



**FORUM AMBROSETTI
SISTEMA TURISMO ITALIA
PROPOSTE PER ESSERE VINCENTI**

INTERVENTO PRESIDENTE BERNABO' BOCCA

NAPOLI 17 GENNAIO 2008

Saluti.....

Confturismo, attraverso le sue Federazioni, associa alberghi, villaggi turistici, imprese turistiche all'aria aperta, residences, pubblici esercizi e quindi ristoranti, bar, gli stabilimenti balneari, i locali di divertimento serale, la portualità turistica ed il charter nautico, il comparto del congressuale, e altro ancora, per arrivare a circa il 70% del turismo italiano, un turismo che conta circa 250mila imprese e due milioni di addetti.

Cifre a cui va aggiunto un indotto in continua crescita, come testimoniano le oltre 11.600 imprese attive nei servizi al turismo, un fenomeno in espansione che nel 2006 ha fatto registrare un aumento del numero delle imprese di più del 6% in un anno e che dal 2000 è cresciuto di oltre il 47%.

Questi dati ci permettono di affermare con forza e con orgoglio che il turismo è certamente un settore economico decisivo per il nostro paese, ma soprattutto mettono in evidenza anche quanto esso rappresenti un esempio per tutto il Paese, della capacità o meno che l'Italia ha nel fare sistema e la stretta dipendenza fra questo settore e le scelte di politica economica.

La fatica che l'economia turistica ha fatto durante il 2007 nel mantenere i livelli raggiunti durante l'anno precedente, sta a dimostrare quanto essa dipenda in maniera decisiva dalla situazione economica dell'intero paese, dal clima di fiducia che si respira all'interno e dall'immagine che si riesce a comunicare all'esterno.

Riforme strutturali e riduzione della pressione fiscale, taglio della spesa pubblica improduttiva ed investimenti in settori strategici ed infrastrutture, unitamente a vere e proprie liberalizzazioni.

Queste sono tutti elementi indispensabili, tutti insieme, per garantire una seria ripartenza della nostra economia.

Per far sì che i consumi crescano e crescano significativamente, occorre una prospettiva stabile di crescita dei redditi sul medio termine, risultato di incrementi di produttività così come di un maggior tasso di partecipazione al mercato del lavoro e soprattutto di alleggerimento della pressione fiscale da controbilanciare con interventi “qualificanti” sulla spesa pubblica.

In questa situazione, anche nel 2007, fra modifiche alla curva delle aliquote dell'Irpef, maggiori addizionali e crescita dei tributi locali, alle famiglie è restato ancora meno da spendere, e questo ha inciso in maniera significativa anche sul turismo, sul versante della domanda.

Questo ha comportato che, nonostante ci sia stato un pur parziale recupero della componente italiana rispetto alle primissime previsioni, il risultato finale del 2007 non sia stato confortante. Si sono registrati, infatti, meno pernottamenti alberghieri tra italiani e stranieri, una consistente perdita di fatturato per ristoranti, bar, locali di intrattenimento, stabilimenti balneari e rifugi alpini, un calo sensibile per le attività delle agenzie di viaggio ed una modesta tenuta per i campeggi, ma con punte del -20% nelle Regioni del Sud Italia che va a scaricarsi sul giro d'affari complessivo.

Siamo in attesa di conoscere quali interventi proporrà il Governo per liberare risorse economiche per le famiglie ed avviare, così auspichiamo, una ripresa dei consumi.

Sono provvedimenti urgenti non solo nella misura ma soprattutto per ricostruire un quadro di risorse aggiuntive certe e motivanti per le famiglie; il turismo, infatti, soffre molto del clima di incertezza economica che condiziona fortemente le scelte delle famiglie.

Questo quadro complessivo della nostra economia turistica, dovrà essere affrontato in un contesto nel quale l'obiettivo sarà quello di individuare gli strumenti per lo sviluppo e la competitività del turismo.

E partirò proprio dalla competitività, ossia dalla capacità di attrazione del nostro Paese rispetto agli altri competitors.

Per troppo tempo ho sentito ripetere in tutte le occasioni che il problema del turismo italiano era da ricondurre a 2 motivi: Prezzi e Dimensione delle Imprese.

Su entrambi queste questioni noi di Confturismo ci siamo battuti per dimostrare, dati alla mano, che questi erano falsi problemi.

