

ITALY REPORT ON TOURISM 2013

1. INTRODUCTION

Council Decision 86/664/EEC of 22 December 1986¹ establishing a consultation and cooperation procedure in the field of tourism foresees that “each Member State shall send the Commission, once a year, a report on the most significant measures it has taken and, as far as possible, on measures it is considering taking in the provision of services for tourists which could have consequences for travellers from the other Member States”.

With the publication of the “Agenda for a sustainable and competitive European tourism”, the Commission announced that “in order to strengthen the collaboration with and among Member States, their current annual reporting through the Tourism Advisory Committee (TAC) will be used to facilitate the exchange and the dissemination of information about how their policies and actions safeguard the sustainability of tourism”.

This Communication was welcomed by the Competitiveness Council conclusions (22nd-23rd November 2007) and by the Presidency Conclusions of the Brussels European Council of 14th December 2007.

The main aims for the reporting process are:

- to be able to monitor the level of implementation of the “Agenda for a sustainable and competitive European tourism” by Member States;
- to facilitate the exchange of experiences among member States with regard to how they tackle issues which are important for the competitiveness and sustainability of European tourism.

MS reports referring to year n shall be sent to the European Commission by the end of February of year $n+1$.

If the reports are sent in English, the deadline is shifted to the end of April.

2. ORGANISATIONAL STRUCTURE

This section should provide an overview of the main organisational structure to illustrate how tourism is organised and managed, to identify linkages and to identify the engagement of other organisations/stakeholders.

The information required will only need to be prepared fully in year 1 as it will subsequently only be necessary to provide details of any changes.

¹ Official Journal L 384, 31/12/1986 P. 0052 – 0053.

2.1 Please identify the National Bodies responsible for tourism (Ministry and also any separate/related National Tourism Organisation), including key areas of responsibility, and their relationship to other national bodies. (maximum of 1.000 characters)

Il settore Turismo a livello centrale è incardinato nella Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento Affari Regionali, Turismo e Sport. In particolare, l'Ufficio per le Politiche del Turismo cura lo sviluppo, il sostegno e la valorizzazione del turismo, le relazioni istituzionali, la vigilanza sugli enti e ogni altra attività non di competenza esclusiva delle Regioni:

- le politiche di sostegno per progetti strategici;
 - l'attività di regolazione delle imprese turistiche;
 - la programmazione e gestione di fondi strutturali;
 - le relazioni istituzionali con l'Unione europea, le Organizzazioni internazionali e gli altri Stati;
 - il Fondo per il prestito e il risparmio turistico e il Fondo nazionale di garanzia;
 - la vigilanza su ENIT- Agenzia nazionale del turismo, ACI- Automobile Club d'Italia e CAI- Club Alpino Italiano;
 - il supporto alla Segreteria permanente del Comitato mondiale di etica del turismo.
- L'ENIT è lo strumento per promuovere l'immagine unitaria dell'offerta turistica nazionale e realizzare piani di commercializzazione del turismo nei Paesi esteri. Tra le principali funzioni, ha quella strategica di sostenere l'offerta turistica italiana nei mercati internazionali, mediante la gestione del Piano Nazionale promozionale.

2.2 Please, describe what organisations/agencies are used to deliver services at the national and regional level and the services that they deliver. (maximum 800 characters)

Le Regioni hanno competenze legislative, di pianificazione e programmazione turistica, di politiche per l'accoglienza turistica, di regolamentazione delle professioni turistiche, di autorizzazione, monitoraggio e controllo delle attività delle imprese turistiche, di erogazione di servizi e contributi alle imprese del settore, di determinazione di banche dati e di creazione di reti e sistemi per il settore turistico.

Le Province e i Comuni, che operano su delega delle Regioni, contribuiscono a migliorare la qualità dell'offerta turistica.

Altre organizzazioni a carattere provinciale o comunale (APT, Uffici IAT, Pro loco) svolgono attività connesse all'accoglienza e alla promozione turistica.

Promuovi Italia è un'Agenzia di Assistenza Tecnica, che fornisce supporto nella gestione degli interventi a sostegno dello sviluppo delle attività turistiche.

