



Editoriale

I nuovi scenari del turismo

Convegno svoltosi nella 58^a Assemblea ordinaria di Federalberghi



Bernabò Bocca
Presidente Confurismo

Cari amici,
ci accingiamo a vivere i primi giorni della nuova legislatura. Gli auspici sono ottimi visto che abbiamo ottenuto già un importante successo. Mantenere il turismo sotto la Presidenza del Consiglio dei Ministri è stata, infatti, una nostra precisa richiesta, nella convinzione che in questo modo sia possibile dotare il settore della giusta autonomia e di tutti gli strumenti necessari al suo definitivo rilancio.

Ci riteniamo altrettanto soddisfatti, inoltre, per la nomina di Michela Vittoria Brambilla come Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega al turismo. La nostra speranza, e allo stesso tempo certezza, è quella di trovare un interlocutore pronto ad ascoltare e comprendere le istanze di un settore, che se ben supportato, è in grado di trascinare l'intera economia nazionale. Un interlocutore, inoltre, che viste le sue origini è in grado di comprendere immediatamente il linguaggio degli imprenditori e le esigenze delle aziende. Dal nuovo esecutivo "pretendiamo", allora, l'audacia di voler scommettere definitivamente in un settore in grado di valorizzare l'immagine del nostro paese

Grande successo di partecipanti al convegno "I nuovi scenari del turismo" che si è tenuto a Milano durante la 58^a Assemblea di Federalberghi-Confurismo, svoltosi dal 23 al 25 maggio nel capoluogo lombardo.

Tra i relatori, oltre al Presidente della Federazione, Bernabò Bocca, Massimiliano Orsatti (Assessore al Turismo Comune Milano), Antonio Oliverio (Assessore al Turismo Provincia Milano), Pier Gianni Prosperini (Assessore al Turismo Lombardia), Enrico Paolini (coordinatore Assessori Regionali al Turismo), Umberto Paolucci (Presidente Enit-Agenzia del Turismo), Carlo Sangalli (Presidente Confcommercio e Camera di Commercio Milano), il senatore Tiziano Treu, l'onorevole Enrico Letta, Michela Vittoria Brambilla (Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega al Turismo) e Sandro Bondi (Ministro Beni Culturali).

Dopo i saluti di Remo Eder, Presidente Federalberghi Lombardia, e del Presidente della Confcommercio e della Camera di Commercio di Milano, Carlo Sangalli, i lavori sono stati introdotti da una relazione del Presidente Bocca, che ha toccato vari punti.

I mercati - La crescita turistica del mercato italiano nel 2007 è stata pari a zero. Noi però siamo convinti che se si investe nel settore, se si definisce

e si persegue con convinzione una strategia forte, di medio/lungo periodo, capace di coinvolgere gli imprenditori, il turismo cresce, l'indotto cresce, il Prodotto Interno Lordo cresce.

La governance - L'innovazione costituzionale che ha affidato alle Regioni la competenza esclusiva in materia di turismo ci sta di fatto penalizzando. Non possiamo lasciare 21 diverse politiche turistiche

Sommario

Editoriale di Bernabò Bocca	1
I nuovi scenari del turismo	1
Summit del Turismo nelle Regioni	2
Prossimi appuntamenti	3
Rilevazioni Istat: il movimento alberghiero nel periodo di Pasqua 2008	4
La Bilancia dei pagamenti (dati UIC)	4
Leggi regionali	5
Federazioni	6

A cura di Maria Letizia Bellucci e Daniele Fiorini
Settore Turismo Confcommercio / Confurismo
m.bellucci@confcommercio.it 06 5866 244 - 330
d.fiorini@confcommercio.it 06 5866 396 - 330
Questa newsletter è disponibile sul sito Confurismo
www.confcommercio.it/home/Confurismo/

all'estero. Se gli sforzi e le strategie del Governo centrale e delle Regioni saranno congiunti, siamo sicuri che l'Italia potrà tornare ad essere leader mondiale nel settore. Le potenzialità ci sono tutte e le imprese, come hanno sempre fatto, sono pronte ad investire sulla base di progetti e obiettivi certi e condivisi.

Il primo banco di prova è necessariamente la "crisi dei rifiuti" che in Campania si sta manifestando con tutta la sua forza con ripercussioni gravissime per il turismo. Ad oggi, infatti, sono andati in fumo oltre 64 milioni di fatturato con un numero di mancate presenze pari a 650 mila. Un danno di immagine che solo in minima parte può essere rappresentato da questi numeri. Recuperare l'immagine della Regione, e di conseguenza dell'Italia intera, sarà un obiettivo che potrà essere raggiunto solo con l'impegno di tutte le parti in causa. Le imprese turistiche, come sempre in questi anni, sono pronte a fare la loro parte.

