

14-MAG-2008
da pag. 9

Quotidiano Milano

Diffusione: 88.552

Lettori: 172.000

ItaliaOggi

Direttore: Franco Bechis

14-MAG-2008

da pag. 14

Il presidente di Federturismo, John Daniel Winteler a ItaliaOggi: come rilanciare il settore

Serve una strategia per il turismo

Meno decisioni frammentate, ma anche imprese più unite



Daniel John Winteler

DI **GIORGIO BERTONI**

Servono più manager nel turismo, sia sul fronte privato, sia su quello pubblico, una minore frammentazione dei finanziamenti, una maggiore volontà di azioni comuni tra rappresentanze imprenditoriali del mondo del turismo, quando presentano strategie di sviluppo a governo e regioni.

Daniel John Winteler, amministratore delegato di Alpitour da due anni e mezzo e presidente di Federturismo Confindustria da dieci mesi, ha idee molto chiare sul complesso mondo del turismo italiano, sui tanti guasti che, nel tempo, hanno portato il settore a perdere posizioni nel quadro dei flussi mondiali.

Guasti che non hanno colore politico, ma derivano principalmente da un generale disinteresse per il comparto da parte dei governi che, negli anni, si sono succeduti e da una autonomia decisionale in materia turistica, che non sempre le regioni hanno saputo interpretare come giusto adattamento locale a un

quadro normativo nazionale.

L'avvio della stagione turistica è alle porte e già si possono avere alcune indicazioni su come sarà il futuro. «Intendiamoci», avverte subito Winteler. «Se parliamo della stagione 2008, dovrebbe andare abbastanza bene. L'inverno è andato bene, le prenotazioni per l'estate sono partite un po' a rilento. L'outgoing è in crescita, mentre il turismo Italia va un po' a rilento, a causa della crisi economica, dell'inadeguatezza dei trasporti, di un'offerta, che spesso non tiene ancora conto dei nuovi modelli di vacanza degli stessi italiani».

Winteler non nasconde un certo ritardo anche da parte degli operatori. «Prendiamo il nodo della tanto auspicata destagionalizzazione. Non può essere legata solo a un diverso calendario scolastico, né ai buoni vacanze (5 milioni erogati finora, ndr), ma a una serie di altri fattori. È pur vero che anche gli operatori non sanno o non vogliono osare; così la situazione è in stallo».

È altrettanto vero che le rap-

presentanze datoriali non sembrano legate da una strategia comune da porre sul banco del confronto politico. «Ciascuno si porta dietro antichi steccati», conferma il presidente di Federturismo. «Per quanto mi riguarda, da quando mi sono insediato alla guida delle imprese turistiche confindustriali, continuo a proporre iniziative comuni con le altre federazioni; non sono mai operazioni semplici, ma qualche risultato, tutti insieme, lo stiamo ottenendo. Dobbiamo essere più compatti; è anche grazie alle antiche divisioni, che la parte pubblica si sente poi autorizzata a frammentare competenze e a moltiplicare incarichi, a finanziare iniziative non sempre apprezzabili».

Eppure, dopo la fase di stallo, dovuta alla caduta del governo Prodi, alle elezioni e all'insediamento del governo Berlusconi, durata oltre quattro mesi, a giugno la macchina della «politica turistica», tornerà lentamente in moto. «Non penso che si potrà riprendere il dialogo sul turismo con i nostri nuovi interlocutori (Michela Brambilla, sottosegre-

tario al turismo, in primis, ndr) prima di giugno», conferma Winteler. «Federturismo non farà che riproporre le indicazioni già illustrate ai due candidati premier prima del voto. Auspichiamo che, finalmente, sia recepita una serie di richieste che permettano al turismo di competere ad armi pari con i diretti concorrenti, come Francia e Spagna. Ma non solo: chiediamo una visione strategica sul turismo, certezze nelle scelte di lungo periodo. Chiediamo insomma competenze specifiche nei nostri interlocutori, a ogni livello e non solo azioni di buon senso». Per il presidente di Federturismo non vanno ripetuti gli sprechi di denaro visti anche in un recente passato, come i milioni di euro, stanziati (e in buona parte non spesi) per il portale Italia.



data
 stampa

it, che pure sarebbe stato uno strumento utile per la promozione del prodotto Italia, se vi fosse stata un'unica regia e non si fossero viste le contrapposizioni esasperanti stato-regioni.

Tutte queste vischiosità hanno avuto come risultato la brusca frenata del turismo italiano.

Non van-

no meglio gli investimenti esteri. Se ne vedono relativamente pochi in campo alberghiero, non se ne vedono proprio nel settore di competenza di Winteler, il tour operating. Colossi come Tui o Thomas Cook non ritengono strategico il nostro mercato, anche perché in Italia solo il 20-25% del turismo passa per le agenzie di viaggio e per la vendita di pacchetti; sono ancora molto bassi,

poi,

gli acquisti diretti su Internet. Cosa che non avviene nel Nord Europa dove per le agenzie passa tra il 50 e il 60% dell'acquisto di viaggi e Internet è molto utilizzato. Un bene o un male la frammentazione dell'offerta viaggi in Italia? Winteler non si sbilancia, anche se ipotizza possibili aggregazioni nazionali in futuro, «ma solo tra società con i conti in ordine e business solidi, che sappiano proporre prodotti nuovi e servizi efficienti; non semplici salvataggi, che vanno ad appesantire i conti di ogni acquirente».

Inevitabile la domanda sul perché Alpitour, primo t.o. italiano con 1,3 mld di fatturato e 2,5 milioni di turisti trasportati, non abbia ancora imboccato la strada della borsa. Winteler si schermisce: «È una scelta che spetta all'azionista Ifil, ma non mi risultano progetti in tal senso». Eppure in passato proprio Winteler era stato al timone di Ifil. «All'epoca (fino al 2005, ndr), i problemi erano altri: bisognava rimettere in sesto i conti di Alpitour e puntare sullo sviluppo del business e dell'innovazione», taglia corto.