



Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden
Uffizi per economia e turissem dal Grischun
Ufficio dell'economia e del turismo dei Grigioni

Strutture concorrenziali e ripartizione dei compiti nel turismo grigionese

Stato dell'attuazione – Maggio 2011

(Riassunto)

Coira, 30 maggio 2011

Indice

1. PANORAMICA SULLA RIFORMA DEL TURISMO	3
2. LEGGE SULLE TASSE TURISTICHE (LTT).....	4
3. PANORAMICA DELLA COSTITUZIONE DELLE DESTINAZIONI	8
4. LE MISURE DI ACCOMPAGNAMENTO.....	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 mio. di franchi (nel caso ideale 7 mio. di franchi) e una capacità di letti che consenta di raggiungere ogni anno circa 2 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. Con il termine "regionale" si intende distinguerle, per quanto riguarda l'organizzazione e i compiti, inclusi i mezzi di marketing a libera disposizione, dagli attuali enti turistici locali.

1. Panoramica sulla riforma del turismo

La riforma del turismo grigionese pone le basi affinché i Grigioni arrestino la lunga tendenza al ribasso in ambito turistico e possano beneficiare del potenziale di crescita del turismo internazionale. Con la costituzione di poche ma efficienti destinazioni, lo sviluppo di prodotti in grado di sostenere il mercato e una chiara ripartizione dei compiti sono stati raggiunti importanti obiettivi. L'adeguamento del sistema di finanziamento è l'ultimo passo.

Nel 2006 il Gran Consiglio ha approvato un credito di garanzia di 18 mio. di franchi a favore della riforma del turismo grigionese. Il più grande e importante progetto di riforma del turismo mai attuato nei Grigioni si concluderà alla fine del 2012. Nell'estate 2011 il Gran Consiglio discuterà la legge sulle tasse turistiche. In questo modo si vuole creare una nuova base di finanziamento per il turismo grigionese.

Le nuove organizzazioni turistiche dei Grigioni sono diventate più grandi, più professionali e più efficienti. Dalle oltre 90 organizzazioni turistiche, perlopiù locali, di un tempo sono nate fino a oggi 15 organizzazioni sovracomunali di gestione delle destinazioni (OGD) e organizzazioni turistiche regionali (OTReg), che offrono nuovi prodotti attraverso nuovi canali quali internet o agenzie viaggi. Mentre le OGD e le OTReg operano prevalentemente sui loro mercati principali, Grigioni Vacanze elabora i mercati in fase di sviluppo e i mercati futuri.

Oltre al sostegno finanziario alla costituzione delle destinazioni, le misure di accompagnamento hanno agevolato i cambiamenti e creato condizioni quadro ottimali. Di queste fanno parte la creazione di una piattaforma turistica elettronica dei Grigioni, l'attuazione di una strategia per il turismo in sintonia con la natura e la cultura, l'introduzione di un sistema di gestione e monitoraggio (BSC), il chiarimento della gerarchia dei marchi e il consolidamento del marchio regionale graubünden, nonché la graduale attuazione di un'offensiva di qualità per i Grigioni.

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

2007/2009/2011 La Confederazione (SECO/Innotour) concede in totale 2,36 mio. di franchi per la riforma del turismo grigionese, per la piattaforma turistica elettronica dei Grigioni, nonché per l'offensiva di qualità

2008 Incontri informativi regionali relativi alla creazione di destinazioni e alla prevista nuova concezione del finanziamento del turismo

2009/2010 Procedura di consultazione relativa a due varianti di finanziamento

2010/2011 Elaborazione di legge e messaggio

Estate 2011 Dibattito in Gran Consiglio sul messaggio relativo alla legge sulle tasse turistiche

2. Legge sulle tasse turistiche (LTT)

La nuova impostazione del finanziamento del turismo costituisce un elemento fondamentale della riforma del turismo grigionese. La legge sulle tasse turistiche consolida le nuove OGD e OTReg in tutte le regioni del Cantone e sostituisce le circa 120 diverse leggi comunali che prevedono tasse di soggiorno e di promozione turistica. Oltre alla capacità di creare valore aggiunto turistico di un'impresa, la tassa si orienta anche alla dipendenza dal turismo del settore e della regione, nonché alle dimensioni dell'azienda.

