

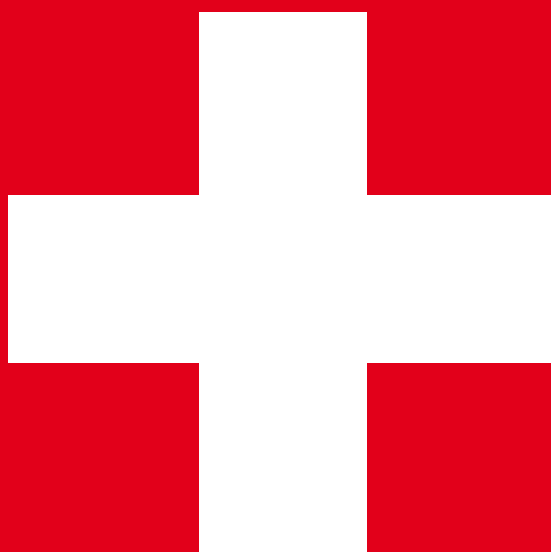


Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'economia DFE
Segreteria di Stato dell'economia SECO

Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera

Programma di attuazione 2012–2015



Colophon:

Segreteria di Stato dell'economia SECO

Redazione, contatto:

SECO Settore Turismo

E-mail: tourismus@seco.admin.ch

Chiusura redazionale: 27 febbraio 2012

Distribuzione:

Internet: www.seco.admin.ch

Distribuzione: UFCL, Vendita di pubblicazioni federali, 3003 Berna

www.pubblicazionifederali.admin.ch

N. d'ordinazione: 710.531.i

Programma di attuazione 2012–2015

Premessa

La Svizzera è una destinazione turistica di prima qualità. In un territorio molto ridotto è capace di far valere le sue caratteristiche. Un ambiente alpino affascinante, un paesaggio prealpino pittoresco, ma anche centri urbani attraenti con attività culturali di alto livello e un'offerta moderna per fiere commerciali o congressi internazionali, senza parlare della gastronomia molto diversa da una regione all'altra. L'eccellente livello delle infrastrutture permette di spostarsi agevolmente e l'importanza che le nostre imprese turistiche assegnano alla qualità dei loro servizi è garanzia di benessere per gli ospiti. Il turismo è un settore trainante dell'economia svizzera e costituisce la spina dorsale dell'economia di alcune regioni. In Svizzera più della metà dei pernottamenti è dovuta alla presenza di turisti stranieri. Il turismo è quindi uno dei più importanti settori d'esportazione che, con più di 150'000 posti di lavoro a tempo pieno contribuisce in misura del 3 per cento alla produzione economica nazionale. Il settore turistico ha davanti a sé ostacoli seri da superare; penso in particolare alla crisi del debito europeo e al franco forte. Perciò il Consiglio federale ha deciso l'anno scorso misure supplementari a breve termine fino al 2015 per rafforzare l'economia turistica svizzera.

Licenziando la strategia di crescita per la piazza turistica svizzera nel 2010 il Consiglio federale ha dato un segnale inequivocabile per un futuro vincente a medio e a lungo termine per il turismo svizzero. Gli obiettivi principali perseguiti sono migliori condizioni quadro per l'industria turistica nonché una promozione mirata delle piazze turistiche. L'attuazione della nuova politica del turismo ha avuto inizio il 1° febbraio 2012 con l'entrata in vigore della legge federale che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour), che è stata oggetto di una revisione totale. Con il presente programma di attuazione 2012–2015 si vuol concretizzare la strategia di crescita per la piazza turistica svizzera.

Tali programmi mostrano chiaramente la loro importanza poiché numerosi sono i compiti trasversali della politica del turismo: le offerte turistiche si distinguono per il fatto che singoli servizi sono integrati in catene di valore aggiunto molto ramificate. Inoltre beni pubblici quali la natura e il paesaggio, le località e i centri urbani svolgono un'importante funzione. Il successo e la competitività della piazza turistica Svizzera sono favoriti da un'efficace sinergia tra operatori pubblici e privati, alla quale i programmi di attuazione possono contribuire in modo determinante.

Questo primo Programma di attuazione sviluppa temi e progetti che rientrano nell'ambito di competenza della politica nazionale del turismo. Tuttavia nella fase di elaborazione del Programma – a cui hanno contribuito anche gli ambienti interessati – la Segreteria di Stato dell'economia (SECO) ha attribuito grande importanza anche alle priorità definite da Cantoni, regioni, centri urbani e industria turistica.

Tale Programma formula obiettivi tematici e identifica 30 progetti chiave, prioritari per il raggiungimento degli obiettivi perseguiti dalla Confederazione in ambito di politica del turismo. Tale approccio permette di focalizzare gli sforzi compiuti, evitando una dispersione delle risorse. Verso il termine della legislatura 2012–2015, sulla base di una valutazione del presente Programma di attuazione, il Consiglio federale analizzerà i risultati raggiunti in virtù della nuova impostazione data alla politica del turismo.

Il programma di attuazione 2012–2015 rappresenta una pietra miliare della politica del turismo della Confederazione. A tale proposito tengo a ringraziare tutte le parti coinvolte per il grande impegno e per la costruttiva collaborazione. Invito l'industria turistica, i Cantoni e le regioni a cooperare allo svolgimento di questo Programma di attuazione, volto alla realizzazione di misure condivise e mirate al rafforzamento della piazza turistica svizzera.

Johann N. Schneider-Ammann
Consigliere federale, capo del Dipartimento federale dell'economia (DFE)

Indice

1	Panoramica dei progetti chiave del Programma di attuazione	6
2	Punti essenziali del Programma di attuazione 2012–2015.....	7
2.1	Contesto.....	7
2.2	Obiettivi del Programma di attuazione 2012–2015	8
2.3	Linee guida per l’elaborazione del Programma di attuazione 2012–2015	8
3	Obiettivi e progetti chiave del Programma di attuazione 2012–2015	9
3.1	Strategia chiave 1: Issue management strategico	9
3.1.1	Panoramica	9
3.1.2	Commento ai singoli obiettivi e progetti chiave	10
3.2	Strategia chiave 2: Sviluppo delle attività intersettoriali.....	17
3.2.1	Panoramica	17
3.2.2	Commento ai singoli obiettivi e progetti chiave	18
3.3	Strategia chiave 3: Incrementare l’attrattiva dell’offerta.....	24
3.3.1	Panoramica	24
3.3.2	Commento ai singoli obiettivi e progetti chiave	25
3.4	Strategia chiave 4: Consolidamento della presenza sul mercato.....	30
3.4.1	Panoramica	30
3.4.2	Commento ai singoli obiettivi e progetti chiave	30
4	Controlling e valutazione.....	34
4.1	Controlling costante e reporting annuale	34
4.2	Bilancio della situazione 2014.....	34
	Allegato 1: Scenari, linee guida e obiettivi della politica del turismo	35
	Allegato 2: Linee guida per l’elaborazione del Programma di attuazione 2012–2015	37
	Bibliografia.....	42

Abbreviazioni

ARE	Ufficio federale dello sviluppo territoriale
CA	Campo d'azione
CISvS	Comitato interdipartimentale sullo sviluppo sostenibile
CST	Conto satellite del turismo
CTI	Agenzia per la promozione dell'innovazione
DFAE	Dipartimento federale degli affari esteri
DFE	Dipartimento federale dell'economia
DS	Direzione per la promozione della piazza economica
DSC	Direzione dello sviluppo e della cooperazione
FTS	Forum Turismo Svizzera
HESTA	Statistica della ricettività turistica
Innotour	Legge federale che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo
MoU	Memorandum of understanding
NPR	Nuova politica regionale
OCSE	Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico
OMT	Organizzazione mondiale del turismo
PASTA	Statistica del settore paralberghiero
PSR	Progetti di sviluppo regionale
SCA	Società svizzera di credito alberghiero
SECO	Segreteria di Stato dell'economia
ST	Svizzera Turismo
UFAG	Ufficio federale dell'agricoltura
UFAM	Ufficio federale dell'ambiente
UFE	Ufficio federale dell'energia
UI	Ufficio dell'integrazione
UST	Ufficio federale di statistica

1 Panoramica dei progetti chiave del Programma di attuazione

Le misure della Confederazione per l'attuazione della Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera nel periodo 2012–2015 sono state elaborate dalla Segreteria di Stato dell'economia SECO con il contributo degli ambienti direttamente interessati. Complessivamente il Programma di attuazione comprende 30 progetti chiave. Due terzi di tali progetti sono dedicati al miglioramento delle condizioni quadro per le aziende turistiche (campi d'azione CA1-CA4), mentre un terzo è destinato alla promozione della piazza turistica (campi d'azione CA5-CA8).¹⁾

Tabella 1: Panoramica dei progetti chiave del Programma di attuazione

CA1: Basi della politica del turismo	<ol style="list-style-type: none">1) Proseguire e sviluppare il Conto satellite del turismo (CST)2) Proseguire e ottimizzare la Statistica della ricettività turistica (HESTA)3) Introdurre la Statistica del settore paralberghiero (PASTA)4) Proseguire e sviluppare le statistiche del settore turistico già esistenti (benchmarking, previsioni)5) Elaborare basi di conoscenze su temi prioritari per la politica del turismo6) Consolidare il Forum Turismo Svizzera (FTS)7) Creare e introdurre la newsletter «Politica internazionale del turismo»
CA2: Cooperazione internazionale	<ol style="list-style-type: none">8) Finalizzare la collaborazione nell'ambito dell'OMT9) Finalizzare la collaborazione nell'ambito del Comitato per il turismo dell'OCSE10) Potenziare gli scambi con l'UE in materia di politica del turismo11) Sviluppare in modo mirato la collaborazione in materia di politica del turismo nell'arco alpino12) Sfruttare le potenziali sinergie tra politica del turismo e cooperazione allo sviluppo economico
CA3: Integrazione nella politica economica	<ol style="list-style-type: none">13) Ottimizzare la collaborazione tra nuova politica regionale e politica del turismo14) Integrare le esigenze della politica del turismo nella politica economica generale
CA4: Coordinamento e cooperazione nell'ambito della politica federale	<ol style="list-style-type: none">15) Instaurare una forma di collaborazione strutturata con l'Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE)16) Tracciare un bilancio della situazione per verificare il rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile nella politica del turismo17) Instaurare una forma di collaborazione strutturata con l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM)18) Sfruttare le potenzialità offerte dall'agriturismo19) Sfruttare le potenziali sinergie tra politica del turismo e politica energetica

1) Cfr. Consiglio federale svizzero: p. 45

CA5: Promozione di innovazione, collaborazione e sviluppo delle conoscenze nell'ambito del turismo svizzero (Innotour)	20) Rafforzare lo scambio di esperienze tra i promotori dei progetti Innotour 21) Intensificare l'attività di informazione sul turismo svizzero in generale svolte dalla SECO 22) Sostenere la piattaforma innovativa Milestone 23) Sostenere progetti modello di Innotour di tipo bottom up 24) Avviare e sostenere progetti modello di Innotour di tipo top down
CA6: Promozione del settore alberghiero (SCA)	25) Esaminare le opzioni strategiche per la Società svizzera di credito alberghiero (SCA) e adeguare le basi legali 26) Attuare misure di sostegno agli investimenti volti a rinnovare le infrastrutture ricettive
CA7: Promozione turistica (Svizzera Turismo)	27) Realizzare il programma d'impulso 2012–2013 per attenuare la forza del franco 28) Allestire il progetto «Concetto d'ispirazione Re-Invent Summer» 29) Rispettare i principi dello sviluppo sostenibile
CA8: Coordinamento e cooperazione nella promozione della piazza economica della Confederazione	30) Sfruttare le potenziali sinergie tra il marketing turistico e il marketing per l'accesso ai mercati esteri del settore agricolo svizzero

2 Punti essenziali del Programma di attuazione 2012–2015

2.1 Contesto

Il 18 giugno 2010 il Consiglio federale ha approvato il rapporto «Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera». Tale rapporto definisce gli orientamenti strategici a lungo termine della nuova politica del turismo della Confederazione. L'attuazione di quest'ultima ha inizio al momento dell'entrata in vigore, il 1° febbraio 2012, della legge federale che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour), oggetto di una revisione totale.

La Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera viene realizzata secondo programmi di attuazione quadriennali. Si tratta di programmi della Confederazione: ciò significa che i programmi di attuazione sviluppano temi e progetti che, conformemente alla normativa, rientrano nell'ambito di competenza della politica nazionale del turismo.

Il Programma di attuazione 2012–2015 è il primo programma di attuazione della nuova politica del turismo della Confederazione e contiene importanti elementi di innovazione, derivanti soprattutto dalla revisione totale della legge federale che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour).

