



Salvati dagli stranieri

Il turismo in Italia quest'anno mostra i primi segni di ripresa. Tutto merito dei viaggiatori internazionali, che hanno superato in numero quelli di casa nostra. Ma se le presenze tornano lentamente a crescere, il giro d'affari e l'occupazione decisamente no

◆ Barbara Ainis

TEra tanto che non si vedeva un segno “+” nei dati relativi al turismo in Italia. È dunque lecito accogliere con sollievo e speranza (anche se certamente non con entusiasmo) il +0,1% relativo alle presenze nei primi otto mesi del 2013, rilevato da Federalberghi. Un punto di frenata della crisi? Inversione di tendenza? È ancora presto per dirlo, soprattutto dal momento in cui a questa modesta crescita nelle presenze corrisponde un'ulteriore flessione nel giro d'affari, quantificabile almeno in un -8%. Ma il segnale positivo c'è e non bisogna ignorarlo. Soprattutto per l'eccezionale novità che i dati relativi alle pre-

senze raccontano. «Un risultato storico», evidenzia il Presidente di Federalberghi, **Bernabò Bocca**, «sul quale non potrà non aprirsi un dibattito, emerge in relazione alla quota di presenze dei clienti d'albergo, che per la prima volta nella storia moderna delle rilevazioni statistiche vede il sorpasso della componente estera su quella italiana, attestatesi da gennaio ad agosto rispettivamente al 50,3% per gli stranieri ed al 49,7% per gli italiani. Segno inconfutabile di come il nostro sistema ricettivo e il Bel Paese nel suo insieme mantengano una forte capacità di attrarre la clientela internazionale».



Finalmente un segnale positivo nel mercato italiano del turismo, grazie ai turisti internazionali che hanno fatto registrare una crescita nelle presenze dei primi 8 mesi dell'anno pari al +4%



Ai mercati tradizionalmente più forti e consolidati a livello globale si affiancano i mercati emergenti, prima fra tutti la Cina: i turisti cinesi nel 2012 hanno speso per i viaggi 102 miliardi di dollari

Sono stati gli stranieri, dunque – russi, tedeschi, nord europei e giapponesi soprattutto – a limitare i danni nei primi otto mesi dell'anno e sono ancora loro ad offrire le maggiori speranze per la ripresa autunnale. Anche Federturismo Confindustria ha rilevato questa tendenza, in particolare relativamente ai dati della passata stagione estiva. Da qui la richiesta forte di iniziative che vadano a stimolare e favorire il mercato proprio in questa direzione. È evidente, si è affermato da parte di Federturismo, che la situazione di crisi generalizzata e la minore capacità di spesa degli italiani richiedono urgenti provvedimenti da parte del Governo

per migliorare l'attrattività dell'Italia e dei suoi prodotti sui mercati internazionali, individuando quelle risorse indispensabili per sostenere gli attrattori fondamentali come la cultura e il paesaggio. Per essere concorrenziali con gli altri Paesi europei, concludono da Federturismo Confindustria, è inoltre essenziale rimodulare la fiscalità indiretta, tagliare il costo del lavoro e favorire i processi di aggregazione dimensionale tra imprese.

102 miliardi di dollari spesi in viaggi dai cinesi

Oltre ai mercati che già rappresentano un punto di riferimento per il nostro turi-

Tabella (Fonte Federalberghi)

