

Economia e territorio

Economia e territorio

Andrea Passerini

Turismo nella Marca? Bene, ma non benissimo. Almeno stando al riscontro degli introiti derivati dalla tassa di soggiorno relativi al 2023. Lo scorso anno, la nostra provincia è stata l'unica del Veneto a non superare i numeri del 2019, l'anno pre-Covid.

E non di poco: se nel 2019 i comuni della Marca che applicano la tassa (la metà circa) aveva incassato oltre 1,9 milioni, nel 2023 si è rimasti poco sopra gli 1,86 milioni, in rialzo rispetto al 2022 (1,5 milioni) ma non in modo tale da tornare ai flussi prepandemici.

Il dato emerge - non senza sorpresa - da una dettagliata ricerca della Fondazione Think Tank Nordest condotta sulla base dei bilanci comunali preventivi e consuntivi degli ultimi anni, ovviamente per i municipi dove vige la tassa di soggiorno, partita che quest'anno arriverà a valere 100 milioni nel Veneto (il dato del 2023 parlava appunto di 96,7 milioni, con un + 16% rispetto al 2022). A livello territoriale, il dato maggiore è rilevato nei Comuni della Città Metropolitana di Venezia (quasi 59 milioni di entrate) in provincia di Verona si sono superati i 21 milioni, tra capoluogo e Garda. In generale, gli incassi 2023 hanno raggiunto valori record in tutte le province, ma ahimè non nella Marca, dove il record storico resta quello del 2019.

Eppure il rilanciato aeroporto Canova è tornato motore primo; eppure le colline dell'Unesco hanno visto decollare il loro appeal dopo l'incoronazione avvenuta nel 2019; eppure è nato il cammino delle stesse colline; eppure nei territori c'è stato un intenso battage di iniziative; eppure si sono consolidati i tre grandi percorsi ciclabili (Treviso-Ostiglia, Greenway del Sile e Venezia Monaca, patrimonio unico della Marca); eppure è stato tutto un fiorire di nuovi percorsi naturalistici e cicloturistici; eppure eppure, le campagne promozionali, i recuperi di spazi, le "chicche" per i turisti, il fervore di idee e progetti.

Ma i conti non tornano. Premessa doverosa: possibile ci siano i furbetti che non versano (e/o non chiedono) ai turisti la tassa. Ma solo a Treviso e provincia, nel Veneto?

Un punto da chiarire, ma intanto restiamo ai numeri nudi e crudi. Il mondo ha scoperto

Treviso magico backyard di Venezia? Nel 2023, di tasse versate nel capoluogo, c'erano 446.514 €, contro i 451.780 € del 2019. Meno 1,2%.

Il Prosecco fuoreggia tra fiction, passerelle internazionali e partnership motoristiche? Conegliano ha incassato

144.285 euro nel 2023, quando nel 2019 ne aveva introitati 162.149 euro. Meno 12%. E tutti i ciak, i borghi rinati, i festival, le rassegne? Soffre l'asse del Terraglio: Mogliano e Preganziol, con i loro hotel alle spalle di Venezia, fra 2019 e 2023 hanno perso rispettiva-

mente 33 mila e 16 mila euro. Qualcosa non torna, o si è inceppato. Il capoluogo resta dietro la provincia nella durata media del soggiorno: 1,99 giorni contro i 2,13 della provincia. Treviso traina, ma senza continuità? E il boom di appartamenti ad uso turistico, la ve-

neziizzazione della città? Nel 2022 andò peggio: 1,99 contro i 2,23 della Marca. Ecco, la provincia ha rallentato. C'è chi lamenta la assenza di grandi mostre ed eventi, come il ciclo di Goldin fecero esplodere città e provincia, sin dalla fine degli anni '90, facendole

scoprire una nuova vocazione e dimensione. Dibattito aperto. C'è chi lancia sospetti su abusivismo e deregulation, chi invoca maggiori sinergie e coordinamento. Eppure incuriosisce questo poco positivo primato di Treviso. In un Veneto che invece,

nel '23, ha consolidato l'uscita dal tunnel pandemico. Certo, il 2024, secondo i dati dell'Osservatorio turistico Regionale, va alla grande: a livello provinciale, nei soli primi 5 mesi dell'anno, gli arrivi sono passati dai 331.076 del 2023 ai 363.396 del 2024: un incre-

Turismo I conti non tornano

Incassi dalla tassa di soggiorno: la Marca unica in Veneto in peggioramento Soffrono sia il capoluogo che le colline dell'Unesco e le altre città