La legge sulle tasse turistiche (LTT) reca tre cambiamenti fondamentali rispetto all'attuale finanziamento del turismo:

1. Per tutti gli alloggiatori non viene più tassata la frequenza (pernottamenti), bensì la capacità (numero di camere per gli alberghi o metri quadrati di superficie abitabile netta per le abitazioni di vacanza).
2. Le circa 120 leggi comunali sulle tasse di soggiorno (TS) e di promozione turistica (TPT) vengono sostituite da un'unica tassa. Questa tassa è graduata in funzione del settore e della regione e viene fissata dai comuni in accordo con l'organizzazione turistica.
3. La tassa non riguarda più soltanto singole imprese e singoli proprietari di abitazioni di vacanza, bensì tutti coloro che direttamente o indirettamente beneficiano del turismo.

La legge sulle tasse turistiche in breve

La legge sulle tasse turistiche sostituisce tutte le leggi sulle tasse turistiche e le leggi sulle tasse di promozione turistica comunali. Essa vale in tutti i comuni del Cantone, ma l'ammontare della tassa può essere stabilito dai comuni insieme all'organizzazione turistica. La tassa viene versata da tutte le aziende che, direttamente o indirettamente, beneficiano del turismo. Vengono considerati il valore aggiunto turistico di un'azienda, la dipendenza dal turismo della regione e del settore, nonché le dimensioni dell'azienda. Gli alloggiatori e i proprietari di residenze secondarie versano, invece di una tassa di soggiorno o di una forfetaria, una tassa per ogni camera, rispettivamente una tassa calcolata in base ai metri quadrati di superficie abitabile netta.

Sul sito www.tourismusabgabe.ch è possibile calcolare le tasse per le aziende e per i proprietari di abitazioni di vacanza in ogni comune (esclusi eventuali supplementi o riduzioni).

Rafforzare le regioni, semplificare l'esecuzione

L'ospite si muove in spazi nei quali fare esperienza, cerca prodotti interessanti e marchi turistici. In queste condizioni, la commercializzazione e lo sviluppo di un'offerta turistica all'interno di un unico comune non è più al passo coi tempi. Con poche ed efficienti OGD e OTReg al posto delle oltre 90 organizzazioni turistiche locali di un tempo, nel corso della riforma del turismo grigionese tutte le regioni hanno snellito le strutture, suddiviso i compiti secondo nuovi criteri e orientato il marketing alla conquista di nuovi ospiti. La nuova tassa turistica si adegua a queste nuove esigenze delle strutture turistiche regionali. Attraverso la sostituzione delle tasse di soggiorno e di promozione turistica comunali oggi riscosse, viene

rafforzata l'idea di regione e la ripartizione dei compiti viene garantita da un solido finanziamento in tutte le regioni del Cantone. In questo modo è possibile utilizzare i mezzi per lo sviluppo turistico e per il marketing, viene semplificata l'esecuzione e viene eliminata la distorsione della concorrenza all'interno del Cantone provocata dalle attuali tasse di promozione turistica per imprenditori confrontati con oneri differenti.

Sostituzione della tassa di soggiorno

Presso gli alloggiatori viene meno il versamento di una tassa di soggiorno o di una forfetaria. Queste vengono sostituite da un contributo basato sul numero di camere (alberghi) o sulla superficie abitabile netta (abitazioni di vacanza). Con il tributo basato sulla capacità richiesto ad alberghi, altri alloggiatori (campeggi / ostelli per la gioventù / alloggi per gruppi) e gestori di case di vacanza, i «letti freddi» vengono trattati allo stesso modo dei «letti caldi», cosicché affittare sarà vantaggioso soprattutto per i proprietari di case di vacanza.