Variazioni % rispetto allo stesso periodo 2012

| | Totale presenze | Turisti italiani | Turisti stranieri | Totale lavoratori occupati | Tempo indeterminato | Tempo determinato |
|----------|------------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Gennaio | -6,4% | -9,6% | -1,1% | -5,4% | -4,5% | -7,0% |
| Febbraio | +1,6% | -0,1% | +4,1% | -4,2% | -2,2% | -7,9% |
| Marzo | +1,5% | -2,7% | +6,6% | -4,4% | -4,6% | -4,1% |
| Aprile | -7,4% | -7,4% | -7,5% | -5,3% | -5,2% | -5,4% |
| Maggio | +3,1% | -3,3% | +7,3% | -4,3% | -5,8% | -2,9% |
| Giugno | +0,2% | -3,3% | +3,4% | -5,8% | -7,3% | -4,7% |
| Luglio | +0,7% | -2,9% | +4,4% | -4% | -5,2% | -3,2% |
| Agosto | +1,4% | -2,1% | +6,2% | -3,1% | -4,9% | -1,9% |
| Gen-Ago | +0,1% | -3,5% | +4% | -4,5% | -5,1% | -4% |



simo, ce ne sono di nuovi di assoluta importanza, capaci di condizionare il futuro del settore. Parliamo, naturalmente, e innanzi tutto della Cina, che con oltre 83 milioni di viaggi all'estero è diventata il maggior fruitore del turismo internazionale. Da soli nel 2012 i cinesi hanno speso 102 miliardi di dollari superando i mercati turistici tradizionali e consolidati come la Germania e gli Stati Uniti. «In vista dell'Expo, che attirerà certamente turisti cinesi, russi e indiani, diventa sempre più urgente facilitare il loro ingresso introducendo un servizio di erogazione di visti on line che sia in grado di moltiplicarne il numero, riducendo i costi e le risorse impiegate», ha dichiarato il Presidente di Federturismo Confindustria **Renzo Iorio**. «L'Expo sarà inoltre l'occasione per milioni di turisti provenienti dai Paesi dal forte potere di acquisto di visitare l'Italia, dobbiamo quindi farci trovare preparati ad accoglierli offrendogli anche nuovi supporti digitali come il borsellino elettronico per il taxrefund o la carta musei e trasporti digitale».

Le condizioni per ripartire secondo Federalberghi e Federturismo

Per cogliere l'occasione fornita dal turismo internazionale, insomma, l'Italia ha bisogno di investimenti e di competenze, unici strumenti davvero in grado di creare valore e opportunità di posti di lavoro. Quello dell'occupazione è, infatti, un altro aspetto altamente critico della situazione attuale del settore turistico italiano. Il ca-

lo di occupati, secondo Federalberghi, ha visto da gennaio ad agosto un $-4,5\%$ di lavoratori, di cui un $-5,1\%$ a tempo indeterminato e un -4% a tempo determinato. Ma per dare nuove opportunità ai lavoratori del turismo il nostro Paese deve favorire le imprese del settore, da un lato, e, dall'altro, accrescere la propria visibilità ed essere più facilmente raggiungibile dai turisti stranieri. «A questo punto le condizioni per una robusta ripartenza del settore ci sono tutte», sono le parole del Presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, «e Governo e Parlamento devono sostenere un piano strategico condiviso urgente e improcrastinabile che contenga almeno tre punti: la deducibilità dell'IMU che grava sugli immobili alberghieri, il credito d'imposta per gli imprenditori che investono nella riqualificazione delle strutture e l'assegnazione all'Enit di risorse adeguate per promuovere l'offerta turistica italiana». Sul fronte della visibilità e accessibilità dell'offerta turistica del nostro Paese è intervenuto anche il Presidente Iorio di Federturismo. «Affinché il nostro Paese cresca in visibilità e sia più facilmente raggiungibile è ora importante che le misure su turismo e cultura, nuova classificazione alberghiera e incentivi previsti per le aggregazioni aziendali, contenute nel piano "Destinazione Italia" varato dal Consiglio dei Ministri, si traducano in provvedimenti concreti ed immediati. Sono altrettanto fondamentali la semplificazione amministrativa e un approccio unitario del Paese per superare gravi limiti e costi che derivano dalla localizzazione della governance».

Investimenti e competenze sono gli strumenti da mettere in campo per cogliere l'opportunità fornita dal turismo internazionale e risollevare le sorti del settore e dei suoi occupati

