

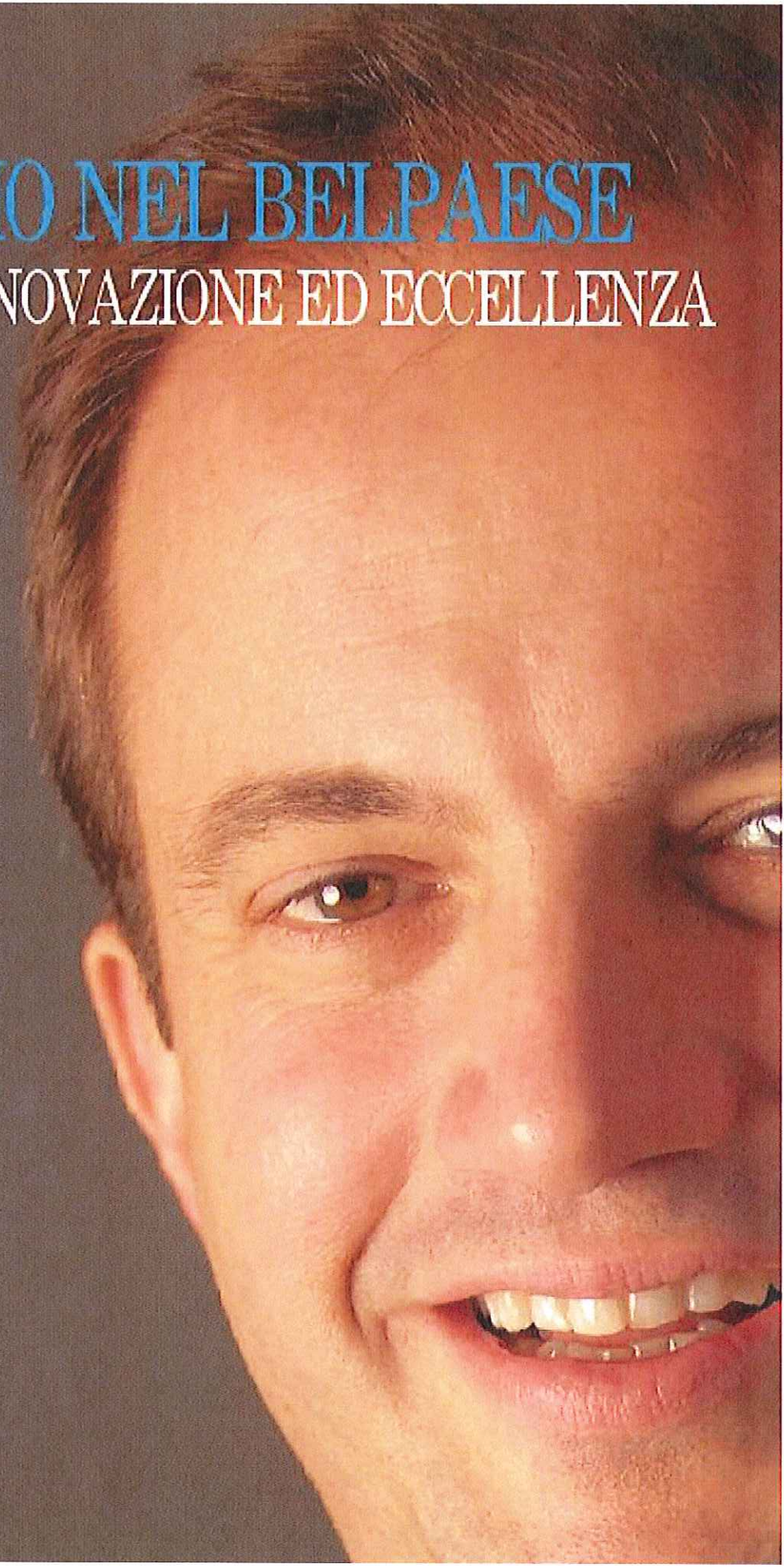
# IL TURISMO NEL BELPAESE

## WINTELER: INNOVAZIONE ED ECCELLENZA

Il ripristino del ministro del Turismo. Un nuovo logo per rilanciarne la bellezza. La firma del Progetto Italia & Turismo, che facilita l'accesso al credito per le imprese del settore... Perché in Italia il turismo incide per il 10% sul prodotto interno lordo e occupa, tra diretto e indotto, oltre 2 milioni di persone. E dopo un 2008 già difficile, le previsioni non sono delle migliori.

Per il semestre maggio-ottobre 2009 i 600 operatori italiani che hanno partecipato all'ultima indagine CISET (Centro internazionale di studi sull'economia turistica dell'Università di Venezia), in collaborazione con Federturismo Confindustria, rispetto allo stesso periodo del 2008, prevedono, complessivamente, per il turismo dall'estero un calo del -4,3% degli arrivi e del -3,7% delle notti di permanenza, mentre per il turismo dall'Italia una flessione del -2,4% degli arrivi e del -2,2% delle presenze. Per gli associati di Federturismo Confindustria il quadro ha tinte anche più fosche: -8,3% degli arrivi e -6,2% delle presenze dall'estero, -3,5% e -3,9% dal mercato interno. Tutto ciò soprattutto per il perdurare della congiuntura economica negativa e per il rapporto qualità-prezzo dei servizi offerti, sul quale, secondo una parte degli operatori intervistati, si gioca la capacità dell'Italia di competere con i principali concorrenti stranieri. Una flessione più accentuata dovrebbe interessare la domanda britannica e statunitense. Una tenuta maggiore quella di italiani e, quindi, giapponesi, seguiti da francesi e tedeschi. In aumento i flussi provenienti da Scandinavia, Europa dell'Est (in particolare Russia e Polonia), Spagna, Cina e Australia. Stabili o in leggera espansione quelli da Austria, Svizzera e Benelux. Nel semestre considerato la performance migliori dovrebbero essere di agriturismo, turismo fitness e benessere, crociere. Leggera espansione anche per il turismo termale tradizionale, il turismo culturale, d'arte e la vacanza al mare. Stabile il soggiorno ai monti. In flessione il turismo lacuale e, soprattutto, il turismo d'affari e congressuale, in questa stagione comunque in calo fisiologico.