2.2 Obiettivi del Programma di attuazione 2012–2015

Obiettivo n. 1: Realizzare la strategia di crescita del Consiglio federale

Il Programma di attuazione 2012–2015 ha lo scopo di concretizzare e implementare la Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera a medio e lungo termine. In tale contesto vengono definiti obiettivi tematici e identificati progetti chiave volti a incentivare lo sviluppo del turismo svizzero secondo il quadro tracciato nella Strategia di crescita nonché a favorire il raggiungimento degli obiettivi di politica del turismo della Confederazione (cfr. allegato 1).

Obiettivo n. 2: Definire le priorità realizzative della nuova politica del turismo

Il Programma di attuazione 2012–2015 è concepito per definire le priorità realizzative della nuova politica del turismo della Confederazione. Non si tratta perciò di fornire una rappresentazione esaustiva di settori e compiti della politica del turismo nazionale, bensì di mettere in rilievo in modo mirato progetti e provvedimenti prioritari di tale politica. Questo vale anche per le attività di Svizzera Turismo (ST) e della Società svizzera di credito alberghiero (SCA), organizzazioni indipendenti che svolgono entro uno specifico quadro giuridico compiti importanti nell'ambito della politica del turismo della Confederazione. La definizione degli obiettivi dovrà garantire soprattutto il potenziamento delle attività intersettoriali svolte nell'ambito della politica del turismo.

Nonostante il Programma di attuazione 2012–2015 sia limitato al settore di competenza della politica del turismo nazionale, i suoi effetti dovranno essere di portata più ampia. Idealmente, Cantoni, regioni e industria turistica dovranno formulare le loro priorità rifacendosi al Programma di attuazione della Confederazione e realizzare misure per il rafforzamento della piazza turistica Svizzera secondo tale programma.

Obiettivo n. 3: Base per un bilancio della situazione da parte del Consiglio federale

In futuro è previsto un bilancio quadriennale della situazione relativa al turismo svizzero da parte del Consiglio federale, finalizzato ad analizzare la situazione del turismo svizzero, verificare la realizzazione degli obiettivi di politica del turismo e, se del caso, apportare le necessarie modifiche agli obiettivi perseguiti dalla Confederazione in ambito di politica del turismo. Dal punto di vista metodologico, questi bilanci terranno conto delle peculiarità che caratterizzano i vari strumenti di politica del turismo, molto diversi tra loro sotto il profilo dei contenuti e organizzativo.

A partire dal 2014, al termine di ogni legislatura si procederà alla valutazione della situazione del turismo svizzero. I risultati del primo bilancio dovranno essere tenuti in considerazione al momento della ridefinizione del Programma di attuazione quadriennale successivo (2016–2019) e fungere da base per le domande di finanziamento del Consiglio federale concernenti gli strumenti di promozione della politica del turismo nel periodo di legislatura 2016–2019.

2.3 Linee guida per l'elaborazione del Programma di attuazione 2012–2015

La SECO ha tracciato alcune linee guida per l'elaborazione del Programma di attuazione 2012–2015 (cfr. allegato 2), che hanno permesso di definire in modo sistematico e coerente gli obiettivi e i progetti chiave del Programma di attuazione. Le linee guida stabiliscono in primo luogo che gli obiettivi e i progetti chiave del Programma di attuazione dovranno essere concepiti allo scopo di superare le sfide più importanti che la piazza turistica Svizzera è chiamata ad affrontare. Secondariamente individuano nelle strategie chiave e nei campi d'azione della Strategia di crescita la base operativa del Programma di attuazione. In terzo luogo, le linee guida contengono criteri volti a definire le priorità di obiettivi e progetti chiave e, infine, illustrano le modalità di coinvolgimento degli operatori direttamente interessati.

3 Obiettivi e progetti chiave del Programma di attuazione 2012–2015

3.1 Strategia chiave 1: Issue management strategico

3.1.1 Panoramica

Nell'ambito della nuova politica del turismo della Confederazione, l'issue management strategico permette di riconoscere e affrontare tempestivamente le problematiche più rilevanti.²⁾ Gli operatori del settore turistico potranno beneficiare del sostegno della Confederazione nella ricerca di soluzioni appropriate. Per l'attuazione dell'issue management strategico la SECO ha individuato due campi d'azione: «Basi della politica del turismo» (campo d'azione CA1) e «Cooperazione internazionale» (campo d'azione CA2).

Tabella 2: Obiettivi e progetti chiave – Issue management strategico

Campo d'azione	Obiettivi	Progetti chiave
CA1: Basi della politica del turismo	1.1 Miglioramento delle basi statistiche	1) Mantenere e sviluppare il Conto satellite del turismo (CST) 2) Proseguire e ottimizzare la Statistica della ricettività turistica (HESTA) 3) Introdurre la Statistica del settore paralberghiero (PASTA) 4) Proseguire e sviluppare le statistiche del settore turistico già esistenti (benchmarking, previsioni)
	1.2 Promozione dello sviluppo delle conoscenze nel turismo svizzero	5) Elaborare basi di conoscenze su temi prioritari per la politica del turismo
	1.3 Promozione della diffusione delle conoscenze nel turismo svizzero	6) Consolidare il Forum Turismo Svizzera (FTS) 7) Creare e introdurre la newsletter «Politica internazionale del turismo»
CA2: Cooperazione internazionale	2.1 Rafforzamento e finalizzazione della cooperazione internazionale in materia di politica del turismo in seno alle organizzazioni multilaterali	8) Finalizzare la collaborazione nell'ambito dell'OMT 9) Finalizzare la collaborazione nell'ambito del Comitato per il turismo dell'OCSE 10) Potenziare gli scambi con l'UE in materia di politica del turismo
	2.2 Focalizzazione su forme specifiche di cooperazione internazionale in materia di politica del turismo	11) Sviluppare in modo mirato la collaborazione in materia di politica del turismo nell'arco alpino 12) Sfruttare le potenziali sinergie tra la politica del turismo e la cooperazione allo sviluppo economico

2) Consiglio federale svizzero (2010): p. 46 segg.

3.1.2 Commento ai singoli obiettivi e progetti chiave

Campo d'azione 1 (CA1): Basi della politica del turismo

Obiettivo 1.1: Miglioramento delle basi statistiche

La Confederazione e l'industria turistica dipendono dalla disponibilità di dati statistici di base. In questo settore la SECO contribuisce già in misura importante, ad esempio pubblicando, in collaborazione con l'Ufficio federale di statistica, il Conto satellite del turismo (CST). Il rapporto «Benchmarking turismo – Il settore turistico svizzero nel confronto internazionale» e le previsioni per il turismo sono altri due esempi delle attività della Confederazione in questo ambito. Alla Confederazione (Ufficio federale di statistica, UST) spetta il compito di ottimizzare a livello nazionale le basi statistiche relative al turismo. Per l'ottenimento di informazioni più dettagliate, come ad esempio i dati regionalizzati, si dovrà ricorrere a forme moderne di collaborazione come il «partenariato pubblico-pubblico» o il «partenariato pubblico-privato».

La disponibilità in tempi rapidi di basi statistiche di livello qualitativo elevato è un presupposto essenziale per garantire processi decisionali strategici efficienti ed efficaci per il turismo svizzero e può così contribuire in misura decisiva al superamento delle principali sfide che la piazza turistica Svizzera deve affrontare.

Saranno approfonditi in particolare i seguenti progetti chiave:

1) Mantenere e sviluppare il Conto satellite del turismo (CST)

Obiettivo e descrizione: Il Conto satellite del turismo (CST) è un quadro di riferimento che consente di illustrare l'importanza economica del settore turistico nella sua valenza interdisciplinare, rendendo possibile soprattutto un tra questo settore e il resto dell'economia. Il CST per la Svizzera dovrà essere regolarmente aggiornato e, oltre a ciò, l'UST fornirà annualmente indicatori attualizzati. Infine, è in corso l'adeguamento dei vecchi CST ai nuovi standard internazionali (TSA recommended methodological framework 2008, OMT)

L'UST e la SECO hanno concluso un accordo per lo sviluppo del CST nel periodo 2012–2015.

Competenza: UST/SECO
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015³⁾

2) Proseguire e ottimizzare la Statistica della ricettività turistica (HESTA)

Obiettivo e descrizione: La statistica della ricettività turistica, che comprende oggi il settore alberghiero nonché i campeggi e gli ostelli della gioventù, viene complessivamente finanziata su base contrattuale da 44 partner. I costi annuali per il periodo 2013–2014 ammontano a 1,7 milioni di franchi. Se la statistica del settore paralberghiero non è integrata in un unico contratto a partire dal 2015, il contratto HESTA verrà prorogato automaticamente per due anni senza modifiche (2015–2016). Il contratto in vigore scade alla fine del 2012.

3) Avvertenza generale in merito all'indicazione «termine del progetto 2015»: tale indicazione significa che la durata del progetto termina alla scadenza del Programma di attuazione 2012–2015, ma non implica automaticamente che il progetto in questione si concluda nel 2015. Ciò dipende infatti dagli obiettivi prefissati nonché dall'organizzazione e dai promotori del progetto.

Evidentemente l'HESTA continuerà a richiedere una cospicua partecipazione finanziaria dell'industria turistica, dei Cantoni e delle regioni a vocazione turistica. Anche in futuro, l'UST sarà in grado di coprire circa la metà dei costi (0,85 milioni di franchi). Tale cifra corrisponde approssimativamente al costo di base di una statistica HESTA comprendente solo dati nazionali. Per il periodo 2013–2016 si punta a ottenere un nuovo accordo di finanziamento.

Competenza: UST
Partner per l'attuazione: Cantoni/regioni turistiche, industria turistica
Durata del progetto: 2012–2015

3) Introdurre la Statistica del settore paralberghiero (PASTA)

Obiettivo e descrizione: Da tempo gli operatori turistici lamentano la mancanza di esaustività della statistica relativa alla ricettività turistica della Confederazione per quanto attiene al settore paralberghiero. Nel 2010, sotto la guida della Federazione svizzera del turismo (FST) e con il sostegno finanziario di Innotour è stata messa a punto una soluzione transitoria, la cosiddetta «PASTA light». A partire dal 2015, quest'ultima dovrà essere sostituita da una statistica PASTA completa. A tale proposito, l'UST ha elaborato un progetto comprendente una fase di sviluppo (dal 2011 al 2014) e una fase di esercizio (a partire dal 2015).

Nella fase di sviluppo il 100 per cento dei costi dovrà essere assunto dalla Confederazione, vale a dire da UST e SECO (Innotour) nonché da altre unità amministrative interessate. Per la fase di esercizio, a partire dal 2015 è prevista una ripartizione dei costi rispettivamente del 50 per cento tra la Confederazione e i Cantoni o l'industria turistica.

Competenza: UST
Partner per l'attuazione: SECO, Cantoni/regioni turistiche, industria turistica
Durata del progetto: 2012–2014 (dal 2015 fase di esercizio)

4) Proseguire e sviluppare le statistiche del settore turistico già esistenti

Obiettivo e descrizione: Gli obiettivi prioritari sono la prosecuzione delle previsioni relative al settore turistico nonché la continuazione e lo sviluppo del programma di benchmarking internazionale per il turismo svizzero. Il benchmarking internazionale riguarda soprattutto l'approfondimento di tematiche relative a singoli segmenti del settore turistico (turismo alpino, turismo nelle città, turismo giornaliero e viaggi brevi). Occorrerà inoltre potenziare l'analisi di esempi di best practice.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: Cantoni/regioni turistiche (per il programma di benchmarking internazionale)
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 1.2: Promozione dello sviluppo delle conoscenze nel turismo svizzero

La disponibilità di conoscenze disponibili ha un ruolo sempre più importante per la competitività del turismo svizzero. La promozione dello sviluppo delle conoscenze – e della loro diffusione (cfr. a tal proposito l'obiettivo 1.3) – contribuisce a superare tutte le maggiori sfide che la piazza turistica Svizzera è chiamata ad affrontare. Il Programma di attuazione 2012–2015 contiene un obiettivo specifico per la promozione mirata allo sviluppo delle conoscenze nel turismo.

Sarà approfondito in particolare il seguente progetto chiave:

5) Elaborare basi di conoscenze su temi prioritari per la politica del turismo

Obiettivo e descrizione: L'industria turistica dovrà essere sostenuta nel suo impegno per il superamento delle importanti sfide che la attendono, attraverso l'elaborazione di basi di conoscenze su temi prioritari per la politica del turismo. La SECO intende coinvolgere le associazioni nazionali di categoria del settore turistico nella definizione dei temi prioritari. Per l'eventuale definizione di tematiche negli ambiti della promozione del settore alberghiero e del marketing turistico dovranno essere sfruttate soprattutto le competenze della Società svizzera di credito alberghiero e di Svizzera Turismo.

Un primo tema prioritario per il periodo 2012–2015 potrebbe riguardare **lo sviluppo della qualità e la garanzia di qualità** nel turismo svizzero. Per sostenere il confronto internazionale, la piazza turistica Svizzera deve disporre di un'offerta turistica di qualità eccellente. Nonostante i notevoli passi avanti compiuti, persistono gravi carenze in termini di qualità, ad esempio per quanto concerne l'offerta alberghiera di fascia media nelle zone alpine. Il turismo svizzero deve costantemente sviluppare e garantire la qualità delle sue prestazioni.

