

ULTIMA SPIAGGIA
Italia

6
GIORNI
LA DURATA MEDIA
DI UNA VACANZA
(FONTE ISTAT)

52,4%
LA PERCENTUALE
DI TURISTI
CHE FA VACANZE
NON PIÙ LUNGHE
DI 3 GIORNI
(FONTE ISTAT)

34
MILIONI
GLI ITALIANI
CHE QUEST'ESTATE
NON VANNO IN VACANZA,
2,5 MILIONI IN PIÙ
RISPETTO AL 2008
(FONTE ISHART)

-3
MILIARDI
IL CALO DEL FATTURATO
DELL'INDUSTRIA DEL SETTORE
TRA GIUGNO E SETTEMBRE:
DA 20,2 MILIARDI NEL 2008
A 17,2 MILIARDI NEL 2009.
(FONTE FEDERALBERGHI-CONFURTISMO)

Ferragosto

Il turista mordi e fuggi? Se ieri era un

La crisi ha picchiato duro. Vuota quasi una stanza su due a luglio e agosto, previsioni ancor più nere per settembre. Chi lavora nel settore corre ai ripari. E riscopre il cliente del weekend. Prima odiato, ora nuova risorsa per «sfangare» la stagione

[ALBERTO FIORILLO]

ROMA. Alla fine, davanti al tanto temuto e bistrattato turista estivo da toccata e fuga hanno srotolato un tappeto rosso. Non certo, o almeno non ancora, a quello che consuma le località di villeggiatura: dalla mattina alla sera portando da casa bevande e vettovaglie. Ma il travel della gita flash, quello da una notte e via, da weekend o al massimo da tre giorni. Vezzeggiato dagli operatori del settore, è ormai lui a tenere in pie-

di la baracca. Arriva presto, finisce presto e di solito spende. Non tantissimo, non come i villeggianti da una settimana e più, ma spende. E questo è l'importante, visto l'andazzo della stagione: niente tutto esaurito, nemmeno a Ferragosto, con due milioni e mezzo di italiani in meno rispetto al 2008 a godersi le ferie lontano da casa e la previsione che l'incasso del settore, a fine settembre, sarà più magro di tre miliardi di euro (-15 per cento).



**-151
EURO**

LA DIMINUIZIONE
DELLA SPESA MEDIA
DI OGNI ITALIANO
PER LE VACANZE,
DAL 2008 (861 EURO)
AL 2009 (710 EURO)

-6,7%

IL CALO DELLE PRESENZE
NEI PRIMI SEI MESI
DELL'ANNO RISPETTO
AL 2008 (-2,5% GLI ITALIANI
E -11,5% GLI STRANIERI)
(FONTE FEDERALBERGHI-CONFUTURISMO)

**SINAVIGA
A VISTA**
La spiaggia
di Gabicce Mare,
in provincia
di Pesaro
e Urbino.
Sotto, il ministro
del Turismo
Michela Vittoria
Brambilla

problema, adesso è il salvagente

Un'altra estate nerissima dopo quella, nera, di un anno fa.

Così tour operator e albergatori, guide alpine e bagnini si rallegrano di una tipologia di ospite che a luglio e ad agosto, fino a una decina di anni fa, era vista come sabbia negli occhi. Per Fipe-Confeconmercio, ad esempio, la moda del morì e fuggì è una manna. Sarà che girano pochi soldi o sarà un nuovo stile di vita, osserva la Federazione dei



pubblici esercizi, ma senza di loro, senza chi fa un salto di due giorni qua e tre là, sarebbe la débâcle. «È una tendenza» precisa il presidente Fipe, Lino Enrico Stoppani, «che potrà far soffrire diversi singoli operatori che puntano solo sull'estate per fare affari. I micro-viaggi, però, favoriscono il sistema turistico nel suo insieme». Peraltro il turista breve è ormai maggioranza assoluta. Le persone che partono

per uno, due o tre giorni sono, secondo l'Istat, il 52,4 per cento del totale, e l'anno scorso, per la prima volta, hanno sorpassato i conazionali che possono permettersi soggiorni più consistenti. Anzi, adesso gli short break hanno attaccato pure agosto, zoccolo duro della villeggiatura lunga. La Sardegna si è popolata solo a ridosso del Ferragosto, nelle classiche mete balneari di Versilia (dove è sfitata una casa su cinque), Campa-

