

## SPECIALE FORUM

**TAVOLA ROTONDA:** **Mettere a sistema e promuovere le eccellenze: l'importanza del microcredito per le attività del turismo**

**COORDINATORE:** **Roberto Rocca** - Mibact, Dirigente Generale

**PARTECIPANTI:** **Antonio Celant** - Uninettuno University, Professore di Economia del Turismo  
**Marco Brogna** - Università La Sapienza, Professore di Geografia e Pianificazione Turistica  
**Alberto Corti** - Confcommercio, Responsabile Turismo

**TESTIMONIANZA:** **Lisa Petersen** - BelongItaly, Direttore

**Sintesi**

Con circa 660mila imprese censite, pari all'11 per cento di tutte le imprese italiane, il settore turistico allargato produce il 13,4% del PIL nazionale e dà lavoro a circa 2,5 milioni di persone, una quota di occupati tra le più elevate in Europa.

Bastano questi pochi dati (a prescindere dall'esattezza delle rilevazioni e del monitoraggio) per evidenziare come il turismo rappresenti una delle principali attività economiche del nostro Paese, se non la più importante in assoluto, ed un fattore sempre più fondamentale nella vita di milioni di persone che viaggiano per motivi privati o professionali.

Il turismo è anche un importante veicolo per rafforzare la nostra immagine nel mondo, diffondere i nostri valori e promuovere l'interesse per il nostro modello di vita, che è il risultato di secoli di scambi culturali, di diversità linguistica e di creatività

In questa ottica dal dibattito è emersa con forza la necessità che diventa fondamentale e necessario posizionarsi con un'offerta di sistema che privilegi l'eccellenza; in particolare devono essere evidenziati alcuni aspetti:

La creazione delle eccellenze, molto spesso già presenti, in realtà per il nostro paese è soprattutto certificazione e comunicazione- da qui l'importanza di certificare e comunicare l'eccellenza di prodotti e di servizi offerti sul territorio (es. marchio di qualità (Qi)

L'esaltazione del turismo come disciplina delle diversità diviene fondamentale in aggiunta e a completare un'offerta di sistema che parte necessariamente e giustamente dalle nostre inimitabili

peculiarità territoriali, artistiche, ambientali, enogastronomiche e culturali.

L'individuazione di nuovi metodi di promozione, mirati e differenti rispetto al passato si coniuga con la necessità di supportare le nuove iniziative, attivando vetrine dell'offerta di sistema del territorio e delle sue eccellenze

L'importanza delle piccole e delle micro imprese che possono ridefinire, creare e offrire servizi turistici di eccellenza e che devono quindi essere messe in grado di inserirsi nell'offerta complessiva di sistema

Il settore presenta un quadro imprenditoriale alquanto variegato:

imprese dell'ospitalità (alberghi e ristoranti);

imprese di servizi (agenzie di viaggio);

imprese di trasporto (bus operator);

imprese per il tempo libero e lo svago (locali notturni e pubblici, parchi giochi);

imprese per lo sport (gestione di impianti sportivi e di servizi);  
 imprese per il turismo balneare (stabilimenti) e per quello di montagna;  
 imprese per il turismo culturale (gestione di musei, gallerie e servizi connessi);  
 imprese per il turismo congressuale e di affari (organizzazione e gestione dei congressi e sale congressuali, servizi per il turismo d'affari, ecc.).

In tutta questa galassia di imprese, la dimensione aziendale piccola e micro rappresenta una caratteristica comune: circa il 90% delle aziende, infatti, sono ditte individuali o società di persone.

Il nostro settore turistico, tuttavia come detto, necessita di specifiche azioni in grado di migliorarne la competitività. Si tratta, in particolare, di: migliorare i servizi offerti ed i relativi standard qualitativi; ampliare l'offerta turistica, anche in termini geografici; valorizzare le caratteristiche ambientali, paesaggistiche, storiche, culturali, gastronomiche locali; destagionalizzare l'offerta turistica; valorizzare il forte brand ed il valore percepito all'estero.

In sostanza, per sfruttare ulteriormente il proprio potenziale di crescita, il turismo italiano deve ripensarsi in termini di struttura, organizzazione e programmi, sviluppando nuovi servizi per i visitatori, reinventando e rinnovando i propri prodotti turistici e promuovendo l'innovazione.