Tasse secondo il beneficio turistico

La legge sulle tasse turistiche vale in tutto il Cantone e la tassa viene riscossa presso tutte le aziende, gli alloggiatori e i proprietari di abitazioni di vacanza che traggono un beneficio diretto o indiretto dal turismo. Per le aziende l'ammontare viene calcolato secondo il valore aggiunto diretto e indiretto generato dal turismo. Nei settori che conseguono quote importanti della loro cifra d'affari grazie al turismo, il valore aggiunto sarà naturalmente superiore a quello nei settori in cui questa quota è più bassa. L'ammontare della tassa turistica viene graduato sia a seconda del settore, sia a seconda della regione. Questo significa che le aliquote contributive in comuni ad alta intensità turistica saranno superiori rispetto a quelle in comuni meno dipendenti dal turismo e che i settori meno dipendenti dal turismo subiranno un carico inferiore rispetto a quelli maggiormente dipendenti da esso. La tassa consiste in una forfetaria di base di 150 franchi e in una parte variabile calcolata per le aziende sull'intera massa salariale AVS dell'azienda e per gli esercizi ricettivi, in aggiunta, sulla capacità.



Per i contribuenti, la tassa turistica risulta composta dalle seguenti parti:

- ❶ Forfetaria di base e tassa basata sulla massa salariale AVS
- ❷ Forfetaria di base e tassa basata sulla massa salariale AVS, nonché sulla capacità di alloggio
- ❸ Forfetaria di base e tassa basata sulla superficie abitabile netta (metri quadrati)

L'autonomia comunale viene mantenuta

La destinazione Engadin St. Moritz dispone di una soluzione di finanziamento a livello di circolo con tasse di soggiorno e di promozione turistica nei comuni, a Davos Klosters e a Flims Laax sono in vigore soluzioni di finanziamento sovracomunali. La maggior parte delle altre OGD e OTReg ha sì riformato le proprie strutture, ma ha risolto la soluzione del finanziamento solo temporaneamente e si basa sulle attuali leggi comunali. Esse attendono la legge sulle tasse turistiche del Cantone, che, se accettata dal Gran Consiglio nella sessione di agosto 2011, potrebbe entrare in vigore nel 2013. La procedura di consultazione conclusasi a fine marzo 2010 in merito ai due progetti di legge presentati dal Dipartimento dell'economia pubblica e socialità ha evidenziato che nei Grigioni viene accolto con favore un finanziamento del turismo a copertura dell'intero territorio. È stata però anche auspicata maggiore considerazione per le esigenze regionali e l'autonomia comunale.

Poiché i compiti turistici vengono di preferenza risolti a livello regionale, i comuni di una regione turistica hanno un ruolo importante nell'attuazione. Con un supplemento sulla tassa turistica semplice devono poter essere soddisfatte le esigenze locali di comuni (in particolare nel settore delle infrastrutture), come pure di organizzazioni turistiche (p.es. carte per gli ospiti, offerte all inclusive, allestimento dei prodotti, marketing, ecc.). Il supplemento fissato individualmente da ogni comune considera quindi la necessità di mezzi dell'OGD o dell'OTReg, si basa sulla strategia della regione turistica e include esigenze comunali ulteriori.

La LTT prevede che i comuni all'interno di una regione turistica si accordino riguardo alla necessità di mezzi e che stipolino un accordo con un'organizzazione di destinazione. In questo modo, la destinazione sovracomunale viene ancorata a livello legislativo. Il Cantone fissa la tassa turistica semplice (100 per cento). I comuni possono stabilire un supplemento o una riduzione a seconda delle loro esigenze. La riduzione massima all'interno di una regione turistica può raggiungere il 50 per cento della tassa turistica semplice. A determinate condizioni il singolo comune può decidere una riduzione maggiore. Inoltre, l'esecuzione della tassa turistica avviene da parte dei comuni. I mezzi che i comuni riscuotono in una regione turistica attraverso la tassa turistica vengono impiegati esclusivamente nella medesima regione per il marketing interaziendale e per lo sviluppo.

