

Articoli Selezionati

	PRIME PAGINE E SEGNALAZIONI AUDIOVISIVE		
DATA VIDEO	Rilevazioni Audiovisive - Associazioni	...	1
	CONFCOMMERCIO		
NUOVO QUOTIDIANO DI PUGLIA	"Bisogna puntare sugli scali minori"	...	2
	ASSOCIAZIONI		
GAZZETTA DI PARMA	Intervista a Bernabò Bocca - "Impariamo a vendere un sogno: l'Italia"	Guiglia Federico	3
SOLE 24 ORE	Turismo. Per il caro-prezzi le vacanze sempre più brevi - Ferie dimezzate per gli italiani	Del Barba Massimiliano	6

RILEVAZIONI AUDIOVISIVE**21/06/2008 RAI DUE****QUELLO CHE - 10.35 - Durata: 0.16.17****Conduttore: - Servizio di : CHIARA CAPUANI-CLAUDIA MAZZOLA**

Turismo. Sorpasso della Spagna nei confronti dell'Italia. Studio Confturismo spiega il perchè. Federalberghi campana stima nel 30% le perdite dovute all'emergenza rifiuti. Il caso Puglia e Trentino. Int. Caizzi, pres, Federalberghi Puglia, Piero Longo, direttore Masseria, Pagliara, Tour operator Regioni del Sud, Massimo Ostillio, Assessore Turismo Puglia. Ospite: Bernabò Bocca, pres. Confturismo.

22/06/2008 RADIO UNO**GR 1 - 08.00 - Durata: 0.01.23****Conduttore: ANTONELLI VALENTINA**

Turismo. Italia in difficoltà, nominato il nuovo presidente dell'Enit nella conferenza nazionale a Riva del Garda. Brambilla: a Napoli presto per un accordo-quadro per la riqualificazione e al via una cabina di regia Stato-Regioni-province per il rilancio del settore. Int. Michela Brambilla (sottosegretario con delega al turismo); Bernardo Bocca (pres. Confturismo).

22/06/2008 CANALE 5**TG5 - 08.00 - Durata: 0.01.52****Conduttore: - Servizio di : MANUELA RIVA**

Jeda. Prevista per oggi la riunione dei paesi produttori di petrolio. Presente anche l'amministratore delegato dell'Eni Scaroni. In calo nel nostro paese il consumo di carburante secondo dati Confesercenti - Figisc Confcommercio.

22/06/2008 CANALE 5**TG5 - 13.00 - Durata: 0.02.02****Conduttore: - Servizio di : MANUELA RIVA**

Gedda. Vertice paesi produttori di petrolio. Non ci sarà un aumento di produzione del greggio. In calo il consumo della benzina nelle città italiane secondo dati di Confesercenti e Figisc-Confcommercio. Dich. min. dell'Economia G. Tremonti.

CONF-TURISMO**«Bisogna puntare sugli scali minori»**

«Non abbiamo paura nel costruire e realizzare aeroporti minori». È l'esortazione lanciata dal presidente della Confturismo-Confcommercio, Bernabò Bocca, alla quarta conferenza italiana per il turismo. Bocca ha ricordato che oggi, con i turisti che hanno periodi di vacanza molto più brevi di un tempo, «la raggiungibilità di una destinazione è diventata determinante».

L'imprenditore ha fatto l'esempio dell'Aeroporto di Perugia, dove l'allungamento della pista ha consentito di vendere la destinazione Perugia agli inglesi. Sennò avrebbero dovuto atterrare a Roma e raggiungere Perugia non si sa come. Il turista non può passare il suo tempo sulle autostrade, sulle quali stenderei un velo pietoso». Secondo Bocca, infine, in Italia «siamo ad un livello da terzo mondo per ferrovie, autostrade e porti turistici».



«Impariamo a vendere un sogno: l'Italia»

Turismo «Trasporti e fisco, chiave del rilancio»
«All'estero prezzi più bassi? Non è vero»

Il modello-Parma
«Con Verdi e Parmigianino ha mostrato la strada da seguire»



