

Il neopresidente di Federturismo, Renzo Iorio, spiega la sua agenda di lavoro da qui al 2015

# Turismo, spazio a idee e progetti

## Bando a battaglie di retroguardia e rivendicazioni corporative

*Tra le priorità d'azione, il posizionamento della giunta della Federazione: va rafforzato il ruolo del parlamentino, dando voce ai territori rappresentati*

*Le tre istanze urgenti per le imprese del turismo? Il ritorno sul cliente, forti investimenti sulle infrastrutture, la formazione*

Pagina a cura  
DI ANDREA G. LOVELOCK

Lavorare per una visibilità prodotta dalle idee e dalla progettualità piuttosto che dal numero di imprese associate che si ha alle spalle: questo il motto adottato da **Renzo Iorio**, eletto nei giorni scorsi presidente di Federturismo, l'organismo di rappresentanza delle imprese turistiche che gravitano nella galassia **Confindustria**, che raggruppa 28 associazioni di categoria e molti soci-impresa come le Ferrovie dello stato.

Torinese, 53 anni, Iorio è stato presidente di Aica (l'associazione delle catene alberghiere operanti in Italia) e conosce bene la realtà **confindustriale**, così come ha le idee ben chiare su quella che sarà la sua agenda di lavoro da qui al 2015.

«Vorrei fare in modo che la federazione, più che una rappresentanza di corporazione e mero difensore degli interessi di parte delle categorie, sia effettivamente un organismo propositivo per il sistema-paese. Intendo lavorare fin d'ora affinché le eccellenze di competenza e la visione del futuro imprenditoriale nel turismo, che ognuno esprime all'interno delle associazioni che

rappresentiamo, siano le vere leve di pressione nei rapporti con le istituzioni, per il rilancio del turismo. In altre parole mi impegnerò perché Federturismo sia visibile per quello che sa fare e progettare piuttosto che indugiare su battaglie di retroguardia e piccole rivendicazioni corporative.»

**Domanda.** Il primo atto che intende compiere per avvicinarsi a questo obiettivo?

**Risposta.** Vorrei rafforzare il ruolo della nostra giunta, che è un parlamentino, dando voce ai territori rappresentati; in passato lo abbiamo fatto poco ma ora che la governance del turismo è impostata sul territorio, credo sia importante essere progettuali sui rispettivi contesti regionali. Noi riuniamo 60 strutture territoriali ed è giusto che siano presenti, così come solleciterò la partecipazione in giunta di rappresentanti regionali, del dipartimento turismo, della stessa agenzia Enit. E dal momento che il turismo è un grande integratore che mette in valore le eccellenze del paese, dall'agroalimentare alla tecnologia, mi adopererò per stimolare progetti trasversali con altri settori delle imprese presenti in **Confin-**

**dustria** per costruire una grande vetrina del sistema Italia.

**D.** Codice del turismo: un'occasione mancata o un buon viatico per contestualizzare il peso specifico di questo settore nell'economia del paese?

**R.** Che si parli di turismo in un codice è già un passo importante. Positivo anche aver fatto dopo tanti anni un discorso normativo, superando i problemi che il federalismo spinto aveva finora provocato. Altre positività del codice sono costituite dal-



la semplificazione normativa (automatismo nella licenza per la ristorazione, per il termalismo) e il superamento dei blocchi corporativi. Certamente non c'è tutta una parte che è tema di coordinamento collegato a un progetto paese che possa stimolare investimenti anche per le imprese italiane ed estere.

C'è lo sforzo di organizzare il settore in modo trasversale, ma a monte è assente un progetto-paese nel turismo: in altre parole come vogliamo questa destinazione, come la vogliamo organizzare con interventi di stimolo del mercato da qui ai prossimi dieci anni. Bene, quindi, certe liberalizzazioni, meno bene l'assenza di vincoli per la sicurezza dei clienti, come la regolamentazione dei rapporti di lavoro, per le strutture alberghiere non convenzionali.

**D.** Gli ultimi mesi sono stati caratterizzati anche dal ritorno della tanto odiata tassa di soggiorno: qual è lo stato d'animo delle imprese turistiche in merito?