Confronto dei ricavi

Proventi dal finanziamento del turismo (in mio. di franchi)	2009/2010	dal 2013
	<i>TS/TPT</i> ¹⁾ <i>Forfetarie</i>	<i>LTT</i> ^{*2)}
Commercio e artigianato, agricoltura	5,2	8,7
Esercizi ricettivi	23,9	23,4
Abitazioni di vacanza e residenze secondarie	28,9	31,4
Totale	58,0	63,5

* senza eventuali supplementi o riduzioni dei comuni

1) Fonte: inchiesta tra i comuni, UET 2011

2) Fonte: calcolo su modello relativo alla tassa turistica, UET 2011

Più mezzi per il mercato

Secondo il calcolo su modello, la tassa turistica semplice (senza supplementi o riduzioni dei comuni) genererà annualmente ca. 63,5 mio. di franchi, ovvero ca. 5,5 mio. di franchi in più per lo sviluppo del turismo e il marketing. Le ca. 40'000 abitazioni di vacanza e residenze secondarie vi contribuiscono con ca. 31,4 mio. di franchi, i circa 1'000 esercizi ricettivi con 23,4 mio. di franchi e le circa 10'000 aziende commerciali e artigianali, nonché l'agricoltura con 8,7 mio. di franchi. Inoltre, concentrandosi su poche ed efficienti organizzazioni turistiche, i costi amministrativi risparmiati potranno in futuro essere impiegati per l'elaborazione del mercato e la conquista di nuovi ospiti. Nella LTT sono state stralciate la definizione originariamente prevista di "regioni che forniscono prestazioni preliminari" e la parziale assegnazione di fondi da queste regioni per progetti turistici di interesse sovraregionale. In cambio, sulla base della legge sulla promozione dello sviluppo economico dovranno poter essere concessi annualmente sussidi per ca. 4 mio. di franchi a favore di progetti di marketing che coinvolgono diverse destinazioni. Il Gran Consiglio fissa il sussidio nel quadro del preventivo cantonale annuale.

Pietre miliari

2009/2010 Procedura di consultazione con due varianti, successivamente elaborazione della LTT