Per i prossimi anni si prevede una forte crescita del mercato turistico internazionale in Europa e nel Mediterraneo, con una ascesa interessante per i consumi di tipo culturale e ambientale, ben presenti nelle Regioni del Mezzogiorno. La concorrenzialità sarà tanto più alta là dove sarà possibile puntare su mercati turistici di più elevata qualità e che prospettino una maggiore distribuzione della vacanza lungo tutto l'arco dell'anno. Preservare e sostenere il sistema imprenditoriale è una priorità per lo sviluppo del Paese, tenendo conto che anche nel settore turistico il tessuto produttivo – e le micro-imprese in particolare – si muove su un terreno molto accidentato, caratterizzato dal forte aumento dei fallimenti registrati negli ultimi anni: si tratta quasi sempre di imprese travolte dal restringimento dei canali di finanziamento e di credito, impossibilitate a fare fronte ai propri impegni, talvolta anche con una elevata carica innovativa, ma prive di mezzi liquidi per poter fronteggiare spese ordinarie ed investimenti.

L'uscita dalla recessione comporta la necessità di investire in innovazione a tutto campo, ma soprattutto di sostenere quel vasto numero di imprese di piccole e piccolissime dimensioni che costituiscono, come detto, il 90% del sistema turistico italiano.

Negli ultimi anni, il numero di imprese che ha ricercato forme di finanziamento presso il sistema bancario o tramite altra modalità è sensibilmente aumentato (segno evidente di una necessità forte di mezzi liquidi che vadano oltre l'autofinanziamento) ma, parallelamente, i casi di effettivo ottenimento del credito si sono notevolmente ridotti, specie in ambito bancario.

I dati hanno chiaramente delineato una situazione in cui occorre superare la fase di credit crunch anche con strumenti diversi, che spaziano dal maggiore ricorso a strutture e reti di garanzia, fino ad interventi più mirati, come il microcredito, sia per le aziende di piccole dimensioni in difficoltà sia per favorire la creazione di start up, soprattutto da parte di giovani.

In fasi di crisi strutturali come quella che il Paese ha attraversato in questi anni, il microcredito rappresenta quindi uno strumento di welfare particolarmente efficace, per l'effetto moltiplicativo che determina sugli investimenti della microimpresa, per il senso di responsabilità che suscita nel percettore del prestito, nonché per le nuove attività economiche ed i nuovi contribuenti che genera nella società restringendo la platea del welfare assistenziale.

La tavola rotonda si è conclusa andando a sottolineare alcune priorità nell'azione complessiva di sistema di offerta.

In particolare sono state citate come necessarie e innovative alcune peculiarità che

## SPECIALE FORUM

il turismo richiede come necessarie per rispondere alla sfida globale del mercato, e cioè la necessità di individuare nuove forme di promozione all'estero che superino il modello obsoleto oggi proposto dal nostro paese, la creazione e il sostegno a nuove vetrine reali e virtuali di proposta delle eccellenze e l'aiuto anche istituzionale nel passaggio dalla «promozione di comunicazione» alla «promozione di relazione».

### **TITOLO DEL WORKSHOP: Fondi Di Investimento Per La Microfinanza**

**COORDINATORE:** **Cinzia Bonfrisco** - Commissione per la vigilanza sulla Cassa Depositi e Prestiti, Presidente

**DISCUSSANTS:** **Bernardo Bini Smaghi** - Business Development Cassa Depositi e Prestiti, Responsabile  
**Paolo Nicoletti** - Etimos, Vice Presidente  
**Giulio Santagata** - Nomisma SpA, Consigliere Delegato  
**Gianfranco Verzaro** - MEFOP, Consigliere di Amministrazione

La Presidente Bonfrisco introduce i lavori sottolineando che in questo workshop saranno ascoltati gli operatori dei grandi investimenti che si misureranno con la realtà della microfinanza. In altri Paesi la microfinanza è una realtà che costituisce un mercato importantissimo; anche in Italia è così, ma ci manca probabilmente un quadro normativo che aiuti a far emergere gli operatori di un settore che attribuisce un'importanza fondamentale alla persona come membro di una comunità. All'interno di queste comunità, l'offerta di un servizio, anche finanziario, deve essere sempre più profilata.

L'avv. Verzaro, in qualità di rappresentante del mondo dei fondi pensione e delle casse professionali, afferma che, dopo una serie di riforme che hanno reso sostenibile il peso di un sistema pensionistico che era arrivato a livelli non coerenti con le disponibilità delle varie casse di previdenza, occorre fare in modo che tale sistema sia adeguato alle

