

SCENARI DE TURISMO

LE NUOVE PROPOSTE

Il ruolo del turismo nel libro Bianco della Federazione, presentato in occasione del ventennale di Federturismo
TiCo

«Sono stati venti anni in salita per Federturismo Confindustria: da 18 soci costituenti a 64 associazioni di categoria, 11 soci impresa e numerose sezioni turismo territoriali di Confindustria». Così Renzo Iorio (foto), presidente di Federturismo, ha aperto la giornata celebrativa del ventennale della Federazione Nazionale dell'Industria dei Viaggi e del Turismo, nell'Auditorium della Tecnica di Confindustria, a Roma, sintetizzando in un excursus la storia della Federazione, forte leva sul turismo europeo, dal Trattato di Lisbona alla comunicazione sui visti turistici. Una giornata in cui è stato presentato il Libro Bianco "Turismo una rinascita competitiva: la visione delle imprese". La pubblicazione, stilata da Federturismo, ha coinvolto 350 imprenditori del settore e sintetizza il lavoro di un'assise itinerante dell'industria turistica italiana durata 15 settimane. L'Italia si posiziona al terzo posto nella classifica internazionale per incidenza del turismo sul Pii (5,4%), non molto distante da Spagna e Francia, nostri principali competitor e può ancora migliorare. Il Belpaese per ogni presenza turistica genera in media 103,4 euro di valore aggiunto. Un aumento delle presenze, quindi, garantirebbe una crescita significativa per i territori. Inoltre, quanto più il turismo sviluppa un'offerta sinergica in modo efficiente con altri settori (balneare, culturale, agroalimentare, ecc.) tanto più la ricaduta sul Pii sarà maggiore. E così, se in Italia si stima un valore turistico, diretto, di quasi 83 miliardi, aumentando le presenze del 20% - e con un turismo più sinergico tra i vari settori - si potrebbero ottenere facilmente 5 miliardi di valore aggiunto in più. A snocciolare i dati, davanti alla platea di imprenditori, il direttore generale Srm, Centro studi Intesa SanPaolo, Massimo Deandreis. Migliorare, quindi, si può, ma «serve innanzitutto la revisione del Titolo V della Costituzione», avverte Iorio, «le Regioni hanno troppi poteri e manca un progetto turismo». Per questo, è stato stilato il Libro Bianco sull'Italia turistica, che analizza i fattori che frenano la competitività dei nostri territori e indica le possibili soluzioni per ridare slancio e crescita al settore e al Paese. «Partendo dal punto di vista delle imprese, si sono evidenziate le differenti criticità che riducono l'attrattività e la competitività delle destinazioni e incidono sull'operato delle singole aziende turistiche», ha spiegato, «con l'obiettivo di identificare le problematiche relative alla governance operativa, alla promo commercializzazione, ai prodotti turistici, alla visibilità in rete delle destinazioni». Uno strumento utile, quindi, in grado di fornire le linee guida per innovarsi e far sì che l'Italia possa recuperare la propria competitività turistica. L'Italia è infatti il quinto Paese più visitato nel mondo «ma rischia di retrocedere al sesto, occupato dall'Inghilterra, o all'ottavo dove si trova la Germania», ha fatto sapere il professor Josep Ejarque, amministratore delegato di FourTourism, che nella sua relazione ha rimarcato la mancanza di un "master pian", che definisca le strategie nazionali sul settore. Il Professore rimprovera poi all'Italia troppi marchi turistici: «ad ogni cambio di assessore si cambia brand», e cita l'esempio della Sicilia dove dal 2006 si sono susseguiti 11 differenti brand. «Affinchè un marchio sia riconoscibile occorrono almeno 10 anni», e avverte: «Il rischio vero è la retrocessione dietro Paesi meno attraenti del nostro, ma con forti canali di distribuzione, piani strategici dettagliati, una migliore qualità dell'offerta e una governance collaudata». Gli fa eco Renzo Iorio: «Per la riqualificazione e per il rilancio del settore è fondamentale la sinergia tra imprese, banche e territorio. Occorre individuare insieme le soluzioni più adatte a migliorare la competitività turistica dei nostri territori, promuovendo maggiormente la logica di rete anche tra imprese di settori diversi seppur collegati al turismo, affinché possano operare in sinergia nell'ambito di progetti centrati sul territorio, sulla qualità e sulla diversificazione dell'offerta». Secondo Federturismo Confindustria la proposta del Governo di disporre il passaggio totale, con l'emendamento al DL 43/2013, delle competenze in materia di turismo dalla Presidenza del Consiglio al Mibac «non pare coerente alla dichiarata volontà governativa di ridare ruolo e prospettive al turismo italiano». L'Associazione definisce condivisibile puntare sulla cultura come attrattore chiave del Paese, la più complessa filiera produttiva