Un secondo tema prioritario potrebbe essere **il riposizionamento dell'offerta svizzera sul mercato del turismo estivo**. Nella stagione estiva la Svizzera è molto più esposta alla concorrenza internazionale rispetto alla stagione invernale. Nelle regioni alpine a vocazione turistica, le capacità ricettive vengono sfruttate molto meno nel periodo estivo rispetto a quello invernale e i prezzi praticati in estate sono molto inferiori a quelli della stagione invernale. Il potenziamento della stagione estiva rappresenta quindi una misura determinante per il conseguimento degli obiettivi di crescita prefissati. Tale potenziamento assume inoltre un significato importantissimo nel contesto dei mutamenti climatici. Con la definizione di basi di conoscenze per il riposizionamento della Svizzera quale destinazione turistica estiva, la politica nazionale del turismo può contribuire al rafforzamento del turismo estivo. In tale contesto è prevista un coordinamento con il «Concetto d'ispirazione Re-Invent Summer» di Svizzera Turismo (cfr. progetto chiave n. 28).

Il terzo tema prioritario riguarda **l'adattamento del turismo ai mutamenti climatici**. Uno studio dell'Università di Berna ha identificato tre campi d'azione per l'adattamento ai mutamenti climatici: «ampliamento dell'offerta», «riduzione dei rischi» e «comunicazione». ⁴⁾ Lo studio ha inoltre dimostrato che sussiste la necessità di migliorare le basi di conoscenze e la qualità del-

4) Cfr. Università di Berna (2011)

le informazioni in merito a questa tematica. Sulla scorta dei risultati disponibili, nel periodo 2012–2015 dovranno essere elaborate a tale proposito basi più solide.⁵⁾

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: da definire
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 1.3: Promozione della diffusione delle conoscenze nel turismo svizzero

Oltre allo sviluppo delle conoscenze (cfr. obiettivo 1.2), dovrà essere migliorata anche la loro diffusione. Il Programma di attuazione 2012–2015 prevede la definizione di un obiettivo per rispondere a questa esigenza.

In particolare sono previsti i seguenti progetti chiave:

6) Consolidare il Forum Turismo Svizzera (FTS)

Obiettivo e descrizione: Il consolidamento del FTS permetterà di creare una piattaforma di scambio nazionale su questioni strategiche per la politica del turismo e per la piazza turistica Svizzera. In particolare, dovrà essere migliorato il coordinamento degli sforzi intrapresi da Confederazione, Cantoni e industria turistica per superare le sfide di natura strategica che la piazza turistica Svizzera deve affrontare.

Il Forum Turismo Svizzera comprende tre moduli: il modulo 1 è volto a ottenere una maggiore coerenza attuativa all'interno dell'Amministrazione federale, il modulo 2 intende consolidare la collaborazione tra Confederazione e Cantoni per quanto attiene alle unità amministrative preposte alla politica del turismo e il modulo 3 è inteso a sviluppare la cooperazione tra la Confederazione e l'industria turistica. Lo scambio intermodulare sarà promosso nell'ambito di una manifestazione tematica dedicata al FTS, organizzata dalla SECO a cadenza regolare.

Sostanzialmente il FTS avrà un carattere complementare e sussidiario rispetto a piattaforme e organismi già esistenti in questo settore. La SECO svilupperà esclusivamente offerte per le quali venga individuata un'esplicita necessità da parte degli ambienti direttamente interessati. Gli interessi di questi ultimi dovranno quindi essere tenuti in debito conto al momento della definizione della struttura e dei contenuti del FTS. La prima manifestazione dedicata al FTS è prevista per il quarto trimestre del 2012.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati, Società svizzera di credito alberghiero, Svizzera Turismo, Cantoni, associazioni di settore
Durata del progetto: 2012–2013

5) L'adattamento del turismo ai mutamenti climatici viene trattato anche nel campo d'azione 4 (Coordinamento e cooperazione nell'ambito della politica federale)

7) Creare e introdurre la newsletter «Politica internazionale del turismo»

Obiettivo e descrizione: La newsletter «Politica internazionale del turismo» avrà la funzione di diffondere rapidamente nel turismo svizzero le nuove tendenze di sviluppo e le soluzioni di politica del turismo formulate a livello internazionale. L'accento verrà posto sull'informazione in merito a progetti e nuove conoscenze in seno all'Organizzazione mondiale del turismo (OMT), al Comitato per il turismo dell'OCSE e agli organismi preposti al turismo dell'Unione europea. La newsletter riporterà inoltre informazioni su temi attuali della politica del turismo e sugli sviluppi nei Paesi confinanti e concorrenti della Svizzera. I temi da trattare saranno selezionati dalla SECO in base alla loro rilevanza per il turismo svizzero. La newsletter sarà pubblicata a cadenza annuale e avrà una lunghezza compresa tra le quattro e le otto pagine.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2013

Campo d'azione 2 (CA2): Cooperazione internazionale

Obiettivo 2.1: Rafforzamento e finalizzazione della cooperazione internazionale in materia di politica del turismo in seno alle organizzazioni multilaterali

La cooperazione internazionale in materia di politica del turismo assume un'importanza sempre crescente per la Svizzera. Ciò è da ricondurre soprattutto alla progressiva globalizzazione del settore turistico e alla conseguente intensificazione dei legami internazionali. Il rafforzamento e l'approfondimento della cooperazione internazionale aiutano quindi ad affrontare le sfide generate dalla progressiva globalizzazione del turismo.

In particolare sono previsti i seguenti progetti chiave:

8) Finalizzare la collaborazione nell'ambito dell'OMT

Obiettivo e descrizione: Il programma di attività dell'OMT per il periodo 2012–2013 è stato approvato a ottobre 2011, in occasione dell'assemblea generale. A margine di tale assemblea la Svizzera ha stabilito le sue priorità strategiche e, d'intesa con i Paesi confinanti dell'arco alpino, linee operative da seguire in seno agli organi dell'OMT. Sulla base del programma di lavoro 2012–2013, la Svizzera concentrerà il proprio contributo su temi prioritari che ritiene particolarmente importanti, come la competitività del turismo e lo sviluppo sostenibile. Anche le previsioni a lungo termine per lo sviluppo del turismo mondiale fino al 2030 assumono un particolare rilievo.

Per il 2012 si prevede di invitare il segretario generale dell'OMT Taleb Rifai in Svizzera per una visita di lavoro. In vista dell'assemblea generale 2013 dell'OMT occorrerà esaminare la possibilità di una candidatura della Svizzera a un seggio nel consiglio esecutivo dell'OMT. L'accessibilità delle conoscenze acquisite nell'ambito della collaborazione in seno all'OMT migliorerà grazie alla regolare pubblicazione di una newsletter (cfr. progetto chiave n. 7).

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati (DFAE)
Durata del progetto: 2012–2015

9) Finalizzare la collaborazione nell'ambito del Comitato per il turismo dell'OCSE

Obiettivo e descrizione: All'inizio del 2012, il Comitato per il turismo dell'OCSE ha messo a punto un nuovo mandato valido fino al 2016. Nel corso dell'elaborazione del mandato, la Svizzera è riuscita a difendere i propri interessi prioritari. Sulla base di tale mandato, nel 2012 il Comitato per il turismo dell'OCSE intende elaborare un nuovo programma di lavoro biennale per il periodo 2013–2014. Anche in questo caso occorrerà agire affinché gli interessi della Svizzera in materia di politica del turismo siano tenuti in considerazione.

Attualmente la Svizzera, quale membro del gruppo direttivo, collabora attivamente al progetto dell'OCSE «Green Innovation in Tourism». I risultati del progetto saranno disponibili probabilmente alla fine del 2012 e costituiranno un contributo essenziale allo sviluppo e alla diffusione delle conoscenze sul tema «sviluppo sostenibile».

L'accessibilità delle conoscenze acquisite nell'ambito della collaborazione in seno al Comitato per il turismo dell'OCSE migliorerà grazie alla regolare pubblicazione di una newsletter (cfr. progetto chiave n. 7).

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati (DFAE)
Durata del progetto: 2012–2015

10) Potenziare gli scambi con l'UE in materia di politica del turismo

Obiettivo e descrizione: La Svizzera accorda grande importanza agli scambi con l'UE in materia di politica del turismo. Sulla base del trattato di Lisbona, l'UE ha avviato importanti attività di politica del turismo a livello europeo. Nel giugno del 2010 è stata presentata una strategia turistica europea e ogni anno vengono organizzati un Forum europeo del turismo e una Giornata europea del turismo.⁶⁾ Al fine di garantire una diffusione ottimale delle informazioni e di identificare possibili settori di collaborazione, è necessario rafforzare gli scambi con l'UE in materia di politica del turismo.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati (DFAE)
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 2.2: Focalizzazione su forme specifiche di cooperazione internazionale in materia di politica del turismo

La cooperazione internazionale in materia di politica del turismo non deve limitarsi ad un approccio multilaterale, bensì essere prevedere forme mirate di cooperazione bilaterale, soprattutto con i Paesi dell'arco alpino.

6) Cfr. Commissione europea (2010)

In particolare sono previsti i seguenti progetti chiave:

11) Sviluppare in modo mirato la collaborazione in materia di politica del turismo nell'arco alpino

Obiettivo e descrizione: L'intero arco alpino, considerato sotto il profilo turistico, deve affrontare una forte concorrenza a livello globale. I Paesi attraversati dall'arco alpino dovranno perciò collaborare maggiormente e in modo mirato, al fine di difendere al meglio su scala mondiale gli obiettivi di politica del turismo comuni.

Assume dunque un particolare rilievo la tradizionale cooperazione fra i tre Paesi germanofoni dell'arco alpino (Germania, Austria e Svizzera). Nel periodo 2010–2011 è stato ad esempio possibile realizzare con successo un progetto molto importante, riguardante il lancio di una campagna per la protezione di bambini e adolescenti dallo sfruttamento sessuale nel turismo («turismo sessuale»). La cooperazione trilaterale tra i Paesi menzionati dovrà essere considerata prioritaria e sarà potenziata in modo mirato.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati (DFAE)
Durata del progetto: 2012–2015

12) Sfruttare le potenziali sinergie tra la politica del turismo e la cooperazione allo sviluppo economico

Obiettivo e descrizione: La Svizzera è una destinazione turistica conosciuta in tutto il mondo e in questo settore può disporre di un ottimo know-how. Nel contempo, la promozione del turismo è un tema di grande interesse in molti Paesi emergenti e in via di sviluppo. L'unione di questi due elementi costituisce la base ideale per l'integrazione mirata del turismo nella cooperazione allo sviluppo.

L'accento è posto sulla cooperazione allo sviluppo attuata dal settore «Cooperazione economica e sviluppo» della SECO. Le attività della SECO in questo ambito si concentrano su tre punti: rafforzamento della competitività e della sostenibilità dell'offerta turistica nei Paesi partner, creazione di condizioni quadro favorevoli per il turismo in questi Paesi e miglioramento dell'accesso al mercato e dell'informazione in materia di turismo.

La collaborazione tra i settori della SECO competenti per il turismo e per la promozione commerciale si è già rivelata efficace e riguarda soprattutto lo scambio reciproco d'informazioni sulle attività in corso. In futuro, occorrerà sfruttare maggiormente le potenziali sinergie esistenti tra i due settori, approfondendo soprattutto la cooperazione in seno agli organismi internazionali (p. es. OMT e Comitato per il turismo dell'OCSE).

Competenza: SECO (settore Turismo e settore Promozione commerciale)
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati (DFAE)
Durata del progetto: 2012–2015

3.2 Strategia chiave 2: Sviluppo delle attività intersettoriali

3.2.1 Panoramica

Lo sviluppo delle attività intersettoriali nell'ambito della politica del turismo è finalizzato ad aumentare le opportunità di mercato per le aziende turistiche. A tale proposito sono stati identificati due campi d'azione: «Integrazione nella politica economica» (campo d'azione CA3) e «Coordinamento e cooperazione nell'ambito della politica federale» (campo d'azione CA4). Lo sviluppo delle attività intersettoriali richiede anche un maggiore coordinamento e cooperazione all'interno dell'Amministrazione federale.