Summit del Turismo nelle Regioni



Si è svolto a Trieste la seconda edizione del SUMMIT DEL TURISMO NELLE REGIONI, l'evento, rivolto prevalentemente ad assessori, dirigenti e funzionari di organizzazioni turistiche territoriali pubbliche e private, ha visto la

partecipazione di oltre 300 tra imprenditori, manager, giornalisti, ricercatori universitari e addetti al settore sia livello regionale che nazionale. "Attrazione, Accessibilità e Animazione per lo sviluppo dell'offerta turistica italiana" il tema scelto per questa edizione, anzi i temi, dato che le sessioni di lavori sono state tre, una per ogni voce. A Giovanni Bastianelli, coordinatore nazionale di Confurismo, il compito di introdurre i lavori intervenendo con un discorso sul 'Il futuro del turismo in Italia: la visione del mondo alberghiero'. Nella sua relazione, Bastianelli ha ribadito alcuni punti fondamentali sui quali Confurismo sta lavorando da tempo, per poter portare anche il nuovo governo ad intraprendere determinate azioni mirate in grado di rilanciare la competitività del settore turistico italiano. "Il Turismo italiano ha bisogno di provvedimenti efficaci ma soprattutto certi ed attuabili velocemente. Il problema della governance del turismo è ormai



Nella foto, da sinistra: Bernabò Bocca; Presidente Federalberghi, Michela Vittoria Brambilla, Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega al turismo; Sandro Bondi, Ministro Beni Culturali

regionali. Il dibattito sulla utilità della istituzione di un Ministero delle Politiche del Turismo, sul modello di quanto è stato realizzato con successo per l'agricoltura, è ancora valido. La circostanza che la governance del settore abbia trovato casa a Palazzo Chigi ha rappresentato comunque un segnale importante per il nostro settore. Come anche l'istituzione del Comitato per le politiche del turismo e la riforma dalla quale nasce la nuova Enit, l'Agenzia per la promozione turistica del Paese.



La promozione - L'Enit-Agenzia del turismo deve

migliorare le proprie strategie. Non possiamo dimenticare che il mercato turistico interno costituisce addirittura il 60% del nostro fatturato.

Il lavoro - Nel turismo la disciplina dei rapporti di lavoro è un nodo cruciale ed un settore come il nostro, che occupa più di 2 milioni di persone, non può che guardare con estrema preoccupazione ai nefasti effetti del protocollo sul welfare.

La fiscalità - Le aziende ricettive italiane sono schiacciate da una aliquota fiscale media del 31% rispetto a quella dei paesi europei al 24,2%. È arrivato il momento di mettere mano almeno al differenziale IVA che abbiamo con la Spagna (aliquota al 7%) e la Francia (aliquota al 5,5%) rispetto al 10% dell'Italia.

Le infrastrutture - Senza infrastrutture adeguate, l'economia turistica non cresce. Autostrade, porti e porticcioli turistici, strade statali, aeroporti primari e secondari, sistema ferroviario, informatizzazione del Paese vanno realizzati o mantenuti mettendo mano ad una attenta analisi anche dell'impatto sul turismo che la loro realizzazione o il loro rilancio comporta. L'augurio infine è che Alitalia resti in mani italiane.

Beni culturali - I grandi numeri del turismo culturale francese non sono determinati tanto dai musei più famosi, quanto dalla gestione complessiva del sistema di offerta e dalla capacità di attrazione esercitata anche dai musei cosiddetti minori. Conta infatti molto la capacità di vestire i siti culturali con mostre e attrazioni di grande risonanza.

Emergenza rifiuti - Federalberghi ha presentato al nuovo Governo un pacchetto di proposte sull'argomento, elaborato d'intesa con tutte le organizzazioni imprenditoriali del settore Turismo.



Expo 2015 - L'assegnazione a Milano dell'Expo 2015 è un riconoscimento che costituisce motivo di orgoglio e di soddisfazione, una sfida impegnativa che sarà vinta solo se tutti gli attori sapranno interpretare il proprio ruolo con

emerso da tempo e a farne le spese sono soprattutto le imprese che investono e operano in questo settore; riteniamo che non sia possibile tenere fermi i provvedimenti a favore delle imprese a causa della non unicità di vedute tra il Governo centrale e le Regioni. Nessuno mette in discussione la centralità delle Regioni nella politica del turismo, ma è opportuno trovare momenti di condivisione maggiore che forse, finora, hanno stentato a trovare piena realizzazione. 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." Questo il monito di Bastianelli per introdurre il quadro attuale della situazione, e mettere subito in chiaro quali siano le posizioni da prendere per far sì che le azioni politiche e le attività economiche vadano entrambe verso lo stesso obiettivo comune; rilanciare il turismo italiano. Bastianelli ha poi voluto sottolineare altri due punti fondamentali per rilanciare la competitività dell'Italia: la promozione e le infrastrutture. "In futuro, ha affermato Bastianelli, sempre più stranieri sceglieranno l'Italia per i loro viaggi e sempre più italiani punteranno ad andare all'estero. Questo significa che l'Enit-Agenzia del Turismo oltre a potenziare le proprie campagne promozionali verso l'estero, dovrà modificare la propria operatività, cominciando a promuovere l'Italia anche nei confronti degli italiani". Inoltre è necessario "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." Insomma un intervento a 360 gradi che ha dato molteplici spunti di riflessione alla platea di addetti ai lavori e che ha anche dato suggerimenti concreti per tracciare un'agenda di azioni da intraprendere nel minor tempo possibile. Su un piano più propriamente tecnico l'intervento di Josep Ejarque, direttore generale di Turismo Fvg e padrone di casa dell'evento, il quale ha puntato l'attenzione sulla comunicazione delle destinazioni e sulla loro modalità di fare marketing che necessita un cambio netto; non più una comunicazione rivolta a mettere in evidenza il prodotto, ma una comunicazione che ponga al centro le richieste del cliente, poiché la capacità di soddisfare l'intera gamma di tali richieste in realtà crea il prodotto, vale a dire, la destinazione. In questo nuovo approccio col cliente/turista incidono moltissimo le nuove tecnologie, che forniscono alla destinazione nuovi strumenti per promuoversi, ma che allo stesso tempo richiedono nuove modalità di interazione con il turista, passando da una statica fornitura di informazioni ad un dinamico dialogo tra le due parti.

passione e responsabilità.

