



Il turismo internazionale e le prospettive per l'Italia

L'Italia è la quinta destinazione mondiale con 62 milioni di arrivi ma è una posizione che ci sta stretta. I confronti internazionali suggeriscono di riflettere e prendere consapevolezza che il mondo è cambiato e grandi Paesi quali la Cina, generatori di importanti flussi turistici, sono diventati protagonisti del mercato del turismo **di Delphina Reginè**

Gli arrivi turistici internazionali, nei primi nove mesi del 2018, hanno raggiunto quota un miliardo 83 milioni, 56 milioni in più rispetto allo stesso periodo del 2017. L'Europa, dopo l'Asia, ha trainato l'accelerazione (+7% complessivi) e l'Italia, quinta destinazione mondiale, con 62 milioni di arrivi internazionali, si posiziona con un +6% tra i primi paesi per crescita di entrate. A snocciolare e commentare i dati durante il convegno "Il turismo internazionale e le prospettive per l'Italia", organizzato da Federturismo Confindustria, **Alessandra Priante** capo ufficio Relazioni internazionali istituzionali del Turismo presso il Miipaft, che ha invitato ad una riflessione sui contesti Paese in cui tali dati vengono generati e su che tipo di andamento macroeconomico riflettono. Al convegno sono intervenuti **Giorgio Palmucci**, presidente Associazione Italiana Confindu-

stria Alberghi, **Giulio De Metrio**, C.O.O. SEA - Aeroporti di Milano, **Gianfranco Battisti**, presidente Federturismo Confindustria e il Sen. **Gian Marco Centinaio**, ministro delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo. La panoramica fornita da Priante restituisce una visione critica dell'uso dei numeri nel turismo, mettendo in evidenza come i dati macroeconomici sono quelli più rilevanti per comprendere le direzioni strategiche sia nazionali che locali e che tali dati nel turismo hanno una rilevanza solo se considerati a livello comparativo, più che per altri settori. Scegliendo alcune variabili chiave a livello strategico, come i dati, la connettività, l'approccio alla trasformazione digitale, la facilità di fare business, si sono paragonati i più interessanti Paesi a livello europeo, partendo dalla Spagna (che ha una struttura di mercato maturo molto più simile a quella dell'Italia) ana-

Al tavolo dei relatori:
Giorgio Palmucci,
Alessandra Priante,
Gianfranco Battista,
Gian Marco Centinaio,
Giulio De Metrio



lizzando, Austria, Portogallo, Slovenia, Grecia e UK, Paese interessante perché in una condizione politica "incerta", ma sicuramente uno dei più importanti benchmark nella zona europea di come il turismo funzioni a livello strategico. Visualizzando i valori economici del settore del turismo sia in termini di contributo generativo al PIL che all'occupazione, con dati attuali e prospettivi (al 2028), si notano subito degli outperformer come l'Austria, che vede un incremento al 2028 del contributo del PIL da 4,7% a 16,7%, alla solida e costante crescita di Slovenia e Portogallo. Così come nell'analisi del contributo dell'occupazione nel settore turismo, si nota come la solidità del Regno Unito è in grado di rendere il settore del turismo realmente impattante. Una delle ragioni principali di questo è ovviamente da ricercare nella virtuosità della relazione tra pubblico e privato, prevalentemente visibile nella "facilità" del fare business che esiste negli altri Paesi rispetto all'Italia che, nella classifica stilata dalla World Bank, occupa solo il 46esimo posto. Sono 6 le aree di riferimento in cui si agisce nei Paesi che intendono mettere il turismo al centro della loro strategia internazionale e creare un settore resiliente, produttivo e di qualità: la domanda, lo sviluppo delle capacità digitali e competitive, il sostegno agli investimenti e l'attuazione di un'agenda di riforma della "burocrazia Paese", una positiva interazione con il settore dei trasporti, il focus sulle professionalità e gli skill del turismo. I confronti internazionali suggeriscono di riflettere e prendere consapevolezza che il mondo è cambiato e grandi Paesi quali la Cina, generatori di importanti flussi turistici, sono diventati protagonisti del mercato del turismo. Il successo di Paesi come la Spagna e il Portogallo è il risultato di un percorso di convergenza tra la politica e il sistema economico che mette al centro l'industria del turismo quale motore di sviluppo. Per ottenere cambiamenti significativi occorre elaborare una politica economica industriale per il settore che persegua il miglioramento della produttività, l'incremento degli investimenti, la promozione e lo sviluppo dei territori. «Un'adeguata politica di penetrazione turistica nei mercati strategici», ha dichia-



Alessandra Priante
capo ufficio Relazioni
Internazionali
Istituzionali del Turismo
presso il MIPAAFT

rato il presidente di Federturismo Confindustria e a.d. di Ferrovie dello Stato italiane, «deve essere uno dei capitoli più importanti della strategia complessiva che occorre disegnare e seguire per accrescere la presenza italiana in quei mercati, così come la realizzazione di un grande piano di accessibilità del Paese che avrebbe ovvie ricadute sulla competitività delle nostre imprese e sul turi-