Figura 3: Obiettivi e progetti chiave – Attività intersettoriali

Campo d'azione	Obiettivi	Progetti chiave
CA3: Integrazione nella politica economica	3.1 Sfruttamento di sinergie nell'ambito della promozione della piazza economica della SECO	13) Ottimizzare la collaborazione tra nuova politica regionale e politica del turismo
	3.2 Influsso sulla politica economica generale	14) Integrare le esigenze della politica del turismo nella politica economica generale
CA4: Coordinamento e cooperazione nell'ambito della politica federale	4.1 Unità d'intenti tra la politica del turismo e la politica d'assetto del territorio	15) Instaurare una forma di collaborazione strutturata con l'Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE)
	4.2 Unità d'intenti tra la politica del turismo e la strategia per uno sviluppo sostenibile	16) Tracciare un bilancio della situazione per verificare il rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile nella politica del turismo
	4.3 Unità d'intenti tra la politica del turismo e la politica climatica e ambientale	17) Instaurare una forma di collaborazione strutturata con l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM)
	4.4 Unità d'intenti tra la politica del turismo e altre politiche settoriali	18) Sfruttare le potenzialità offerte dall'agriturismo 19) Sfruttare le potenziali sinergie tra politica del turismo e politica energetica

3.2.2 Commento ai singoli obiettivi e progetti chiave

Campo d'azione 3 (CA3): Integrazione nella politica economica

Obiettivo 3.1: Sfruttamento di sinergie nell'ambito della promozione della piazza economica della SECO

Tra i vari settori e strumenti della promozione della piazza economica della Confederazione sussistono numerosi punti di contatto e correlazioni da sfruttare con maggiore sistematicità. In futuro dovrà essere intensificato anche il ricorso alle sinergie già esistenti. L'impiego ottimizzato e coordinato di tutti gli strumenti di promozione della piazza economica è di centrale importanza per superare le sfide che attendono la piazza turistica Svizzera e per lo sviluppo futuro di quest'ultima.

In particolare è previsto il seguente progetto chiave:

13) Ottimizzare la collaborazione tra nuova politica regionale e politica del turismo

Obiettivo e descrizione: I due settori preposti all'attuazione della politica del turismo e della nuova politica regionale (NPR) collaborano efficacemente in virtù di un memorandum of understanding (MoU) sottoscritto nel 2009.

Nel 2011 il MoU è stato rinnovato così da consentire una cooperazione più intensa e mirata tra i due settori nei prossimi anni. Si tratterà in particolare di coordinare a livello federale le nuove modalità di promozione Innotour con l'attuazione della NPR (quadriennio 2012–2015). Si potranno così sfruttare in misura ancora maggiore le possibili sinergie tra questi strumenti di promozione, soprattutto in considerazione del fatto che essi si integrano reciprocamente. Dal momento che i programmi di promozione Interreg fanno parte della NPR, la collaborazione tra i due settori preposti della SECO permetterà lo sfruttamento di tali sinergie anche nell'ambito di progetti internazionali.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 3.2: Influsso sulla politica economica generale

L'obiettivo principale della politica economica svizzera è quello di migliorare il quadro di condizioni in cui operano le imprese. Per il Consiglio federale ciò costituisce un obiettivo anche per la politica del turismo. Per il Consiglio federale la ricerca delle migliori condizioni quadro possibili per le imprese turistiche è il compito principale della politica del turismo.⁷⁾ È evidente che le scelte di politica economica generale hanno un'importanza enorme per la politica del turismo e per la sua attuazione. Per questa ragione il Programma di attuazione prevede la definizione di un obiettivo in quest'ambito.

In particolare è previsto il seguente progetto chiave:

7) Consiglio federale svizzero (2010): p. 44

14) Integrare le esigenze della politica del turismo nella politica economica generale

Obiettivo e descrizione: Le scelte di politica economica generale devono avvenire anche alla luce delle esigenze della politica del turismo. Ad esempio, per gli operatori del turismo svizzero è importante poter accedere facilmente ai mercati di provenienza della domanda turistica: sotto questo profilo le disposizioni che disciplinano la concessione di visti possono, nel caso di mercati in espansione d'importanza strategica come la Cina o l'India, assumere un ruolo fondamentale.

Un tema altrettanto importante è rappresentato dall'apertura del mercato, poiché consente di accrescere la concorrenza e ridurre i costi. Particolarmente rilevanti per la piazza turistica Svizzera sono i risparmi sui consumi intermedi, in particolare nei settori dell'agricoltura e dell'alimentazione. Inoltre, è necessario continuare a garantire alle imprese turistiche la possibilità di assumere forza lavoro qualificata proveniente dall'estero.

L'integrazione delle esigenze della politica del turismo nella politica economica generale rappresenta un compito a cui il settore Turismo, quale centro di competenze della Confederazione per la politica del turismo, si dedica continuamente. Per sveltire e intensificare tale attività, per il periodo 2012–2015 è prevista l'ideazione e la realizzazione di un sistema di monitoraggio dei temi di politica economica rilevanti per il turismo. La gestione del monitoraggio spetterà al settore Turismo, che lo coordinerà con l'attuazione della strategia chiave 1 «Issue management strategico» (cfr. punto 3.1).

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati
Durata del progetto: 2012–2015

Campo d'azione 4 (CA4): Coordinamento e cooperazione nell'ambito della politica federale

Obiettivo 4.1: Unità d'intenti tra la politica del turismo e la politica d'assetto del territorio

Il coordinamento tra la politica del turismo e le politiche d'assetto e di sviluppo del territorio viene svolto in modo continuativo. Il legame con il territorio è cruciale per la politica del turismo e temi come la dispersione insediativa e il problema delle seconde case hanno un'importanza strategica per lo sviluppo della piazza turistica Svizzera.

Le competenze spettanti rispettivamente al settore Turismo della SECO, quale organo responsabile per la politica del turismo, e ai vari servizi dell'Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE) sono all'origine di diversi punti di contatto tra le attività di queste unità amministrative. Si tratta ad esempio del Progetto territoriale Svizzera, della Strategia Traffico del tempo libero o della Strategia per uno sviluppo sostenibile. Alla luce dell'importanza di questa interazione operativa e del rilievo che essa assume sotto il profilo della politica del turismo, è opportuno ricercare una collaborazione sistematica e strutturata tra il settore Turismo della SECO e l'ARE. Occorre pertanto assicurare unità d'intenti tra la politica del turismo e le attività dell'ARE in ambiti rilevanti per il turismo e perseguire una maggiore efficienza collaborativa.

In particolare è previsto il seguente progetto chiave:

15) Instaurare una forma di collaborazione strutturata con l'Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE)

Obiettivo e descrizione: Per garantire un approccio sistematico alle numerose tematiche comuni alla politica del turismo e alla politica d'assetto del territorio è prevista, come già accennato, una collaborazione strutturata tra il settore Turismo della SECO e i competenti servizi dell'ARE. I principi di tale collaborazione dovranno essere definiti in un memorandum of understanding (MoU). Oltre ai principi della collaborazione, il MoU comprenderà anche un elenco di tematiche che verrà periodicamente aggiornato. Questo elenco potrebbe ad esempio contemplare progetti modello comuni, la tematica delle seconde case e il Progetto territoriale Svizzera.

Nel quadro di una collaborazione strutturata occorre prevedere il costante scambio d'informazioni relative a questioni di importanza strategica per la piazza turistica Svizzera e lo svolgimento di incontri periodici (almeno una volta all'anno). In tale contesto rientrano gli scambi che intercorrono nell'ambito del Forum Turismo Svizzera promosso dalla SECO (modulo 1: piattaforma di scambio in seno alla Confederazione su questioni inerenti alla politica del turismo). Ai fini della collaborazione strutturata tra il settore Turismo e i servizi dell'ARE la SECO parteciperà al gruppo di lavoro «Strategia Traffico del tempo libero» ed entrambe le unità amministrative saranno rappresentate in seno alla Conferenza della Confederazione sull'assetto del territorio (CAT) e alla rete federale «Spazio rurale».

Competenza: SECO/ARE
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati (nel quadro del FTS)
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 4.2: Unità d'intenti tra la politica del turismo e la strategia per uno sviluppo sostenibile

Il rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile è uno dei quattro obiettivi della Confederazione previsto dalla Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera.⁸⁾ L'integrazione della sostenibilità nella Strategia quale tema intersettoriale assicura l'unità d'intenti a livello strategico e progettuale tra la politica del turismo e la Strategia per uno sviluppo sostenibile del Consiglio federale.

Rispettare i principi dello sviluppo sostenibile nell'ambito della politica del turismo – vertente soprattutto sulla sostenibilità dell'«efficienza economica» – significa perseguire l'unità d'intenti con la Strategia per uno sviluppo sostenibile ed evitare per quanto possibile effetti negativi per la biodiversità, l'ambiente e la società. Altri obiettivi: una maggiore efficienza delle risorse e uno sviluppo turistico disgiunto dal loro sfruttamento.

Il rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile nella politica del turismo è anche una delle misure della Confederazione previste dalla «Strategia per uno sviluppo sostenibile 2012–2015»⁹⁾, volta a garantire la cooperazione e il reciproco coordinamento.

8) Consiglio federale svizzero (2010): p. 44

9) Consiglio federale svizzero (2012b)

La definizione del Programma di attuazione 2012–2015 tiene conto del carattere intersettoriale della sostenibilità. La realizzazione dei progetti chiave del Programma di attuazione 2012–2015 avviene nel pieno e sistematico rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile, in base a criteri già stabiliti dall'ARE.

In particolare è previsto il seguente progetto chiave:

16) Tracciare un bilancio della situazione per verificare il rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile nella politica del turismo

Obiettivo e descrizione: Nel quadro del bilancio del Consiglio federale sulla situazione relativa al turismo svizzero, previsto per il 2014, dovrà essere verificato il rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile nella politica del turismo. Si tratterà in particolare di fornire una panoramica dell'adempimento di questi principi nell'applicazione dei diversi strumenti di politica del turismo. Svizzera Turismo (ST) e la Società svizzera di credito alberghiero (SCA) sono incaricate di tracciare un bilancio della situazione sotto il profilo del rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile nel marketing turistico nazionale e nella promozione del settore alberghiero. Il bilancio della situazione relativa al rispetto di questi principi in ambito Innotour spetta invece alla SECO e viene svolto secondo criteri già formulati dall'ARE.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: SCA, ST, altri organi federali interessati (ARE)
Durata del progetto: 2013–2014

Obiettivo 4.3: Unità d'intenti tra la politica del turismo e la politica climatica e ambientale

La politica climatica e quella ambientale sono di centrale importanza per la politica del turismo. La Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera individua nei mutamenti climatici una delle cinque sfide principali per il turismo svizzero. Visto che il turismo subisce gli effetti del mutamento climatico e nel contempo ne è concausa, gli operatori di questo settore sono chiamati ad affrontare questa problematica sia ricorrendo a strategie di mitigazione sia adeguandosi. La politica ambientale della Confederazione influisce considerevolmente sul turismo e vi sono importanti punti in comune tra la politica del turismo e la politica ambientale: ad esempio nel settore dei parchi d'importanza nazionale, in cui è già stata avviata una proficua collaborazione.

In particolare è previsto il seguente progetto chiave:

17) Instaurare una forma di collaborazione strutturata con l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM)

Obiettivo e descrizione: In futuro sarà necessario migliorare il coordinamento e la collaborazione tra politica del turismo e politica climatica e ambientale ai fini di una maggiore unità d'intenti. A tale scopo, a partire dal 2012 si terranno i servizi interessati si incontreranno regolarmente (una volta all'anno o con maggiore frequenza se necessario) per discutere i temi prioritari e rilevare eventuali contraddizioni tra gli obiettivi di questi diversi ambiti politici.

Per poter affrontare la tematica relativa ai **mutamenti climatici** nell'ambito del Programma di attuazione 2012–2015, la SECO ha commissionato all'Università di Berna lo studio «Il turismo svizzero di fronte ai mutamenti climatici – Effetti e possibili adattamenti». Questo studio definisce tre campi d'azione principali: ampliamento dell'offerta, riduzione dei rischi e comunicazione. I risultati più importanti sono stati inclusi nella strategia del Consiglio federale «Adattamento ai cambiamenti climatici in Svizzera»¹⁰. Alla luce dei risultati dello studio e secondo la strategia di adattamento definita dal Consiglio federale, nel periodo 2012–2015 l'accento sarà posto sul miglioramento delle potenzialità di adattamento del settore turistico mediante lo sviluppo e la diffusione delle conoscenze. A livello federale, la SECO è il servizio preposto all'individuazione di misure appropriate. Misure di adattamento del turismo che coinvolgono altri settori verranno discusse con gli uffici federali competenti. In tale contesto è importante soprattutto chiarire il ruolo dei vari operatori pubblici e privati.

In linea con la **politica in materia di biodiversità e tutela del paesaggio** saranno incentivate le offerte ecocompatibili – ad esempio all'interno di parchi d'importanza nazionale – e verrà perseguito il mantenimento a lungo termine delle caratteristiche paesaggistiche in quanto preziosa risorsa della piazza turistica Svizzera. A questo scopo verranno vagliate misure intese a definire il contributo dell'industria turistica alla promozione dei valori paesaggistici (ad esempio mediante l'informazione, la formazione e il perfezionamento, la ricerca applicata e la creazione d'incentivi).

