industrializzato a tappe forzate e per piani quinquennali può, oggi, considerarsi definitivamente tramontato.

Le conquiste della tecnica, la nuova economia, la rete, il turismo, i servizi in genere, ci conducono verso un mondo in cui la mera attività di trasformazione avrà un ruolo secondario e residuale.

Si tratta di un processo evolutivo che merita di essere accompagnato anche sul piano istituzionale, promuovendo e rafforzando la consapevolezza del ruolo primario che le attività un tempo classificate come terziarie esercitano all'interno dell'economia nazionale.

Stagionalità e turismo

Quasi il trenta per cento delle imprese alberghiere è attivo solo per una limitata parte dell'anno. Per queste imprese, i problemi tipici di tutto il sistema turistico italiano risultano amplificati e moltiplicati.

L'impresa stagionale pratica tariffe mediamente più basse rispetto al resto del mercato. Nel contempo, la concentrazione dell'attività in un limitato periodo dell'anno riduce il volume d'affari.

In altre parole, la stagionalità comprime la redditività delle imprese e, conseguentemente, scoraggia gli investimenti. Inoltre, il rallentamento dei tempi di rientro dell'investimento contribuisce ad aumentare la fragilità finanziaria dell'impresa. A ciò si aggiunge la difficoltà derivante dalla necessità di ammortizzare in pochi mesi un complesso di costi fissi che gravano sull'impresa per tutto il corso dell'anno.

Ulteriori problemi si registrano sul mercato del lavoro. Nel solo periodo estivo, prestano la propria opera oltre trecentomila lavoratori stagionali, ma molti di essi vivono nel settore un'esperienza episodica. Ne consegue la necessità di ripetere ad ogni stagione l'investimento formativo nei confronti del personale che cambia di continuo. Nel contempo, i lavoratori stagionali sono di fatto esclusi dal sistema dei finanziamenti pubblici per la formazione.

Occorre una maggiore consapevolezza dei problemi e dell'importanza di questa tipologia di imprese che - oltre a costituire uno dei principali strumenti di attrazione di valuta pregiata verso l'Italia - ha svolto e svolge un importante ruolo sociale nei confronti dei giovani e delle famiglie, offrendo al grande pubblico italiano la possibilità di accedere al mercato delle vacanze.

Occorrono soluzioni originali, che si muovano nella duplice direzione di incentivare il prolungamento delle fasi stagionali di attività e, allo stesso tempo, di ridurre gli oneri (gestionali, creditizi, tributari ed amministrativi) posti a carico delle imprese stagionali.



Le politiche

Le priorità della politica italiana per il turismo dovranno essere riorientate verso il miglioramento della sicurezza individuale e collettiva, verso l'ampliamento e l'ammodernamento delle dotazioni infrastrutturali e verso la semplificazione degli oneri legislativi e degli adempimenti amministrativi, allo scopo di consentire al sistema ed alle imprese del turismo italiano, di esprimere sul mercato turistico globale tutta la loro competitività.

I sostegni, gli incentivi ed il credito alle imprese italiane dell'ospitalità sono, per lo più, troppo scarsi e troppo rigidi per agevolare la coesione e l'integrazione del sistema italiano dell'ospitalità ed è necessario, perciò, rimodularne il volume ed i criteri di erogazione in modi che assicurino a ciascuna impresa alberghiera eguali possibilità di migliorare la struttura ricettiva ed i servizi offerti, di consolidare la sua specifica capacità economica e finanziaria di affrontare il mercato, di coltivare la sua peculiare vocazione a soddisfare l'uno o l'altro segmento della domanda globale di turismo.

L'Europa non può più rifiutarsi, nè a livello politico nè strategicamente, di dare al settore della nostra economia che evidenzia il maggiore tasso di crescita, il riconoscimento che merita grazie alla sua posizione economica e sociale.

Dal parere del Comitato Economico e Sociale in merito alla Comunicazione della Commissione Europea "Rafforzare il potenziale del Turismo per l'occupazione"

Un sistema dell'ospitalità integrato e coeso, per essere "globalmente" competitivo, anche richiede forti investimenti d'impresa nella professionalità del lavoro impiegato e nella innovazione delle tecnologie organizzative e di produzione utilizzate; per assecondare e promuovere questi investimenti è necessaria, ma non da sola sufficiente, la più accorta rimodulazione dei sostegni, degli incentivi e del credito alle aziende alberghiere.