A destra, una visita guidata all'interno di una villa veneta. Sopra alcuni turisti scattano un selfie: sullo sfondo il panorama delle colline del Prosecco, nel 2019 sono state dichiarate Patrimonio dell'Unesco

mento in valore assoluto di 32.320 ospiti (+9,76%). E Sempre a livello provinciale, le presenze (notti dormite) sono passate dalle 701.457 del 2023 alle 779.527 del 2024: un incremento in valore assoluto di 78.070 notti dormite (+11,13%). E siccome diversi comuni - vedi Treviso - hanno aumentato le tasse di soggiorno per alcune tipologie di turisti (il capoluogo ha portato a 4 € la quota giornaliera di chi soggiorna negli appartamenti), a fine 2024 i conti di fine anno porteranno ampi sorrisi agli assessori al bilancio ed ai sindaci delle perle turistiche della Marca. Finale d'obbligo sulla questione dell'impiego degli introiti. Antonio Ferrarelli, presidente della **Fondazione Think Tank Nord Est**, ha la sua ricetta: «Le risorse raccolte dai Comuni con l'imposta di soggiorno, attraverso gli operatori turistici, sono fondamentali per garantire servizi di qualità sul territorio», ribadisce. «È importante utilizzare il gettito dell'imposta di soggiorno per gestire in maniera efficiente e sostenibile il sistema di accoglienza, oltre che per sviluppare l'attrattività delle destinazioni stesse. E se ci si confronta con gli operatori, l'imposta di soggiorno diventa uno strumento prezioso a beneficio di residenti, imprese turistiche».

CIFRE E DATI
1,9
I milioni di euro incassati grazie alla tassa di soggiorno nel 2019 nella provincia di Treviso, in clima prepandemico

1,86
Sono i milioni incassati sempre con la tassa di soggiorno nel 2023. Non si sono raggiunti i valori pre-Covid

446 mila
Gli euro ricavati dalla tassa nel solo capoluogo nel 2023. Nel 2019 Treviso aveva incassato 451 mila gli euro incassati

12%
La variazione dell'incasso dal 2019 al 2023 nell'area del Prosecco. Pre-Covid l'intera zona aveva incassato 162 milioni di euro, mentre nel 2023 si è fermata a 149 mila euro di tassa di soggiorno

Presidente della Camera di Commercio di Treviso
«Qualche operatore non ha comunicato le presenze effettive Risolvere subito»

L'INTERVISTA

Lorenza Raffaello

Alti e bassi del turismo trevigiano: la grande soddisfazione di amministrazioni e enti per la ripresa dei flussi non collima con i numeri, ancora inferiori rispetto al pre-Covid, degli incassi della tassa di soggiorno. I dati parlano chiaro: lo scorso anno, la nostra provincia è stata l'unica del Veneto a non superare i numeri del 2019.

Prima della pandemia i comuni della Marca che applicano la tassa (la metà circa) aveva incassato oltre 1,9 milioni, nel 2023 si è rimasti poco sopra gli 1,86 milioni, più dei 1,5 milioni del 2022, ma non abbastanza.

Un osservatore privilegiato sulle dinamiche è la Camera di Commercio di Treviso e Belluno. Presidente, Mario Pozza, il turismo è ripartito oppure?

«Secondo i dati e il monitoraggio della Camera di Commercio il turismo è ripartito, se i numeri non tornano dobbiamo porci delle domande: la matematica non è un'opinione e qualche verifica in più deve essere fatta, bisogna assicurarsi e verificare che la tassa venga applicata correttamente».

Come possiamo spiegarci questo fenomeno? «Abbiamo riscontrato un incremento del flusso turistico, se emergono questi numeri qualcosa non quadra. Significa che qualcuno fa il furbo e non comunica i numeri effettivi».

Può accadere una cosa simile?

«Non avviene in strutture accreditate come alberghi e bed and breakfast, ma ci sono anche altre strutture ricettive al di fuori di questi circuiti. In questo caso bisognerebbe vedere se qualcuno non rispetta quelle che sono le procedure richieste». La percezione è che la Marca sia molto ambita come meta turistica, ma il fatto che ci sia un discrepanza: è davvero pronta ad essere un polo ricettivo d'elezione?

«È anni che si lavora in questo senso. Ci sono ancora carenze ma l'approccio è quello giusto: abbiamo organiz-



Mario Pozza, presidente della Camera di Commercio di Treviso

IL PATTO

Nasce l'accordo Airbnb e colline del Prosecco

L'associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene ha sottoscritto un patto con il sito Airbnb dedicato agli affitti brevi.