È stata quindi la volta del Sottosegretario con delega al Turismo, Michela Vittoria Brambilla, che nella sua prima uscita pubblica ha affermato che: "ogni Euro che da oggi verrà speso per il settore, dovrà essere produttivo di risultati concreti, a cominciare dall'Alitalia che rimarrà italiana e si sta lavorando ad un piano industriale che permetterà una soluzione in breve tempo. Il nostro sistema turistico dovrà recuperare velocemente credibilità e visibilità e le infrastrutture devono tornare a fare sistema con il concorso sia dello Stato, sia delle Regioni, sia delle Imprese, sfruttando al meglio grandi eventi quale ad esempio l'Expo 2015 di Milano".

Sull'Expo 2015 si è soffermato l'onorevole Enrico Letta che ha sostenuto come: "questa vittoria sia stata proprio dovuta al clima di collaborazione, i cui benefici non potranno che ricadere non solo sull'area lombarda ma anche sull'intero sistema nazionale".

Sempre sulle prospettive positive che deriveranno dall'Expo 2015 si sono espressi Orsatti, Oliverio e Prosperini, ai quali si è succeduto Enrico Paolini che

ha commentato con "estrema soddisfazione il clima di collaborazione da subito avviato tra le Regioni ed il Sottosegretario Brambilla, alla quale chiediamo attenzione politica per accelerare i tempi tecnici di risoluzione delle criticità".

"Questo settore ha bisogno di maggiore flessibilità e qualità -ha quindi sostenuto il senatore Treu- due concetti che devono procedere di pari passo per arrivare in tempi brevi ad una riqualificazione complessiva". "Nostro compito sarà proprio questo - ha affermato Paolucci- di enfatizzare le eccellenze del Bel Paese con un piano strategico di lungo periodo".

Ha quindi concluso i lavori il Ministro Bondi che ha sostenuto come: "sia un dovere ottimizzare lo sviluppo del turismo in Italia, attraverso anche i beni culturali che costituiscono di per sé un volano per il settore, destagionalizzando le visite turistiche, strutturando pacchetti turistici legati a grandi e significativi eventi culturali, vendendo l'Italia all'estero ma anche agli italiani. E per questo sarà nostro preciso impegno produrre tra breve uno spot che inviti gli italiani a scoprire i tesori nascosti dell'Italia".

Prossimi appuntamenti

› IV CONFERENZA ITALIANA PER IL TURISMO: "Il Turismo come fattore strategico per la competitività del Sistema Paese" - Riva del Garda 20-21 giugno

Organizzato dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, in collaborazione col Governo, l'evento si propone di creare un confronto tra le istituzioni pubbliche e private che costituiscono la governance del turismo in Italia, per definire le politiche del turismo più idonee ad affrontare la competitività dei nuovi paesi emergenti oltre che per rilanciare il sistema turistico italiano sottolineandone l'importanza economica per il Paese.

Riva del Garda
Palazzo dei Congressi
20-21 giugno 2008



Rilevazioni ISTAT: il movimento

alberghiero nel periodo di Pasqua 2008

(il documento completo è scaricabile dal sito www.istat.it)

L'istituto Nazionale di statistica ha diffuso i dati relativi al movimento alberghiero nel periodo di Pasqua 2008 (21 - 30 marzo 2008).

I dati elaborati dalla rilevazione campionaria sull'attività alberghiera, parlano di una diminuzione del 3,5 % degli arrivi e del 4,2% delle giornate di presenza rispetto alla Pasqua precedente (6-15 aprile 2007).

Va subito detto che i due periodi a confronto sono molto differenti tra loro, data il forte spostamento della festività ultima verso un periodo di stagionalità molto più bassa, rispetto a quella dello scorso anno.

Gli arrivi registrano variazioni negative sia nella componente italiana (-0,7%) che in quella straniera (-7,1%).

Analizzando questi dati per ripartizioni geografiche e nazionalità appare evidente che lo scarto negativo maggiore si registra per il sud e le Isole.

Non è riportata una ripartizione per singole regioni, ma è facilmente intuibile che una delle cause maggiori di questa cattiva performance delle regioni meridionali, può essere ricollegata all'emergenza rifiuti della Campania.

La durata media di permanenza è sostanzialmente la stessa dell'anno precedente (2,56), con una lieve variazione negativa dello 0,01 %.

Italiani e stranieri si sono comportati diversamente in merito alla tipologia di destinazioni scelte.

Se nel totale il 58 % ha preferito le località turistiche di tipo stagionale come le località montane, lacuali, termali, marine, collinari, il restante 42% si è riversato nelle città d'arte e capoluoghi non altrimenti classificati.

Il 62,3% degli italiani ha scelto le località stagionali, contro il 37,7% delle città d'arte.

Il 46,5 % degli stranieri, invece, ha preferito le città d'arte alle località stagionali.

Il 56,3% degli albergatori intervistati ha dichiarato che i Tedeschi sono stati tra le tre nazionalità di clienti stranieri prevalenti, il 25,5 % degli albergatori ha invece segnalato la presenza di Svizzeri e di francesi per il 19%.