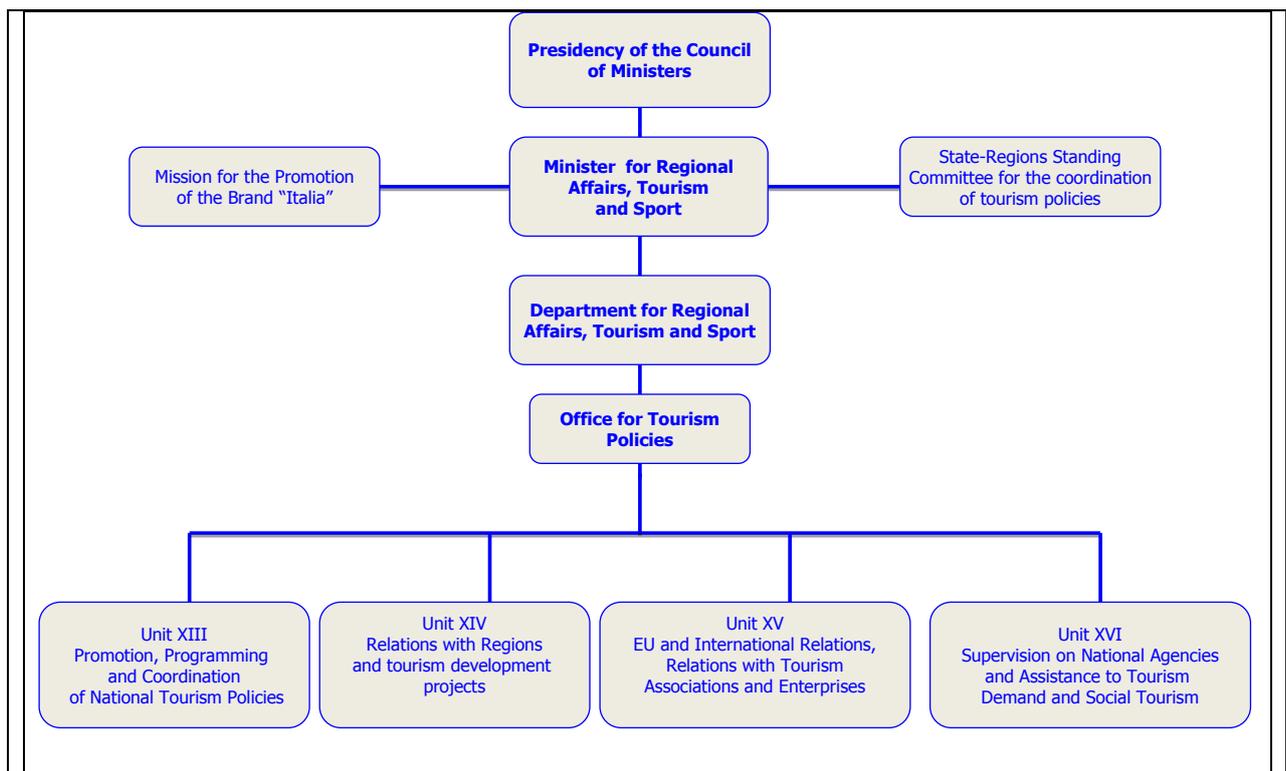
2.3 Please, describe which other bodies and organisations are involved at the national level and the process for involving them. (maximum 800 characters)

Le Federazioni di associazioni più importanti a livello nazionale nel settore del turismo sono: Federturismo (Confindustria), Confturismo (Confcommercio) e Assoturismo (Confesercenti).

I loro compiti sono:

- rappresentanza delle industrie del turismo e dei professionisti;
- informazione e comunicazione sulle azioni di interesse comune;
- formazione, studi e programmi di ricerca;
- promozione della cultura della imprenditorialità;
- sostegno alle iniziative a favore dello sviluppo sostenibile nel settore del turismo.

2.4 Please provide a diagram/organigram of the organisational structure for tourism identifying the relationship between national, regional and local bodies. Provide also a short description of the core responsibilities and competencies of each of the organisations. Include also information regarding the direct and indirect links between other departments, stakeholder organisations and unions. Information about mechanisms of decision making process participation from outsider organisations, e.g. forums, advisory committees is also requested. (maximum of 2.000 characters)



2.5 Please provide information about financial data, including spend/budget on tourism as a percentage of overall government spend/budget, the level of national funding support for tourism marketing, the amount of EU funding support made available for tourism and data concerning the support to SMEs and Destinations. (500 characters)

Nel 2011 il valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici in Italia è stato pari a 54.124 milioni di Euro, con un incremento del +2,3% rispetto al 2010. Se si considerano gli effetti indiretti e indotti, il valore aggiunto sale a 104.223 milioni di Euro, ripartiti per il 31,5% al turismo internazionale e per il restante 68,5% al turismo domestico.
(Dal Rapporto sul Turismo italiano 2010/2011)

