

# «Non arriviamo impreparati alla ripresa»

**Marco Ferrando**

■ A Nord Ovest il sistema turismo è in controtendenza rispetto al trend nazionale, dove l'estate della grande crisi è costata una sforbiciata del 7% rispetto alle presenze registrate nel 2008. Per i bilanci definitivi occorrerà ancora qualche settimana, ma i primi riscontri diffusi la settimana scorsa da Federconsumatori e Adusbef suonano come una conferma delle previsioni della vigilia di Federturismo, che a inizio stagione aveva prefigurato un calo del 6,2% delle presenze tra gli stranieri e del 3,9 tra gli italiani. Un dato nazionale, sufficiente però a disegnare uno scenario di criticità con cui an-

che il Nord-Ovest si è dovuto confrontare: «La tendenza dei turisti italiani e stranieri è stata quella di privilegiare soggiorni più brevi e mete più vicine, ovvero le proposte che massimizzano il rapporto prezzo qualità», spiega il presidente nazionale di Federturismo e amministratore delegato del gruppo Alpitour, Daniel John Winteler. Morale: meno stranieri in Italia, e italiani particolarmente attratti da destinazioni come «la Spagna, la Grecia, la sponda africana del Mediterraneo e la Croazia, rispetto alle quali il nostro differenziale di competitività di prezzo è molto alto».

**A quando la ripresa?**

**LA QUESTIONE FISCALE**  
**«È fondamentale livellare l'Iva a quella dei nostri concorrenti esteri»**

Quella economica probabilmente arriverà l'anno prossimo, ma non dobbiamo scambiare il superamento della crisi congiunturale con la soluzione dei problemi strutturali e di competitività del nostro comparto.

**In pratica il turismo dovrà avere più pazienza degli altri settori?**

È probabile, soprattutto se non saprà cogliere appieno i vantaggi della ripresa. Sarebbe necessario arrivare a quel punto con un piano strategico di sviluppo dell'industria turistica, e con un quadro di interventi di politiche economiche e industriali serie a favore del comparto.

**Di cosa hanno bisogno le imprese?**

Di strumenti che favoriscano la destagionalizzazione, la crescita ma anche gli accorpamenti fra operatori

**Poi c'è la questione fiscale.**

Per noi è fondamentale livellare l'Iva a quella dei nostri concorrenti. Abbiamo calcolato che con un'aliquota al 5,5%, applicata a tutto il comparto, la perdita di gettito sarebbe pari a circa 1,3 miliardi, ma il beneficio per il settore in termini di volume di affari e quindi di crescita di base imponibile sarebbe innegabile.

**Un altro punto dolente è la promozione.**

In un paese come il nostro,

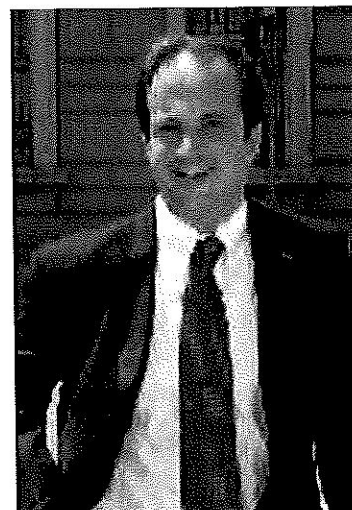
che ha tante risorse in grado di attrarre il turismo, è facile sottovalutare l'importanza della comunicazione appropriata per promuovere l'Italia come destinazione. Oggi la logica della rendita di posizione non basta più: città come Venezia, Firenze, Roma sono attrattori formidabili ma la loro capacità ricettiva non deve essere data

per scontata e deve essere gestita.

**A livello nazionale o locale?**

La mancanza di coordinamento fra una miriade di iniziative mina alla base l'efficacia del messaggio. Devono essere trovate forme di raccordo, per esempio incentivando le realtà locali a partecipare a programmi nazionali di promozione coordinati.

© PHOTO JISSEFFERVAIA



**Amministratore delegato.**  
 Daniel Winteler guida Alpitour