«Cosa chiedo alla Brambilla?
Di fare, e poi fare, e poi ancora fare»

di **FEDERICO GUIGLIA**

Abbiamo il sole, il mare e il più vasto patrimonio storico-artistico dell'umanità. Ma non siamo più il pri-

mo Paese al mondo per numero di visitatori. Colpa degli stranieri, che non sanno quello che perdono, o colpa degli italiani, che invece lo sanno e non se ne curano?
«Dipende solo dagli italiani. L'attrazione del mondo per il

nostro Paese è rimasta intatta negli anni. Ovunque si vada all'estero, tutti invidiano il modo in cui viviamo, adorano il nostro fascino, ammirano le bellezze dell'Italia. Purtroppo noi non siamo capaci di pro-

muovere quello che abbiamo. Dovremmo imparare dai francesi, che sono bravissimi nel "vendere" il nulla. Non solo. Spesso per provincialismo criticiamo il nostro Paese con delle polemiche sui giornali che vengono riprese dalla stampa internazionale. Siamo straordinari nel farci del male da soli». **Tra gli addetti ai lavori, molti contestano l'attendibilità delle classifiche prontamente diffuse, e che vedono sempre la Francia in testa per turisti, e gli altri a seguire. Possibile che l'Italia non abbia niente da dire sull'infondatezza dei dati?**

«L'osservazione è molto giusta, ma a noi la Francia interessa relativamente. Sulle sue cifre, effettivamente, diversi esperti hanno espresso perplessità. Basti dire che i francesi conteggiano come visitatori del loro Paese anche quanti, per andare in Svizzera, passano dalla Francia. Loro fanno un controllo ai posti di frontiera. Differente è, invece, il caso spagnolo, che ci riguarda. Dieci anni fa la Spagna era molto indietro. Oggi sta raccogliendo ciò che ha seminato. Attenzione: ciò che ha seminato il Paese Spagna, non questa o quella associazione di categoria. Grazie a una politica infra-strutturale e fiscale, Madrid ha fatto volare il turismo».

Perché il Sud della Spagna s'è organizzato meglio del Sud dell'Italia?

«Perché c'è stata una politica alle spalle. I nostri governi hanno sempre creduto che il futuro

italiano fosse legato all'industria, senza rendersi conto della rivoluzione globale in agguato. S'è sottovalutata la delocalizzazione delle aziende in Paesi nei quali la mano d'opera costa due dollari all'ora. Ma l'unico settore non in grado di delocalizzare, si chiama turismo. Gli spagnoli l'hanno capito in tempo, e vi hanno scommesso. Noi fatichiamo a capirlo ancora adesso».

Perché i prezzi in Grecia sono più bassi dei prezzi in Italia?

«A me è capitato di pagare anche mille euro una camera in Grecia. Forse quattro o cinque anni fa poteva esserci una differenza. Ma oggi no, oggi tutti i Paesi a noi vicini e concorrenti si stanno adeguando alle stesse condizioni. Naturalmente, più cresce il costo del lavoro, più i prezzi aumentano».

Ma chi offre i servizi migliori?

«Una volta i servizi si riferivano solamente al mondo alberghiero. Io credo che per servizio ormai si debba intendere tutto ciò che si possa offrire al visitatore

nell'arco della giornata. Molte volte quando s'arriva all'aeroporto di Fiumicino sembra d'arrivare al suk. Si viene assaliti da tassisti abusivi, non ci sono indicazioni... Come in un albergo il ricevimento e la portineria sono il biglietto da visita, così gli aeroporti lo sono per una nazione. E credo che su questo ci sia ancora molto da lavorare». **Perché il Louvre di Parigi richiama più dei tanti appuntamenti d'arte in Italia, che è un museo a cielo aperto?**

«Bell'interrogativo. Direi che Parigi è una città che vive sui grandi eventi, e dove si va in diversi momenti dell'anno. Noi purtroppo ci siamo adagiati sul patrimonio meraviglioso che ci hanno lasciato i nostri avi. Non è giusto che Firenze viva solo sugli Uffizi. A volte bisogna anche saper copiare quel che di buono viene dagli altri. Ma bisogna soprattutto "fare", come Parma ha fatto con la "Mostra del Parmigianino" e il "Festival Verdi". Manifestazioni che hanno dato una grande opportunità alla città e a quanti l'hanno visitata. Noi già abbiamo in progetto di organizzare, in autunno, un rilevante convegno sul turismo proprio a Parma. E' una città dotata di un aeroporto internazionale e, coi suoi "grandi eventi", ha dimostrato quale possa essere la strada da seguire».

Com'è la stagione estiva che si apre?