Per quanto riguarda l'Ufficio per le Politiche del Turismo del Dipartimento per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport e l'ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo:
- per l'anno 2013 le risorse sono pari ad € 27.441.403,00 di cui € 18.459.000,00 per l'ENIT

3. POLICIES AND STRATEGIES

3.1 Is there a current National Strategy for tourism? Yes No

If yes, please, provide information in bullet point format about the key aims, objectives and priorities of the strategy highlighting those that are designed to address sustainability issues in economic, environmental and social terms in particular those related in the six aims included in the Agenda. In preparing the tourism strategy, explain how consideration has been given to the 9 principles set out in the Agenda (para2.3 p5) and given in the appendix. (maximum 1.000 characters)

Nel Consiglio dei Ministri del 18 gennaio 2013 è stato presentato il Piano strategico per lo sviluppo del turismo in Italia (presentato poi ufficialmente alla BIT di Milano il 14 febbraio).

Il Piano prevede una serie di azioni, da sviluppare secondo 7 linee di intervento:

1. Ridefinizione della *governance* del settore con un rafforzamento del ruolo del Ministro del Turismo;
2. Rilancio dell'ENIT (Agenzia nazionale per il turismo);
3. Miglioramento dell'offerta: focus su 1-2 nuovi grandi poli al Sud o nelle Isole, creazione di 30-40 nuovi poli complessivi con priorità ai segmenti *affluent* e BRIC;
4. Riqualfica delle strutture ricettive e consolidamento del settore;
5. Trasporti e infrastrutture: intervento sul piano aeroporti e collegamenti intermodali;
6. Formazione e competenze: riqualificazione dell'istruzione turistica e rilancio delle professioni (dalle superiori al post-laurea);
7. Investimenti internazionali: attrazione tramite incentivi fiscali e burocrazia zero.

3.2 Who was the initiator and who is responsible for its implementation? (maximum 200 characters)

Il Ministro del Turismo è responsabile per l'attuazione della strategia a livello nazionale.

Nel processo di implementazione sono coinvolte altre Amministrazioni nazionali, Regioni, Istituzioni finanziarie e settore privato.

3.3 How is the strategy monitored and how often? (maximum 500 characters)

È prevista la costituzione di una *task force* temporanea (3 anni) per l'implementazione del Piano Strategico. La *task force* sarà alla dirette dipendenze del Ministro e dovrà operare in sinergia con il Dipartimento per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport.

Saranno utilizzate professionalità specifiche per l'implementazione, in particolare per il project management e la comunicazione, per rendere trasparenti gli avanzamenti e le eventuali criticità.

3.4 What tourism specific legislation exists? (maximum 500 characters)

Con il Decreto del Presidente del Consiglio del 21 giugno 2012, il Dipartimento per gli Affari regionali, a cui era stato ricondotto già l'Ufficio dello Sport, ha acquisito funzioni anche in materia di turismo, da esercitare attraverso il nuovo Ufficio per le politiche del turismo.

Con il Decreto Legislativo 23 maggio 2011 n. 79 è stato adottato il Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo.

4. MEASURES AND INITIATIVES

This section provides Member States with an opportunity to outline specific initiatives and policies that are or are going to be adopted to manage and develop tourism activity in ways which respond to the key challenges of the Agenda and which fall within the six main aims of the Agenda itself.

1 Economic prosperity

- a. To ensure the long term competitiveness, viability and prosperity of tourism enterprises and destinations.
- b. To provide quality employment opportunities, offering fair pay and conditions for all employees and avoiding all forms of discrimination.

2 Social equity and cohesion

- a. To enhance the quality of life of local communities through tourism, and engage them in its planning and management
- b. To provide a safe, satisfying and fulfilling experience for visitors, available to all without discrimination by gender, race, religion, disability or in other ways.

3 Environmental and cultural protection

- a. To minimise pollution and degradation of the global and local environment and the use of scarce resources by tourism activities.
- b. To maintain and strengthen cultural richness and biodiversity and contribute to their appreciation and conservation.

4.1 Please set out, briefly, the steps which have been or will be taken, if any, to address the 7 key challenges for the delivery of sustainable and competitive tourism, covered in the TSG report and referred to in the 'Agenda'.

