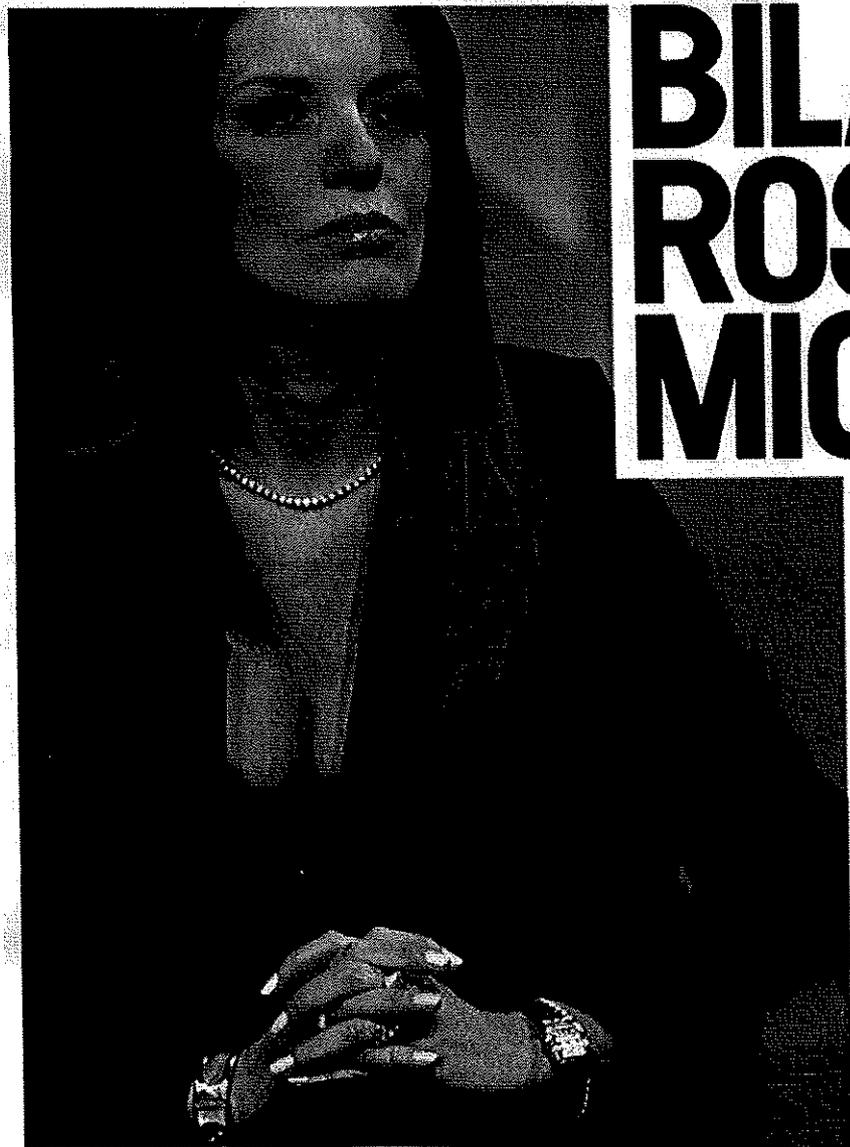


## ATTUALITÀ

POLITICHE PER IL TURISMO



# BILANCIO ROSSO MICHELA

**Tagli all'Enit. Guerre dei brand. Bonus vacanza fantasma. Voli di Stato. Tra annunci e flop, ecco i risultati del primo anno al governo del neo ministro Brambilla**

