

agenzia di viaggi

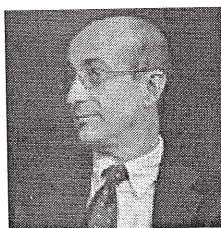
il network dell'informazione turistica

Federturismo, Iorio: «Progettualità per il Paese»

ATTUALITA'

NUMERO: 27

13-07-2011



Appena nominato al vertice di Federturismo **Renzo Iorio** – torinese, 53 anni, lunga esperienza nel Gruppo Accor di cui è ad per l'Italia, già presidente Aica – è al lavoro con obiettivi precisi: «Vorrei che la Federazione più che una rappresentanza corporativa fosse un organismo propositivo per il sistema-paese – ci dice – capace di chiamare a raccolta le eccellenze di competenza e la visione del futuro che hanno le nostre imprese. Federturismo deve essere visibile per quello che sa fare e progettare e non per le solite lamentele di parte.

E come pensa di centrare l'obiettivo?

«Nella nostra giunta, che è un parlamentino, vorrei dare voce anche alle rappresentanze dei territori perché sul territorio è impostata la governance del turismo italiano. Noi riuniamo 60 strutture territoriali, è bene che siano presenti, magari coinvolgendo anche istituzioni regionali, del Dipartimento Turismo, la stessa Agenzia Enit. E voglio promuovere progetti trasversali con imprese di altri settori di Confindustria, per costruire una grande vetrina del sistema Italia».

Codice del turismo: occasione mancata o strumento utile all'industria?

«Una revisione normativa dopo dieci anni è già un fatto positivo. E mi pare corretto anche l'automatismo nelle licenze per la ristorazione, per il termalismo e il superamento di certi blocchi corporativi. Certamente manca tutto il tema del coordinamento, collegato ad un progetto per stimolare gli investimenti delle imprese italiane ed estere. Manca un progetto-paese nel turismo: non si dice come vogliamo organizzare questa destinazione, con quali interventi di stimolo del mercato da qui ai prossimi 10 anni».

E come vede il ritorno della tassa di soggiorno?

«Introdurla col decreto sul federalismo vuol dire imolare il settore ad un interesse puramente partitico. E questo non va affatto bene. Il mondo delle imprese non chiede agevolazioni, ma nemmeno penalizzazioni. Con questa gabella rischiamo rincari fino al 10% su un pacchetto-vacanza. E poi c'è il problema della destinazione d'uso della tassa: Federturismo ritiene che questo gettito, a disposizione dei Comuni, dovrebbe servire per investimenti turistici mirati sui territori che applicano la tassa.

Quanto può continuare a incidere il pricing nel rilancio della meta Italia?

«Ci sono stati forti rincari nei trasporti, ferrovie, navigazione, voli, ma noi abbiamo mantenuto per tre anni prezzi medi in linea con le grandi capitali europee sulle 4 e 5 stelle. Ma secondo me il punto non è il pricing, quanto la fornitura del servizio. Scarseggia l'eccellenza nell'ospitalità, manca spesso la capacità di offrire all'ospite la bella esperienza di viaggio che ci rende competitivi a certi prezzi. Ad esempio, in Italia ci sono tante strutture di alta qualità, eccellenze del territorio, ma poi scarseggiano transfer e i servizi taxi sono cari, e ogni meta rimane fuori mercato.

Su quali temi va consolidato il dialogo tra le imprese della Federazione?

«Federturismo è il luogo ideale per ogni dialogo: riuniamo tante categorie di aziende, abbiamo in corso progetti con le ferrovie, con i vettori, con le imprese della cultura per una trasversalità vincente ed efficace. Anche il rapporto tra t.o. e agenzie di viaggi è solido, perché il punto decisivo è allargare la torta, dando nuova attrattività della destinazione Italia. Perché tutti vogliamo più fatturato e più margini».

Quali sono secondo lei le vere emergenze per gli operatori del turismo?

«Dobbiamo tornare a lavorare sul cliente, perché questa crisi ci ha costretti a rivedere i meccanismi di produzione e ha obbligato la stragrande maggioranza delle imprese a fare le stesse cose con meno risorse. Altra priorità sono gli investimenti sulle infrastrutture, dalla qualità degli stabilimenti balneari al rinnovo degli impianti di risalita. Purtroppo ora c'è pochissima finanza per le imprese, e bisogna riprendere un percorso virtuoso. Infine la formazione, dove occorre riuscire ad attrarre giovani di qualità».

Andrea Lovelock

Copyright 2011 - L'Agenzia di Viaggi - Tutti i diritti riservati

www.lagenziadiviaggi.it