4.1.1 Reducing the seasonality of demand. (maximum 200 characters)

Nel 2012 è stata condotta una vasta campagna per promuovere le 30 destinazioni EDEN selezionate in Italia e favorire lo sviluppo di modelli di turismo sostenibile, alternativi al turismo di massa.

Nell'ambito del progetto "Gioielli d'Italia" sono state selezionate (febbraio 2013) 21 destinazioni, che hanno saputo valorizzare il loro patrimonio ambientale, culturale, ed enogastronomico.

4.1.2 Addressing the impact of tourism transport. (maximum 200 characters)

Implementazione del programma "Industria 2015" promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico: finanziati 22 progetti sulla mobilità sostenibile, che sono in corso di realizzazione, da parte di consorzi che comprendono complessivamente 250 imprese e 100 centri di ricerca, per un importo complessivo di 180 milioni di euro.

4.1.3 Improving the quality of tourism jobs. (maximum 200 characters)

Il Progetto Lavoro e Sviluppo mira a favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro nel settore turistico. Tra ottobre 2009 e settembre 2012 ha promosso la formazione di circa 4.000 persone non occupate residenti e/o domiciliate nelle Regioni Calabria, Campania, Puglia e Sicilia.

4.1.4 Maintaining and enhancing community prosperity and the quality of life, in the face of change. (maximum 200 characters)

I "progetti di eccellenza", che mirano a valorizzare itinerari turistici regionali e interregionali caratterizzati da spiccati elementi di rilevanza storica, culturale, religiosa, prevedono anche il miglioramento della qualità della vita delle comunità interessate.

4.1.5 Minimising resource use and the production of waste. (maximum 200 characters)

Alcuni progetti interregionali contribuiscono a migliorare le prestazioni delle imprese turistiche, riducendo al minimo l'uso delle risorse e la produzione di rifiuti:

- Promozione della qualità nella fornitura dei sistemi turistici
- Valutazione e monitoraggio della qualità delle imprese alberghiere
- Miglioramento della qualità dell'offerta turistica

4.1.6 Conserving and giving value to natural and cultural heritage. (maximum 200 characters)

Il Quadro Strategico Nazionale per la politica regionale di sviluppo 2007-2013, ha destinato 9 miliardi di euro per sostenere il miglioramento dell'attrattività turistica dei territori del Mezzogiorno d'Italia, in stretta connessione con la valorizzazione delle risorse naturali e culturali.

4.1.7 Making holidays available to all. (maximum 200 characters)

Il 14 febbraio 2013 è stato lanciato il bando nazionale EDEN sul Turismo accessibile, che prevede la selezione di destinazioni che hanno sviluppato un turismo sostenibile, con un'offerta turistica accessibile a tutti, in particolare alle persone con bisogni speciali.

4.2 As key challenges may change over time, please identify any other areas that are becoming a new challenge. (maximum 600 characters)

Tra le nuove sfide per promuovere un turismo sostenibile, competitivo e di qualità, restano valide:

- la messa in rete di destinazioni emergenti, alternative al turismo di massa (p. es. destinazioni selezionate nell'ambito del progetto EDEN);
- la creazione di itinerari turistici regionali e interregionali connessi alle risorse del territorio (natura, cultura, eno-gastronomia ecc.);
- azioni di collaborazione sia tra le destinazioni EDEN italiane e quelle di altri Paesi, sia tra itinerari italiani collegati ad itinerari europei.

4.3 Please identify and describe a specific initiative, which is related to the 7 key challenges, that is innovative/ successful and which would be of interest to or of help to other Member States. (maximum 2.000 characters)

Nell'ottica di attivare concrete iniziative per lo sviluppo e la qualificazione dell'offerta turistica di sistema del nostro Paese, è stata definita una specifica iniziativa finalizzata al cofinanziamento di progetti presentati dagli Enti pubblici locali territoriali, che intendano organizzare e/o realizzare servizi in favore dell'utenza che abbiano carattere di innovatività, con specifico riferimento anche all'utilizzo di

tecnologie informatiche, ma che soprattutto presentino la caratteristica della replicabilità. L'iniziativa presenta carattere di assoluta novità ed ha lo specifico obiettivo di coadiuvare lo sviluppo di migliori condizioni di sistema nell'offerta turistica italiana e di aumentare quindi la attrattività e la competitività del turismo italiano sui mercati internazionali.

5. MECHANISMS FOR IMPLEMENTATION

Three mechanisms for implementing the Agenda were identified in the "Agenda": sustainable destinations, sustainable businesses and responsible tourists.

