

# Come la nostra industria turistica può fare il tanto atteso balzo in avanti

di MASSIMO CAPUTI\*

**L**A SITUAZIONE dell'industria turistica italiana è sempre più complessa e non si vedono azioni strutturali finalizzate a invertire la curva negativa. Il turismo è un "prodotto Paese" non può essere un prodotto regionale, provinciale o, peggio, comunale.

Purtroppo negli ultimi 20 anni ci si è mossi in una logica opposta a quella dei Paesi che ci hanno ampiamente superato per flussi (es. Spagna e Francia).

Le migliaia di organismi sorti, sotto l'ombrello delle Regioni, per "promuovere" il turismo locale hanno generato pleorici e inutili enti, il cui miglior risultato conseguito è spesso quello di far fare turismo ai loro Amministratori a spese della Comunità.

Le leggi di incentivazione hanno favorito il proliferare di centinaia di alberghetti senza qualità e aperti 90 giorni l'anno, costretti a vendere a pochi euro le loro stanze agli operatori nord europei. Il fenomeno del low cost non è stato capito e anticipato in Italia (come è avvenuto in altri Paesi) e si è del tutto impreparati; basti pensare a Roma, con aeroporti ingolfati, dove si pensa di fare un nuovo aeroporto a Viterbo, ma nessuno spiega come faranno le migliaia di turisti a spostarsi rapidamente da Viterbo a Roma.

Il comportamento degli operatori sui prezzi è un'altra costante negativa del sistema; gli italiani sono ormai tutti convinti che avesse ragione il Ministro Tremonti quando tuonava che ci voleva la banconota di carta da un euro (al pari del biglietto verde USA che esiste da quasi 200 anni), ma il tasso di inflazione sui prezzi del turismo è folle.

Non tanto sui prezzi del "letto", ma sui servizi e in particolare sul "food": si ha la sensazione che 1000 vecchie lire siano 5 euro pagando i conti in un ristorante in località turistica. Qualità a parte! Ciò premesso, in un quadro pieno di complessità generali e criticità nazionali, è necessario capire se da parte del Governo, delle Regioni, degli Operatori e dei Sindacati ci sia una seria volontà di approcciare il tema in modo industriale, tralasciando le inutili "Conferenze Nazionali sul Turismo", che di solito sono passerelle di interventi che nessuno ascolta e servono a molto poco.

Di certo oggi non ci sono segnali di forte sensibilità sul problema, al di fuori delle lamentele per mancanza di arrivi, calo delle prenotazioni, etc. etc. ....

Un po' ci si è salvati perché gli italiani a causa della crisi sono rimasti a casa.

In Italia esiste un organismo che si chiama ENIT, che di fatto mantiene se stesso; trasformato in S.p.A. (su modelli più evoluti) può diventare la vera "cabina di regia" del turismo. I suoi risultati vanno misurati (e premiati) sulla base degli incrementi dei flussi/fatturato del settore. Si deve ormai prendere coscienza che il nostro modello turistico è obsoleto e non in grado di far fronte né all'azione sistematica

dei nostri competitor europei, né alle invitanti proposte delle "nuove destinazioni".

Il sistema degli incentivi regionali e statali agli operatori va fortemente spinto verso tre linee:

1) la riqualificazione dei posti letto e non il proliferare di posti letto: abbiamo quasi il doppio dei posti letto della Francia, ma occupati per la metà.

2) la destagionalizzazione dei flussi, non finanziando strutture che aprono poche settimane l'anno; anzi incentivando le attività extra luglio-agosto, quali la convegnistica internazionale.

3) la formazione, nella quale siamo molto indietro; e quando si parla di formazione ci si riferisce ad un insieme ampissimo di figure professionali, che in Italia sono carenti o assenti.

E quando si parla di incentivazione, non si parla obbligatoriamente di "soldi", ma principalmente di regole che diano flessibilità e certezze all'impresa ed agli investitori: per avere il permesso per realizzare una sala convegni, finalizzata a destagionalizzare i flussi non possono volerci 3 (tre) anni!

Le risorse finanziarie sono disponibili anche, tramite i fondi, da investitori istituzionali italiani ed esteri: il Sultano del Brunei ha acquistato l'Hotel Principe di Savoia di Milano, il Fondo del Qatar il mitico Galli e un fondo italiano ha recentemente comprato prestigiosi alberghi a Venezia. Il sistema infrastrutturale è il più drammatico da recuperare sia per i tempi, sia per le risorse: i gestori delle infrastrutture e dei sistemi di trasporto spremono i loro asset, la qualità del servizio peggiora sempre più e le regole sono da far west: gli orari dei voli sono ormai indicativi, con famiglie disperate che perdono le coincidenze, i bagagli che arrivano più no che sì, e treni sui quali nei giorni di punta lo stesso posto viene dato regolarmente a due passeggeri, per andare da Civitavecchia a Cagliari in nave-carretta ci vogliono 13 ore. E così via, senza parlare delle regole: perché cambiare i soldi a Fiumicino costa il doppio che a Londra?

È chiaro che un processo di recupero, indirizzamento e definizione degli standard per le infrastrutture e i servizi connessi potrebbe essere un primo, ma significativo passo verso un approccio più serio verso i flussi turistici. E non si può pensare che la soluzione del nostro Turismo sia solo nell'acquistare clientela straniera di fascia alta (i mitici "russi", per i quali peraltro permangono continue difficoltà sui visti di ingresso).

I segmenti di mercato sono di provenienza nazionale ed estera e di livello eterogeneo: tutti questi segmenti vanno approcciati perché la qualità deve essere non un privilegio del "7 stelle", ma anche dello sperduto agriturismo. E se si comprende questo, si fa un gran balzo in avanti, come hanno fatto da anni i nostri competitor che ci hanno sottratto flussi esteri e nazionali.

\* Amministratore delegato Fimit sgr