Daniel John Winteler, presidente di Federturismo Confindustria, nonché presidente e amministratore delegato di Alpitour World, il primo gruppo turistico italiano, anche docente di Marketing del Turismo a Lucca, chiede costantemente attenzione al settore. Lo abbiamo incontrato.



## **I** Presidente, ci voleva un Ministero del Turismo?

La costituzione del Ministero del Turismo è un importante segno di attenzione del governo al nostro comparto. Ora, però, è indispensabile che il Ministero venga dotato degli strumenti e delle risorse necessari per lavorare in modo concreto e favorire la competitività della nostra industria turistica. È anche fondamentale che il quadro istituzionale cambi, come più volte ribadito, nel senso di fare del turismo materia concorrente nella competenza di stato e regioni, in modo da consentire al Ministro di svolgere un ruolo di coordinamento vero delle politiche turistiche.

### **Come sta andando il 2009?**

La recessione continua ad incidere sul mercato turistico in Italia anche nel 2009. Secondo i dati pubblicati dall'Ufficio Italiano Cambi, a gennaio 2009, rispetto allo stesso mese del 2008, si è avuta una diminuzione delle spese dei viaggiatori stranieri in Italia del 6,2%. Anche il segmento business ha risentito della crisi: un manager su due ha dichiarato di aver ridotto le spese per trasferte, convention e congressi a causa delle minori risorse economiche. Sulla base di queste previsioni si può supporre che nel 2009, in Italia, sia gli arrivi sia le presenze registreranno dei decrementi che potrebbero oscillare tra l'1,5% e il 2,5% rispetto ai dati del 2008.

### **Il mercato globale è sempre più aggressivo...**

Oggi più che mai diventa importante saper leggere la domanda e rispondere alle nuove esigenze del cliente con prodotti specifici e innovativi. Ma c'è un altro elemento importante per vincere la sfida della competizione globale: la fruibilità dei servizi turistici, garantendo l'accesso agli stessi nei modi e tempi richiesti dal cliente. Su questo aspetto la partita richiede un impegno sia sul piano politico, nell'adeguare le dotazioni infrastrutturali, sia delle singole imprese.

### **In pratica?**

Oggi chi compra un pacchetto turistico non compra solo un soggiorno, ma un insieme di servizi integrati, e valuta quanto sarà soddisfatto della sua permanenza, ma anche quanto incideranno, in tempi e costi, i trasferimenti e i trasporti. Per attrarre turisti occorre una chiara politica di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale e del Paese, accompagnata da investimenti per il consolidamento

del sistema turistico-culturale. Dobbiamo anche sviluppare la cultura del servizio, fidelizzare la clientela, puntare alla qualità, grazie a standard uniformi e trasparenti, a progetti di formazione per tutti gli addetti a contatto con il turista, con iniziative mirate.

### **Quanti soldi ci vorrebbero?**

Il problema non è la quantità di risorse complessivamente destinate al turismo: le Regioni spendono in media più di 300 milioni di euro all'anno per la promozione turistica, l'ENIT, negli ultimi tre anni, ne ha spesi circa 24 milioni all'anno. Si pone piuttosto, e in maniera urgente, il problema dell'utilizzo efficiente dei fondi, obiettivo difficile da raggiungere finché si sovrappongono attività promozionali disperse in una miriade di centri decisionali. Abbiamo bisogno di un coordinamento forte delle attività di promozione, per ottimizzare gli investimenti ed evitare gli sprechi.

### **Magari puntando su nuove tipologie di turismo...**

Per attrarre turisti nel nostro Paese oggi occorre una progettualità complessiva... Occorre tener conto dei nuovi turismi, ai quali la legge 135 ha riconosciuto un proprio ruolo. Ma soprattutto va favorita l'integrazione tra i diversi tipi di turismo (balneare, culturale, della montagna, del golf, enogastronomico, religioso, nautico, termale, del benessere, congressuale), collegandoli alle politiche sociali ed ai temi ecoambientali.

### **Anche per il Mezzogiorno?**

Nel Mezzogiorno, una parte così importante del territorio a forte vocazione turistica, esiste ancora un problema grave di accessibilità, ed è noto quanto l'accessibilità di un'area contribuisca in modo determinante alla qualificazione dell'offerta turistica, orientandone i flussi. La realizzazione di opere infrastrutturali soffre delle lungaggini dei processi decisionali e dell'immobilismo spesso generato dai timori di violazione del paesaggio. La sovrapposizione dei centri decisionali contrasta con le esigenze delle imprese che devono stare nel mercato e vincere la concorrenza con decisioni rapide. Sono tutti elementi che impediscono lo sviluppo di un'area in cui bisognerebbe investire in infrastrutture e formazione, ed in cui occorre definire una nuova strategia di intervento, in grado di riattivare i processi di crescita economica.

### **Perché uno svizzero dovrebbe visitare l'Italia?**

Perché il nostro Paese gode di una ricchezza incomparabile, fatta non solo di arte e storia, ma anche di risorse naturali, che attrae turisti da tutto il mondo. Possediamo un mix di creatività, patrimonio artistico, bellezza paesaggistica che molti Paesi ci invidiano e che ha contribuito a fare del Made in Italy un vero marchio di successo.