DI EMILIANO FITTIPALDI

**Q**uando la Brambilla è salita sull'aereo, con un'ora e mezzo di ritardo, assessori e industriali non ci speravano più. A Milano nevicava sempre più forte, e l'Airbus, se non fosse stato classificato come volo di Stato, sarebbe rimasto incollato alla pista. Niente Emirati Arabi, niente Qatar, niente incontri con politici e aziende per attaccare il mercato mediorientale e rilanciare il Sistema Italia. È il 2 febbraio, Michela Vittoria è ancora un

semplice sottosegretario con delega al Turismo, ma già annuncia tè nel deserto con «lo sceicco Faisal Bin Qassim Al Thani e sua altezza Sultan Bin Tahnoon Al Nahyan». «Alla fine è apparsa, come la Madonna, e siamo decollati. Sarebbe stato meglio restare a terra. Avremmo risparmiato tempo e denaro», racconta uno dei passeggeri. Che il viaggio fosse inutile la delegazione lo capisce nell'incontro di Dubai, l'ultimo, quando gli arabi fanno intendere di non avere un soldo bucatto da investire. Chiedono, al contrario, se l'Italia sia interessata al loro immobiliare e a spedire un po' di turisti nostrani sulle calde spiagge del Golfo Persico. Gelo degli astanti e dei tour operator. Poi le risate. «È stata una delle cose più divertenti e imbarazzanti della strategia promozionale a cui ho assistito nella mia vita», ricorda uno dei componenti del cda dell'Enit, la nostra agenzia nazionale del turismo.

A parte un vago protocollo d'intesa, dall'avventura non è arrivato un centesimo. Nessuno si è stupito più di tanto: il primo anno di governo è finito da un pezzo, ma rintracciare interventi di rilievo per invertire il trend catastrofico del settore e affrontare decentemente la stagione 2009 è una fatica di Sisifo. Il bilancio di Michela, che da maggio è stata promossa ministro, è dello stesso colore dei suoi capelli. Rosso.

**Promozione bocciata** Partiamo dalla gestione dell'Enit. La Finanziaria ha tagliato di 16 milioni il suo budget: dai 49 milioni del governo Prodi si è passati agli attuali 33, che nei prossimi anni caleranno ancora. A guidare l'Ente l'ex finalista di Miss Italia ha voluto l'imprenditore della moda Matteo Marzotto, che da mesi sta facendo salti mortali per

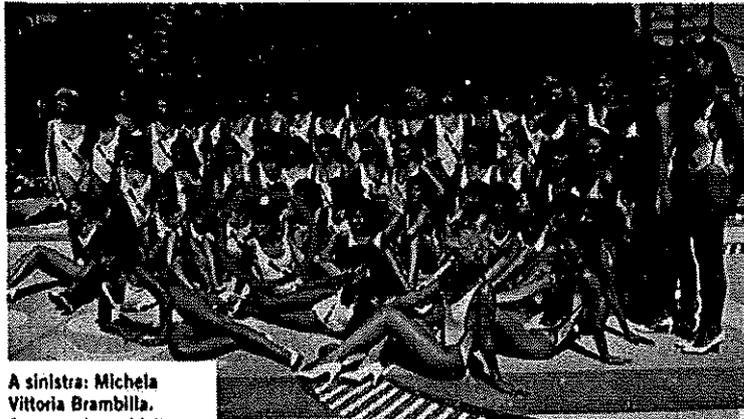
Foto: C. Lantini - A3, Nazario - F. Casassa - A3



## Ma quanto squilla?

Uno stillicidio di squilli, una tempesta di chiamate che ha messo a dura prova la pur tanto esibita pazienza di Silvio Berlusconi. I giorni precedenti la presentazione del nuovo logo dell'Italia nel mondo sono stati un vero tormento per il premier. Colpa delle ansie di Michela Vittoria Brambilla. Berlusconi ha confidato ad alcuni dei suoi più stretti collaboratori di non poterne più delle sue telefonate. «Sono davvero devastato», avrebbe detto nel tragitto verso la conferenza stampa di presentazione del marchio. «ma la mia pazienza, come sapete, non ha limiti e quindi proseguo la collaborazione». Nel cortile di Palazzo Chigi ha trovato ad accoglierlo proprio la Brambilla che lo aspettava in tailleur lame fremente per gli ultimi dell'agli Berlusconi, nervoso anche per via di un micidiale torcicollo, è stato piuttosto brusco, lamentandosi delle telefonate della rossa Michela: perfino a mezzanotte e, il giorno dopo, ben prima delle otto. A chi era presente alla scenetta, la Brambilla è parsa avvampare. Ma poi sembra che abbia cercato di addolcire il premier, confidandogli che, se non lo sente la sera, poi non prende sonno.