«Negativa. Da un lato quest'europa molto forte nei confronti del dollaro e dello yen scoraggia americani e giapponesi dal venire in Europa. E dall'altro induce molti più europei ad andare nelle aree del dollaro. Nel contempo il clima non ha aiutato: metà del mese di giugno è stato penalizzante per il settore, specialmente al mare. E poi i consumi interni stentano a ripartire. Indubbiamente gli italiani hanno meno soldi da spendere. Una delle prime spese che tagliano, va sotto la voce "turismo"».

Ma rispetto all'anno scorso i vacanzieri che cosa potrebbero trovare di meglio e di peggio?

«Di meglio, le tariffe. Proprio per affrontare il generale momento di difficoltà, i ventisettemila alberghi a noi associati manterranno i prezzi dell'anno scorso, e talvolta li miglioreranno, nonostante l'aumento dei costi nel settore. Di peggio, in-

vece, i vacanzieri troveranno la rete dei trasporti. La crisi di Alitalia ha costretto la compagnia a tagliare delle rotte, per cui da

alcuni luoghi sarà più difficile raggiungere il posto prescelto. La questione delle infrastrutture è ormai strategica per rilanciare il turismo».

Perché non esiste una catena alberghiera italiana fra le prime cinquanta del mondo?

«C'era la Jolly, comprata dagli spagnoli. Questo rispecchia un po' la situazione italiana. Coi suoi quasi 33 mila e ottocento alberghi, il nostro Paese è il secondo in Europa dopo la Germania. Per numero di camere, siamo i quarti al mondo dopo Stati Uniti, Giappone e Cina. C'è chi considera uno svantaggio non essere, noi, un tipico Paese dai grandi gruppi. Io no. Il turista che magari va ad Algeri, può sentirsi più garantito in una catena internazionale. Ma se viene in Italia, cerca tutto, fuorché il modello unico, ugualmente dappertutto. Non vuole trovare qui ciò che troverebbe a Houston o a Dallas. E poi Internet sta permettendo alle strutture medie o piccole di potersi commercializzare all'estero».

Perché puntare molto, e giustamente, sul "made in Italy" e così poco sulla lingua italiana, che è considerata una delle bellezze più attrattive dagli stranieri?

«Una delle cose più simpatiche che mi capita di vedere è quando, e quanto, gli stranieri si sforzano di parlare l'italiano, non appena arrivano nella Penisola. Magari storpiano le parole, cambiano gli accenti, fanno sentire le belle inflessioni delle loro lingue, ma il desiderio è fortissimo. L'Italia suscita amore in tutto il mondo, per questo piace anche la sua lingua. Amore e invidia. Il che nasconde anche delle insidie. Perché quando Napoli affonda nella spazzatura, e quelle immagini fanno il giro del pianeta, c'è sempre chi prende la scusa al volo, all'estero, per cercare di mandare altrove i flussi di turismo. Bisogna stare attenti alle strumentalizzazioni: quando tutto il mondo ti guarda, se fai una sciocchezza, quella sciocchezza rischierà di pagarla cara».

Michela Vittoria Brambilla è la responsabile del turismo nel governo: le prime tre cose che dovrebbe fare?

«Visto il passato, qualsiasi cosa, pur che faccia... La Brambilla proviene dal mondo dell'impresa, è stata alla guida dei giovani della Confcommercio. Da lei ci si attende un piglio manageriale per l'Azienda-Italia. Tre cose, mi chiedeva. La prima: promuovere l'Italia anche agli ita-

liani, che rappresentano pur sempre il primo mercato (sessanta per cento di presenze negli alberghi). Bisogna far riscoprire l'Italia agli italiani, quasi l'uovo di Colombo. In secondo luogo, ammodernare e incrementare le comunicazioni da e per l'Italia, da ogni punto di vista. Ma lei lo sa che per un visto turistico i nostri consolati ci mettono trenta giorni, rispetto alla settimana che invece impiegano i consolati francesi, inglesi e tedeschi? Me l'hanno rimproverato, da ultimi, i coreani in Corea. Terzo, il fisco. E' insostenibile che noi si paghi il dieci per cento di Iva rispetto al 5,5 della Francia e al 7 della Spagna. Vogliamo giocare la partita ad armi pari».

Siamo il Paese della creatività, dell'arte, e dell'architettura, ma i marchi e i loghi istituzionali che propagandano l'Italia sono generalmente orribili. Come lo spiega?

