



Antonio Tajani

Vicepresidente della Commissione europea, responsabile per l'Industria e l'Imprenditoria

Signore e Signori,

grazie per questo invito che mi dà la possibilità di confrontarmi con imprenditori che ogni giorno costruiscono il presente e il futuro del turismo europeo.

10% del PIL europeo, 20 milioni di posti di lavoro: ecco i valori espressi da questo settore, ecco la ragione prima per la quale deve essere posto al centro delle nostre prospettive di sviluppo.

Non c'è tempo per autocompiacersi per le bellezze dei nostri paesaggi, per la grandiosità dei nostri monumenti, per la raffinatezza della nostra gastronomia.

La concorrenza internazionale è sempre più forte e l'Europa deve attrezzarsi per essere competitiva.

L'internazionalizzazione è un modello di crescita che si applica anche al turismo, anzi, l'internazionalizzazione trova nel vostro settore la massima espressione perché il turista viene da tutto il mondo e spende direttamente sul territorio europeo, comprando i beni o i servizi di cui ha bisogno.

I viaggiatori da paesi terzi, spendono in Europa 400 miliardi di euro l'anno, cifra che potrebbe oltrepassare i 500 miliardi da qui al 2020.

Dobbiamo creare le condizioni perché più turisti arrivino in Europa.

Il Primo passo è stato fatto l'1 aprile scorso quando è stata adottata la proposta per la revisione dei visti di entrata nell'area Schengen.

A livello mondiale il 63% dei viaggiatori ha bisogno di un visto per l'estero. Questa percentuale sale al 72% per chi vuole venire nell'Ue.

Un recente studio rileva che, lungaggini, burocrazia e altri ostacoli per i visti ci hanno fatto perdere, solo nel 2012, 10 milioni di turisti. Le regole attuali, da qui al 2020, ci costeranno 70 miliardi di mancati introiti, e 250.000 posti potenziali all'anno.

Un'Europa che ancora arranca dopo la crisi, non può permettersi di perdere quest'opportunità.

Come sperimentano molti viaggiatori, oggi i maggiori ostacoli riguardano difficoltà e attese per ottenere un appuntamento con gli uffici consolari, tempi lunghi per il rilascio del visto e, la necessità di presentare una lista complessa di documenti.

Ecco alcuni dei punti sui quali siamo intervenuti.

A) Meno tempo per ottenere un visto

I termini per la decisione dei Consolati saranno ridotti da 15 a 10 giorni e, sarà possibile presentare la richiesta fino a 6 mesi prima del viaggio.

B) *Procedure facilitate per i grandi eventi*

In occasione di eventi che possono portare in Europa molti visitatori, gli Stati Membri potranno adottare procedure semplificate, con meno documenti.

Penso ad esempio all'Expo nel 2015, ai Campionati europei di calcio nel 2016 in Francia ma anche alla Fiera di Hannover o alle settimane della Moda di Parigi.

C) *Visti alla frontiera*

Per soggiorni fino a un massimo di 15 giorni, gli Stati Membri potranno rilasciare visti alla frontiera per un periodo di 5 mesi all'anno e validi esclusivamente per circolare all'interno del proprio territorio.

D) *Visti a entrata multipla più facili da ottenere*

Per chi ha già ottenuto due visti nell'arco di 12 mesi, e ne ha rispettato i limiti, sarà possibile ottenere un visto a entrata multipla senza più doversi recare al consolato.

Il visto avrà durata triennale e potrà essere rinnovato fino a 5 anni.

L'opportunità di crescita e occupazione legata alla proposta di oggi va colta senza indugio. Auspico, dunque, che Consiglio e Parlamento Ue adottino rapidamente queste proposte. Immagino che questa proposta di Regolamento sarà una delle priorità della Presidenza italiana.

Occorre però lavorare anche sul fronte dell'offerta.

Attirare più turisti rendendo le procedure amministrative più semplici è il primo passo, ma poi bisogna anche saper loro offrire il meglio affinché godano al massimo della loro esperienza e si facciano portavoce spontanei della qualità europea.

Saremo vincenti, se sapremo essere convincenti: il turista che viene, deve essere motivato a tornare. Per questo durante il mio mandato ho puntato molto a rafforzare la varietà dell'offerta turistica, insistendo sul mix impareggiabile di patrimonio culturale, storico, gastronomico e naturale che solo l'Europa può offrire nel mondo.