S. N.



A sinistra: Michela Vittoria Brambilla. Sopra: nel cerchietto, al concorso Miss Italia del 1986. In alto: la Costiera amalfitana

## L'inutile trasferta a Dubai. Puntava a vendere pacchetti agli arabi. Loro volevano turisti italiani

far quadrare i numeri: l'agenzia, che ci costa in stipendi, Mercedes d'ordinanza e sedi all'estero oltre 20 milioni l'anno, nel 2011 potrà contare su appena 24 milioni. Conti alla mano, saranno meno di 4 quelli destinati alla promozione. L'Enit diventerà definitivamente un ente inutile. Marzotto sta tentando di risparmiare, ma nulla ha potuto quando Brambilla, per potenziare l'italica presenza alla fiera congressuale di Francoforte, ha preteso una deroga al bilancio di 800 mila euro. Oggi i rapporti tra i due sarebbero ai minimi termini. Colpa dei caratteri diversi, si dice, e della campagna

che ha lanciato lo slogan "Italia Much More" all'estero. Uno spot voluto da Marzotto che ha ferito l'ego della Brambilla. Invece di puntarci, il ministro ha infatti lanciato il brand concorrente "Magic Italy", appoggiata da Silvio Berlusconi in persona. Nessuno dei due si è accorto che il copyright del marchio è già intestato a un portale britannico. «Una guerra incomprensibile», spiega una fonte che conosce entrambi, «ma Michela è fatta così, su ogni cosa deve metterci il cappello sopra». **Tutti a casa** L'estate della grande crisi, intanto, è iniziata. Secondo gli operatori sarà la

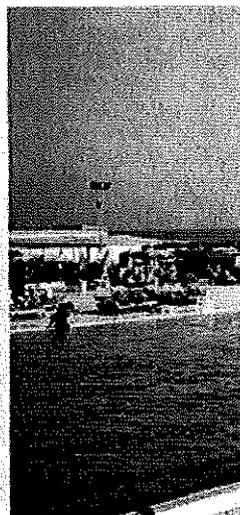
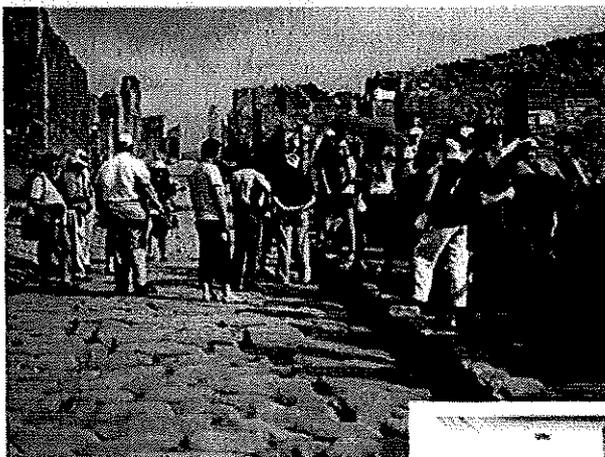
peggiore degli ultimi vent'anni. Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, sostiene che andrà molto peggio del 2008. «La crisi morde, americani e inglesi restano a casa, l'arrivo dei russi è in calo verticale, gli italiani spendono sempre meno. Il governo? Diciamo che prima non aveva strumenti per incidere, vedremo come si muoverà il neoministro». In 14 mesi di lavoro il settore-chiave dell'economia nazionale, che vale l'11 per cento del Pil, è stato lasciato a se stesso. Il portale Italia.it, dopo 5 milioni di euro bruciati e i falliti tentativi di Lucio Stanca e Francesco Rutelli, resta un miraggio. Persino la Brambilla non ha ancora un sito istituzionale: per conoscere la sua agenda bisogna cliccare sull'indirizzo Web dei Circoli della libertà, di ▶

**ATTUALITÀ**

cui l'imprenditrice che commercia pesce surgelato conserva la presidenza.