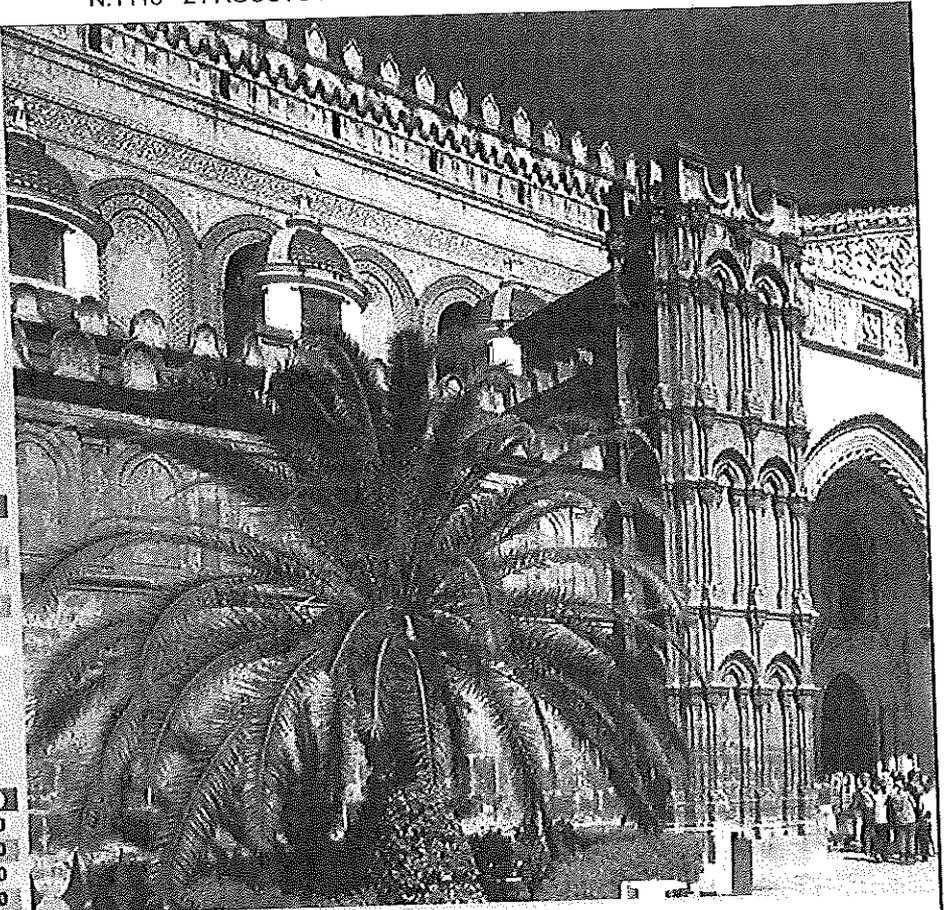
italia □ ULTIMA SPIAGGIA

**LE METE PIÙ GETTONATE
IN ITALIA**(Numero di Italiani che ha scelto queste
destinazioni per le vacanze - FONTE ISHART)

SICILIA	1.511.000
PUGLIA	1.654.000
EMILIA ROMAGNA	1.578.000
TOSCANA	1.484.000
SARDEGNA	1.428.000

**LE METE PIÙ GETTONATE
ALL'ESTERO**(Numero di Italiani che ha scelto queste
destinazioni per le vacanze - FONTE ISHART)

SPAGNA	1.211.000
FRANCIA/CORSICA	985.000
GRECIA	909.000
CROAZIA	600.000
INGHILTERRA/GALLES	438.000



nia e Lazio c'è stato il pienone solo nel fine settimana. Stessa scena a Venezia e in altre città d'arte, tanto che alcuni grand hotel di Firenze a secco di prenotazioni, come il Gallery Art di vicolo dell'Oro, hanno chiuso per ferie, mentre a Roma, come alle Eolie o sulle colline senesi, persino nei periodi solitamente più affollati fioccano offerte da supermarket: tre notti al prezzo di due. Va da sé che nello spazio di pochissimi anni quasi tutte le strutture ricettive abbiano archiviato quelle formule inibitorie che in alta stagione concedevano la camera solo prenotando almeno tre pernottamenti.