La professionalità del lavoro e l'innovazione delle tecnologie nelle imprese italiane dell'ospitalità anche, e spesso soprattutto dipendono dalla semplicità e dalla duttilità delle norme legislative, amministrative e contrattuali che disciplinano l'impiego dell'uno e l'utilizzo delle altre.

La semplificazione e l'adattabilità dell'intero sistema di regolazione dell'attività alberghiera e del lavoro negli alberghi sono, quindi, fattori strategicamente decisivi tanto per la integrazione e per la coesione del sistema italiano dell'ospitalità, quanto per valorizzarne la complessiva capacità di competere con successo sul mercato globale del turismo.

Chi siamo

Federalberghi da oltre cento anni è l'organizzazione nazionale maggiormente rappresentativa degli albergatori italiani.

La federazione **rappresenta le esigenze e le proposte** delle imprese alberghiere nei confronti delle istituzioni e delle organizzazioni politiche, economiche e sindacali.

Aderiscono a Federalberghi **126 Associazioni Territoriali**, raggruppate in **19 Unioni Regionali**, e **3 Sindacati Nazionali** (Sindacato Grandi Alberghi, Sindacato Villaggi Turistici, Associazione Alberghi per la Gioventù).

In seno a Federalberghi sono istituiti **4 Comitati Nazionali** (Mezzogiorno, Attività Stagionali, Piccola Impresa, Giovani Albergatori).

Presidente di Federalberghi è **Bernabò Bocca**. Il Direttore Generale è **Alessandro Cianella**.

Federalberghi aderisce dal 1950 a **Confcommercio** ove, insieme alle principali federazioni di categoria che operano nel Turismo, ha dato vita nel 1999 a **Confiturismo**, l'organizzazione di rappresentanza imprenditoriale di settore.

Federalberghi è socio fondatore di **Hotrec**, la Confederazione Europea degli imprenditori del settore alberghiero e della ristorazione.

Federalberghi è socio fondatore dell'**Ente Bilaterale Nazionale del Turismo**, l'organismo paritetico per la formazione costituito insieme alle altre organizzazioni sindacali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative.

Turismo d'Italia è la rivista mensile di Federalberghi. **Faiat Flash** è la news letter quindicinale diretta ai quadri direttivi delle associazioni aderenti ed ai giovani albergatori.

FAIAT service srl è il braccio operativo di Federalberghi.



Sistema organizzativo

PIEMONTE

UNIONE REGIONALE ASSOCIAZIONI PIEMONTESI ALBERGATORI

Associazione Albergatori e Ristoratori Albesi
Associazione Provinciale Albergatori Alessandria
Associazione Albergatori Cuneo
Associazione Albergatori Provincia Novara
Federalberghi Torino
Associazione Albergatori della Provincia Vercelli

VALLE D'AOSTA

Associazione degli Albergatori della Valle d'Aosta

LOMBARDIA

FEDERALBERGHI LOMBARDIA

Gruppo Esercenti Alberghi Bergamo
Associazione Bresciana Albergatori
Associazione Albergatori del Lago di Como
Gruppo Provinciale Albergatori Cremona
Associazione Alberghi e Pubblici Esercizi Lecco
Associazione Albergatori della Provincia Lodi
Associazione Provinciale Albergatori Milano
Associazione Albergatori della Provincia Pavia
Associazione Albergatori della Provincia Sondrio
Associazione Albergatori della Provincia Varese

TRENTINO ALTO ADIGE

Unione Albergatori e Pubblici Esercenti Alto Adige
Associazione Albergatori Provincia di Trento