5.1 Sustainable destinations: What support is given to strengthen destination management at the regional/ destination level (supportive policy environment, knowledge networks, training programmes, establishment of measures/indicators for benchmarking, etc.)? (maximum 600 characters)

Vedere i punti da 4.1.4 a 4.1.6

5.2 Sustainable businesses: What support is given to strengthen the sustainability and competitiveness of businesses (supportive policy environment, orientation of business support services to sustainability, training, financial incentives, etc.)? (maximum 600 characters)

Vedere il punto 4.1.2

5.3 Responsible tourists: What support is given to promote responsible choices by tourists (e.g. sustainability in education, national marketing and media campaigns, promotion of certification schemes)? (maximum 600 characters)

Il Segretariato Permanente del Comitato di Etica del Turismo dell'OMT, presso il Dipartimento del Turismo, ha proseguito la sua attività di diffusione dei principi del Codice Mondiale di Etica del Turismo, in occasione di importanti eventi nazionali ed internazionali. Ha elaborato, inoltre, protocolli modello di attuazione del "Codice", da proporre come esempi di buone prassi nelle sedi internazionali. È stato siglato un nuovo Memorandum d'Intesa tra il Ministro del Turismo e il Segretario Generale dell'OMT il 14 febbraio alla BIT di Milano.

6. DATA AND INDICATORS

Eurostat will provide, as an annex, the key statistical data required to support the reporting process covering around 20 indicators². These are mainly related to the aim of 'economic prosperity'.

² These indicators have been selected from the 50 TSG indicators on the basis of the possibility to calculate them at the European level.

Please, identify indicators that are being used or developed which could add to the range of information being provided by Eurostat, particularly in relation to social and environmental issues (other indicators from the TSG report, visitors/ residents satisfaction, etc.). (maximum 500 characters)

Nel quadro di uno sviluppo sostenibile del turismo, si conferma l'opportunità di considerare i seguenti indicatori:

- Rapporto tra numero di arrivi turistici e numero di residenti;
- Livello di inclusione della comunità locale nei progetti di sviluppo turistico;
- Il livello di consumo di acqua ed energia;
- Ciclo di trattamento dei rifiuti;
- Sviluppo di modalità di trasporto sostenibile;
- Verifica di una gestione integrata del territorio.

7. COMPLEMENTARY ADDITIONAL INFORMATION

If necessary use the following box to provide additional complementary information that has not already been covered.

Si segnala la Carta dei diritti del turista, disponibile in varie lingue sul sito istituzionale. È uno strumento di agevole consultazione, che sintetizza tutti gli elementi essenziali della normativa vigente e contiene informazioni utili al turista in occasione dell'organizzazione di un viaggio o di una vacanza.

Sul sito del Ministero degli Affari Esteri è disponibile il servizio "Dove siamo nel mondo", che consente all'Unità di Crisi di stimare in modo più preciso il numero dei connazionali presenti in aree di crisi, individuarne l'identità e pianificare gli interventi di assistenza qualora sopraggiunga una grave situazione d'emergenza.

TOURISM IN FIGURES

Tourism flows of residents

	Units	2008	2009	2010	2011	2012
Number of trips	Thousands	122938	114099	100040	83417	78703
<i>of which: Italy</i>	Percentage	83,9	82,7	81,7	81,7	79,4
abroad	Percentage	16,1	17,3	18,3	18,3	20,6
Number of nights spent	Thousands	706650	680215	626990	527811	501059

Source: ISTAT,
2013
I viaggi in Italia e all'estero

Inbound Tourism: international arrivals and receipts

	Units	2008	2009	2010	2011	jan-nov 2011	jan-nov 2012
Total international arrivals	Thousands	71701	72540	74125	76378	71909	72502
same-day visitors <i>excluded</i>		43214	43609	44034	46338	44056	44343