Queste risorse uniche non ci rendono però immuni dagli effetti della concorrenza internazionale.

Diverse destinazioni turistiche emergenti, specialmente nel Sud-est asiatico, hanno livelli di crescita doppi rispetto all'Europa. E la concorrenza di destinazioni tradizionali, come per esempio gli Stati Uniti, si fa sempre più agguerrita.

Per questo, bisogna rinnovare e migliorare l'offerta. Questo significa anche adattare i servizi a fasce di turisti finora poco considerate, come per esempio i disabili o gli anziani.

È una questione di diritti, ma è anche una questione economica e demografica.

Basti pensare che circa 128 milioni di persone in Europa si collocano in una fascia di età tra i 55 e gli 80 anni, pari al 25% della popolazione.

La maggior parte dispone di tempo e di risorse per viaggiare, ma solo il 41% lo fa. Spesso proprio perché non ci sono le strutture adeguate.

Abbiamo per questo messo a punto negli ultimi anni progetti come Calypso, volti a ri-orientare l'offerta turistica verso le fasce più deboli.

Pensiamo alle nicchie turistiche che potrebbero rafforzarsi con una maggiore presenza di seniors, una tra tutte, il turismo termale, che è in crescita, sebbene ancora al di sotto del suo enorme potenziale in Europa.

Un turismo senior sviluppato a dovere sarebbe inoltre una risorsa in più nella fondamentale partita per rendere il settore meno vulnerabile alla stagionalità.

Gli anziani guardano con molta più attenzione di altre fasce di età al turismo di bassa stagione, per ragioni economiche, ma anche di riposo.

Un loro afflusso regolare ai servizi turistici avrebbe certamente un impatto positivo sul settore, rinvigorendolo proprio in quello che è oggi il suo principale punto debole.

PMI, FINANZIAMENTI E FORMAZIONE

Il sostegno della Commissione europea al settore del turismo si è esplicitato negli ultimi anni anche attraverso una politica a favore delle piccole, medie e micro imprese, che come sappiamo rappresentano quasi interamente il settore.

C'è un programma specifico per le Pmi, COSME, dotato di un bilancio di 2,3 miliardi di euro fino al 2020.

COSME sostiene l'internazionalizzazione delle Pmi, e allo stesso tempo offre garanzie per l'ottenimento di finanziamenti dalle banche, in un momento in cui sappiamo bene quanto sia difficile per le PMI accedere al credito.

Una parte dei fondi COSME saranno destinati esclusivamente al finanziamento di progetti di sviluppo turistico.

A breve pubblicheremo alcuni bandi che riguarderanno tra l'altro prodotti turistico-culturali, servizi sostenibili e la mobilità di seniors o di giovani in bassa e media stagione.

Voglio poi sottolineare che le imprese turistiche possono beneficiare di tutta una gamma di altri strumenti finanziari sull'innovazione o l'efficienza energetica, che non hanno un carattere settoriale.

Un altro cardine dell'azione Ue per il turismo riguarda la formazione. Il settore ha un bacino di 10 milioni di occupati, di cui il 20% al di sotto dei 25 anni, e per il 33% composto da personale poco qualificato.

È evidente che il rafforzamento della qualità dei servizi passa anche attraverso una migliore formazione.

Puntiamo alla professionalizzazione del settore, con un'offerta formativa moderna e adeguata. I professionisti del settore devono uscire dalle scuole di formazione già pronti per operare.

Dobbiamo inoltre puntare alla valorizzazione di nuove figure professionali di cui l'industria turistica europea ha bisogno se vuole continuare a essere leader mondiale.

Infine, per fare in modo che domanda e offerta di lavoro si incrocino il più facilmente possibile, abbiamo attivato da Settembre una sezione specifica di EURES (il portale europeo della mobilità professionale) dedicata al comparto turistico. È un altro strumento importante nel quadro della lotta contro la disoccupazione, e in particolare quella giovanile.

CONCLUSIONI

Il turismo europeo ha un primato da difendere in materia di turismo, e ha tutte le carte in regola per restare competitiva.

Non dobbiamo però commettere l'errore di sentirci rassicurati dalle meraviglie storiche e naturali e pensare che i turisti verranno sempre comunque da noi. Dobbiamo invece investire e innovare, come è necessario fare per tutte le imprese che sono protagoniste della politica industriale europea.

Solo in questo modo possiamo restare i primi.

Grazie per la vostra attenzione!