L'accordo si articola in diverse iniziative: la creazione di una nuova accademia di formazione per gli host, il supporto al progetto regionale "Narratori della bellezza" e la creazione di un sito web dedicato a promuovere la destinazione delle Colline del Prosecco, tra la community di Airbnb. E già nel sito esiste uno specifico settore dedicato ai vigneti, cresciuto del 400% in un solo anno. Verrà creato sito web, per aiutare gli ospiti a trovare gli annunci locali di Airbnb e per esplorare quello che le Colline di Conegliano e Valdobbiadene possono offrire e nascerà una Host Academy.

zato diversi eventi, abbiamo creato assemblee e appuntamenti che stanno diventando annuali, come quello a Castelbrando con Ambrosetti. Stiamo lavorando per un turismo a più livelli, da quello enogastronomico a quello legato alle aziende. Insomma, il nostro obiettivo è seguire la strada di una Treviso indipendente da Venezia».

Il riconoscimento Unesco ha dato una scossa.

«Tutti i soggetti e gli enti deputati si sono dati da fare per fare per promuovere le opportunità che ha dato questo riconoscimento. Gli investimenti sulla produzione turistica sono stati tantissimi e intendiamo valorizzarli tutti».

Cosa manca allora? «Ora sta agli operatori dare un servizio di qualità in modo da accogliere i turisti in modo appropriato per un territorio come il nostro. Ci deve essere una corrispondenza tra professionalità, competenza e investimenti profusi. Gli operatori devono sapere che qualsiasi turista deluso equivale ad una promozione al contrario e se accade è come se tutti gli sforzi fossero buttati dalla finestra. La tassa di soggiorno, per esempio, sono soldi che poi vanno reinvestiti sul territorio».

Fiavet e un'associazione hanno firmato un'intesa per il brand Italea Visite nei luoghi degli avi e c'è persino il supporto del genealogista

Mondo, 8 milioni con avi veneti Per loro il pacchetto delle radici

L'ACCORDO

Un'intesa di tre anni fra il più rappresentativo organismo nazionale delle agenzie di viaggio (Fiavet-Concommercio) e l'associazione Radici Venete per promuovere e commercializza-

re offerte e pacchetti dedicati agli oltre 8 milioni di veneti nel mondo.

Fiavet distribuirà in esclusiva il brand Italea ai veneti nel mondo, eredi di terza, quarta e quinta generazione dei veneti che dal 1866, lasciarono la loro terra e tutti i loro miseri averi per "il nuovo mondo" ed una nuo-

va vita. Un richiamo basato, appunto, sulla ricerca dei luoghi e delle esperienze legate ai propri avi, delle proprie origini. Un'iniziativa che su un'idea di turismo tradizionale aggiunge una triplice connotazione: la memoria, l'identità ed il territorio. Il 2024 è stato di-

chiarato dal governo Anno delle Radici Italiane, in onore dei quasi 80 milioni di italiani (con relativi eredi) oggi nei 5 continenti?

Ed ecco che allora un pool coordinato dal consigliere Alessandro Martini, già direttore di Marca Treviso, ha costruito esperienze originali ed accattivanti (con relativa quotazione economica) che possono consentire anche ad un nipote o pro nipote di un veneto migrato sin dagli inizi del '900 di avvalersi di un genealogista per ricostruire "l'albero" di famiglia. E poi le più classiche visite esperienziali in caseifici, cantine, cucine per conoscere, preparare e degustare i prodotti della terra veneta o le visite a città



Walter Brunello

d'arte e borghi. «Fin dall'inizio», dichiara Walter Brunello, presidente di Radici Venete Aps, «abbiamo dichiarato che nel turismo della nostra Regione non c'è nulla da inventare e che la nostra Associazione non doveva sovrapporsi a quanto già di buono esiste ed opera in Veneto: la legge

regionale ed il piano strategico della Regione, l'organizzazione delle varie Destinazioni Turistiche (le Dmo o, come nella Marca, le Ogd ndr), consorzi di impresa e reti d'impresе e chi, come Fiavet, da sempre distribuisce e commercializza prodotti a tour operator, agenzie e consumatori. Di qui la scelta di Fiavet come partner: ringrazio quanti, in Radici Venete, si sono adoperati per questo progetto e ringrazio il Presidente di Fiavet Veneto Concommercio, Giancarlo Reverennna». Il brand Italea è stato adottato dal Ministero degli Affari Esteri per identificare e promuovere questo nuovo prodotto turistico. — A. P.

L'INIZIATIVA

Visite guidate alle fontane simbolo di Treviso

Il 7 e il 21 settembre dalle 17 l'Ufficio IAT Treviso centro ha organizzato delle visite guidate alle fontane che, oltre ad essere un elemento fondamentale per rinfrescare e dissetare, fanno anche parte della storia di Treviso e del decoro cittadino. La più nota, la Fontana delle tette, è addirittura il simbolo della città.