«Io dico sempre che l'Italia debba vendere una cosa sola: l'Italia. Noi dobbiamo vendere un sogno, il sogno che tutti i cittadini del mondo hanno di venire qui, e molti di loro di diventare italiani. E dovremmo usare marchi di grandi nomi riconosciuti ovunque. Far disegnare la nuova Alitalia dai nostri migliori stilisti. Chiamare gli alberghi principali "Albergo Gucci", "Albergo Prada". Esporre alle Fiere internazionali una Ferrari nei padiglioni italiani. Non occorrono spiegazioni: basta mostrarle, le nostre eccellenze, per ricordare all'universo che già lo sa, ciò che noi siamo».

L'estate, infine: per qualità della vita e convenienza del prezzo consiglierebbe d'andare al mare, in montagna o ai laghi?

«Consiglierei agli italiani di rimanere in Italia. Secondo i nostri calcoli, questo dovrebbe accadere per tre cittadini su quattro. Dopodiché, il nostro Paese è forse l'unico al mondo a poter offrire, nel giro di pochi chilometri, mare, montagna e laghi. E quali, fra una città d'arte e l'altra! Perciò non c'è bisogno di scegliere».

Adesso le tocca: dove andrà in vacanza?

«Dopo tutto quello che ho detto, sarebbe il colmo se non mi godessi l'Italia. Sono amante della Sardegna, che offre uno dei mari più belli. Lo dico non da appassionato, quale comunque sono, ma da persona che viaggia molto per lavoro e quindi osserva e paragona. Abbiamo il mare più incantevole di tutti, non c'è bisogno di andare a cer-

carlo altrove. E poi in Sardegna sono a portata di telefono dei giornalisti, che a ferragosto mi marciano stretto per farmi commentare i dati Istat...».

Un'idea forte per rilanciare il turismo?

«Un'idea semplice: far adottare l'Italia dagli italiani almeno quanto già l'hanno adottata milioni e milioni di stranieri, che scelgono il nostro Paese con amore e convinzione. E mai se ne pentono».

f.guiglia@tiscali.it

Chi è

**Gli alberghi,
la sua vita**



■ ■ ■ **L'industria del turismo rappresenta il dodici per cento del pil italiano -prodotto interno lordo-, con un giro economico di circa 140 miliardi di euro all'anno. E' un'industria che dà lavoro a più di due milioni di persone. Fin da giovane, Bernabò Bocca (Torino, quarantaquattro anni, studi in economia) s'è interessato al settore, cominciando l'attività alla Sina Hotels, una delle prime catene alberghiere italiane creata dalla sua famiglia nel 1959. Oggi, e da otto anni, Bocca è presidente nazionale di Federalberghi, e dal 2002 anche presidente della Confturismo. Tre anni fa è stato nominato Cavaliere del Lavoro dal capo dello Stato, Ciampi.**

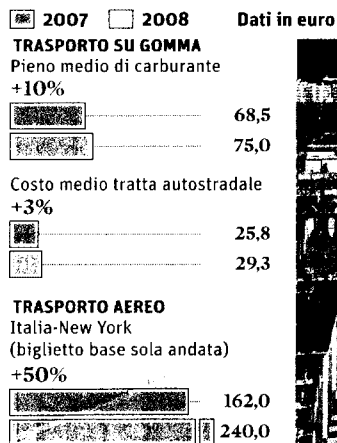
**Turismo. Per il caro-prezzi
le vacanze sempre più brevi** **Pag. 29**

L'effetto petrolio su biglietti aerei e auto

Ferie dimezzate per gli italiani

Vacanze di soli sette giorni con aumenti medi dei prezzi del 10%

Meno viaggi in Italia



ALBERGO
Pensione media in camera doppia
a persona
+4%

2007	62,0
2008	65,0

RISTORANTE
Costo cena media
per due persone
+6%

2007	80,0
2008	85,0

**Il costo medio
di una settimana
al mare per quattro
persone nel 2008** **3.100**

UNA GIORNATA AL MARE
Ombrellone
10,0-13,0 **10,0-13,0**

Sdraio
6,5-7,5 **6,0-7,0**

Letino
10,0-12,0 **11,0-13,5**

Cabina
11,5-16,9 **13,0-18,0**

Accesso stabilimenti
5,0-8,0 **5,5-8,5**

PARCHI ACQUATICI
Costo medio di ingresso
per un adulto
+8%

2007	16,20
2008	17,50

LE PRENOTAZIONI DI VIAGGIO
Dati 2008

Italia	-8%
Egitto e Mar Rosso	+23%
Grecia	+10%
Stati Uniti	+40%

Fonte: Elaborazioni del Sole 24 Ore su fonti varie (Istat, Associazioni di Consumatori, Europcar, Europ Assistance, Expedia)