All'inizio la vacanza corta s'è diffusa soprattutto sulla scia dei voli low cost, che hanno fatto diventare ragionevole la spesa per un sabato e domenica a Berlino, Parigi, Barcellona, Londra. La crisi economica ha fatto il resto, accorciando la permanenza anche

50,1%
LE CAMERE LIBERE
A LUGLIO
(FONTE ISHART)

40,1%
LE CAMERE LIBERE
AD AGOSTO
(FONTE ISHART)

69,6%
PREVISIONE
DELLE CAMERE
LIBERE
A SETTEMBRE
(FONTE ISHART)



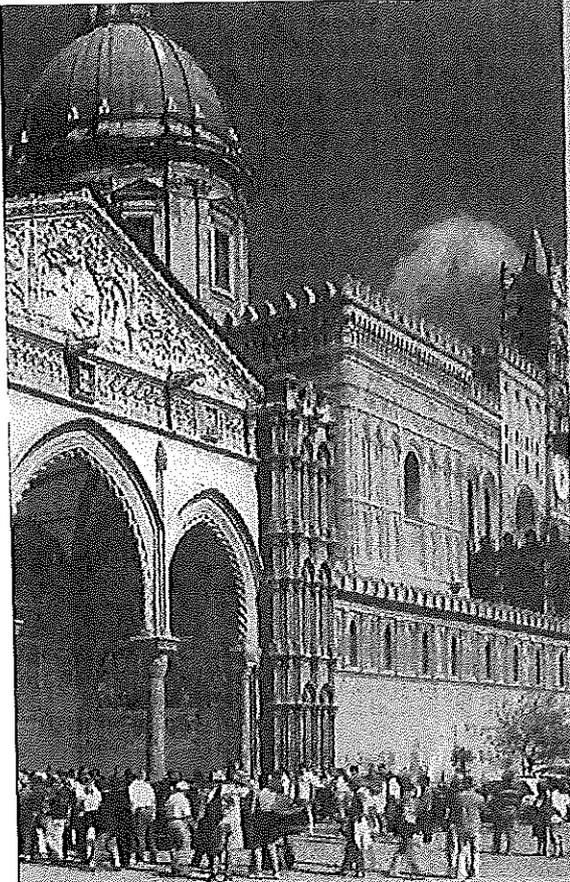
nelle località turistiche dove non si arriva con i voli scontati, ma in auto, in treno o col torpedone. Il mercato per un po' è stato a guardare, quindi ha assecondato il flusso. Nei Paesi anglosassoni c'è una miriade di agenzie specializzate in microvacanze, la Lonely Planet dedica un'intera collana di guide agli *short breaker*, fatte apposta per riempire al meglio un giro di 48 ore. E adesso, anche da noi, iniziano a diffondersi tour operator che vendono soprattutto pacchetti viaggio modello Bignami: condensati, di breve durata, carichi di cose da fare.

«La toccata e fuga non è una vacanza di serie B» sottolinea Daniel John Winteler, presidente di Federturismo-Confindustria e amministratore delegato di Alpitour: «Al contrario» aggiunge «deve essere un concentrato di qualità, perché il cliente che ha poco tempo a disposizione sopporta meno i ri-

tardi, i disagi, un'accoglienza non all'altezza delle aspettative. Impone agli addetti ai lavori un cambiamento del modo di operare, che diventa forse più faticoso, ma sicuramente interessante dal punto di vista economico: i margini di guadagno di un viaggio corto sono ovviamente inferiori a quelli della classica settimana, però il costante aumento di questo tipo di domanda ha fatto sì che l'offerta weekend non sia più una nicchia».

Per Alpitour, ad esempio, il turismo breve vale 100 milioni di euro l'anno, il 10 per cento del fatturato. «E la cifra è in costante ascesa» aggiunge Winteler: «Non a caso, alla vigilia dell'estate abbiamo presentato un nuovo prodotto ad hoc, We-Box, una proposta di fine settimana in Italia e all'estero per due persone a un costo che varia dai 110 ai 530 euro: ha funzionato, abbiamo venduto subito ventimila viaggi».