Per quanto riguarda la dimensione aziendale non abbiamo mai avuto paura di affermare che la dimensione media dell'impresa turistica italiana e' uno dei maggiori punti di forza nell'attrarre turismo nel nostro paese.

L'estrema particolarità delle nostre città di ogni tipo e dimensione, la varietà dei nostri paesaggi naturali che caratterizzano i nostri territori e la vicinanza tra il gestore di qualsiasi impresa turistica e il forestiero, sono caratteristiche che avremo sempre e che anzi abbiamo il dovere di mantenere e che possono fare di una vacanza in Italia una esperienza unica.

Certo, tutto questo va fatto con una qualità e una professionalità al passo con i tempi, ed e' su questo che noi vogliamo migliorare.

Innovazione delle aziende e formazione degli imprenditori e degli addetti: questa e' la strada che il turismo italiano deve percorrere.

L'attrattività turistica di un Paese è data da un insieme di fattori, ma sostanzialmente da due aspetti fondamentali solo apparentemente lontani fra di loro.

Il primo è la politica dell'ospitalità del territorio, intesa come accessibilità, efficienza, capacità di accogliere il turista da parte di tutti i soggetti coinvolti.

Su questo principio la sostenibilità, in particolare quella ambientale, sta acquisendo un ruolo sempre più determinante nelle scelte e nelle strategie delle imprese e dei turisti.

Perché, come sottolineato nel documento base dell'incontro di oggi, e come noi stiamo affermando ormai da anni, un Paese bello è gradevole per il turista se lo è anche per chi ci vive.

Non ho intenzione di entrare specificatamente nelle vicende che hanno interessato questa città in questi giorni.

Questo mi dà però la possibilità di introdurre quello che noi riteniamo essere il problema che maggiormente sta affliggendo il turismo italiano e cioè l'immagine che l'Italia sta trasmettendo di sé ai cittadini del mondo e di conseguenza ai potenziali turisti.

E' l'immagine di un paese con delle contraddizioni troppo forti, un paese che dà sempre l'impressione di non decidere e che anche quando lo fa non è mai compatto neppure quando in gioco c'è la credibilità e soprattutto il bene comune.

E' proprio su questo campo che il turismo italiano subisce le più rovinose conseguenze.

Come e' possibile impiegare tanti anni per risolvere il problema del vettore aereo nazionale e tanti anni, per esempio, per cercare di risolvere il problema che sta affliggendo questa meravigliosa città.

Questi 2 problemi non sono cataclismi naturali, non si sono verificati improvvisamente e in maniera imprevedibile, per fare un esempio non stiamo parlando dell'attacco alle torri gemelle o dello Tzunami.

Sono purtroppo le conseguenze di una incapacità che abbiamo di fare delle scelte precise, veloci, attuabili e soprattutto per il bene di tutti.

Nel frattempo l'Alitalia per migliorare i propri bilanci ha cancellato inutilmente numerosi voli internazionali e questa città avrà bisogno purtroppo di molto tempo prima di ricostruirsi una immagine che faticosamente aveva raggiunto ospitando qualche anno fa il G7.

Il turismo italiano ha bisogno di una promozione a livello internazionale e su larga scala, di un'immagine ed un'offerta in grado di attirare i flussi dei nuovi Paesi che si affacciano sul mercato e di interpretare le nuove esigenze dei viaggiatori contemporanei.

Su quest'ultimo versante credo che la volontà di "lasciare il segno" sia ormai un obiettivo comune di tutti gli attori che operano nel turismo.

E' però necessario, ad esempio, a proposito di strategie innovative in campo di promozione, operare per la realizzazione di un vero sistema di incoming italiano, un network di imprese e di uomini in grado di attirare i turisti stranieri interpretando i cambiamenti e le loro nuove esigenze.

Vi è, inoltre, un altro aspetto fondamentale su cui invece è necessario, ed improcrastinabile uno sforzo collettivo, per consentire all'Italia di superare il gap che la separa dagli altri Paesi:

rafforzare la nostra dotazione infrastrutturale, perché i servizi, siano essi prevalentemente pubblici o in mano ai privati, nazionali o locali giocano un ruolo fondamentale nel condizionare l'attività degli operatori e nel rendere i territori più o meno accessibili.

