



Milano, 22 febbraio 2008

COMUNICATO STAMPA

ITALIA/SPAGNA: LOTTA PER LA LEADERSHIP EUROPEA

**ITALIA: RICCA DI METE E CULTURA
SPAGNA: DIVERTENTE ED AFFOLLATA**

**BOCCA: “DAL CONFRONTO TRA I DUE PAESI
IDEE PER GOVERNARE LO SVILUPPO TURISTICO DELL’ITALIA”**

PIEPOLI: “PIÙ UNITÀ DI INTENTI PER IL TURISMO ITALIANO”

DE CRESCENZO: “GRAZIE A DIO SIAMO NATI IN ITALIA”

L'analisi comparativa dei modelli turistici italiano e spagnolo, realizzato in esclusiva dall'Istituto Piepoli per la **Confturismo-Conffcommercio** e presentata oggi a Milano nel contesto della BIT (Borsa Internazionale del Turismo), con un intervento anche dello scrittore **Luciano De Crescenzo**, ha esaminato **tre aspetti chiave: l'organizzazione, la promozione ed i servizi.**

Dall'analisi emerge come **la Spagna sia il più importante competitore turistico dell'Italia in Europa**, ma il **Bel Paese continui comunque ad essere un forte attrattore** anche per gli spagnoli.

Nel **2006**, infatti, il **7,6% di italiani** che hanno viaggiato in Europa sono **andati in Spagna**, mentre ben **l'8,4% di spagnoli** che hanno viaggiato sono **venuti in Italia.**

Nell'indice mondiale della **competitività turistica** però la **Spagna si colloca al 15° posto**, rispetto all'**Italia che ricopre la 33^ posizione.**

Dal 2002 al 2006 l'Italia ha incrementato del **4% il numero di arrivi** negli alberghi di **turisti stranieri**, mentre la **Spagna** li ha incrementati del **7%**, per un risultato complessivo comunque in parità di **34 milioni di turisti.**

L'**Iva** però degli **alberghi spagnoli** si è attestata al **7%** rispetto a quella **italiana** che è al **10%**, per un vantaggio competitivo di immediata comprensione.

Entrando nel dettaglio dell'analisi, appare evidente come il **modello organizzativo spagnolo sia più efficiente del nostro**, le **strategie di promozione siano più mirate e ben coordinate**, ed anche nei **servizi ed infrastrutture la Spagna si sia organizzata meglio dell'Italia**.

In un **confronto dei prezzi la Spagna** a livello europeo registra un valore pari ad **86 per il prezzo dei trasporti contro l'87 dell'Italia**, negli **alberghi e ristoranti l'Italia** registra un valore pari a **103**, mentre la **Spagna si attesta a 92**, e nei **servizi culturali la Spagna segna un 97 rispetto al 92 dell'Italia**.

Infine da una **analisi di giudizio** svolta nei confronti dei **turisti italiani, spagnoli e tedeschi** i risultati sono stati i seguenti:

SPAGNA - Per i **tedeschi** essa si connota come un **Paese vacanziero, ricco di centri di interesse turistico anche se un po' affollato**. Per **gli italiani** è un Paese divertente, innovativo e trasgressivo. Entrambi la giudicano **economicamente accessibile**. Per **gli spagnoli**, infine, il loro è un Paese di cui essere **orgogliosi, con paesaggi belli e diversi ed ideale per vacanze familiari**.

ITALIA – Per i **tedeschi** essa è un Paese ricco di mete turistiche d'ogni tipo, con **paesaggi e gastronomia da "ricordare"**. Per **gli spagnoli** è la **culla della cultura, esteticamente bella ed affascinante, molto vicina al loro modo di vivere**. Entrambi la giudicano **difficile da visitare, costosa ed elitaria**. Per **gli italiani**, infine, pur coscienti di quanto abbiamo la **ricchezza turistica complessiva soffoca e frena più che motivare**.

"Insomma **l'Italia** -commenta **Bernabò Bocca, Presidente di Confturismo-Confcommercio-** per risalire nella classifica europea dovrebbe **organizzarsi meglio, promuoversi meglio** e pianificare uno **sviluppo infrastrutturale** anche finalizzato alla migliore fruizione del bene turismo.

"Un **messaggio chiaro** e semplice, che dovrebbe diventare il **programma politico ed elettorale di chi aspira**, dopo le elezioni del 13 e 14 aprile, **a governare il Paese**, dichiarando sin d'ora una ottica precisa per l'ulteriore sviluppo turistico dell'Italia.

"Bisogna chiarire una volta per tutte -conclude Bocca- che chi **investe nel turismo non fa un investimento di serie B**. Per i diversi governi spagnoli, che si sono succeduti negli ultimi 15 anni, questo è stato un fatto chiaro. Speriamo lo diventi anche in Italia nella prossima Legislatura".

"Occorre -ha poi sostenuto **Nicola Piepoli** dell'omonimo Istituto- una **maggiore unità di intenti per il turismo italiano**, una voce unificante, capace di dar vita ad una **rinnovata aggregazione dei protagonisti del settore** per rafforzarne il rilancio".

"Si nasce **dove capita** -ha concluso con la sua consueta vena partenopea lo scrittore **Luciano De Crescenzo-** ma noi, grazie a Dio, **siamo nati in Italia**".