Estate 2011 Dibattito sul messaggio in Gran Consiglio

2011/2012 Eventuale referendum facoltativo e votazione

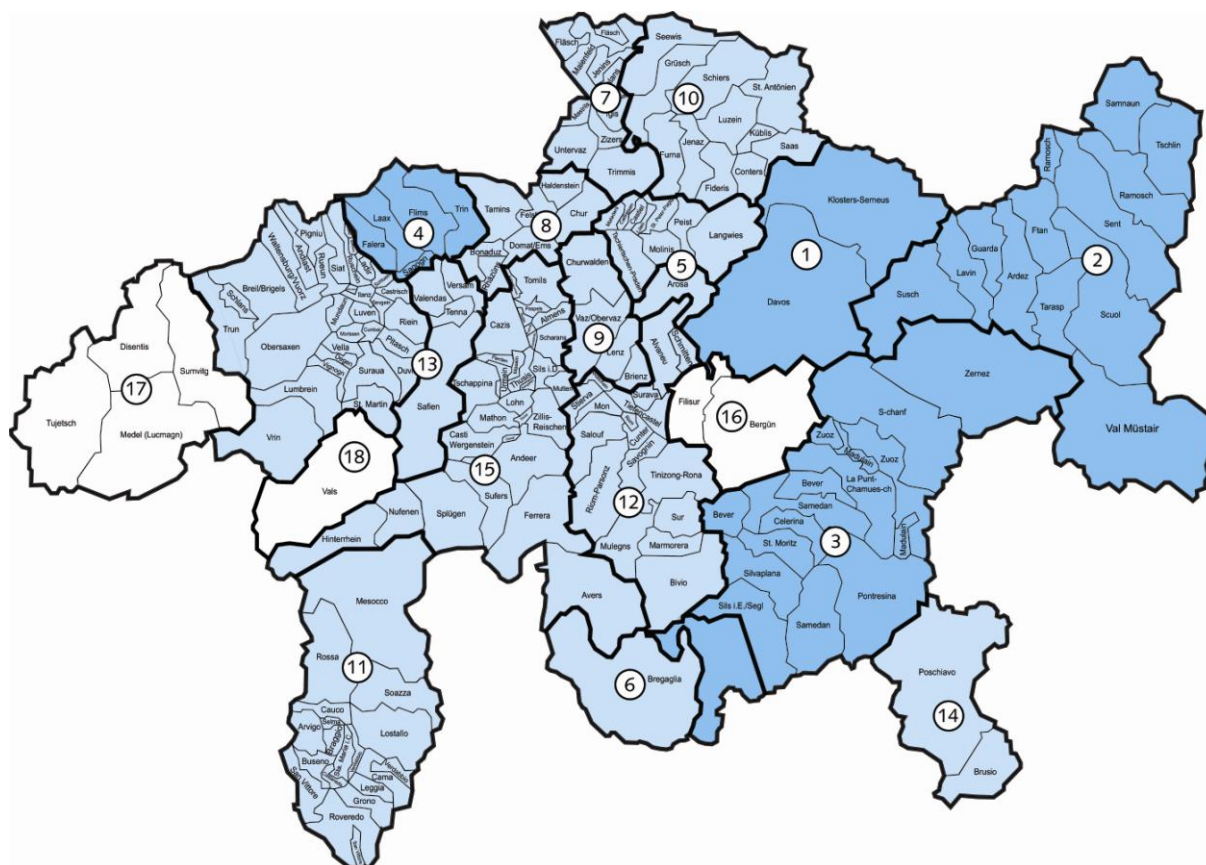
2011/2012 Elaborazione dell'ordinanza

2013 Prevista entrata in vigore

3. Panoramica della costituzione delle destinazioni

Nel corso della riforma turistica, in tutte le regioni del Cantone dei Grigioni sono state esaminate le strutture turistiche e dalle oltre 90 organizzazioni turistiche perlopiù locali sono nate organizzazioni sovracomunali.

La chiara ripartizione dei compiti, lo snellimento di strutture, l'orientamento del marketing alla conquista di nuovi ospiti e un finanziamento sicuro rafforzano i Grigioni nella concorrenza internazionale. A maggio 2011 i Grigioni contano 4 organizzazioni di gestione delle destinazioni (OGD), 11 organizzazioni turistiche regionali (OTReg) e 3 organizzazioni turistiche locali.



Stato maggio 2011

Organizzazioni di gestione delle destinazioni (OGD)

- 1 Davos Klosters
- 2 Engadin Scuol Samnaun
- 3 Engadin St. Moritz
- 4 Flims Laax

- 10 Prettigovia
- 11 San Bernardino, Mesolcina/Calanca
- 12 Savognin
- 13 Surselva (incl. Valle di Safien)
- 14 Valposchiavo
- 15 Viamala

Organizzazioni turistiche regionali (OTReg)

- 5 Arosa (incl. Schanfigg)
- 6 Bregaglia Engadin
- 7 Bündner Herrschaft
- 8 Coira
- 9 Lenzerheide

Organizzazioni turistiche locali (OT)

- 16 Bergün Filisur
- 17 Disentis Sedrun
- 18 Vals

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.

Engadin Scuol Samnaun. La Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM) è stata costituita il 17 agosto 2010. Nel 2010 hanno potuto essere poste le basi per un avvio di successo, mentre il 1° gennaio 2011 la Engadin Scuol Samnaun ha iniziato la propria attività operativa.

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).