VENETO

FEDERALBERGHI VENETO

Associazione Albergatori Termali Abano
Sindacato Provinciale Alberghi e Turismo Belluno
Associazione Bibionese Albergatori
Associazione Albergatori Caorle
Associazione Albergatori di Cortina d'Ampezzo
Associazione Albergatori Eraclea Mare
Unione Gardesana Albergatori Veronesi
Associazione Jesolana Albergatori
Associazione Albergatori Termali Montegrotto
Sindacato Provinciale Albergatori Padova
Gruppo Albergatori di Portogruaro
Associazione Albergatori Sottomarina Lido
Gruppo Provinciale Albergatori Treviso
Associazione Veneziana Albergatori
Associazione Albergatori di Verona e Provincia
Sindacato Provinciale Albergatori Vicenza

FRIULI VENEZIA GIULIA

UNIONE REGIONALE ALBERGATORI FRIULANI E GIULIANI

Gruppo Provinciale Albergatori Pordenone
Associazione degli Albergatori Trieste
Associazione Commercio Turismo e Servizi Udine

LIGURIA

UNIONE REGIONALE LIGURE ALBERGATORI E TURISMO

Associazione Albergatori di Genova
Federalberghi Imperia
Associazione Albergatori Provincia La Spezia
Unione dei Gruppi Albergatori del Levante
Federalberghi Savona

EMILIA ROMAGNA

UNIONE EMILIANO ROMAGNOLA ALBERGATORI

Associazione Albergatori Bellaria - Igea Marina
Associazione Provinciale Albergatori Bologna
Associazione Albergatori Castrocaro Terme
Associazione Albergatori di Cattolica
Associazione degli Albergatori Cesenatico
Sindacato Provinciale Albergatori Ferrara
Faiat Forlì
Associazione Albergatori Gatteo a Mare
Associazione Albergatori Misano Adriatico
Sindacato Albergatori Modena
Associazione Albergatori Parma
Sindacato Prov.le Alberghi e Locande Piacenza
Sindacato Comunale Albergatori Ravenna
Associazione Albergatori Riccione
Associazione Italiana Albergatori Rimini
Associazione Albergatori Salsomaggiore e Tabiano

MARCHE

UNIONE REGIONALE ASSOCIAZIONI ALBERGHI E TURISMO

Unione Provinciale Albergatori Ancona
Sindacato Provinciale Albergatori Ascoli Piceno
Associazione Provinciale Albergatori Macerata
Unione Prov.le Associazioni Albergatori Pesaro e Urbino
Associazione Alberghi e Turismo Senigallia

TOSCANA

UNIONE REGIONALE ALBERGATORI TOSCANI

Associazione Albergatori Chianciano
Associazione Imprese Alberghiere Firenze
Associazione Albergatori Forte dei Marmi
Associazione Provinciale Albergatori Grosseto
Associazione Albergatori ed Operatori Turistici Elbani
Associazione Albergatori Lido di Camaiore
Sindacato Albergatori Livorno



Sistema organizzativo

Sindacato Provinciale Albergatori Lucca
 Associazione Albergatori Marina di Pietrasanta
 Associazione Albergatori Massa
 Associazione Provinciale Albergatori Montecatini
 Associazione Provinciale Pisana Albergatori
 Associazione Albergatori di Pistoia e Montagna Pistoiese
 Associazione Albergatori San Vincenzo
 Associazione Senese Albergatori
 Associazione Albergatori Viareggio

UMBRIA

UNIONE REGIONALE
 ALBERGATORI UMBRI

Associazione Albergatori Perugia
 Associazione Provinciale Albergatori Terni
 Gruppo Albergatori Terni

LAZIO

ASSOCIAZIONE GENERALE LAZIALE
 ALBERGHI E TURISMO

Associazione Albergatori di Fuggi
 Associazione Provinciale Latina Albergatori
 Associazione Provinciale Romana Albergatori
 Associazione Albergatori Riviera di Ulisse - Terracina

ABRUZZO

FEDERALBERGHI ABRUZZO

Associazione Provinciale Albergatori Chieti
 Associazione Provinciale Albergatori L'Aquila
 Associazione Provinciale Albergatori Pescara
 Sindacato Provinciale Albergatori Teramo

