

Pisapia: “Il turismo dimenticato dalle iniziative del Governo”

Uno dei comparti fondamentali per la nostra economia, è stato dimenticato da questo governo. Parliamo del turismo, quasi non contemplato in tutti i DPCM, marginalmente considerato nell'ultimo decreto di agosto, attraverso l'iniziativa “imbarazzante” del bonus vacanza, che come si è visto non ha prodotto i risultati “bazooca” tanto sbandierati. Una deriva economica inaccettabile, accertata dai dati di questi ultimi giorni, con un PIL che segna una decrescita del 9.8% nel secondo semestre 2020 e previsioni future, a breve e lungo termine affatto incoraggianti. E' da marzo che noi di Federcomtur, dopo attente analisi con i nostri imprenditori, stiamo dicendo che le attività produttive in Italia necessitano di incentivi, sgravi e aiuti all'occupazione, corroborati da iniezioni di danaro a fondo perduto per cercare di migliorare la competitività sui mercati, per dare slancio ad una potenza innovativa e tecnologica in grado di farci uscire da questa crisi. Sono stati investiti 100 miliardi, soldi spesi male, perché al settore produttivo e alle imprese sono toccati solo gli spiccioli. Gli imprenditori turistici hanno fatto l'impossibile. Il settore si è difeso dignitosamente con il turismo interno, con risultati abbastanza soddisfacenti nei mesi di luglio e agosto, tra prenotazione last minute e vacanze mordi e fuggi, che hanno fatto registrare in molti casi, il pienone. Con rammarico dobbiamo constatare che nulla è stato fatto a livello centrale per abbassare i prezzi che sono rimasti alti, poco si è fatto per la clientela nazionale con ridotte possibilità economiche, con il conseguente fenomeno delle vacanze all'estero da parte di tanti giovani che non hanno trovato in Italia un'offerta adeguata alle proprie tasche. Le zone che hanno sicuramente

sofferto di più sono le città d'arte, che vivono di un turismo culturale e commerciale, come Roma, Venezia, Firenze, i siti archeologici e tutti i comparti che hanno un mercato improntato soprattutto sulla domanda proveniente dall'estero. I turisti stranieri, cinesi, americani, russi, giapponesi, coreani, che in una situazione normale si riversano nel nostro Paese da settembre in poi, il cosiddetto "turismo di lusso", quest'anno non ci sarà. La costa d'Amalfi, Positano, Capri, Sorrento, le masserie esclusive della Puglia, Portofino, i borghi e gli agriturismi della Toscana, la Sardegna, i percorsi del vino in Veneto, i laghi, le isole, tutto ciò che rappresenta il turismo di lusso quest'anno chiuderà i battenti i primi giorni di settembre e sarà un colpo ferale per l'economia italiana. In questo periodo di vacanza, si poteva studiare un piano complessivo di rinascita del turismo che avrebbe dovuto vedere coinvolti tutti stakeholders, nulla è stato fatto e le incognite restano tali senza una visione programmatica e senza una guida che possa far guardare il futuro con ottimismo. Un comparto che rappresenta un asset strategico, un settore che vale circa il 13% del PIL, ma che potrebbe arrivare tranquillamente al 25%, meriterebbe una accurata attenzione e una degna programmazione. E' quello che Federcomtur vuole fare. La nostra proposta è quella di mettere il turismo al "centro". Cultura, commercio, enogastronomia, territorio, turismo extralberghiero e servizi, sono un tutt'uno imprescindibile, per aggredire il mercato e creare quel vantaggio competitivo che solo l'Italia può avere. Non ci vorrebbe molto a creare un disciplinare unico e pubblicizzarlo come modello di accoglienza e di presentazione per l'Italia, tenendo presente che siamo il Paese più attento alle normative comunitarie anche relative a tutti i prodotti doc, dop e docg e alle tracciabilità. Nel 2018, Federcomtur ha presentato un documento redatto dal nostro Centro Studi, presieduto dal Prof. Angelo Ruggiero, al Ministero del Turismo e Agricoltura relativamente alla riorganizzazione del turismo extralberghiero e da ciò ne è scaturita una proposta di legge che resta bloccata in commissione attività produttive alla

Camera dei Deputati. All'inizio del 2019, eravamo stati chiamati in audizione, poi una pausa all'atto dei chiarimenti richiesti dal ministero e a marzo il lockdown. La nostra non è una sterile protesta nei confronti "di chi non ha fatto e avrebbe potuto fare", ma un tentativo di fare proposte costruttive con lo scopo di riportare i turisti nel nostro Paese, attraverso la creazione di un "Brand Italia" con destinazioni, attività, pacchetti, promozionali a disposizione del turista interno e straniero, che segni l'unicità del nostro Paese, attraverso una adeguata "Riqualficazione del Sistema Turismo in Italia".