Competenza: SECO/UFAM
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 4.4: Unità d'intenti tra la politica del turismo e altre politiche settoriali

Nel Programma di attuazione 2012–2015 l'approccio alla questione delle potenziali sinergie tra la politica del turismo e le altre politiche settoriali, illustrate nella Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera, è sistematico. L'accento viene posto sull'unità d'intenti tra la politica del turismo e le varie politiche settoriali.

Per quanto concerne la selezione dei due progetti chiave descritti in seguito, inerenti ai campi tematici dell'agriturismo e della politica energetica, occorre rilevare che le attività di coordinamento e cooperazione svolte dagli organi preposti alla politica del turismo non riguardano soltanto questi due ambiti. In qualità di unità amministrativa competente in materia di politica del turismo, il settore Turismo si occupa anche dei rapporti e dell'interazione con altri settori della politica, come la politica dei trasporti e delle infrastrutture, la politica culturale, la politica dello sport e la politica in materia di formazione e di ricerca. Anche chi si occupa della promozione dell'innovazione turistica (Innotour) opera in una situazione di interscambio con l'Agenzia per la promozione dell'innovazione (CTI). Il settore Turismo interagisce inoltre con l'Ufficio federale di giustizia, competente in relazione alla legge federale sull'acquisto di fondi da parte di persone all'estero («Lex Koller»), e in quest'ambito si impegna affinché vengano adottate soluzioni favorevoli al turismo.

In particolare sono previsti i seguenti progetti chiave:

¹⁰ Consiglio federale svizzero (2012a)

18) Sfruttare le potenzialità offerte dall'agriturismo

Obiettivo e descrizione: L'agriturismo offre svariate possibilità di sfruttamento delle potenzialità turistiche e diversificazione dell'offerta agricola. La centralità che nell'ambito dell'agriturismo rivestono gli aspetti legati alla natura, consente alle aziende agrituristiche di contribuire allo sviluppo sostenibile del turismo svizzero e, nel contempo, al raggiungimento degli obiettivi dell'agricoltura secondo quanto sancito dalla Costituzione. Di concerto con l'UFAG, nel 2011 la SECO ha sostenuto finanziariamente, nell'ambito di un progetto Innotour, la fase iniziale della creazione della piattaforma nazionale «Agriturismo Svizzera».

Le spese di marketing della piattaforma «Agriturismo Svizzera» sono sostenute dall'UFAG con mezzi provenienti dalla promozione del commercio di prodotti agricoli. L'UFAG finanzia inoltre singole offerte agrituristiche nell'ambito di Progetti di sviluppo regionale (PSR).

Il progetto chiave «Sfruttare le potenzialità offerte dall'agriturismo» è volto a proseguire, sotto la direzione congiunta della SECO e dell'UFAG, l'impegno già profuso in relazione alla promozione di questo segmento turistico. La SECO si occuperà degli aspetti turistici, coadiuvando in particolare il processo di integrazione dell'offerta agriturbistica nell'offerta turistica generale del nostro Paese.

Competenza: SECO/UFAG
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati (UFAM, ARE), organizzazioni legate all'agriturismo
Durata del progetto: 2012–2015

19) Sfruttare le potenziali sinergie tra politica del turismo e politica energetica

Obiettivo e descrizione: La politica del turismo e la politica energetica sono fortemente connesse tra loro. Ad esempio, il traffico indotto dal turismo è un fattore di consumo energetico importante. Un altro elemento centrale è rappresentato dai costi energetici sostenuti da infrastrutture quali hotel, piste di ghiaccio, piscine coperte e impianti di risalita. Inoltre, le infrastrutture e le offerte turistiche sono spesso situate in regioni dove anche la produzione di energia svolge un ruolo importante. La compresenza di questi fattori può risultare sinergica o conflittuale.

Questo progetto chiave comprende un'analisi sistematica e approfondita dei legami che intercorrono tra la politica del turismo e quella energetica. Occorrerà definire possibili obiettivi comuni e dovranno essere sfruttate le potenziali sinergie esistenti, ad esempio riguardo agli strumenti di promozione. Si possono inoltre ipotizzare progetti comuni le cui tematiche principali potrebbero concernere, ad esempio, il miglioramento dell'efficienza energetica nel turismo o la ponderazione degli interessi relativi allo sfruttamento turistico rispettivamente alla produzione energetica.

In particolare, è previsto un regolare scambio d'informazioni tra i servizi competenti dell'Ufficio federale dell'energia (UFE) e il settore Turismo della SECO, responsabile per la politica del turismo della Confederazione. Tale scambio dovrà avvenire sotto forma di incontri strutturati (di norma una volta all'anno).

Competenza: SECO/UFE
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015

3.3 Strategia chiave 3: Incrementare l'attrattiva dell'offerta

3.3.1 Panoramica

L'attrattiva dell'offerta turistica della Svizzera va incrementata. La Confederazione agevola lo svolgimento dei compiti affidati a imprese e destinazioni turistiche in tale ambito con la concessione di incentivi all'innovazione, alla cooperazione e all'investimento.¹¹⁾ In pratica sono stati individuati i seguenti campi d'azione: «Promozione di innovazione, collaborazione e sviluppo delle conoscenze in ambito turistico (Innotour)» (campo d'azione CA5) nonché «Promozione del settore alberghiero (SCA)» (campo d'azione CA6).

Figura 4: Obiettivi e progetti chiave – Incremento dell'offerta

Campo d'azione	Obiettivi	Progetti chiave
CA5: Promozione di innovazione, collaborazione e sviluppo delle conoscenze nell'ambito del turismo svizzero (Innotour)	5.1 Consolidamento del nuovo obiettivo di Innotour «sviluppo delle conoscenze»	20) Rafforzare lo scambio di esperienze tra i promotori dei progetti Innotour 21) Intensificare l'attività di informazione sul turismo svizzero in generale svolta dalla SECO 22) Sostenere la piattaforma innovativa Milestone
	5.2 Lancio del nuovo strumento di promozione «progetti modello»	23) Sostenere progetti modello di Innotour di tipo bottom-up 24) Avviare e sostenere progetti modello di Innotour di tipo top-down
CA6: Promozione del settore alberghiero (SCA)	6.1 Sviluppo della promozione del settore alberghiero	25) Esaminare le opzioni strategiche per la Società svizzera di credito alberghiero (SCA) e adeguare le basi legali
	6.2 Sostegno all'industria alberghiera al fine di garantire gli investimenti	26) Attuare misure di sostegno agli investimenti volti a rinnovare le infrastrutture ricettive

11) Consiglio federale svizzero (2010): p. 68 segg.

3.3.2 Commento ai singoli obiettivi e progetti chiave

Campo d'azione 5 (CA5) Promozione di innovazione, collaborazione e sviluppo delle conoscenze nell'ambito del turismo svizzero (Innotour)

Obiettivo 5.1: Consolidamento del nuovo obiettivo di Innotour «sviluppo delle conoscenze»

Il terzo obiettivo introdotto con la revisione totale della legge federale su Innotour è il nuovo obiettivo «sviluppo delle conoscenze», nel quale rientra anche la diffusione delle conoscenze. Si tratterà in particolare di promuovere il potenziamento della formazione e della formazione continua e di garantire che il know-how acquisito nelle imprese e nelle destinazioni turistiche sia sfruttato al meglio. Dovrà inoltre essere intensificata l'attività informativa della SECO sul turismo in generale e sui progetti sostenuti da Innotour.

Saranno approfonditi in particolare i seguenti progetti chiave:

20) Rafforzare lo scambio di esperienze tra i promotori dei progetti Innotour

Obiettivo e descrizione: Lo scambio di esperienze e conoscenze tra i promotori dei progetti Innotour dovrà essere rafforzato nel quadro della legge federale Innotour sottoposta a revisione totale. Lo scopo è soprattutto di diffondere le esperienze e le conoscenze acquisite nell'ambito dei progetti Innotour, innescando un effetto moltiplicatore. Al fine di valutare in modo esauritivo il successo dei progetti, la SECO intende rafforzare il monitoring dei progetti sostenuti. Se possibile e nei limiti delle risorse a disposizione, i progetti dovranno continuare a essere sottoposti a monitoring anche dopo la conclusione formale del progetto Innotour.

Lo scambio di esperienze dovrà avvenire soprattutto grazie ai media elettronici (siti Internet della SECO e di Innotour) e alla pubblicazione già esistente «Innotour Insight».

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015

21) Intensificare l'attività di informazione sul turismo svizzero in generale svolta dalla SECO

Obiettivo e descrizione: La legge federale Innotour, sottoposta a revisione totale, prevede che la SECO promuova lo scambio d'informazioni nel settore del turismo in generale.¹²⁾ In particolare, dovrà essere perseguita una migliore diffusione delle conoscenze nell'ambito del turismo svizzero. La pubblicazione «Innotour Insight» sarà mantenuta, valutando la possibilità di un eventuale ampliamento. La pagina Internet del settore Turismo sarà rinnovata e vi sarà integrato il sito Internet di Innotour, al momento ancora indipendente (www.inno-tour.ch).

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015

12) Cfr. art. 7 della legge federale che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour)

22) Sostenere la piattaforma innovativa Milestone

Obiettivo e descrizione: Milestone si è affermata quale piattaforma innovativa nazionale, promuovendo in particolare la diffusione dell'innovazione. Milestone dovrà continuare a beneficiare del sostegno della SECO sulla base di una convenzione sulle sovvenzioni.

Competenza: htr/hotelleriesuisse
Partner per l'attuazione: SECO/Federazione svizzera del turismo
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 5.2: Lancio del nuovo strumento di promozione «progetti modello»

La revisione totale di Innotour prevede l'introduzione di cosiddetti «progetti modello» come nuovi strumenti di promozione di progetti a carattere locale, regionale e cantonale. Da un lato saranno incentivati i «progetti modello di tipo bottom-up», con funzione di modello su scala nazionale. Tali progetti saranno presentati, come avviene ora, in modo indipendente dai richiedenti, senza vincoli tematici posti dalla SECO. Dall'altro lato, la SECO ha ora la possibilità di stabilire temi di tipo top-down per progetti Innotour («progetti modello di tipo top-down»). I progetti modello di tipo top-down avranno lo scopo d'incentivare a titolo prioritario progetti riguardanti campi tematici d'importanza strategica per il turismo svizzero.

Saranno approfonditi in particolare i seguenti progetti chiave:

23) Sostenere progetti modello di Innotour di tipo bottom-up

Obiettivo e descrizione: Il sostegno di progetti modello di tipo bottom-up avviene sulla base delle disposizioni del Consiglio contenute nell'ordinanza che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo nonché nelle prescrizioni concrete della SECO. Di concerto con i rispettivi promotori, la SECO intensificherà la diffusione di esperienze e conoscenze ricavate dai progetti modello di Innotour da essa promossi. A tale proposito i progetti Innotour dovranno essere sottoposti a monitoring sia durante la fase di sostegno da parte di Innotour sia nella fase successiva.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: promotori cantonali, regionali e locali, altri organi federali interessati (in particolare ARE, UFAM, UFAG)
Durata del progetto: 2012–2015

24) Avviare e sostenere progetti modello di Innotour di tipo top-down

Obiettivo e descrizione: D'ora in avanti la SECO definirà anche obiettivi tematici (detti cluster tematici), da incentivare a titolo prioritario. Anche per questi progetti la responsabilità dovrà essere assunta dai richiedenti e non dalla SECO, che tuttavia predisporrà e realizzerà studi di accompagnamento o forme specifiche di scambio d'informazioni.

Le priorità dei progetti modello di tipo top-down dovranno essere definite tra l'altro attraverso la pubblicazione di bandi di gara per il sostegno in determinati campi tematici, che dovranno essere stabiliti sulla base delle priorità di politica del turismo della Confederazione (cfr. proget-

to chiave n.5). A tale proposito dovranno essere prese in considerazione anche le necessità e le aspettative dell'industria turistica e dei Cantoni.

Competenza: SECO
Partner per l'attuazione: altri organi federali interessati (in particolare ARE, UFAM, UFAG)
Durata del progetto: 2012–2015

Campo d'azione 6 (CA6): Promozione del settore alberghiero (SCA)

La Società svizzera di credito alberghiero (SCA) è una società cooperativa di diritto pubblico istituita sulla base di una legge federale (RS 932.12). Il compito conferito dalla legge a tale società è la promozione dell'industria alberghiera attraverso la concessione di mutui di grado posteriore alle aziende alberghiere situate in regioni turistiche e in località termali. La SCA può assumere anche altri compiti, come ad esempio la consulenza in materia di economia aziendale rivolta alle strutture alberghiere. La SCA dispone attualmente di un mutuo federale dell'importo di 136 milioni di franchi. A fine di attenuare gli effetti negativi della forza del franco sul turismo svizzero, nella sessione autunnale 2011 il Parlamento ha aumentato, come misura preventiva e a tempo determinato, il mutuo federale concesso alla SCA di 100 milioni di franchi (mutuo supplementare).