MOLISE

Associazione Provinciale Albergatori Campobasso

CAMPANIA

UNIONE REGIONALE
 CAMPANA ALBERGATORI

Associazione Irpina Albergatori - Avellino
 Associazione Albergatori Sanniti - Benevento
 Associazione degli Albergatori Capresi
 Associazione Albergatori Caserta
 Associazione Ischitana Albergatori
 Associazione Massese Albergatori - Massa Lubrense
 Associazione degli Albergatori Napoletani
 Associazione Albergatori Palinuro
 Associazione Albergatori Pompeiani - Pompei
 Albergatori Flegrei Associazione Turistica - Pozzuoli
 Associazione Provinciale Albergatori Salerno
 Unione Penisola Sorrentina Albergatori

PUGLIA

UNIONE REGIONALE
 ASSOCIAZIONI ALBERGATORI PUGLIESI

Associazione Albergatori Baresi
 Sindacato Provinciale Albergatori e Turismo Brindisi
 Associazione Provinciale Albergatori Foggia
 Sindacato Provinciale Albergatori Lecce
 Sindacato Provinciale Albergatori Taranto

CALABRIA

UNIONE REGIONALE
 ALBERGATORI CALABRESI

Sindacato Provinciale Albergatori Catanzaro
 Sindacato Provinciale Albergatori Cosenza
 Associazione Albergatori della Provincia Crotone
 Associazione Provinciale Albergatori Reggio Calabria
 Sindacato FAIAT della Provincia Vibo Valentia

SICILIA

UNIONE REGIONALE
 ALBERGATORI SICILIANI

Associazione Provinciale Albergatori Catania
 Associazione Albergatori Giardini Naxos
 Federalberghi delle Isole Eolie
 Associazione Italiana Albergatori Messina
 Associazione Albergatori Provincia Palermo
 Associazione Albergatori Ragusa
 Associazione Provinciale Albergatori Siracusa
 Associazione Taorminese Albergatori

SARDEGNA

UNIONE REGIONALE
 ALBERGATORI SARDEGNA

Associazione Provinciale Albergatori Cagliari
 Associazione Albergatori Nuoro
 Sindacato Albergatori della Provincia Oristano
 Associazione Provinciale Albergatori Sassari

SINDACATI NAZIONALI

SIGA
 Sindacato Italiano Grandi Albergatori

AIG
 Associazione Italiana Albergatori per la Gioventù

SINAVIT
 Sindacato Nazionale Villaggi Turistici

Le pubblicazioni di Federalberghi

Il centro studi di Federalberghi cura la elaborazione di analisi, indagini e ricerche sui temi di principale interesse per la categoria.

1993

Per una politica del turismo
Quale futuro per l'impresa alberghiera

1994

Il finanziamento delle attività turistiche

1995

La prevenzione incendi: come gestire la sicurezza
Il Turismo nelle politiche strutturali dell'Unione Europea

1996

La prevenzione incendi: il registro dei controlli

1997

Diritti d'autore ed imposta spettacoli
La qualità e la certificazione ISO 9000 nell'azienda alberghiera

1998

Il collocamento obbligatorio nella giurisprudenza e nella prassi
Manuale di corretta prassi igienica per la ristorazione

1999

Primo rapporto sul sistema alberghiero in Italia
La flessibilità del mercato del lavoro

2000

Il codice del lavoro nel turismo
Osservatorio sulla fiscalità locale
Il Turismo lavora per l'Italia
Norme per il soggiorno degli stranieri
Secondo rapporto sul sistema alberghiero in Italia

2001

Le stagioni dello sviluppo
Il nuovo collocamento dei disabili



federalberghi 

FEDERALBERGHI
via Toscana, 1
00187 Roma
telefono 0642741151
telex 0642871197
info@federalberghi.it



edizioni ISTA
istituto internazionale di studi e documentazione
turistico alberghiera "Giovanni Colombo"

Roma, febbraio 2001

testi e grafica a cura di Federalberghi
fotografie PhotoDisc Inc.
stampa GI Grafica Internazionale - CSC Roma

La realizzazione di questo volume è stata possibile anche grazie ai contributi di
Emilio Becheri, Federica Bonafaccia, Angelo Giuseppe Candido, Lorenzo Canova, Mirella
Cerato, Alessandro Cianella, Alfonso Cilento, Emilio La Serra, Noemi Moauro, Alessandro
Massimo Nucara, Maurizio Perez, Alberto Piccardo, Marco Ruffino, Giampiero Sambucini.