Gli Stati generali del turismo, annunciati da mesi, non sono mai stati convocati. Lontanissima anche l'approvazione del Piano strategico 2010-2012, che dovrebbe mettere nero su bianco obiettivi e politiche di rilancio. «Siamo in prorogatio continua», chiosa Daniel John Winteler, presidente di FederTurismo-Confindustria. Sul tema il ministro ha sfidato il ridicolo: un mese fa, prima ha invitato le Regioni a esaminare il progetto, poi ha ammesso in una lettera riservata che per mancanza di soldi «il Piano potrà essere attuato solo in minima parte e, pertanto, non saranno raggiunti gli obiettivi previsti». Gli enti locali si sono sentiti presi in giro e hanno disertato l'incontro. Il braccio di ferro con i governatori, che grazie al Titolo V della Costituzione vantano la competenza esclusiva sul settore, va avanti da mesi. Esclusi da ogni decisione, stanno perdendo la pazienza. Tanto che tutti, anche quelli di centrodestra, sono pronti a ricorrere alla Corte costituzionale se il ministro tenterà, attraverso una radicale riforma dell'Enit, di limitare le loro prerogative.

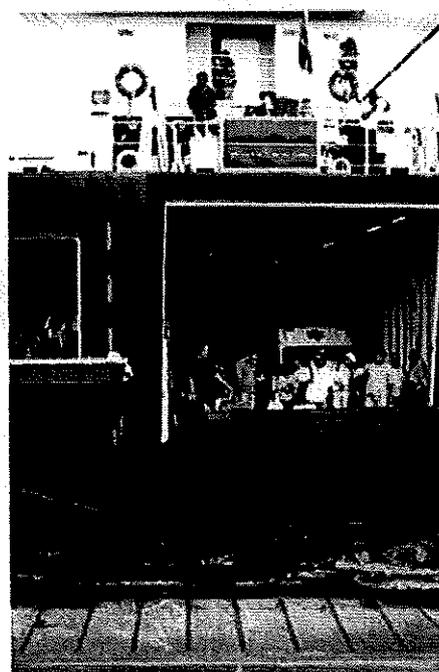
**Tra spot, clip e flop** L'arte della diplomazia non è certo tra le virtù di Michela, che fa spalucce e va dritta per la sua strada come un carro armato. Puntando sull'effetto-annuncio. Prima del flop degli Emirati, ha pubblicizzato un accordo con Francia e Spagna, un patto a costo zero per promuovere i tre paesi sui mercati emergenti in maniera congiunta. Un paradosso, dicono gli esperti, visto che iberici e transalpini sono da sempre i nostri competitor più temibili. Stessa strategia per i cosiddetti «buoni vacanze», una sorta di social card promessa a 20 mila persone a basso reddito. Lo Stato ci ha messo 5 milioni, il decreto attuativo (che prevede sconti fino a 500 euro) è stato firmato il 21 ottobre 2008. Ma a oggi gli alberghi di Rimini e di San Vito Lo Capo, i ri-



**Il nulla di fatto sul piano turismo. Il testo è pronto. Ma Michela avverte le Regioni: «Non si potrà attuare»**

storanti sui laghi e le terme di Montecatini, e tutte le altre centinaia di strutture che hanno aderito al progetto, restano solo una bella immagine sui dépliant. Se ne riparlerà a settembre, per ora gli indigenti potranno sfogliare il catalogo dalla poltrona di casa.