L'amministrazione della SCA definisce l'orientamento strategico per l'attuazione della promozione del settore alberghiero, assumendosene la responsabilità. Quale base per l'attuazione della promozione del settore alberghiero, l'amministrazione della SCA ha elaborato entro il 2012 una strategia per il periodo 2012–2015. La strategia dell'amministrazione della SCA è stata formulata in armonia con il Programma di attuazione 2012–2015.

Per quanto riguarda la SCA, il Programma di attuazione 2012–2015 della SECO prevede due obiettivi: sviluppo della promozione del settore alberghiero e sostegno all'industria alberghiera al fine di garantire gli investimenti. Tali obiettivi e i relativi progetti chiave hanno un'importanza strategica per la promozione del settore alberghiero. I progetti chiave sono progetti esemplari focalizzati sulla promozione del settore alberghiero e non riproducono l'intera gamma di attività della SCA.

Obiettivo 6.1: Sviluppo della promozione del settore alberghiero

Nel quadro del messaggio concernente la promozione della piazza economica negli anni 2012–2015, nel 2010 la SECO ha eseguito un bilancio della situazione in merito alla promozione dell'industria alberghiera da parte della Confederazione. Tale bilancio ha stabilito che oggi la SCA, sulla base della legge federale sulla promozione del settore alberghiero sottoposta a revisione totale nel 2003, svolge un ruolo attivo e importante nel preservare e nel promuovere la competitività dell'industria alberghiera svizzera.

Nel periodo 2012–2015 la SECO intende eseguire una verifica delle opzioni strategiche in merito allo sviluppo del settore alberghiero. In tale contesto dovranno essere messe in evidenza le possibilità di sviluppo della SCA e definite le premesse per il successivo adeguamento delle basi legali.

Sarà approfondito in particolare il seguente progetto chiave:

25) Esaminare le opzioni strategiche per la Società svizzera di credito alberghiero (SCA) e adeguare le basi legali

Obiettivo e descrizione: I lavori preliminari all'elaborazione delle opzioni strategiche sono stati avviati già nel 2011. In particolare, è stato effettuato un confronto di benchmarking internazionale in merito alla promozione nazionale e regionale del settore alberghiero in cinque Paesi (Svizzera, Germania, Francia, Austria e Italia). Altri studi sono in programma. Particolarmente interessanti sono le questioni relative alle basi legali della SCA. In tale contesto, è molto importante che la SCA, gli stakeholder e la politica vengano coinvolti per tempo nel processo di verifica delle opzioni strategiche.

I risultati della verifica delle opzioni strategiche per la promozione del settore alberghiero della SCA fungeranno da base per l'adeguamento delle basi legali primarie e secondarie della società. L'adeguamento terrà conto in modo particolare dei principi di corporate governance della Confederazione.

Competenza: SECO/SCA
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 6.2: Sostegno all'industria alberghiera al fine di garantire gli investimenti

Nel quadro del messaggio del Consiglio federale concernente la legge federale sulle misure per attenuare la forza del franco e migliorare la competitività e il decreto federale sulla aggiunta Ila al Preventivo 2011, la Confederazione ha aumentato, come misura preventiva e a tempo determinato, il mutuo federale concesso alla SCA. In questo modo, qualora la domanda di credito aumenti o l'offerta di credito sia eccezionalmente limitata, la SCA avrà la possibilità di reagire tempestivamente e in modo esaustivo, nel quadro delle disposizioni legali in vigore.

Sarà approfondito in particolare il seguente progetto chiave:

26) Attuare misure di sostegno agli investimenti volti a rinnovare le infrastrutture ricettive

Obiettivo e descrizione: Il messaggio concernente la forza del franco (cfr. sopra) definisce i seguenti principi per le direttive d'impiego del mutuo supplementare: nel quadro delle disposizioni legali in vigore, la SCA offre le condizioni più vantaggiose in termini di interessi e ammortamento, amplia i suoi servizi di consulenza e sfrutta appieno le possibilità offerte dal quadro legale per quanto concerne i limiti dei mutui e della garanzia e il perimetro regionale d'intervento. La SCA dovrà inoltre continuare a garantire la propria autonomia finanziaria e ad accantonare le riserve necessarie.

Il Dipartimento federale dell'economia (DFE) e la SCA hanno concluso una convenzione sulle sovvenzioni riguardante il regolamento dettagliato in merito alle direttive d'impiego e alle condizioni di rimborso. Come scenario di base per l'attuazione delle direttive d'impiego del mutuo supplementare sono valide innanzitutto le misure congiunturali per il sostegno al settore alberghiero definite dall'amministrazione della SCA il 16 novembre 2011. A seconda dell'evoluzione della domanda nel turismo svizzero e della situazione economica del settore alberghie-

ro, verrà vagliato un eventuale ampliamento dell'attività di promozione della SCA. I principi fondamentali per un ampliamento dell'attività di promozione saranno formulati dalla SCA nel quadro della Strategia 2012–2015.

Competenza: SCA
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015

3.4 Strategia chiave 4: Consolidamento della presenza sul mercato

3.4.1 Panoramica

Con il sostegno di Svizzera Turismo (ST), la Confederazione provvede a garantire una presenza unitaria sul mercato internazionale della Svizzera quale destinazione turistica¹³⁾, integrando le strategie di marketing di aziende e regioni. La strategia relativa al rafforzamento della presenza sul mercato comprende i campi d'azione «Promozione turistica (Svizzera Turismo)» (campo d'azione CA7) e «Coordinamento e cooperazione nella promozione della piazza economica della Confederazione» (campo d'azione CA8).

Figura 5: Obiettivi e progetti chiave – Rafforzamento della presenza sul mercato

Campo d'azione	Obiettivi	Progetti chiave
CA7: Promozione turistica (Svizzera Turismo)	7.1 Programma d'impulso 2012–2013	27) Realizzare il programma d'impulso 2012–2013 per attenuare la forza del franco
	7.2 Promozione turistica «Re-Invent Summer»	28) Allestire il progetto «Concetto d'ispirazione Re-Invent Summer»
	7.3 Rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile da parte di ST	29) Rispettare i principi dello sviluppo sostenibile
CA8: Coordinamento e cooperazione nella promozione della piazza economica della Confederazione	8.1 Sfruttamento del potenziale sinergico	30) Sfruttare le potenziali sinergie tra il marketing turistico e il marketing per l'accesso ai mercati esteri del settore agricolo svizzero

3.4.2 Commento ai singoli obiettivi e progetti chiave

Campo d'azione 7 (CA7): Promozione turistica (Svizzera Turismo)

Svizzera Turismo (ST) è una corporazione di diritto pubblico basata su una legge federale (RS 935.21) e fondata allo scopo di promuovere la domanda di viaggi e vacanze in Svizzera. La Confederazione sostiene ST con la concessione di crediti quadriennali. Nell'autunno del 2011, il Parlamento ha approvato per gli anni 2012–2015 un limite massimo di spesa di 222 milioni di franchi. Tale importo comprende 12 milioni di franchi destinati a misure per attenuare gli effetti negativi della forza del franco sul turismo svizzero. Oltre ai fondi federali, ST dispone anche di ulteriori fondi.

La direzione di ST definisce l'orientamento strategico per l'attuazione del marketing turistico, assumendosene la responsabilità. L'attuazione si fonda su una strategia di crescita a medio termine e su business plan annuali. La strategia di crescita prevede che ST, grazie a strategie di marketing efficaci e a un'iniziativa mirata d'individuazione del potenziale e di nuovi mercati, favorisca la partecipazione del turismo svizzero alla crescita del turismo su scala mondiale.

13) Consiglio federale svizzero (2010): p. 74 segg.

Gli obiettivi e i progetti chiave contenuti nel Programma di attuazione 2012–2015 sono di centrale importanza per il marketing turistico del nostro Paese. I progetti chiave sono progetti esemplari focalizzati sul marketing turistico e non riproducono l'intera gamma di attività di ST.

Obiettivo 7.1: Programma d'impulso 2012–2013

Nel quadro dell'approvazione del quadro finanziario 2012–2015 per Svizzera Turismo, a ottobre 2011 il Parlamento ha definito anche un programma d'impulso per il turismo svizzero. Per gli anni 2012–2013 la Confederazione mette a disposizione un importo supplementare del valore complessivo di 12 milioni di franchi a sostegno del marketing turistico. Il programma d'impulso non fornisce solamente un contributo a breve termine per attenuare gli effetti negativi della forza del franco, ma sostiene anche la diversificazione della domanda nel turismo svizzero in una prospettiva a medio e lungo termine.

Sarà approfondito in particolare il seguente progetto chiave:

27) Realizzare il programma d'impulso 2012–2013 per attenuare la forza del franco

Obiettivo e descrizione: Il programma d'impulso 2012–2013 di ST garantisce che le misure lanciate nel 2011 per attenuare gli effetti negativi della forza del franco sul turismo svizzero vengano portate avanti senza interruzione. Il programma d'impulso 2012–2013 sarà realizzato in maniera scaglionata. Nell'estate e nell'autunno del 2012 l'accento sarà posto sul mercato interno, sui mercati vicini e su mercati lontani selezionati. Nella stagione invernale 2012/2013, l'attenzione sarà rivolta, oltre che al mercato interno, ai mercati classici per il turismo invernale in Svizzera. Nel primo trimestre del 2012, SECO e ST concluderanno un accordo al fine di garantire l'impiego mirato dei fondi stanziati.

Competenza: Svizzera Turismo
Partner per l'attuazione: Partner di Svizzera Turismo
Durata del progetto: 2012–2013

Obiettivo 7.2: Promozione turistica «Re-Invent Summer»

Il riposizionamento della Svizzera nel turismo estivo ha un grande valore strategico e, non da ultimo, rappresenta un fattore decisivo per un adattamento efficace del turismo svizzero ai mutamenti climatici. La focalizzazione sul turismo estivo contribuisce a diversificare l'offerta e quindi ad affrontare le sfide generate dalla globalizzazione e dai cambiamenti nella domanda.

Da tempo Svizzera Turismo lavora all'elaborazione di basi concettuali per il riposizionamento della Svizzera nel turismo estivo e nel 2010 ha ideato la pubblicazione «Re-Inventing Swiss Summer». Contemporaneamente, già in vista della campagna estiva 2010, Svizzera Turismo ha deciso di incrementare nettamente i fondi destinati al marketing per la stagione estiva.

Sarà approfondito in particolare il seguente progetto chiave:

28) Allestire il progetto «Concetto d'ispirazione Re-Invent Summer»

Obiettivo e descrizione: Con «Re-Invent Summer» Svizzera Turismo definisce una priorità strategica nell'ambito del turismo estivo e fornisce al settore una base rilevante per lo sviluppo del marketing e del mercato e per l'ampliamento dell'offerta e dei prodotti in particolar modo a beneficio del turismo estivo alpino e rurale.

L'estate, che attualmente è una lunga bassa stagione caratterizzata da tassi di occupazione nella media e prezzi sotto la media, dovrà diventare attrattiva. Determinante per l'attuazione di tale progetto è un forte sostegno del settore. ST può, nell'ambito della propria competenza giuridica, assumere il ruolo di interlocutore per determinati aspetti e promuovere l'allestimento del progetto «Concetto d'ispirazione Re-Invent Summer», ma le attività richiedono un forte coinvolgimento del settore.

Il seguente scenario sostiene il settore in questo percorso: *nel 2020 la stagione estiva in Svizzera è più attrattiva di oggi e l'occupazione delle strutture è migliorata. Tale obiettivo viene raggiunto grazie allo sviluppo mirato dei prodotti e a un migliore coordinamento degli stessi, a un branding sintetico, a un marketing creativo, alla varietà delle idee, all'aumento della qualità e alla propensione agli investimenti. Il settore s'impegna con risolutezza per il rafforzamento della stagione estiva.*

È prevista la formulazione di un «Concetto d'ispirazione Re-Invent Summer», che sarà successivamente adeguato e costantemente realizzato sulla base di un complesso di misure ispirate a cinque orientamenti strategici (sviluppo dei mercati, sviluppo del marketing, sviluppo dei prodotti, servizi e garanzia di qualità nonché strumenti e raccomandazioni).

Competenza: Svizzera Turismo
Partner per l'attuazione: l'intero settore turistico
Durata del progetto: 2012–2015

Obiettivo 7.3: Rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile da parte di ST

La Confederazione si attende da Svizzera Turismo il rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile, sulla base delle disposizioni della Confederazione in materia di politica del turismo. Tale principio è contenuto nella nuova versione della convenzione stipulata tra la SECO e Svizzera Turismo in merito alle attività di controlling, reporting e monitoring.