dell'industria turistica italiana, ma «non si può rischiare di vedere derubricato il turismo a mero ufficio secondario di un dicastero l'ultimo elemento centrale di governance Paese. Un settore chiave per coesione dei territori, crescita economica ed occupazione rischia di fare le spese di un trasloco in fretta e furia, che non risponde alle esigenze reali del settore e senza il supporto di una riflessione meditata». «Il turismo ha sofferto di politiche disattente verso il patrimonio culturale e paesaggistico: viviamo con la convinzione che questo patrimonio attragga da solo i turisti, ma serve un sostegno moderno», si è espresso il direttore generale di Confindustria, Marcella Panucci, che chiede che il piano Strategico per il turismo, messo a punto dal precedente governo, venga attuato, «perché serve un'azione strategica». «Confindustria è per Federturismo una casa aperta. Un'associazione inclusiva, democratica e trasparente», ha ribadito il presidente di Confindustria, Giorgio Squinzi. Non è mancato un appello alle istituzioni: «Ci devono essere sostegni per il settore che sta soffrendo e una maggiore apertura da parte delle banche», ha detto, ricordando che Il turismo genera circa il 10% del Pii del nostro paese e da lavoro a circa 2,5 milioni di lavoratori, ma si fatica a intercettare flussi turistici e non sfrutta appieno l'enorme patrimonio artistico-culturale». Il turismo, ha continuato Squinzi, «deve essere trattato come una questione nazionale a pieno titolo come in Francia e Spagna, perché è un settore strategico che genera però meno ricchezza e occupazione rispetto ad altri Paesi che hanno un'offerta culturale inferiore alla nostra. È necessario, quindi, un progetto industriale che promuova un'offerta globale di qualità su infrastrutture, burocrazia, degrado del territorio, patrimonio culturale». Per il Presidente di Confindustria, «raddoppiare il contributo che il turismo dà al Pii non è un sogno impossibile ma un obiettivo raggiungibile. È ora di tornare a essere un Paese che non si accontenta di vivere di luce riflessa ma che ha voglia di scommettere sul cambiamento». «Il turismo non è un settore ma un mercato, un modo di essere, di fare, di vivere di una comunità di persone che tocca in modo significativo tutte le altre leve di beni e servizi». Interviene Luigi Abete (foto), presidente di Assonime, e «il valore più importante per sviluppare questo mercato è quello di far star bene coloro i quali ci stanno dentro, che utilizzano il prodotto», perché, «l'attività di promozione è importante ma non è centrale e si deve puntare soprattutto su infrastrutture e servizi». •

LE CIFRE DEL TURISMO IN ITALIA Nel 2012 oltre 98 milioni di turisti tra italiani e stranieri sono arrivati nel Belpaese generando 362 giorni di permanenza. Con 47,4 milioni di turisti stranieri l'Italia si posiziona al quinto posto nella graduatoria mondiale (la Francia è al primo posto, con 70 milioni di turisti stranieri all'anno) e al terzo posto per l'impatto che il settore svolge sul Pii, non molto distante da Spagna e Francia. Lo scorso anno però, anche a causa della crisi, il nostro Paese ha registrato una variazione negativa degli arrivi (5%) e delle presenze (6%) e per quest'anno le imprese turistiche italiane prevedono un -7% in termini di fatturato. I numeri sono della ricerca messa a punto dal centro studi Srm Intesa Sanpaolo che rivela alcuni altri interessanti dati come quelli sull'occupazione nel settore alberghiero e della ristorazione: in Italia sono 1,2 milioni, di cui il 22% nel Mezzogiorno, pari al 6% degli occupati. Inoltre, il valore aggiunto del turismo italiano è di 83 miliardi, pari a circa il 6% del valore aggiunto totale dell'economia, incidenza molto vicina a quella del settore delle costruzioni. La spesa turistica straniera ammonta, nel 2012, a 32 miliardi, di cui 13% nel Mezzogiorno, +3,8% rispetto al 2011. Gli alberghi in Italia sono 33.911 con 2,2 milioni di posti letto, di cui il 28% nel Mezzogiorno. A parità di spesa ogni presenza aggiuntiva, in Italia, genera 103,4 euro di valore aggiunto. Ciò significa che un aumento di presenze turistiche garantirebbe una crescita significativa di ricchezza per i territori. La capacità di creare ricchezza cambia in base alla tipologia di turismo: quello enogastronomico attiva più ricchezza rispetto a quello balneare (119,6 euro contro 83,8 euro). Ne consegue che secondo lo studio - quanto più il turismo sviluppa un'offerta sinergica in modo efficiente, con altri settori come la cultura e l'agroalimentare, tanto più la ricaduta sul Pii sarà maggiore. Gli arrivi turistici internazionali sono cresciuti nel mondo del 4% nel 2012, toccando per la prima volta 1 miliardo.

Foto: Il Belpaese per ogni presenza turistica genera in media 103,4 euro di valore aggiunto, per un valore complessivo di 83 miliardi. Aumentando le presenze del 20% attraverso un turismo più sinergico si potrebbe arrivare a 5 miliardi

Foto: Il turismo genera circa il 10% del Pil del Paese e dà lavoro a circa 2,5 milioni di lavoratori, ma ancora non sfrutta appieno l'enorme patrimonio artistico-culturale

Foto: «Affinchè un marchio sia riconoscibile occorrono almeno 10 anni, in Italia, alcune regioni cambiano brand ad ogni cambio di assessore. Solo in Sicilia, dal 2006, se ne contano 11», dice Josep Ejarque, ad FourTourism

Foto: Nell'Auditorium della Tecnica di Confindustria, a Roma, i vertici del turismo nazionale nella giornata celebrativa del ventennale di Federturismo