La provenienza, invece, dei clienti italiani per il 17,1% dei casi è della stessa regione dell'albergo, il 34,9% da regioni limitrofe e il 48% da altre regioni.

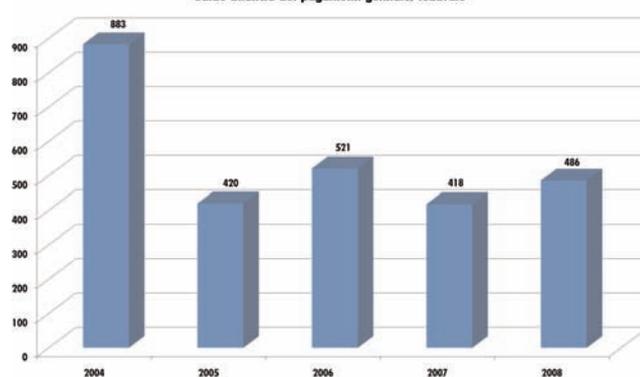
Agli albergatori è stato chiesto anche di fare delle previsioni sull'andamento turistico del trimestre successivo a quello pasquale (aprile-giugno 2008).

Rispetto allo stesso periodo dello scorso anno risalta subito un saldo nettamente negativo (differenza tra chi prevede un aumento e chi prevede una diminuzione). Lo scorso anno il saldo era di - 12,8% , quest'anno è ulteriormente peggiorato raggiungendo un - 33,8%. È interessante notare come questa visione pessimistica riguardi tutto il territorio nazionale, ma con delle sostanziali differenze per macro aree; si passa dal -25,9% nell'Italia Nord orientale al -46% nell'Italia centrale.

La bilancia dei pagamenti (dati UIC)

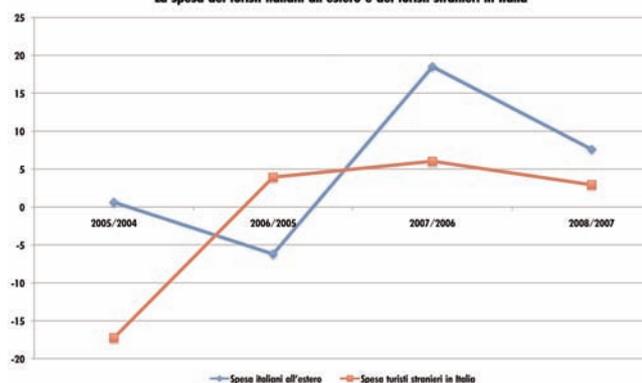
La bilancia dei pagamenti per il mese di Febbraio ha visto un decremento rispetto allo stesso periodo del 2007 pari al 13%: 366 milioni di euro nel 2007 contro i 319 registrati nel 2008. Le spese dei turisti stranieri in Italia sono cresciute del 3%: 1.649 milioni di euro nel 2008 contro i 1.602 registrati nel 2007. Pari al 7%, invece, l'incremento delle spese che i turisti italiani hanno effettuato all'estero: 1.330 milioni di euro nel 2008 contro i 1.236 milioni di euro registrati nello stesso mese del 2007.

Saldo bilancia dei pagamenti gennaio/febbraio



L'andamento della bilancia dei pagamenti, anche se il periodo analizzato si limita ai soli mesi di gennaio e febbraio, lascia intravedere un andamento positivo rispetto al 2007 (+16%) ma negativo con il confronto con il 2006 (-7%).

La spesa dei turisti italiani all'estero e dei turisti stranieri in Italia



Dall'analisi relativo all'andamento delle singole componenti della bilancia dei pagamenti emerge come negli ultimi tre anni il tasso di crescita della spesa dei turisti italiani all'estero sia stato superiore a quello dei turisti stranieri in Italia indebolendo, quindi, l'andamento della bilancia dei pagamenti.

Leggi Regionali

Regione Campania

Bur Campania n. 15 del 14 Aprile 2008 - Deliberazione della Giunta regionale n. 483 del 21 marzo 2008 - Emergenza rifiuti: provvedimenti per il comparto turistico

Bur Campania n. 15 del 14 Aprile 2008 - Deliberazione della Giunta regionale n. 536 del 28 marzo 2008 - DGR n. 486 del 21/03/2008 "Regolamento CE n. 1998/2006 del 15/12/2006. Contributi in regime "de minimis" a favore delle aziende turistiche collegati alla situazione di crisi determinatasi a seguito dell'emergenza rifiuti". Precisazioni

Regione Lazio

Bur Lazio n. 11 del 21 Marzo 2008 - Deliberazione della Giunta regionale n. 6 - 11 gennaio 2008 - Modifica della deliberazione di giunta regionale n. 505 del 3 agosto 2006 concernente: " Programma integrato di interventi per lo sviluppo del litorale del Lazio di cui alla legge regionale n. 1 del 5 gennaio 2001. Approvazione modalità attuazione Misura III.2.1 "Potenziamento del prodotto turistico e del sistema di informazione assistenza e accoglienza turistica" e relativi allegati

Regione Lombardia

Bur Lombardia n. 17 del 21 Aprile 2008 - Deliberazione della Giunta regionale n. 8/7044 del 9 aprile 2008 - Determinazione in merito all'attuazione delle misure di finanziamento delle nuove attività imprenditoriali (art 24 lr n. 22/2006)