Sarà approfondito in particolare il seguente progetto chiave:

29) Rispettare i principi dello sviluppo sostenibile

Obiettivo e descrizione: Nel quadro delle consuete procedure di controlling, ST farà regolarmente rapporto alla SECO sulle modalità con le quali intende attenersi ai principi dello sviluppo sostenibile. I «principi di sostenibilità» attuati da ST costituiscono la base per il rispetto della sostenibilità nell'attività di promozione di ST. Essi prevedono di regolamentare la ripartizione dei ruoli nel settore e di illustrare i processi interni nel quadro della norma ISO 14001. Gli ospiti dovranno essere avvicinati in modo consapevole e mirato al turismo a contatto con la natura. Nel 2014 il tema «turismo a contatto con la natura» sarà uno degli obiettivi per la stagione

estiva. Per il 2014 è previsto inoltre un bilancio della situazione in merito al rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile nell'attività di promozione di ST. Il bilancio della situazione dovrà essere effettuato da ST all'attenzione della SECO entro il 2014 (cfr. progetto chiave 16).

Competenza: Svizzera Turismo
Partner per l'attuazione: –
Durata del progetto: 2012–2015

Campo d'azione 8 (CA8): Coordinamento e cooperazione nella promozione della piazza economica della Confederazione

Obiettivo 8.1: Sfruttamento delle potenziali sinergie

La Svizzera, una realtà piccola nel contesto globale, non può permettersi una dispersione delle forze nel marketing della propria piazza economica. Giunti a tale conclusione, negli ultimi anni ci si è adoperati per migliorare il coordinamento e la cooperazione tra i vari strumenti per la promozione della Svizzera. È stata approfondita con successo in particolar modo la collaborazione tra il marketing turistico (ST) e la promozione della Confederazione per la piazza economica Svizzera (osec).

Il coordinamento e la cooperazione della promozione della piazza economica della Confederazione dovranno essere portati avanti e approfonditi nei prossimi anni.

Sarà approfondito in particolare il seguente progetto chiave:

30) Sfruttare le potenziali sinergie tra il marketing turistico e il marketing per l'accesso ai mercati esteri del settore agricolo svizzero

Obiettivo e descrizione: Tra il marketing turistico e il marketing per i prodotti agricoli svizzeri sussistono sinergie soprattutto nell'affrontare determinati mercati stranieri. Nel periodo 2012–2015 le sinergie esistenti dovranno essere impiegate in modo mirato. L'obiettivo perseguito è una collaborazione tra le organizzazioni competenti orientata all'elaborazione di progetti. La Confederazione assumerà un ruolo di sostegno mentre l'UFAG e la SECO, in qualità di uffici federali competenti, avranno una funzione sussidiaria. Nel settore del marketing agricolo il sostegno si limita a un cofinanziamento delle misure di marketing adottate dalle organizzazioni dell'economia privata.

Particolare importanza assume il coordinamento del marketing turistico e del marketing per il settore agricolo svizzero nell'ottica dell'esposizione mondiale «Milano 2015». Tale obiettivo andrà concretizzato anche nel quadro del gruppo di lavoro istituito dal DFAE (Presenza Svizzera) per questa manifestazione.

Competenza: UFAG/SECO
Partner per l'attuazione: Svizzera Turismo; organizzazioni responsabili per il marketing dei prodotti agricoli svizzeri (Agro Marketing Svizzera, Switzerland Cheese Marketing, Swiss Wine Promotion, Proviande e altre)
Durata del progetto: 2012–2015

4 Controlling e valutazione

4.1 Controlling costante e reporting annuale

La SECO sottoporrà la realizzazione delle misure del Programma di attuazione 2012–2015 a un controlling costante. Sarà illustrato l'avanzamento del progetto e, se del caso, verranno prese in considerazione modifiche di carattere temporale o contenutistico. La SECO informerà regolarmente gli operatori direttamente interessati in merito al grado di avanzamento del Programma di attuazione, utilizzando innanzitutto colloqui annuali con i servizi federali rilevanti, con i servizi cantonali preposti al turismo e con le associazioni nazionali di categoria.

4.2 Bilancio della situazione 2014

Per il 2014 è previsto un bilancio completo della situazione sulla nuova politica del turismo formulata dal Consiglio federale. In tale contesto il grado di avanzamento delle misure del Programma di attuazione 2012–2015 sarà sottoposto ad approfondita analisi e verrà altresì verificato il raggiungimento degli obiettivi definiti in tale programma.

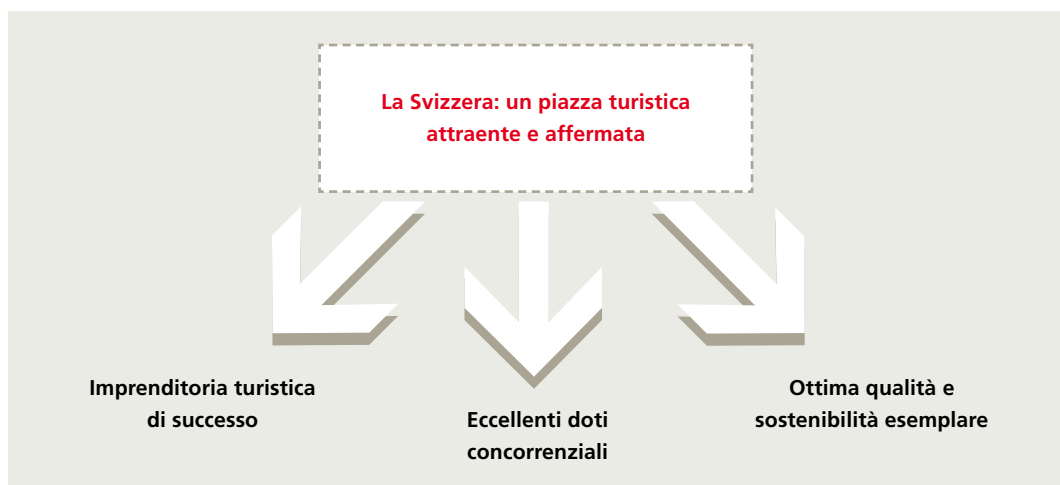
I risultati della valutazione del Programma di attuazione 2012–2015 costituiranno una base importante per la formulazione del Programma di attuazione 2016–2019. Tale programma dovrà essere elaborato dalla SECO di concerto con il previsto messaggio del Consiglio federale concernente la promozione economica negli anni 2016–2019. Tale messaggio sarà sottoposto al Parlamento nel 2015.

Allegato 1: Scenari, linee guida e obiettivi della politica del turismo

Gli scenari a lungo termine formulati dal Consiglio federale nella Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera riflettono l'idea di una piazza turistica attraente e affermata.¹⁴⁾ La Svizzera punta, per il futuro, al pieno sfruttamento del suo straordinario potenziale di destinazione turistica. Con la sua crescita, il turismo svizzero crea posti di lavoro e contribuisce all'aumento del benessere e al miglioramento della qualità della vita in Svizzera, affermando inoltre la sua importanza nel contesto economico svizzero. La Svizzera è in grado di conquistare quote di mercato nell'arco alpino europeo.

Competitività eccezionale: la Svizzera è una delle mete turistiche più competitive al mondo. È una destinazione turistica unica, nota a livello mondiale e molto difficile da copiare. Dispone di una straordinaria concentrazione di attrazioni turistiche. Nel contesto della concorrenza internazionale tra piazze turistiche la Svizzera occupa una posizione unica.

Figura 6: Scenari per la piazza turistica Svizzera



Aziende turistiche affermate: le aziende turistiche svizzere sono aziende affermate nei mercati globalizzati e contribuiscono alla crescita economica nazionale e regionale. Le aziende turistiche perseguono costantemente un incremento della produttività.

Qualità elevata e sostenibilità esemplare: l'offerta turistica svizzera è di ottima qualità e si distingue per gli eccellenti servizi a livello di singole aziende e per un eccezionale rapporto qualità/prezzo. Il turismo in Svizzera è caratterizzato da una sostenibilità esemplare e dal costante miglioramento dell'efficienza delle risorse.

Con la politica del turismo il Consiglio federale persegue i seguenti obiettivi¹⁵⁾:

Condizioni quadro: La politica del turismo della Confederazione ha innanzitutto la funzione di migliorare le condizioni quadro per le aziende turistiche. Le aziende sono le vere promotrici della politica del turismo orientata alla crescita, in quanto sono le uniche a poter creare valore

14) Consiglio federale svizzero (2010): p. 43

15) Cfr. Consiglio federale svizzero (2010): p. 44.

aggiunto. Numerose imprese turistiche sono coinvolte nel circuito economico del turismo. La politica del turismo della Confederazione persegue come obiettivo fondamentale le migliori condizioni quadro per le aziende turistiche.

Attrattiva dell'offerta: Il secondo obiettivo della politica del turismo è il miglioramento dell'attrattiva dell'offerta turistica. La politica del turismo della Confederazione si concentra essenzialmente sulle destinazioni quali unità concorrenziali. Le destinazioni creano vantaggi concorrenziali a livello interaziendale. La messa a disposizione di offerte interaziendali di qualità elevata a livello di destinazione deve essere sostenuta dalla promozione mirata di innovazione, cooperazione e investimenti.

Presenza sul mercato: Il terzo obiettivo della politica del turismo è il potenziamento della presenza sul mercato della Svizzera. Nell'ambito della concorrenza internazionale tra piazze turistiche, la piazza turistica Svizzera necessita di un sostegno mirato del marketing da parte della Confederazione. Il marketing turistico a livello nazionale è un bene pubblico, al quale il mercato non provvede in misura sufficiente. Il sostegno della Confederazione assicura marketing e presenza internazionale.

Sviluppo sostenibile: Il quarto obiettivo perseguito dalla politica del turismo della Confederazione è il rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile. Lo sviluppo sostenibile è una necessità per il turismo svizzero. Si tratta di ottenere più valore aggiunto con il minor consumo di risorse possibile e ridurre al minimo l'impiego delle risorse naturali. L'obiettivo a lungo termine risiede nella separazione della crescita turistica dal consumo delle risorse, vale a dire nel costante miglioramento dell'efficienza delle risorse in ambito turistico.

Allegato 2: Linee guida per l'elaborazione del Programma di attuazione 2012–2015

1. Introduzione

La SECO ha elaborato alcune linee guida per l'elaborazione del Programma di attuazione 2012–2015, contribuendo a definire in modo coerente gli orientamenti e gli obiettivi del Programma di attuazione. Tali linee guida hanno la funzione d'istituire regole del gioco trasparenti per tutti gli operatori coinvolti. Esse approfondiscono gli orientamenti tematici da seguire, precisano le basi operative, illustrano la metodologia di definizione degli obiettivi e di selezione e attuazione dei progetti chiave e, infine, descrivono il coinvolgimento degli operatori direttamente interessati.

2. Linea guida 1: Orientamenti tematici

La Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera identifica cinque sfide principali che la piazza turistica Svizzera è chiamata ad affrontare. Affinché in futuro il turismo svizzero possa trarre vantaggio dal potenziale di crescita globale del turismo, è fondamentale superarle con successo.

Le cinque sfide costituiscono il punto di partenza per la formulazione degli orientamenti tematici del Programma di attuazione 2012–2015. Il Programma di attuazione 2012–2015 dovrà contribuire ad affrontare e superare le seguenti sfide:

Progressiva globalizzazione: La globalizzazione ha cambiato profondamente il turismo. Nel 1950 il nostro Paese figurava tra le cinque destinazioni turistiche più ambite, mentre oggi si situa soltanto al 27° posto. Domanda e offerta sono destinate a crescere notevolmente a livello mondiale, determinando complessivamente un aumento della **spinta alla competitività e alla concorrenza** per l'economia del turismo svizzero. Allo stesso tempo la globalizzazione offre però anche nuove opportunità di conquista e la possibilità di avvalersi di nuovi mercati.

Cambiamenti nella domanda: A livello europeo e mondiale la piramide delle età sta subendo dei mutamenti. Nel 2050 un individuo su cinque sul nostro Pianeta avrà 60 o più anni. Il numero di persone anziane in viaggio è dunque destinato a crescere. I turisti cercheranno al contempo autenticità, relax e novità. La tendenza all'individualizzazione della società interessa anche il turismo: la clientela diventa più esigente e ha aspettative più elevate in quanto a qualità dell'offerta turistica, determinando per le aziende turistiche una costante **spinta all'adeguamento**.

Progresso tecnologico: La crescente motorizzazione e lo sviluppo della tecnica aeronautica hanno cambiato radicalmente il turismo. Con questa dinamica, che continuerà a produrre effetti a lungo termine sul turismo, le destinazioni turistiche risultano più vicine tra loro. In futuro lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione acquisirà un'importanza fondamentale. Internet e quindi la promozione online continueranno a crescere e a divenire elementi sempre più importanti. Per il turismo svizzero questi sviluppi rappresentano ulteriori fattori di **spinta all'innovazione**.