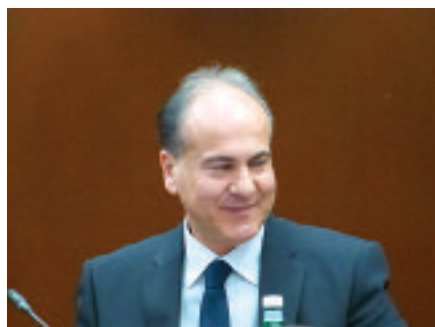
Giorgio Palmucci
presidente Associazione
Italiana Confindustria
Alberghi

simo. Fondamentale sarà il progetto di accessibilità, che presenteremo il prossimo giugno, per rendere stazioni, aeroporti e porti le porte di accesso al turismo italiano in maniera integrata e permettere la redistribuzione dei flussi turistici. Al centro dei piani di sviluppo, anche l'aeroporto di Malpensa che contiamo di integrare con l'asse dell'Alta velocità e collegarlo con tutto l'asse trasversale



Giulio De Metrio C.O.O.
SEA Aeroporti Milano

Gianfranco Battisti
presidente Federturismo
Confindustria



e dorsale del Paese, per portare i suoi collegamenti fino a Salerno». **Giulio De Metrio**, Chief Operating Officer di SEA, sottolineando il positivo periodo dell'aeroporto di Milano Malpensa che con quasi 24,5 milioni di passeggeri chiuderà l'anno con una crescita dell'11%, ha confermato la strategia di SEA volta a individuare nuove opportunità commerciali e industriali con il mercato cinese. «Stiamo lavorando da tempo per aumentare il numero di collegamenti diretti tra la Cina e l'Italia, per questo siamo in contatto con le compagnie aeree e tour operator cinesi per verificare la disponibilità all'apertura di nuovi collegamenti diretti con Milano». «Il mondo degli alberghi è impegnato a cogliere le nuove opportunità con un occhio sempre attento alle dinamiche del mercato, ai nuovi trend ed alle esigenze dei nuovi clienti», ha fatto sapere **Giorgio Palmucci**, presidente di Associazione Italiana Confindustria Alberghi, «fondi di investimento cinesi, inglesi e spagnoli stanno guardando al mercato italiano, bisogna approfittarne per risalire la china grazie alla governance ed all'attenzione del pubblico nei confronti del turismo».

«Il quinto posto tra le destinazioni mondiali ci sta stretto, abbiamo potenzialità incredibili rimaste inesprese», ha commentato il Ministro delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo,

Gian Marco Centinaio
ministro delle Politiche
Agricole, Forestali e
del Turismo



Gian Marco Centinaio, che ha aggiunto: «stiamo già lavorando sul turismo di ritorno, ma dobbiamo fare di più, per esempio riducendo le frammentazioni esistenti, puntando sulla digitalizzazione e investendo nelle strutture e infrastrutture. Ripensiamo il turismo italiano attraverso uno sviluppo integrato, che tenga conto della trasformazione industriale e dell'espansione dei servizi. In altre parole, facciamo sistema e crediamo davvero nella forza del brand Italia. Stiamo programmando e strutturando il ministero ma sempre col sogno che alla fine del mio mandato ce ne sarà uno dedicato al Turismo. Abbiamo incrementato gli incontri con le Regioni, che sono i nostri soci, e lavoriamo con loro dando un indirizzo politico unitario». Il ministro è poi entrato nel merito degli argomenti concreti: la legge per le guide turistiche che «vogliamo portare a casa entro l'anno», il tavolo di lavoro per legge sulle nuove professioni turistiche. Il mondo delle adv ha bisogno di avere un ministero dalla sua parte sia per chi fa outgoing sia per l'incoming. Poi, la formazione che possa dare risposte ad un settore in continua evoluzione, la lotta all'abusivismo ricettivo anche con l'introduzione del codice identificativo delle strutture; la tassa di soggiorno, cui il ministro si è sempre opposto ma che vorrebbe quantomeno trasformare in tassa di scopo; la direttiva Bokestein per cui intende arrivare ad una soluzione in tempi brevi, anche se andremo a rischiare la procedura di infrazione europea». Sul piano della promozione Centinaio parla chiaro: «basta presentarsi per il mondo come l'armata Brancaleone, l'Italia ha bisogno di una promozione strutturata» e lamenta una certa sofferenza per le lungaggini burocratiche legate alla nomina del futuro presidente Enit dichiarandosi disposto anche a fare da commesso viaggiatore tra le scrivanie degli enti preposti affinché l'elezione possa risolversi al più presto. «Io ho indicato il nome di Giorgio Palmucci la cui nomina troverebbe favorevole anche l'Anac che ha formulato il parere compatibile e non inconfirabile; qualora il candidato presidente si trovasse a decidere su argomenti correlati alle sue attività imprenditoriali, si asterrà come già accaduto in passato con altri presidenti».