Se le microvacanze vanno bene,



GIANPIERRE SARDINI / SIMI / SIFIMAB

PARADOSSI Gli effetti degli ultimi investimenti, nel momento peggiore EPPURE NEL TURISMO SONO AUMENTATI GLI OCCUPATI

La fabbrica delle vacanze perde soldi e turisti, ma il numero dei lavoratori del settore nel giro di due anni è aumentato del 20 per cento, in controtendenza rispetto alla maggior parte degli altri settori produttivi del Paese. Le cifre estratte dal database dell'Inps, ed elaborate da Federalberghi, dalla Fipe e dall'Ente bilaterale del turismo, evidenziano come il comparto viaggi e ospitalità, tra contratti a tempo pieno e part time, abbia raggiunto alla fine del 2008 i 925 mila dipendenti, 153 mila in più del 2006. Un trend occupazionale apparentemente inspiegabile, dal momento che nello stesso periodo nelle località di villeggiatura si contano sempre meno ospiti e si sono assottigliati i guadagni. «La crescita dei posti di lavoro» spiega Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi-Confturismo, «è legata a sostanziosi investimenti fatti nel 2003 e nel 2004, quando tutto andava a gonfie vele e si ipotizzavano interessanti margini di crescita. Molti imprenditori hanno finanziato la costruzione di alberghi e altre strutture ricettive che, però, hanno aperto i battenti e assunto proprio nel momento peggiore. Oggi c'è un'offerta eccessiva di camere rispetto alla domanda e il rischio di un crollo occupazionale repentino». Nel solo gennaio 2009, l'Inps ha notato un calo del 21 per cento di occupati rispetto allo stesso mese nel 2008. E a fine anno potrebbe non essere rinnovato il 7 per cento dei contratti. (a.f.)

le macro sono generalmente un disastro. Intanto sono macro per modo di dire (in media durano sei giorni) e per di più il portafoglio dei vacanzieri continua a sgonfiarsi. «Il quadro è allarmante» spiega il presidente di Federalberghi-Confturismo Bernabò Bocca, «la spesa media di ogni italiano in villeggiatura dovrebbe essere quest'anno di 710 euro, il 18 per cento in meno del 2008, e la flessione arriva al 25 per cento per una vacanza trascorsa per intero nel nostro Paese: 550 euro a persona contro i 732 del 2008». A questi numeri se ne aggiunge un altro non irrilevante: 34 milioni di italiani, a corto di quattrini, non si sono proprio mossi da casa.

«Alla fine della stagione probabilmente le presenze italiane saranno calate del 4 per cento e quelle straniere del 6» dice ancora Winteler, «questo d'altronde è un anno negativo a livello mondiale. Dobbiamo attrezzarci per ripartire».

Ripartire, sì: ma in quale direzione? «Questo governo ha di nuovo un ministro del turismo (Michela Vittoria Brambilla, ndr), ma la nostra industria turistica» rimarca Winteler «sconta la mancanza di un vero piano strategico di sviluppo per sfruttare appieno tutte le potenzialità del settore. I Paesi concorrenti ce l'hanno, noi invece pensiamo che basti la bellezza dell'Italia per attrarre visitatori. Non è così. Dobbiamo integrare le politiche per il turismo con quelle dei trasporti, delle infrastrutture, dei beni culturali, della sicurezza e dell'ambiente. E serve un soggetto che abbia la capacità e i poteri per promuovere l'Italia nel suo complesso, superando l'attuale frammentazione di competenze tra una miriade di organismi e uffici di promozione locale, che si muovono ognuno per conto suo».

A dire il vero, l'ente pubblico

che dovrebbe coordinare e dirigere le azioni per rafforzare e rendere più competitivo il mercato nazionale delle vacanze c'è già da 90 anni. L'Enit, però, è un carrozzone sempre più arrugginito che spende quasi tutto il suo bilancio per pagare i 220 dipendenti e destina ben pochi euro al miglioramento e allo sviluppo dell'offerta.

Diventa perciò quasi inevitabile che le migliaia di soggetti che si occupano di promozione sul territorio spendano quello che hanno in cassa per fare concorrenza al vicino, anziché collaborare per far restare gli italiani in patria o far arrivare gli stranieri. Unica eccezione, la Regione Sicilia, che di soldi non ne ha più e ha invitato «tutti gli organizzatori di manifestazioni teatrali, sportive, spettacoli, sagre e feste a non venire nei nostri uffici». Se ne riparla, semmai, la prossima estate.

ALBERTO FIORILLO

L'ESPERTO

In alto, la cattedrale di Palermo. Sotto, Daniel John Winteler, presidente di Federturismo Conindustria e amministratore delegato di Alpitour