Flims Laax. A marzo 2011 è stata costituita la Flims Laax Falera Management AG. Essa è la piattaforma per lo sviluppo della destinazione. Dal 1° maggio 2011, tutti i compiti turistici sono stati delegati al gruppo Weisse Arena e alla Waldhaus Flims, come previsto dal modello di destinazione con "approccio secondo competenza".

Arosa (incl. Schanfigg). Nell'agosto 2010 Schanfigg Tourismus ha sottoscritto un accordo di prestazioni con Arosa Tourismus per una cooperazione nel marketing. Arosa Tourismus assumerà la conduzione dall'estate 2011 e si occuperà dell'intera valle tra Coira e Arosa.

Bregaglia Engadin. Con l'accettazione della Costituzione del nuovo Comune di Bregaglia è stato stabilito l'ente responsabile della nuova organizzazione turistica Bregaglia Engadin Turismo. L'attività operativa ha preso avvio nella primavera del 2010.

Bündner Herrschaft. Nell'ottobre 2010 è stata costituita l'associazione Tourismus Bündner Herrschaft/Fünf Dörfer. L'associazione delega l'informazione turistica e il marketing della regione alla Heidiland Tourismus AG, che assume il coordinamento generale quale organizzazione mantello.

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.

Lenzerheide. Dall'inizio del 2009 i comuni tra Brienz e Churwalden sono legati contrattualmente a Lenzerheide Tourismus. Il 1° novembre 2009 la Lenzerheide Marketing & Support AG ha iniziato l'attività quale organizzazione comune di marketing di impianti di risalita ed enti turistici.

Prettigovia. La Prättigau Tourismus GmbH è attiva dal 1° ottobre 2007. Sono all'esame ulteriori semplificazioni delle strutture in vista della ripartizione dei compiti tra comuni e organizzazioni turistiche della regione. Si intende intensificare la collaborazione anche con la destinazione Davos Klosters.

San Bernardino, Mesolcina/Calanca. L'Ente Turistico Regionale del Moesano SA è stato costituito nel gennaio 2011. Esso deve svolgere compiti di marketing per le regioni Mesolcina e Calanca. San Bernardino Vacanze viene integrato nella nuova organizzazione.

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.

Surselva (incl. Valle di Safien). La 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 nella primavera 2010. Dal 2010, Safiental Tourismus ha ceduto il marketing a Surselva Tourismus AG.

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

Viamala. Nel 2007 è stata costituita la Regionale Tourismusorganisation Viamala quale società semplice per attività di marketing. Si prevede di unire le due organizzazioni turistiche regionali esistenti, Viamala Ferien e Heinzenberg-Domleschg, per il 2012.

Bergün Filisur. Bergün Filisur Tourismus ha instaurato una stretta cooperazione con la Ferrovia Retica e dal 2011 collabora con Savognin Tourismus nel settore internet/sistema di prenotazione.

Disentis Sedrun. Sedrun Disentis Tourismus rappresenta gli interessi turistici dell'alta Surselva. I Comuni di Disentis e Tujetsch hanno verificato la loro struttura turistica ed elaborato una strategia. Una decisione, anche riguardo all'auspicata unificazione del comprensorio turistico Sedrun-Andermatt, rispettivamente Disentis-Sedrun-Andermatt, verrà presa nell'agosto 2011.

Vals. L'organizzazione turistica visitVals 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 Wasser.

4. 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.

Riorganizzazione di Grigioni Vacanze. Con la riforma del turismo, anche Grigioni Vacanze ha ridefinito i propri compiti e i propri orientamenti: 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.

Piattaforma turistica elettronica dei Grigioni. La piattaforma turistica elettronica permette alle destinazioni di commercializzare i loro prodotti turistici attraverso 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 centro di competenze 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. È stata elaborata una strategia per la garanzia della qualità per i Grigioni. Essa andrà attuata quale misura di accompagnamento a partire da metà 2011.

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 e OTReg la trasparenza ha una grande importanza, anche in relazione all'impiego di fondi pubblici.