



Santanchè: «110 milioni ai contratti di sviluppo»

Turismo. Il ministro: «Lavoriamo al decreto interministeriale». Bocca (Federalberghi): «Battaglia sugli affitti brevi». Fabri: «Attrarre i giovani»

Nicola Barone

Promuovere la destagionalizzazione dei flussi, formare le (vecchie e nuove) professionalità richieste dalle imprese, iniettare più digitale possibile nell'ecosistema. Perché è la qualità a fare la differenza determinando il vero vantaggio competitivo nel mercato turistico internazionale. L'Italia è già la seconda nazione dell'Ue, superata la Francia e subito dietro la Spagna che detiene il primato sia per le presenze totali sia per quelle di visitatori stranieri. Ma non è una questione numerica, almeno non soltanto. «Siamo un piccolo puntino nel mondo e una nazione meravigliosa, abbiamo tutto», rivendica il ministro del Turismo Daniela Santanchè intervenendo al panel «Il turismo deve cambiare: qualità e non solo quantità». In passato, secondo il ministro, sono stati fatti degli errori, quando «si è puntato sul contare le teste mentre dobbiamo guardare alla spesa pro capite del turista. Non è di un turismo predatorio che abbiamo bisogno». Piuttosto di una qualità che comunque «non è lusso. Visto che lo dico io i cretini dicono che è lusso. La qualità sono i servizi, la qualità dei servizi, campeggio, villaggio, albergo a tre stelle, ristorante, perché oggi il turista è più consapevole», argomenta il ministro.

Le analisi segnalano che la sostenibilità ambientale influenzi in modo importante le scelte. Il che significa prima di tutto viaggi al di fuori dei periodi di alta stagione, per ridurre la pressione sulle destinazioni prese d'assalto e, allo stesso tempo, sostenere le economie locali. «Stiamo lavorando al decreto interministeriale che destinerà 110 milioni di euro ai contratti di sviluppo - annuncia Santanchè - includendo anche interventi di efficientamento energetico, un aspetto fondamentale per la sostenibilità del settore».

«Diventare una superpotenza del turismo», nel senso della sfida lanciata di recente dalla premier, Giorgia Meloni, comporterà anche «investire in formazione». E anche per questo è stato «fatto un fondo per il turismo con 60 milioni di euro» per aiutare le imprese. La sollecitazione a puntare sul capitale umano per attrarre i giovani è accolta dalla presidente di Confindustria Alberghi, Elisabetta Fabri. «Il turismo non è mai stato in nessun tavolo in maniera decorosa, ora è al centro dell'attenzione. L'obiettivo è fare dell'Italia il Paese più ambito

e partiamo da un tesoro di cui forse non ci rendiamo conto. Oltre alle bellezze penso al capitale umano», spiega Fabri. «Abbiamo un terreno fertile che dobbiamo seminare per il futuro, quello che manca e dobbiamo fare meglio è attrarre i giovani che forse non hanno chiaro che questo è un mondo meraviglioso: non ci sono scuole alberghiere di riferimento come in Svizzera e Stati Uniti, dobbiamo creare una cultura dell'ospitalità», con la formazione di alto livello.

La rosa non è senza spine. Come quella degli affitti brevi che, a dire del presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, si configura a tutti gli effetti come «concorrenza sleale». Per Bocca «vanno bene nei borghi ma nelle grandi città è un'altra cosa. Se affitti per un week-end, fai concorrenza all'albergo e allora devi avere le stesse regole, cambio di destinazione d'uso e stesse tasse. Mentre se affitti per una settimana, dieci giorni e più, allora forse sei un altro mercato». Un ragionamento che trova concorde Fabri («il fenomeno attualmente non è governato») ma con il ministro orientato in maniera diversa. «Credo che il tema degli affitti brevi sia molto complesso. Come nella vita, bisogna andare per tentativi». L'orizzonte è posto a sei mesi, Bernabò Bocca si dice d'accordo. «Aspettiamo, ma la nostra battaglia continua ad essere dura».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Elisabetta Fabri (Confindustria Alberghi): l'obiettivo è fare dell'Italia il Paese più ambito



Il turismo deve cambiare. Da sinistra Nicola Barone, Daniela Santanchè, Bernabò Bocca ed Elisabetta Fabri

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



204090