Lo scorso anno abbiamo presentato una ricerca, che evidenziava l'enorme gap esistente tra Italia e i diretti competitors, Francia e Spagna, sul tema delle infrastrutture utili per il turismo in senso lato ed in senso più specifico.

In tempi non sospetti, cioè prima delle polemiche sul superamento della nostra economia da parte della Spagna finita su tutti i giornali, abbiamo avviato un progetto di benchmarking tra l'Italia e la Spagna che presenteremo tra pochi giorni, perché noi operatori vogliamo sapere il perché un paese come il nostro faccia così fatica a mantenere la leadership come destinazione turistica.

Insomma dobbiamo creare, per il turismo, un contesto davvero competitivo, e per fare questo ricordiamoci che per le nostre imprese è necessario competere ad armi pari, sia sul mercato interno che sul mercato estero.

Il che significa anche essere più competitivi sui prezzi, e quindi riallineare le aliquote Iva del settore ai livelli praticati in molti Paesi membri dell'Unione europea, ma anche intervenire sul costo del lavoro e sui sistemi degli ammortizzatori sociali.

Deve quindi essere ampliata la sfera di applicazione della riduzione del cuneo fiscale, un provvedimento che abbiamo apprezzato, ma che non tiene conto, nella attuale formulazione, di situazioni di stabilità - quali, ad esempio, quelli dei lavoratori stagionali del turismo, che lavorano per 8 mesi l'anno - che coincidono in sostanza con il tempo indeterminato.

Lo stesso discorso va affrontato per una seria riforma degli ammortizzatori sociali che ora come ora interessano solo una parte residuale delle imprese e dei lavoratori ma non le imprese del settore alberghiero e della ristorazione.

Nel frattempo alcune cose si muovono a favore del settore; come non sottolineare, infatti, che il 13 dicembre scorso a Lisbona è stato firmato il nuovo Trattato europeo dove, per la prima volta dalla nascita dell'istituzione della Comunità Europea, vengono attribuite alla UE "competenze per svolgere azioni intese a sostenere, coordinare e completare l'azione degli Stati membri" anche in materia di Turismo, affidando poteri diretti di intervento alla Commissione, rispettando ovviamente il principio di sussidiarietà.

E' il segno che i tempi stanno cambiando, che il turismo sta diventando sempre più, non solo nei numeri, un'attività economica di rilievo all'interno dell'Europa, in cui, probabilmente, l'ingresso dei nuovi Paesi sta spostando l'ago della bilancia.

Vorrei concludere sottolineando che proprio perché il turismo appartiene a tutti - cittadini, imprenditori, istituzioni - è una risorsa da valorizzare, e sulla quale investire: risorse, idee, attenzione e cura.

E per procedere in questo cammino occorre una politica del turismo forte, integrata e coordinata tra tutti i livelli istituzionali.

Il Turismo italiano ha bisogno di provvedimenti efficaci ma soprattutto certi ed attuabili velocemente.

Il problema che ha l'Italia relativo alla governance del turismo e' ormai emerso in tutta la sua drammatica realtà e farne le spese sono soprattutto le imprese che investono e operano in questo settore.

Come con grande entusiasmo avevamo accolto la finanziaria del 2007 che dopo troppo tempo aveva visto riapparire interventi a favore del turismo, nella stessa maniera denunciamo come non sia possibile tenere fermi questi provvedimenti a causa della non unicità di vedute tra il Governo centrale e le Regioni.

Tutto questo fa male al turismo e perciò all'economia italiana oltre che a creare un profondo senso di incertezza tra gli operatori.

Oggi più che mai è necessario formulare un programma condiviso, con la partecipazione dei protagonisti pubblici e privati del settore, con interventi concreti nella programmazione economica a livello centrale e locale.

Insomma è necessario lavorare insieme perché il turismo è un banco di prova della sussidiarietà, sia verticale tra le istituzioni, che orizzontale tra pubblico e privato.

Mi sembra che il senso del nostro incontro di oggi, in fondo, sia proprio qui; tutti insieme dobbiamo intensificare gli sforzi, e dobbiamo farlo in fretta.

Certo molto c'è ancora da fare e bisogna rimboccarsi le maniche se davvero, come dice uno slogan del piano di lavoro presentato oggi, vogliamo tornare ad essere i primi nel 2015.