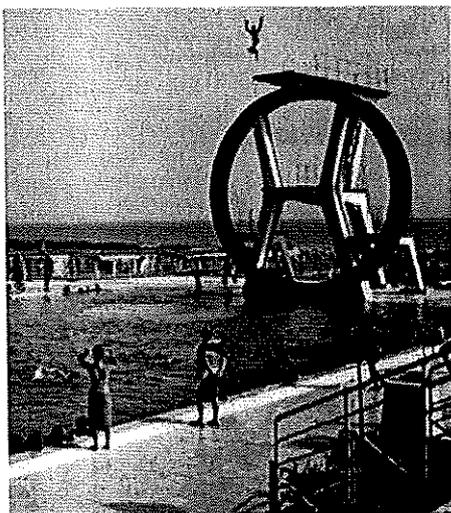
Il ministro, in tandem con il presidente del Senato Renato Schifani, ha poi pensato anche ai ricchi, dichiarando di voler aprire casinò ovunque, «a cominciare dagli alberghi a cinque stelle». Qualcuno ha ricordato i rischi legati al riciclaggio di denaro sporco, ma a tutt'oggi nessuna nuova roulette è stata inaugurata. Alla fine della fiera, le uniche risorse effettivamente spese sono state quelle investite dall'Enit sugli spot piazzati in Usa, Germania, Svizzera, Austria e Gran Bretagna. Mercati, protesta qualcuno, fin troppo maturi, dove il nostro Paese è straconsociuto. Costo: 10 milioni. I soldi furono stanziati dall'allora ministro Francesco Rutelli a inizio 2008, per mettere a gara una campagna pubblicitaria per l'estate. Ma caduto il governo Prodi, l'agenzia ha revocato il bando a causa di ricorsi incrociati e perdite di tempo: Marzotto a fine anno firma così una convenzione con RaiTrade, che mette a punto lo spot interna-



zionale per 1,4 milioni. Parte del malloppo è usato per fare un filmato istituzionale di 24 minuti (10 mila copie in dvd) e «una clip celebrativa del 90° anniversario dell'Enit in 4 lingue» (5 mila copie). 19 milioni rimasti vengono spesi per comprare i passaggi tv. Gli effetti sulle prenotazioni? Per ora tutto tace. Le ultime salve la Brambilla le spara durante la campagna elettorale per le Europee. A braccetto con Berlusconi annuncia il progetto «Italia&Turismo», che prevede risorse per 1,6 miliardi. Non investimenti del governo, ma finanziamenti messi a disposizione da alcune banche: le imprese interessate che riusciranno a ottenere i prestiti pagheranno gli interessi a tassi agevolati. Con i tempi che corrono, molti scommettono che



Giorgio Medall, autore di programmi Mediaset, molto ascoltato dal ministro Brambilla. A sinistra: Matteo Marzotto presidente dell'Enit



## Le vacanze quest'anno si fanno in città

«La crisi picchia sulla fascia medio bassa, quella del turismo di massa. I ricchi non cambieranno di una virgola le loro abitudini». Attilio Celant è il preside della Facoltà di Economia della Sapienza, e autore del libro-inchiesta "L'Italia: il declino economico e la forza del turismo". «La gente partirà meno, ma si sposterà», dice, «risparmierà sui servizi, ridurrà i giorni, diminuirà il raggio di percorrenza e cercherà posti competitivi». Come intende quando parla di costi medi?

«Io sono un professore, e ho tre figli. Vent'anni fa d'estate andavo 20 giorni a Solda, in Alto Adige, e 20 a Rimini. Oggi non potrei permettermelo. Per fortuna, i figli sono cresciuti». Si parla molto di "vacanza residenziale", non le sembra un ossimoro?

«Lo è, ma in tempo di recessione è conseguenza obbligata. Gli italiani si regaleranno al massimo una settimana fuori città, poi fingeranno di rilassarsi nelle gite fuori porta e nelle campagne, in genere snobbate. È un fenomeno globale: americani, giapponesi e inglesi partiranno ancor meno di noi, il potere d'acquisto dei loro stipendi è precipitato. Il governo poteva intervenire prima».

«La Brambilla ha poteri operativi solo da poche settimane. Certo, si sarebbero dovute tagliare

sia le tasse alle famiglie sia il cuneo fiscale che grava sulle imprese del settore. Ormai si può far poco, la stagione è persa. Il problema è che la crisi tenderà a acuire i nostri soliti difetti: dal basso rapporto qualità-prezzo alla comunicazione poco efficace, senza dimenticare i difficili accessi alle strutture e la mancanza di rispetto per l'ambiente. Temo una débâcle».