**R.** La liberalizzazione della tassa di soggiorno fatta col decreto del federalismo ha voluto dire immolare il settore a un interesse puramente partitico. E questo non va affatto bene. Il mondo delle imprese turistiche non chiede alcuna agevolazione, ma nemmeno di essere penalizzato così palesemente. Basti un esempio: il manifatturiero,

nel recente passato, ha avuto incentivi, piani di ammodernamento, mentre il turismo ha ottenuto solo la tassa di soggiorno che oggi può incidere fino al 10% su un pacchetto-vacanza. E tutto questo è stato fatto senza una norma che regoli la gestione del gettito che produce questa tassa. Federturismo crede fermamente che questo gettito, a uso e consumo dei comuni, dovrebbe essere finalizzato a investimenti turistici mirati sui vari territori dove incide la tassa.

**D.** Quali organismi di categoria all'interno della federazione necessitano a suo avviso di un urgente supporto per la loro attività?

**R.** Credo che il supporto valga per l'insieme delle categorie di imprese rappresentate, perché il tema prioritario è un modello di sostenibilità per la rappresentatività delle aziende, dando loro una assistenza realmente costruttiva, creando così reali opportunità di crescita per le nostre imprese. Nel riprendere poi un concetto del presidente **Confindustria** Emma Marcegaglia, sono anch'io convinto che nella rappresentanza di imprese turistiche, occorre avviare un processo di aggregazione, per il bene di tutti.

**D.** L'Istat ha reso noti i forti rincari nei trasporti (aereo, ferroviario e marittimo): quanto peserà il pricing nella politica di rilancio del turismo italiano?

**R.** A mio avviso il vero tema non è tanto il pricing, quanto l'erogazione del servizio, dove vediamo assenti le eccellenze nell'ospitalità e l'incapacità di generare nell'ospite una bella esperienza del viaggio che lo rendono sufficientemente competitivo a certi prezzi. Per esempio, in Italia ci sono purtroppo tanti casi di strutture alberghiere di alta qualità, eccellenze del territorio, ma poi magari non abbiamo un transfer adeguato o un servizio taxi dal prezzo giusto. Queste sperequazioni danneggiano enormemente una meta, la mettono fuori mercato.

**D.** Su quali tematiche è auspicabile consolidare il dialogo

tra imprese turistiche all'interno della federazione?

**R.** Direi che la federazione è il luogo ideale per ogni tipo di dialogo: noi riuniamo tante categorie di aziende, e abbiamo in essere progetti con le ferrovie, con i vettori, con le imprese del settore della cultura per una trasversalità vincente ed efficace. Anche il rapporto fra tour operator e agenzie di viaggi è sempre più consolidato perché l'aspetto decisivo è allargare la torta, creando nuova attrattività della destinazione Italia; in altre parole far sì che ci sia più fatturato e quindi più margine. Mi ha sorpreso la reazione che c'è stata sul decreto sviluppo in merito alla liberalizzazione degli orari dei negozi nelle mete turistiche. Per me è ovvio che un provvedimento del genere potrà generare fatturato aggiuntivo alle imprese che gravitano nell'industria dell'ospitalità.

**D.** Quali sono, secondo, le tre istanze urgenti per le imprese del turismo?

**R.** Innanzitutto il ritorno sul cliente perché questa crisi ci ha costretti a rivedere i meccanismi di produzione del servizio turistico e ci ha obbligati a fare le stesse cose con meno risorse ed è un lavoro fatto dalla stragrande maggioranza delle imprese. Seconda priorità sono forti investimenti sulle infrastrutture: dalla qualità degli stabilimenti balneari al rinnovo degli impianti di risalita in montagna. Purtroppo oggi c'è pochissima finanza per le imprese, scarsa liquidità, perché le banche faticano a crescere in quanto attingono poco sul risparmio e quindi non hanno mezzi per finanziare. Ma si deve superare l'impasse, al più presto. Infine la formazione: riuscire ad attrarre i giovani di qualità al settore perché questo è uno dei pochi comparti maturi in grado di crescere ancora, dove purtroppo, però, c'è una bassa attrattività tra le nuove leve professionali. Abbiamo molte eccellenze ma tanta mediocrità nei programmi formativi, non tanto sulla professionalità specifica (vedi ristorazione o animazione) quanto sulla conoscenza del territorio, delle sue tipicità.

—© Riproduzione riservata—