Regione Marche

Bur Marche n. 33 del 3 Aprile 2008 - Deliberazione amministrativa n. 88 del 17 marzo 2008- Programma di promozione turistica anno 2008 obiettivi ed attività

Regione Piemonte

Bur Piemonte n. 15 del 10 Aprile 2008 - Deliberazione della Giunta regionale n. 37-8475 del 27 marzo 2008 - Regolamento (CE) 1698/2005 – Piano di Sviluppo rurale 2007-2013 della Regione Piemonte. Misura 112 ("Sostegno all'insediamento di giovani agricoltori"). Misura 121 ("Ammodernamento delle aziende agricole") Misura 311 ("Diversificazione in attività non agricole"). Approvazione Linee guida e Istruzioni tecniche operative per l'applicazione e criteri Bando 2008 per presentazione domande

Regione Trentino Alto Adige

Bur Trentino Alto Adige n. 13 del 25 Marzo 2008 Deliberazione della Giunta provinciale n. 510 del 29 febbraio 2008 - Legge provinciale 13 dicembre 1999 n. 6 e sm – modifiche al bando per la promozione degli investimenti fissi turistici di filiera con il legno ecologico certificato approvato con deliberazione n. 326 di data 25 marzo 2005

Bur Trentino Alto Adige Supplemento n. 1 al n. 16 del 15 Aprile 2008 - Deliberazione della Giunta provinciale n. 3027 del 21 dicembre 2008 - Legge provinciale 13 dicembre 1999 n. 6 (Legge unica dell'economia) – modifiche relativamente al settore turismo nei criteri e nelle modalità per l'applicazione della legge approvate con deliberazione n. 2804 di data 22 dicembre 2005

Bur Trentino Alto Adige Supplemento n. 1 al n. 15 – 8 Aprile 2008 - Deliberazione della Giunta provinciale n. 759 del 10 marzo 2008 - Modifica della delibera n. 3250/07 "Settori artigianato, industria, commercio e servizi innovazione e cooperative: approvazione dei criteri per l'applicazione della legge provinciale 13 febbraio 1997 n. 4 "Interventi della Provincia Autonoma di Bolzano – alto Adige per il sostegno all'economia" modifica delle delibere n. 820 del 13 marzo 2006 n. 11112 del 3 aprile 2006 n. 933 del 19 marzo 2007: criteri di incentivazione nel settore turismo

Bur Trentino Alto Adige Supplemento n. 1 al n. 16 del 15 Aprile 2008 - Deliberazione della Giunta provinciale n. 3025 del 21 dicembre 2007 - Legge provinciale 13 dicembre 1999 n. 6 art 35 – modifica della deliberazione della Giunta provinciale n. 2804 di data 22 dicembre 2005 da ultimo modificata con deliberazione n. 2943 di data 29 dicembre 2006, di approvazione di nuovi criteri e modalità per l'applicazione della legge, allegato a) – norme di carattere generale

Regione Veneto

Bur Veneto n. 33 del 18 Aprile 2008 - Ordinanza del dirigente della direzione mobilità n. 36 del 3 aprile 2008 - Documentazione prevista per le unità di navigazione di cui all'art 146 comma 3 del Codice della Navigazione e per quelle ad "Usa privato" di cui al RD 813/1932 destinate al trasporto di merci, persone, alla pesca professionale e all'attività di pesca-turismo in acque interne e promiscue

Commercio e industria si confrontano sul Comparto Turistico Nautico

Si è svolto a Roma, nella sede dell'Ainud-Federnautica presso la Confcommercio il primo incontro ufficiale delle organizzazioni rappresentative delle aziende del settore nautico, con

la partecipazione del Presidente Anton Francesco Albertoni e del Segretario Generale Lorenzo Pollicardo per Ucina, del Presidente Francesco Di Manno e del Vice Presidente Marzia Nostini per Ainud, e del Presidente Claudio Mazza e il Coordinatore Alessandro Marcelli per Federnautica.

L'incontro nasce da un lavoro preparatorio svolto dalle delegazioni Ucina (composta dal Consigliere Massimo Mariotti e dal Segretario Generale Lorenzo Pollicardo), Ainud-Federnautica, (composta dal Vice Presidente Marzia Nostini e dal Presidente Francesco Di Manno), presso il centro



Viareggio Fucina nel maggio 2007.

Il tema da sviluppare era un possibile confronto sulla visione del panorama turistico-nautico italiano e del suo comparto.

La riunione di Roma rappresenta, quindi, una rinnovata volontà di collaborazione tra Ainud-Federnautica e Ucina.

Dallo scambio di visione sul settore turistico-nautico, ampiamente esposto dal Presidente Ucina Albertoni e da tutti i componenti della riunione, è emersa la condivisione di alcune problematiche e la disponibilità reciproca, di avviare un tavolo tecnico comune per suggerire soluzioni, che favoriscano risposte concrete alle reali necessità richieste dal mercato.

Nella foto, da sinistra:

Marzia Nostini, Vice Presidente Ainud

Francesco Di Manno, Presidente Ainud

Anton Francesco Albertoni, Presidente Ucina

Claudio Mazza, Presidente Federnautica

Lorenzo Pollicardo, Segretario Generale Ucina

Anbba

Progetto "Isola Italia" per B&B Expo 2009 di Bruxelles

ANBBA è lieta di presentare, un'interessante proposta riguardante la creazione di "Isola Italia" iniziativa portata avanti dall'associazione in vista del prossimo B&B Expo di Bruxelles 2009.