Mutamenti climatici e pericoli ambientali: I mutamenti climatici sono una sfida insidiosa. Diversamente dagli effetti transitori provocati dalle catastrofi naturali, le conseguenze sulle località colpite sono permanenti. In Svizzera ci saranno vincitori e vinti. L'economia del turismo in Svizzera dovrà adeguarsi e diversificare la propria offerta (**spinta alla diversificazione**). Il turismo

deve inoltre assumersi delle responsabilità anche nel campo delle strategie di riduzione, in particolare se si considera l'attesa penuria di energia e di risorse a livello mondiale. Ulteriori sfide sono rappresentate dal mantenimento della qualità del paesaggio e da uno sviluppo ordinato degli insediamenti nelle regioni turistiche, soprattutto in relazione alle abitazioni secondarie. Lo sviluppo del turismo e del territorio devono essere coordinati in modo da garantire un miglioramento dell'efficienza delle risorse turistiche (**spinta alla sostenibilità**).

Deficit strutturali: Le strutture ricettive in Svizzera sono il risultato di un'evoluzione storica e soddisfano solo in parte le esigenze del mercato globalizzato. A livello di singole aziende l'offerta risulta troppo frammentata. Nelle strutture alberghiere di piccole e medie dimensioni situate nella zona alpina produttività e redditività sono spesso insufficienti. In un clima di insprimento della concorrenza internazionale, gli attuali deficit strutturali portano a una costante **spinta al cambiamento** da parte del turismo svizzero.

Si può presumere che queste cinque sfide occuperanno il turismo svizzero e la politica del turismo a medio e lungo termine. La lista, tuttavia, non può definirsi esaustiva e andrà integrata a dovere nel caso emergano nuove sfide rilevanti. Un ruolo importante è assunto dall'issue management strategico nell'ambito della politica del turismo (cfr. il punto seguente). Se in tale contesto verranno individuate nuove sfide strategiche per la piazza turistica Svizzera, gli orientamenti tematici dei programmi di attuazione dovranno naturalmente essere adeguati di conseguenza.

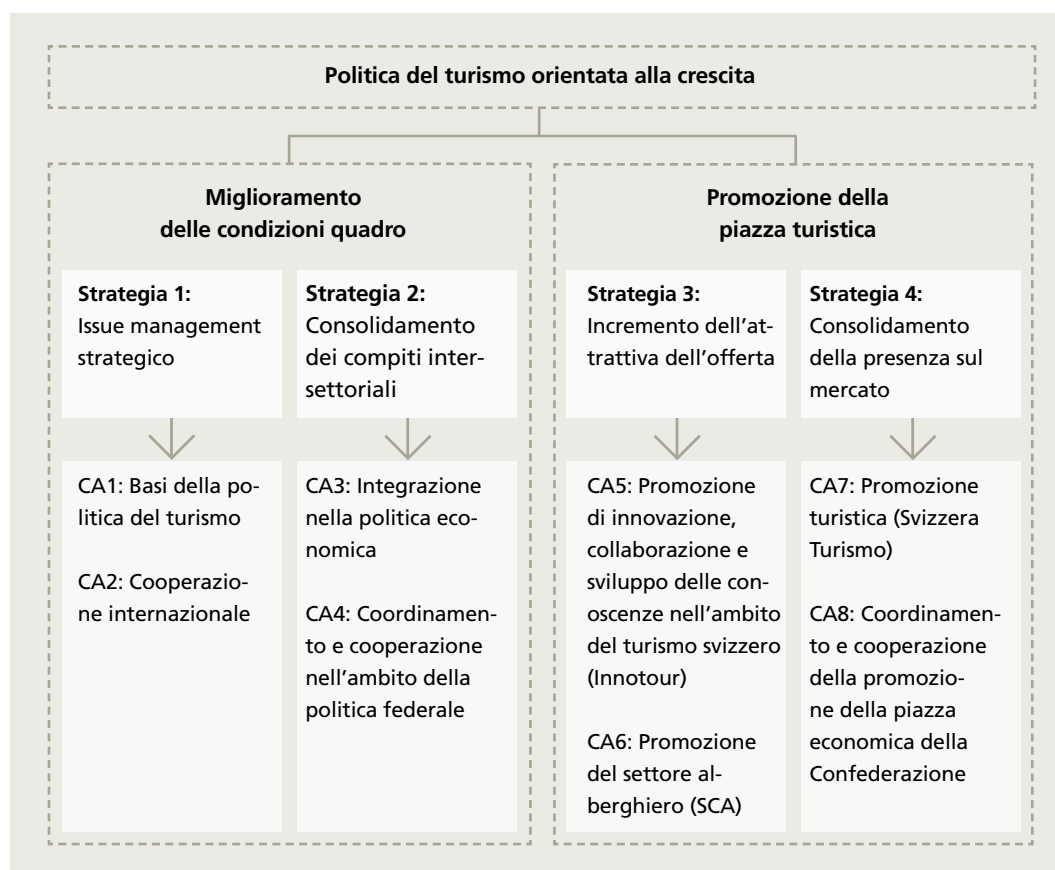
3. **Linea 2: Quattro strategie chiave e otto campi d'azione come base operativa**

Le quattro strategie chiave e gli otto campi d'azione della Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera costituiscono la base operativa del Programma di attuazione 2012–2015. Ciò significa che gli obiettivi tematici del Programma di attuazione e i relativi progetti chiave saranno raggruppati e strutturati grazie alle strategie chiave e ai campi tematici menzionati.

Riconoscere per tempo tematiche strategiche importanti: Con lo sviluppo e l'impiego dell'issue management strategico la Confederazione definisce i presupposti per la creazione di condizioni quadro ottimali per le aziende turistiche. In futuro la Confederazione dovrà assumere in modo sempre più netto il ruolo di agente primario per le problematiche relative alla politica del turismo. Dovrà inoltre riconoscere per tempo le eventuali necessità di intervento e le possibili soluzioni per il consolidamento della piazza turistica Svizzera. L'impiego attivo dell'issue management garantisce inoltre una politica del turismo in grado di far fronte e reagire prontamente a un contesto in continua evoluzione (strategia 1).

Consolidamento dei compiti intersettoriali: I compiti intersettoriali della politica del turismo hanno un ruolo decisivo nel garantire condizioni quadro vantaggiose. Numerosi compiti della Confederazione esercitano un'influenza diretta o indiretta sul turismo e possono quindi contribuire a una sua evoluzione positiva. È necessario quindi che le richieste della politica del turismo godano di maggiore considerazione presso i settori politici paralleli o sovraordinati. La politica del turismo è costituita pertanto in particolare anche da compiti intersettoriali. L'attenzione a questi compiti dovrà essere intensificata e consolidata, per intervenire in modo ancora più mirato sul miglioramento delle condizioni quadro (strategia 2).

Figura 7: Panoramica della politica del turismo della Confederazione



Incremento dell'attrattiva dell'offerta: La promozione della piazza turistica da parte della Confederazione dovrà incoraggiare collaborazione e innovazione nella fornitura delle prestazioni turistiche, supportare lo sviluppo delle conoscenze nell'ambito del turismo svizzero e infine potenziare il settore alberghiero quale settore chiave per le regioni turistiche (strategia 3).

Consolidamento della presenza sul mercato: La quarta strategia prevede il consolidamento della presenza svizzera sul mercato. Attraverso la promozione della Svizzera finanziata dalla Confederazione si dovranno assicurare il marketing e la presenza sulla scena internazionale. Il coordinamento e la cooperazione tra la promozione turistica della Svizzera e gli altri organi federali competenti per la comunicazione e la promozione della piazza economica Svizzera dovranno essere portati avanti e approfonditi allo scopo di fornire un contributo al consolidamento della presenza della Svizzera sul mercato (strategia 4).

4. Linea guida 3: Scelta degli obiettivi e dei progetti chiave

Il metodo scelto per l'elaborazione del Programma di attuazione permette la focalizzazione sulle attività turistiche della Confederazione, garantendo al tempo stesso la massima flessibilità. Tale metodo, basandosi sulle quattro strategie chiave e sugli otto campi d'azione della Strategia di crescita, formula obiettivi e identifica progetti chiave per la loro attuazione.

L'individuazione di un numero limitato di obiettivi nell'ambito del Programma di attuazione evita la dispersione delle attività e costituisce la base per un approccio mirato. Al tempo stesso, l'identificazione e l'attuazione di un numero maggiore di progetti chiave, assegnati ai rispettivi obiettivi, garantisce un'attuazione dinamica e flessibile della politica del turismo. I progetti chiave sono stati formulati ex ante per il Programma di attuazione 2012–2015. È molto probabile che nel corso dei quattro anni nuove priorità richiedano l'attuazione di progetti chiave supplementari. Un adeguamento del Programma di attuazione nel corso dei quattro anni non è tuttavia prevista.

Nella scelta degli obiettivi e dei progetti chiave la SECO ha impiegato i seguenti criteri:

Contributo agli scenari definiti dal Consiglio federale per la piazza turistica Svizzera: Gli obiettivi e i progetti scelti dovranno corrispondere ai principi contenuti nella Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera del Consiglio federale e favorire lo sviluppo della piazza turistica Svizzera nell'ottica degli scenari definiti dal Consiglio federale nella Strategia di crescita. Gli obiettivi e i progetti chiave dovranno contribuire al raggiungimento degli obiettivi di politica del turismo della Confederazione.

Responsabilità della politica del turismo nazionale e della Confederazione: Il Programma di attuazione 2012–2015 comprende esclusivamente obiettivi e progetti chiave che, conformemente alle basi legali, rientrano nel settore di competenza della politica del turismo nazionale e della Confederazione. Inoltre, vengono impiegate moderne forme di cooperazione come il «partenariato pubblico-pubblico» e il «partenariato pubblico-privato». Dal momento che la politica del turismo a livello federale è un compito prettamente intersettoriale, la competenza non viene per forza sempre assunta dalla SECO.

Efficacia: L'efficacia dei progetti chiave viene sottoposta a valutazione. In particolare, si tratterà di verificare come i progetti chiave contribuiscano ad affrontare le principali sfide del turismo svizzero e a raggiungere gli obiettivi di politica del turismo stabiliti dalla Confederazione.

Efficienza: Questo criterio valuta il rapporto tra l'effetto (potenziale) di un progetto e il dispendio di risorse in termini finanziari e di personale a esso collegato.

Urgenza: Questo criterio riguarda l'attualità temporale della sfida in questione nonché il tempo a disposizione per affrontarla e per individuare una soluzione.

Fattibilità: Questo punto riguarda il consenso incontrato dal progetto e la dimensione degli ostacoli all'attuazione nonché le risorse necessarie in termini finanziari e di personale.

5. **Linea guida 4: Coinvolgimento degli operatori direttamente interessati nell'elaborazione del Programma di attuazione**

Nell'elaborazione del Programma di attuazione della Confederazione la SECO ha coinvolto gli operatori direttamente interessati, vale a dire innanzitutto gli uffici federali competenti, i Cantoni e infine l'industria turistica.

A livello di Amministrazione federale, per l'elaborazione del Programma di attuazione la SECO ha consultato gli uffici federali direttamente interessati, in particolare l'Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE), l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM), l'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG), l'Ufficio federale di statistica (UST) e l'Ufficio federale dell'energia (UFE).

Nell'elaborazione del Programma di attuazione sono stati coinvolti anche i Cantoni. Nel corso di due workshop, la SECO ha approfondito con i servizi cantonali preposti al turismo le aspettative e le necessità dei Cantoni nei confronti del Programma di attuazione della Confederazione. Al fine di tener conto a sufficienza delle sfide specifiche del turismo cittadino caratterizzato dai viaggi d'affari, in singoli casi e di concerto con i Cantoni interessati, sono state coinvolte anche alcune grandi città.

Il coinvolgimento dell'industria turistica nell'elaborazione del Programma di attuazione 2012–2015 ha avuto luogo in particolare nell'ambito di una consultazione della categoria con la Federazione svizzera del turismo, hotelleriesuisse, GastroSuisse e Funivie svizzere, le quattro principali associazioni di categoria nel nostro Paese. Con queste quattro associazioni sono stati organizzati anche colloqui bilaterali.

Bibliografia

- BAK Basel Economics (2011) Benchmarking turismo – Il settore turistico svizzero nel confronto internazionale.
- Commissione europea (2010) Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni: L'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro politico per il turismo europeo.
- OCSE (2011) Climate Change and Tourism Policy in OECD countries.
- Consiglio federale svizzero (2012a) Adattamento ai cambiamenti climatici in Svizzera – Sfide, obiettivi e campi d'azione. 1a parte della Strategia del Consiglio federale.
- Consiglio federale svizzero (2012b) Strategia per uno sviluppo sostenibile 2012–2015.
- Consiglio federale svizzero (2010) Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera.
- Università di Berna (2011) Il turismo svizzero di fronte ai mutamenti climatici – Effetti e possibili adattamenti; studio eseguito su incarico della Segreteria di Stato dell'economia SECO.