GLI AGENTI DI VIAGGIO
Giannetti (Assotravel):
c'è poca trasparenza
nell'applicazione
dei rincari del carburante
di **Massimiliano Del Barba**

Le vacanze quest'anno costeranno a ogni famiglia il 10% in più, e gli operatori registrano chiari contraccolpi sull'arrivo di turisti stranieri nel nostro Paese (-8%) e sulla domanda degli italiani. Si riducono i tempi di permanenza nelle località turistiche: più della metà dei 23 milioni di italiani che di solito va in vacanza non si concederà infatti più di una settimana di relax. Messa in soffitta la villeggiatura bisettimanale, i problemi non sono però finiti: con benzina e gasolio in continuo aumento, a causa del caro-greggio, il viaggio in automobile subirà un rincaro tra il 15 e il 20% in media. Analogo scenario per gli spostamenti aerei: secondo Francesca Benati, marketing director di Expedia Italia, «l'aumento del costo del petrolio sta portando il supplemento carburante a cifre record: la media per un biglietto dall'Italia agli Stati Uniti è attualmente di 480 euro (tasse escluse, Ndr) con un aumento del 50% rispetto al 2007. Le destinazioni dove le tariffe aeree hanno subito aumen-

ti marcati sono il Portogallo, Malta, la Danimarca, l'Egitto e la Tunisia». Alessandro Niola, manager Expedia aggiunge che «la corsa del petrolio continuerà a influenzare pesantemente i costi dei biglietti, spingendo i consumatori verso mete più economiche, come ad esempio quelle dell'area dollaro, che registrano aumenti significativi di prenotazioni (+70% New York, +52% Los Angeles, +115% Miami)» nonostante gli aumenti dei biglietti aerei per fuel surcharge (adeguamento carburante).

Gli operatori hanno chiesto l'intervento del Governo. Dice Andrea Giannetti, presidente di Assotravel-Confindustria: «Il tema degli adeguamenti carburante senza limiti applicati in queste settimane da parte dei tour operator a seguito della crescita del prezzo del petrolio e degli aumenti operati dai vettori aerei, e il conseguente danno d'immagine per tutto il settore, sono stati richiamati in una lettera inviata alla Presidenza del Consiglio per arrivare a regole certe». Assotravel lamenta che gli adeguamenti tariffari legati ai carburanti siano poco trasparenti con eccessive oscillazioni addirittura sulla stessa destinazione.

Per chi rimarrà in Italia, a crescere saranno invece i pernottamenti in albergo (+4%), le cene al ristorante (+6%), i biglietti

d'ingresso ai parchi acquatici (+8%) e i servizi offerti dagli stabilimenti balneari, con cabine, ombrelloni e lettini in aumento, in media, del 15/20% rilevano le associazioni degli utenti. Il gruppo Europ assistance ha stimato che le famiglie hanno dovuto aumentare il budget medio destinato alla vacanza a 2.290 euro, in crescita, rispetto al 2007, di circa 300 euro, per mantenere lo stesso standard di vacanza.

Benabò Bocca, presidente di **Federalberghi-Confturismo**, sottolinea che «le vacanze vengono spezzettate in periodi sempre più brevi, che fanno salire l'incidenza relativa del costo dei carburanti». «Il numero delle prenotazioni è negativo rispetto all'anno scorso: di solito maggio era il mese dei tedeschi, quest'anno se ne sono visti pochi», commenta il presidente dell'Associazione albergatori dell'Elba, Mauro Antonimi.

La caduta dei flussi dall'estero preoccupa notevolmente. Si temono flessioni tra il 4% e il 5%.

Dopo sei anni di continua crescita tra gennaio e maggio a Roma, capitale anche turistica d'Italia, è stato registrato un calo di arrivi e presenze intorno al 3%. Nei giorni scorsi il sottosegretario al Turismo Brambilla e l'assessore regionale Claudio Velardi hanno firmato un accordo per il rilancio della Campania dove i flussi si sono quasi az-

zerati per l'emergenza rifiuti. «Il punto vero - dice Lorenzo Cinque, presidente degli albergatori salernitani - è che località come Miami attirano di più». «Dobbiamo puntare sulla qualità - dice Bocca -. Bisogna lavorare sui nuovi turisti che vengono dall'Est, soprattutto russi, che adorano lo stile italiano, lo shopping e la moda».