L'idea, che abbiamo condiviso e discusso con alcuni associati nel corso del B&B Expo del 15 e 16 marzo 2008, è quella di allestire un unico grande stand, di almeno 60 mq, costituito da circa n. 12 desk, che prenderà il nome di "Isola Italia". Ogni desk sarà condiviso da un gruppo di almeno 5 aderenti della stessa regione e ciascuno verrà presidiato dai Soci provenienti quindi, da tutte le zone d'Italia. I desk diventeranno crocevia per incontri professionali con operatori turistici di tutta Europa, nonché occasione per veicolare informazioni sull'offerta degli associati ANBBA,

per la stagione 2009. **Saremo quindi uniti nell'Isola Italia, per creare la più grande vetrina di promozione del Bed and Breakfast Italiano, al primo salone europeo del settore!**

Il contributo previsto è di **€ 60 a partecipante**, per un totale di **€ 300 + IVA** per ogni gruppo (il prezzo potrebbe essere suscettibile di variazioni in diminuzione, qualora la partecipazione fosse molto consistente). Per aderire all'Isola è necessario procedere preventivamente all'affiliazione ad ANBBA, al costo promozionale di **€ 100 per affiliato** (invece di € 190). Sarà possibile anche sottoscrivere una quota gruppo (per richiedere informazioni mandate una e-mail al seguente indirizzo: siddiolo@anbba.it).

Inoltre, ANBBA annuncia l'organizzazione di una Convention che avrà luogo a Venezia i giorni del 6 e 7 giugno 2008, presso la sede nazionale ANBBA al Lido di Venezia in Via Istria 12. (fronte spiaggia Consorzio Alberghi). Per adesioni e informazioni in merito al Progetto "Isola Italia" potete contattare Serena Siddiolo - ANBBA Management Consultant all'indirizzo siddiolo@anbba.it oppure marketing@anbba.it.



Un incontro per fare il punto sulla legislazione in materia ambientale e la sicurezza nei porti turistici

Si è svolto lo scorso aprile a Porto Torres, presso la Cormorano Marina, la quarta giornata di studio e aggiornamento, in materia di "Conformità legislativa ambientale e sicurezza nei porti turistici", promossa dall'ASSONAT.

Hanno partecipato i rappresentanti dei marina: Aquatica, Bosa, Carloforte, Cormorano, Genova Aeroporto, Portorotondo, San Rocco, Sant'Elmo di Alghero, Sant'Elmo di Cagliari, Ser-Mar di Alghero, Silene Multiservizi e Torregrande.

E' intervenuto inoltre il Presidente della Rete Porti della Sardegna Franco Cuccureddu, in rappresentanza dei marina di: Alghero, Arbatax, Cala Gavetta - La Maddalena, Castelsardo, Isola Rossa, Marina di Capitanà - Quartu, Palau, Perd'e Sali - Sarroch, Portoscuso, Santa Teresa di Gallura e Santa Maria Navarrese.

Nell'occasione è stato consegnato materiale didattico relativo al check-list di autovalutazione di un porto turistico, per accertare la sua conformità a leggi e norme

in materia ambientale e alle attività che possono condurre a un miglioramento dell'organizzazione dei porti turistici e valutare la predisposizione di modelli di organizzazione e gestione idonei a prevenire i reati previsti dal D.lgs 231/01.

Il successo di tale iniziativa conferma la validità del percorso intrapreso dal Consiglio Direttivo dell'Associazione, diretto a incrementare la conoscenza e la professionalità degli operatori anche nei temi dedicati ai settori ambientale e sicurezza.



Faita



Open Air: un italiano alla guida di Efco

Eletto un italiano quale presidente europeo di Efco&Hpa (European Federation of Campingsite Organisations and Holiday Park Associations), l'associazione dei proprietari e gestori di strutture ricettive all'aperto e di parchi vacanza.

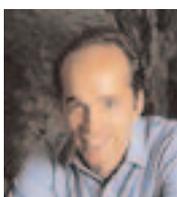
Efco&HPA rappresenta a livello europeo l'industria del turismo all'aperto in campeggi e parchi vacanza. La difesa e la promozione degli interessi del settore open air costituiscono il principale obiettivo di Efco in seno alla Comunità Europea.

Le azioni di lobby a Bruxelles, una vasta attività collaterale nei temi attinenti alla sicurezza, lo scambio d'esperienze e d'informazioni fra gestori, il reclutamento del personale e la divulgazione dei valori legati alla vacanza all'aria aperta sono alcuni dei progetti che vedono impegnata l'associazione. La dimensione del settore è davvero impressionante: 22 paesi membri e circa 22.000 strutture associate registrano ogni anno oltre 380 milioni di pernottamenti, per un giro d'affari stimato in circa 15 miliardi di euro, 9 dei quali vengono spesi all'interno dei camping parks.

L'Italia, con 2.200 strutture associate, 1,35 milioni di posti letto e 63,8 milioni di pernottamenti, è fra i paesi più importanti a livello europeo, capace di generare un fatturato annuo che sfiora i 3 miliardi di euro.