Il parco di Mirablanda a Rimini e, a sinistra, un traghetto per le isole del golfo di Napoli a Pozzuoli. In alto: lo stabilimento Kursaal di Ostia e turisti a Pompei

quel plafond rimarrà molto a lungo nelle casseforti degli istituti.

Tanti nemici molto onore. Chiunque altro, inanelando una serie di insuccessi del genere, sarebbe

rimasto sottosegretario. Ma in pochi hanno un fan potente come la Brambilla. «È un cane da polpaccio, una che quando ti agguanta non ti molla più», chiosa Berlusconi incoronandola ministro. Michela realizza il suo sogno, ma mordendo e ringhiando è riuscita a farsi il vuoto intorno. Avversata da sempre dal potente Marcello Dell'Utri, ora è malvista anche da Gianni Letta, capo supremo dei dipartimenti che dipendono da Palazzo Chigi. L'ultimo screzio riguarda le targhe in ottone e la carta intestata "Ministero del Turismo" ordinate da Michela, ignara che, nonostante la promozione, resta alla guida di un semplice dipartimento: il dicastero è stato cancellato da un referendum 16 anni fa, per ripristinarlo servirebbe una legge.

Tremonti, l'unico che ha le chiavi della casa forte, non la può vedere: da tempo, avrebbe confidato lei ai suoi, non le risponde più al telefono. Un'ostilità che costa cara: oltre ai fondi, il ministro dell'Economia ha fatto bloccare anche un emendamento che avrebbe congelato fino a settembre gli aumenti dei canoni degli stabilimenti balneari. Il sindacato di categoria è sul piede di guerra. Ma la mania di protagonismo di Michela ha provocato malumori anche a Raffaele Fitto e al ministro degli Esteri Franco Frattini. Per non parlare di Paolo Bonaiuti, il portavoce che non riesce a contenerne l'esuberanza. Gli ultimi che l'hanno iscritta sulla loro lista nera sono il ministro dell'Ambiente Stefania Prestigiacomo, che non è stata invitata a un convegno sulle aree protette organizzato nel Parco del Gran Sasso, e l'Associazione nazionale dei partigiani, sdegnata dalla Brambilla a braccio teso durante una parata militare.

MI manda Mediaset. Se l'esercito dei nemici è in crescita, i fedelissimi si contano sulle dita di una mano. Della cerchia faceva parte il suo capodipartimento Angelo Canale, consigliere di Stato, chiamato da Mauro Masi e

Gianni Letta per far girare la macchina e tenere i rapporti con le Regioni. Come Marzotto, sembra destinato a saltare. «Un peccato», sussurrano al dipartimento, «perché le poche cose concrete realizzate, come la classificazione alberghiera e l'osservatorio nazionale, sono opera sua». Oggi la Brambilla ascolta solo gli amici più fidati, diventati assidui frequentatori delle stanze "ministeriali". Come Giorgio Medail, esperto di paranormale e uomo Mediaset (ha battezzato Canale 5 quando era ancora un'emittente via cavo di Milano 2) e Dedè Cavalieri, ex direttore di produzione delle news del Biscione e direttrice dei Circoli della libertà. «Gente che non ha mai masticato turismo in vita sua», dicono gli invidiosi.

Alla Brambilla le polemiche scivolano addosso, gli attacchi li affronta con una scrollata di spalle. Lo sguardo è sempre proiettato avanti, al prossimo obiettivo. Come la messa a punto della Commissione per la valorizzazione del turismo enogastronomico (si riunisce nella sede di Forza Italia a Milano, ed è coordinata stranamente da un critico cinematografico, Pierluigi Marchetti), e la pubblicazione della "Carta dei diritti del turista". L'ultimo progetto su cui sta lavorando riguarda gli animali: la preparazione di una guida universale per chi viaggia con la bestiola al seguito. Un volume che riunirà gli indirizzi di tutti gli hotel, i ristoranti, i campeggi e le spiagge che nel nostro Paese accolgono i quattro zampe. ■