

## Un Libro Bianco per i venti anni di Federturismo

Federturismo festeggia il suo ventennale con un impegno concreto per il futuro e la realizzazione di un Libro Bianco sul turismo, analisi di punti critici debolezze e soluzioni per ritrovare competitività, un Master Plan paese in fieri. Ma c'è ancora semaforo rosso per il turismo a livello istituzionale....

Alivello istituzionale per il turismo c'è ancora semaforo rosso. Non è ancora stata assegnata una delega ufficiale per la guida del settore, nei piani alti si discute dove posizionare il Dipartimento del Turismo, e il ministro Bray per questa ragione non ha ritenuto opportuno intervenire alla celebrazione dei venti anni di vita di Federturismo Confindustria (31 maggio Confindustria 20 anni di Turismo per l'Italia) . "Capiamo che dare le deleghe richiede dei tempi opportuni ma rivendichiamo il fatto che il nostro settore necessiti di politiche industriali, mentre crediamo fortemente che il Dipartimento non possa essere una succursale del Ministero Dei Beni Culturali - ha detto a questo proposito il presidente Federturismo Renzo Iorio aprendo la giornata dell'anniversario della Federazione. Federturismo, nata nel 1993 da una idea di Luigi Abete , ha voluto rappresentare fin dalla sua nascita l'intera filiera del settore turismo. Associazione partita da una base di 18 soci fondatori, oggi rappresenta 64 associazioni di categoria, numerose sezioni di turismo territoriale, e ha una sua rappresentanza a Bruxelles. Un percorso "turistico" partito da lontano, dallo storico convegno di Taormina , quando ancora si facevano disquisizioni se il turismo era commercio o industria. "Una federazione giovane e fresca, forte e determinata come ha commentato Marcella Panucci, direttore generale di Confindustria che, ancor prima dell'intervento del presidente di Confindustria Squinzi , ha ribadito l'appoggio di Confindustria a Federturismo, rivendicando il ruolo di "amplificatore delle istanze turismo". Il presidente Squinzi a sua volta ha ribadito la volontà di voler rappresentare in Confindustria le imprese del turismo e di voler appoggiare una prospettiva industriale per lo sviluppo di questo settore che oggi dà meno frutti rispetto ad altri paesi. "Raddoppiare il contributo del turismo al Pil è possibile, ma bisogna essere proattivi e colloquiare con le istituzioni". Sul piano delle riforme Squinzi ha evidenziato la necessità di cambiare il Titolo V della Costituzione. Il Libro Bianco... da non tenere in un cassetto Il presidente Iorio ha spiegato di aver voluto festeggiare Federturismo in un modo particolare, presentando il risultato di un lavoro costruttivo realizzato sul territorio, "che sarà un impegno e che non dovrà finire in un cassetto". Si tratta del Libro Bianco sull'Italia turistica ( "Turismo : una rinascita competitiva, la visione delle imprese") che sintetizza i risultati di 15 settimane di lavoro svolto sul territorio, con la consulenza di Joseph Ejarque, ad di FourSeason, coinvolgendo 350 imprenditori del settore, ricercando debolezze, criticità e problematiche e i fattori che frenano la competitività e l'attrattività dei nostri territori, indicando quindi le possibili soluzioni per ridare slancio al settore. In 1100 pagine la Governance, la revisione del Titolo V, il ruolo del Dipartimento Turismo, il rinnovamento dell'offerta, il ruolo strategico del web e i social network fino all'esigenza di un Master Plan Paese. " Da questo Libro Bianco e dai suoi contenuti può uscire un Master Plan che manca all'Italia - ha detto Ejarque illustrando l'opera che è cosa diversa dal piano strategico nazionale che analizza solo alcuni punti mentre il Master Plan è e deve essere un'analisi a 360 gradi di tutte le sfaccettature del settore turismo: posizionamento turistico internazionale; costruzione del prodotto-destinazione e del portfolio prodotti; collaborazione pubblicoprivata; Governance turistica unitaria; commercializzazione e promo commercializzazione; comunicazione e diffusione dei contenuti online" . Ejarque ha indicato, con verve ma con realismo, come le nostre risorse non siano state trasformate in prodotti turistici. Quelli esistenti, poi, non sono stagionalizzanti, non hanno valenza esperienziale, non sono comunicati sui social e non sono promocommercializzati online. Insomma "il business model italiano è datato, manca la strategia, manca la governance" . L'attenzione e l'azione devono essere invece rivolte alla ristrutturazione dell'offerta in linea con le nuove esigenze del turista, una offerta differenziata, esperienziale e motivazionale. Più che strategico il web. "E' qui che naviga il turista, ed è qui che dobbiamo farci trovare se non vogliamo correre rischi gravi - ha rinforzato Ejarque. Lo studio ha analizzato problematiche più settoriali come l'alto costo del lavoro, la

pressione fiscale delle imprese turistiche, portando l' esempio della tassa di soggiorno "utilizzata in modo poco efficace ai fini dello sviluppo turistico" . Sul fronte ricettivo è stata evidenziata la polverizzazione e sottodimensionamento delle imprese, l'abusivismo che penalizza le agenzie di viaggi, la mancanza di un Osservatorio dei trend di mercato e la necessità di un Fondo di Garanzia dei viaggi non solo riservato ai pacchetti viaggi. Per il trasporto aereo denunciata l'esigenza di maggiore flessibilità normativa, della riduzione della tassazione e della burocrazia. n