Nella recente Assemblea Generale, tenutasi a Londra, è stato eletto alla guida

della prestigiosa associazione, per il biennio 2008-2010, il dr. Alessandro Sgaravatti. Nato a Padova nel 1965 e laureatosi nella città natale, già dal 1992 entra a far parte di Union Lido Vacanze, storica impresa turistica fondata nel 1955 dal nonno, dott. Angelo Macola, e situata sul Litorale di Cavallino, fra la laguna di Venezia ed il Mare Adriatico. Union Lido, sino dalla sua lontana costituzione, ha rappresentato un modello di sviluppo dell'industria turistica vicino all'ambiente ed orientato alla tutela delle eminenze paesaggistiche, di flora e di fauna presenti sul Litorale. Nel corso degli anni tale modello ha fatto sì che sorgessero numerosi altri complessi ricettivi, rendendo il territorio di Cavallino la meta privilegiata - oggi si contano oltre 5,5 milioni di presenze - per le famiglie europee che amano la vacanza en plein air. Nella sua relazione d'insediamento, Alessandro Sgaravatti ha sottolineato, fra l'altro, la necessità di meglio coordinare la mole d'informazioni che provengono dai Paesi membri, in modo da produrre reports biennali che evidenzino, con dati aggiornati ed attendibili, la reale importanza del settore aria aperta, e rendano confrontabili tali cifre con quelle degli altri segmenti dell'offerta turistica.



Nella foto il Board Member di Union Lido Vacanze nominato alla presidenza europea dell'Associazione Strutture Ricettive all'Aperto

Indagine sui giovani albergatori italiani

In apertura dei lavori è stata presentata un'indagine sui giovani albergatori italiani, condotta dal Comitato Nazionale Giovani della Federalberghi-Confurismo.

“Una indagine -commenta il Presidente della Federalberghi-Confurismo, Bernabò Bocca- che evidenzia un ottimo stato dell'arte e costituisce la prova chiara ed inconfutabile di come la futura classe dirigente del sistema alberghiero italiano abbia tutte le carte in regola per elevare ulteriormente il livello qualitativo del comparto e del settore”.

“Il nostro obiettivo -aggiunge Marco Leardini, Presidente del Comitato Nazionale Giovani Albergatori- era quello di ottenere un fermo immagine che ci aiutasse ad avere una idea complessiva di chi siamo e quanto valiamo ed i risultati dell'analisi confermano quella che era una nostra convinzione, avvalorata ora da numeri e riscontri statistici”.

“Una ricerca -conclude Massimiliano Orsatti, Assessore al Turismo, Marketing Territoriale, Identità del Comune di Milano- che valorizza la lunga tradizione familiare degli albergatori italiani, sottolineando come le nuove generazioni di operatori abbiano saputo evolversi da semplici gestori in moderni manager dell'accoglienza e dell'ospitalità, orientati a soddisfare bisogni ed esigenze di un mercato sempre più attento alla personalizzazione del servizio e dell'offerta”.

I dati principali

Hanno un'età media di 31 anni ed il 44% sono donne. Inoltre quasi il 40% ha conseguito una laurea e mediamente lavorano in azienda (nell'81% dei casi familiare) da circa 10 anni.

La dimensione aziendale - È di 22 camere la dimensione media degli alberghi di proprietà o gestiti dai giovani albergatori italiani.

L'83% di chi lavora negli alberghi dei giovani imprenditori sono dipendenti ed il restante 17% sono i titolari medesimi (12%) o coadiutori (5%).

Ogni azienda mediamente dà lavoro a poco più di 17 persone, di cui oltre 14 sono i dipendenti veri e propri.

L'85,5% dei giovani albergatori possiede o gestisce una singola azienda, mentre il restante 14,5% possiede più aziende.

Nell'87% dei casi l'azienda è di proprietà, rispetto al restante 13% in affitto.

Le tipologie aziendali - Il 37% degli alberghi dei giovani imprenditori si trova in città d'arte maggiori e minori, il 27% in località di mare, il 16% in località di montagna, il 6% in località lacuali, il 4,5% in località di collina ed oltre il 2% in località termali.

I loro alberghi dispongono nel 63% dei casi del ristorante, nel 47% di sale convegni, nel 37% di piscine e nel 33% di aree giochi all'aperto per famiglie.

La clientela prevalente è costituita per il 29% da vacanzieri, per il 28% da persone d'affari, per il 18% da famiglie, per il 14% da clientela individuale ed il 10% da gruppi.

L'attività operativa - Il 95% dei giovani imprenditori ha conseguito un diploma di scuola superiore. Tra essi ben il 40% ha conseguito anche una laurea.

L'86% svolge in azienda attività di direzione, ma anche di amministrazione (nel 63% dei casi), di ricevimento (nel 62% dei casi) e di cucina (nel 18% dei casi) a conferma di una attività multifunzionale qual è quella alberghiera.

Il coinvolgimento professionale - Il 63% dei giovani imprenditori ha scelto autonomamente il “mestiere” di albergatore, mentre il restante 37% è stato “incoraggiato” dalla famiglia.

L'81% lavora in una azienda avviata da altri familiari, mentre il restante 19% è artefice primario dell'attività ricettiva.

