

## **Addio turisti, l'Italia non tira più ora ci supera anche la Russia - Turismo, l'Italia non investe più e arretra nella classifica mondiale – G. Valentini – La Stampa – 23-03-09**

*La congiuntura mondiale sta aggravando il declino che sembra inarrestabile in un settore strategico. Perdiamo posizioni e soprattutto competitività rispetto agli altri paesi.*

Mentre il leader degli industriali, Emma Marcegaglia, reclama soldi veri a sostegno delle aziende in difficoltà e il presidente del Consiglio replica che il governo ha già stanziato soldi verissimi, a favore dell'auto, degli elettrodomestici e ora anche delle piccole e medie imprese, la principale industria nazionale, il turismo, è sull'orlo del collasso. L'Italia turistica affonda tra le onde del suo mare, con la testa appena fuori dall'acqua. È un'allegoria che pur riassumere emblematicamente la crisi del nostro Paese ed è l'immagine che campeggia sulla copertina di una voluminosa ricerca sul tema. La ricerca ha per titolo: Il declino economico e la forza del turismo - Fattori di vulnerabilità e potenziale competitivo di un settore strategico, ed è stata pubblicata da Marchesi sotto l'egida della Facoltà di Economia dell'Università La Sapienza di Roma, a cura del preside Attiho Celant e di Maria Antonella Ferri, con il contributo di numerosi altri studiosi.

Pari a circa il 10% del pro-dotto mondiale e con 230 milioni di lavoratori direttamente impiegati, il turismo è un settore produttivo di straordinaria importanza a livello planetario. E con concrete prospettive di crescita: dagli 800 milioni di visitatori all'anno, stimati alla metà del primo decennio del nuovo secolo, si prevede di superare prossimamente la quota di un miliardo. Eppure il Belpaese, nonostante il suo grande patrimonio di risorse naturali e di beni artistici e culturali, rischia di perdere capacità competitiva sul mercato internazionale. Nella graduatoria mondiale per valore di Pil del settore turistico, guidata dagli Stati Uniti, dalla Cina e dal Giappone, l'Italia occupa ancora l'ottavo posto dietro le altre maggiori nazioni europee, precedendo il Canada e il Messico. Questo comparto industriale rappresenta il 7-8% del nostro prodotto interno lordo e la percentuale sale al 12-13% considerando tutto l'indotto. Un apporto che complessivamente va dai 115 ai 200 miliardi di euro all'anno. Secondo uno scenario del WTTC (World Travel & Tourism), l'organizzazione mondiale che riunisce i principali operatori dell'industria dei viaggi e delle vacanze, nel prossimo decennio per il nostro Paese pur passando da 226,1 a 292,9 miliardi di dollari arretrerebbe dall'ottava alla nona posizione. E potrebbe essere scavalcato anche dalla Russia.

Ma nel 2018 uscirebbe addirittura dalla classifica dei top ten per il valore degli investimenti nel settore turistico, dove oggi è al numero 8 con un importo di 38,9 miliardi di dollari. Il peggio è che, in base a tutti gli indicatori analizzati, proprio per le difficoltà contingenti e strutturali le previsioni dei centri di ricerca fanno precipitare il turismo italiano al 28° posto quanto alla competitività. Al vertice di questa lista, a conferma di una proverbiale efficienza organizzativa, si colloca la Svizzera seguita da Austria e Germania. Tra i primi dieci si trovano Paesi che sono nostri diretti concorrenti, come la Spagna e la Francia. E sorprendentemente, l'Italia viene preceduta anche da Portogallo, Grecia e Belgio, diventando così il fanalino di coda nell'Europa. A giudizio del World Economic Forum, il prestigioso organismo internazionale non profit con sede a Ginevra, sono essenzialmente tre i fattori di criticità che minacciano il turismo italiano: l'assenza di governance, la carenza di infrastrutture e lo scarso sviluppo dell'information technology. Nel saggio introduttivo della ricerca - firmato dal professor Celant, ordinario di Geografia economica, insieme a Giorgio Alleva, ordinario di Statistica - si rileva a questo proposito che nella politica del turismo italiana manca un apparato pensante, una struttura in grado di proporre strategie, elaborare prodotti risposte, formulare progetti e ipotesi di lavoro; ovvero un osservatorio nazionale, una cabina di regia.

A tutto ci s'aggiungono poi la modesta qualità delle professionalità intermedie e l'eccessivo ricorso al precariato o ai lavoratori stagionali, quando non proprio in nero. Dall'inizio del nuovo secolo, l'Italia è stata superata così da Paesi che hanno messo in campo una politica più aggressiva, sia sul piano della comunicazione sia su quello dei prezzi della qualità dei servizi. Eppure, notano criticamente i professori Celant e Alleva, nell'ultimo trentennio non c'è governo che all'atto delle dichiarazioni programmatiche del suo leader non abbia assegnato al turismo una funzione economica di spicco, di traino dello sviluppo economico italiano. E questo effettivamente sarebbe possibile non tanto attraverso processi in grado di trasformare l'assetto produttivo del Paese, quanto attraverso processi di crescita diffusa di tutto il tessuto produttivo locale, proprio in virtù di una distribuzione delle risorse turistiche in ogni angolo d'Italia.

Nonostante la ricchezza del patrimonio naturale e artistico del Mezzogiorno, si registra invece una spesa del turismo straniero fortemente concentrata nelle regioni del Centro-Nord. Anche in questo caso, le due Italie risentono del gap di strutture e servizi per il turismo che incide sulle scelte individuali e sulle offerte degli operatori internazionali. A peggiorare la situazione, dopo il referendum abrogativo del ministero del Turismo, ha contribuito poi una conflittualità più o meno latente fra Stato e Regioni che favorisce l'ulteriore dispersione di risorse ed energie. D'altro lato, il Belpaese accusa un ritardo anche sul piano della comunicazione. La capillare diffusione di Internet -avvertono Celant e Alleva- sta modificando il profilo del turista tipo. Sta trasformando le modalità di acquisizione dell'informazione e di negoziazione del

pacchetto turistico. E in corso di modificazione la cultura del turista e la rapida affermazione delle low-cost ha grandemente allargato il mercato, raggiungendo nuovi segmenti di domanda .

Si tratta, quindi, di intercettare e attrarre in particolare il fenomeno emergente del turismo giovanile, magari povero in termini di apporto immediato alla bilancia turistica, ma di grande valore formativo anche in ordine ai flussi futuri. In Italia, per gli ostelli della gioventù, oltre ad essere fortemente sottodimensionati, versano in una situazione di fatiscenza, di abbandono e di colpevole degrado . E invece, nel turismo come in tanti altri campi, è proprio l'investimento sui giovani che può risultare in prospettiva quello più promettente e remunerativo. Non c'è nemmeno coordinazione tra lo Stato e le Regioni per ottimizzare gli interventi. Tutti i nostri maggiori concorrenti in Europa si trovano davanti a noi un'analisi completa targata FACOLTÀ di Economia della Sapienza, che ha realizzato la ricerca Il declino economico e la forza del turismo organizza anche un Master annuale di specializzazione sui temi del turismo.