Top Markets							
Germany	Thousands	11598	11484	10914	11703	11224	11135
same-day visitors <i>excluded</i>		9875	9601	9016	9893	9479	9677
France	Thousands	10144	10199	10072	10202	9587	9705
same-day visitors <i>excluded</i>		4854	4958	4868	5005	4765	4803
Austria	Thousands	6613	7373	7698	6535	6199	6679
same-day visitors <i>excluded</i>		3124	3424	3369	3208	3075	3017
United Kingdom	Thousands	4133	3628	3370	3491	3340	3523
same-day visitors <i>excluded</i>		3786	3374	3182	3207	3068	3261
Switzerland	Thousands	12199	12385	13415	13611	12550	12268
same-day visitors <i>excluded</i>		2565	2970	3199	3245	3032	2980
Spain	Thousands	2762	3017	3072	3062	2852	2505
same-day visitors <i>excluded</i>		2305	2474	2505	2611	2443	2161
USA	Thousands	2580	2515	2632	3203	3064	2935
same-day visitors <i>excluded</i>		:	2271	2337	2716	2603	2483
Tourism receipts	Million EUR	31090	28856	29257	30891	29535	30594
same-day visitors <i>excluded</i>		27472	27059	27523	29244	28020	29048

Source: BANCA D'ITALIA,
2013
*Turismo
internazionale*

***Outbound Tourism:
international departures and
expenditure***

	Units	2008	2009	2010	2011	jan- nov 2011	jan- nov 2012
Number of visitors	Thousands	57387	57747	59797	57531	53320	53323
same-day visitors <i>excluded</i>	Thousands	26667	27698	28462	28.025	26281	25832
International travel expenditure	Million EUR	20922	20015	20416	20583	19381	19158
same-day visitors <i>excluded</i>	Million EUR	17886	18536	18928	19192	18131	17666

Source: BANCA D'ITALIA,
2013
*Turismo
internazionale*

***Tourism in the national
economy***

	Units	2008	2009	2010	2011	2012
Number of enterprises*						
hotels		43761	43916	44488	:	:
restaurants		247434	247087	249599	:	:
travel agencies, tour operators		13125	13639	14284	:	:

Employment - hotels and restaurants**	Thousands	1271	1239	1244	:	:
<i>as percentage of total</i>		5	5	5	:	:

Source:

ISTAT
* 2012, *Struttura e dimensione delle imprese*
** 2011, *Conti economici nazionali*

Tourism production and Value Added
by economic sector, year 2010, million EUR

Tourism industries and other industries	Tourism production	Tourism Value Added
Tourism industries	108.462	63.654
Accommodation for visitors	53.651	37.610
<i>Hotels</i>	32.865	18.827
<i>vacation home ownership</i>	20.786	18.783
Food and beverage serving industry	14.787	7.393
Railway passenger transport	5.675	3.630
Road passenger transport	4.300	2.818
Water passenger transport	2.076	960
Air passenger transport	6.496	1.245
Transport equipment rental	604	290
Travel agencies and other reservation services industry	6.036	1.591
Cultural industry	1.100	681
Sports and recreational industry	2.733	1.065
Retail trade of country-specific tourism characteristic goods	11.003	6.372
Other industries	42.715	19.179
TOTAL	151.177	82.833
Tourism as percentage of value added		6

Source: Dipartimento per gli affari regionali, il turismo e lo sport - Istat, 2012
Il primo conto satellite del turismo per l'Italia

APPENDIX

Principles of sustainable tourism:

- **Taking a holistic and integrated approach**

All the various impacts of tourism should be taken into account in its planning and development. Furthermore, tourism should be well balanced and integrated with a whole range of activities that affect society and the environment.

- **Planning for the long term**

Sustainable development is about taking care of the needs of future generations as well as our own. Long term planning requires the ability to sustain actions over time.

- **Achieving an appropriate pace and rhythm of development**

The level, pace and shape of development should reflect and respect the character, resources and needs of host communities and destinations.

- **Involving all stakeholders**

A sustainable approach requires widespread and committed participation in decision making and practical implementation by all those implicated in the outcome.

- **Using best available knowledge**

Policies and actions should be informed by the latest and best knowledge available. Information on tourism trends and impacts, and skills and experience, should be shared across Europe.

- **Minimising and managing risk – the precautionary principle**

Where there is uncertainty about outcomes, there should be full evaluation and preventative action should be taken to avoid damage to the environment or society.

- **Reflecting impacts in costs – user and polluter pays**

Prices should reflect the real costs to society of consumption and production activities. This has implications not simply for pollution but for charging for the use of facilities that have significant management costs attached to them.

- **Setting and respecting limits, where appropriate**

The carrying capacity of individual sites and wider areas should be recognised, with a readiness and ability to limit, where and when appropriate, the amount of tourism development and volume of tourist flows.

- **Undertaking continuous monitoring**

Sustainability is all about understanding impacts and being alert to them all the time, so that the necessary changes and improvements can be made.