

San Marino, 27 settembre 2023

### Comunicato Stampa

Prendiamo spunto da quanto comunicato nei giorni scorsi dall'Unione Sammarinese Commercio e dalla replica del Segretario di Stato Pedini Amati per ribadire quanto più volte già detto sia con diversi comunicati stampa sia con documenti ufficiali consegnati a questo Governo ed ai precedenti. Servono progetti ed investimenti, soprattutto di medio/lungo periodo, per **trasformare ed elevare la qualità della nostra offerta turistica**. Ed una prima riflessione, in tal senso, non può che partire dall'emergenza rappresentata dalla carenza di strutture ricettive e di posti letto. È necessario creare condizioni che facilitino gli investimenti privati finalizzati alla realizzazione o ristrutturazione di strutture ricettive esistenti ma oggi chiuse con progetti di alta qualità. **Se si vuole elevare la qualità dell'offerta turistica servono strutture ricettive a quattro e cinque stelle. Inoltre, sollecitiamo il Governo a procedere il più velocemente possibile con quanto disposto dall'art. 3 comma 28 della Legge n° 132 del 2023 (Assestamento di Bilancio)** che *“al fine di favorire la ripresa degli investimenti nelle strutture alberghiere esistenti nonché per favorire l'occupazione è dato mandato al Congresso di Stato di adottare, entro il 31 dicembre 2023, decreto delegato per l'ammissione al credito agevolato dei mutui ipotecari già concessi, utilizzati per la riqualificazione della struttura alberghiera e che sono stati oggetto di sospensione del pagamento della quota capitale ai sensi del Decreto Delegato 23 marzo 2022 n.52. Il decreto delegato potrà altresì prevedere un breve periodo di moratoria della quota capitale al fine di consentire la presentazione e l'ammissione al credito agevolato delle domande”*.

Il recente Decreto Delegato n° 85/2023 che interviene sulla normativa e sulla disciplina dei “Bed & Breakfast”, introducendo i “B&B in forma imprenditoriale” è importante per ampliare l'offerta turistica ma non così significativo in termini di ricettività. Auspichiamo che la recente normativa venga quanto prima implementata disciplinando anche il glamping, campeggio di lusso, capace di intercettare turisti con elevata capacità di spesa.

La pianificazione e successiva realizzazione di questi progetti rappresenterebbe un investimento economico “trasversale” di cui trarrebbe beneficio l'intero Paese. Un aspetto, questo, non di secondaria importanza per **USOT che intende rappresentare e sviluppare tutte le attività appartenenti al Settore presenti in ogni Castello della Repubblica**.

È necessario comprendere che il turismo non taglia o riduce le risorse, ma il costante miglioramento dell'offerta turistica contribuisce a dare sempre più valore al nostro territorio. Il turismo è uno strumento incredibile di progresso ed **investire nel turismo dovrebbe essere una priorità di ogni “buon Governo”**.

Fondamentale è poi investire sui lavoratori del settore, favorire e promuovere la formazione. La maggiore stabilità dei lavoratori è essenziale al fine di migliorare la qualità dell'offerta turistica e superare il problema del reperimento di personale soprattutto tra i più giovani. Di certo occorre intervenire sui salari. **Alzare i salari è possibile solamente rendendo le aziende maggiormente competitive, tagliando le troppe altre spese che debbono sostenere, e diminuendo la tassazione sui salari stessi**.

Riconosciamo il buon lavoro fatto dalla Segreteria di Stato per il Turismo e dal Segretario Pedini Amati con riferimento alla programmazione e realizzazione degli eventi estivi che sono certamente dei validi attrattori turistici ma che acquistano ancor più senso se riescono a lasciare un valore aggiunto sul territorio. Tuttavia, non è solo sui grandi eventi che deve caratterizzarsi la promozione di San Marino, ma anche su tanti altri eventi minori da programmare durante l'anno. In tal senso auspichiamo, come



Unione Sammarinese Operatori del Turismo  
Alberghi - Ristoranti - Bar



dichiarato dal Segretario di Stato, che tutti i Castelli della Repubblica siano coinvolti e interessati nella realizzazione di eventi culturali, sportivi e quindi turistici. In tal modo si ottengono ulteriori risultati: **delocalizzazione, diversificazione e destagionalizzazione dell'offerta turistica.**

La concorrenza fra le diverse destinazioni turistiche è oggi spietata. Tutto si basa sulle esperienze rese indimenticabili dalle attività svolte e dalle emozioni provate, che diventano fattore discriminante nella decisione di ritornare nel luogo. Quindi non solo un bel paesaggio ma anche i servizi accessori. **Un ruolo fondamentale, quindi, è rappresentato dall'immagine che il turista ha di quel luogo.** L'immagine che dobbiamo trasferire non può quindi essere quella di un Centro Storico "chiuso". Rimanere aperti "tutto il giorno" è sicuramente impegnativo e costoso per tutte le attività del Centro Storico (negozi, bar e ristoranti). La lunga apertura dei mesi estivi può non sempre essere profittevole ma assolutamente necessaria per dare il giusto servizio al turista e al visitatore e per valorizzare l'immagine del nostro Paese. **Andrebbero analizzati, con Governo e Segreteria di Stato per il Turismo, meccanismi che possano aiutare l'imprenditore ad affrontare l'inevitabile maggior costo per il personale nei mesi estivi.** Abbiamo fatto proposte e richieste in tal senso, auspichiamo che prima o poi ci si possa sedere ad un tavolo e discuterne.

Lo abbiamo ripetuto tantissime volte negli ultimi anni, saper governare i flussi turistici significa riuscire ad offrire prodotti e servizi ben orientati a soddisfare le esigenze dei turisti di ogni età, genere e condizione sociale. Per far questo, lo ribadiamo con convinzione, da un lato serve formare gli imprenditori ad accogliere al meglio i turisti, dall'altro l'uso delle tecnologie può essere importante per aiutare sia le imprese che i turisti a migliorare la loro esperienza. L'aspetto umano è nel turismo il fattore di successo, per questo è necessario essere adeguatamente pronti e formati. **In particolare, il turismo di lusso, quello che generalmente porta maggiore valore aggiunto al Paese, va sviluppato realizzando una offerta turistica di qualità.**

Il Consiglio Direttivo