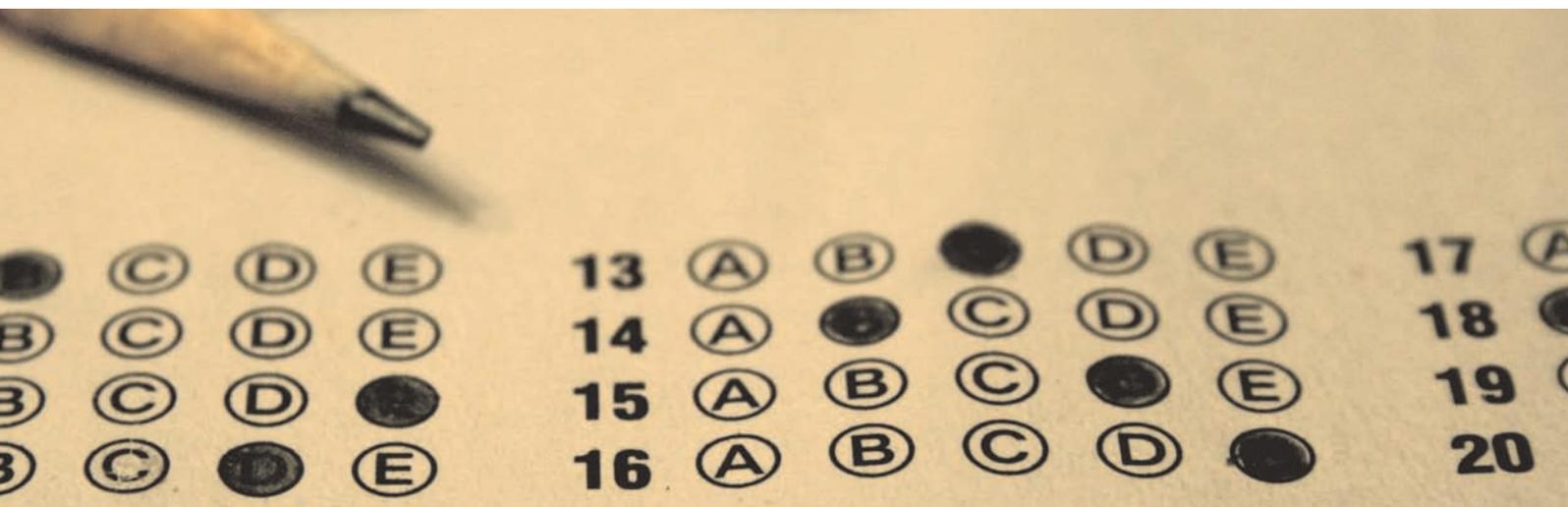
Adirittura il 90% dei giovani imprenditori considera la professione alberghiera la propria attività definitiva.

Il 93% conosce almeno una lingua straniera, il 59% ne parla almeno due ed un 19% ne conosce almeno tre.

L'inglese è parlato dall'89% dei giovani imprenditori, segue il francese (43%), il tedesco (25%) e lo spagnolo (19%).

Infine l'uso dell'informatica in albergo è praticato dal 75% dei giovani imprenditori essenzialmente per la gestione delle prenotazioni.

Grande successo di partecipanti al convegno “I nuovi scenari del turismo” che ha concluso oggi a Milano le assise della 58^a Assemblea che Federalberghi-Confurismo ha tenuto nel capoluogo lombardo.



Il turismo e il Governo che verrà

Intervista inedita del Presidente della Fiavet, Giuseppe Cassarà

“Troppe volte abbiamo parlato degli errori commessi, delle aspettative disilluse, delle occasioni mancate. Noi invece vogliamo guardare al futuro, alle sfide che ci attendono, ai nostri impegni nell'immediato futuro. Per fare questo però non possiamo non fare una corretta analisi del presente. Anche perché, è soltanto partendo dall'immediato che si potrà guardare al futuro con meno preoccupazione” E' quanto ha dichiarato il Presidente della Fiavet, **Giuseppe Cassarà**, parlando con i giornalisti nel corso dell'Assemblea Congressuale che la Federazione ha tenuto dal 4 al 10 maggio 2008 a l'Avana (Cuba). “Finalmente, ha continuato Cassarà, dopo molti anni, in questa campagna elettorale ho sentito, da entrambi gli schieramenti che si sono contesi la guida politica del Paese, parlare di turismo. Un fatto di per sé già positivo, perché soltanto prendendo piena coscienza del ruolo primario che il turismo riveste nel panorama economico nazionale, si possono risolvere i gravi problemi che l'affliggono. Al di là delle varie questioni che ora andremo ad analizzare, vorrei innanzitutto mettere l'accento sull'aspetto istituzionale del settore. Dopo aver in qualche modo corretto la grave anomalia del Consiglio di Amministrazione dell'Enit con l'ingresso dei rappresentanti delle categorie, dobbiamo ora pensare a risolvere il problema del coordinamento nazionale. L'esperienza della passata legislatura, con la delega assegnata alla Presidenza del Consiglio, ha confermato che la politica del turismo non può essere parcellizzata fra 20 Regioni, ma che ha bisogno di un coordinamento tra una governance centrale e le regioni. Quando si parla di aggregazioni d'impresie per fare mercato significa proprio questo. Ne sono un esempio la Maison de France e Turespana, due enti che promuovono unitariamente il turismo per i rispettivi paesi che, guarda caso, ci precedono entrambi nella classifica mondiale dei paesi a più alta percezione turistica. Il modello transalpino, in particolare, è una società di diritto privato a capitale pubblico, che riunisce Stato, enti territoriali, imprenditori del turismo e realtà economiche a questo collegato. Il punto di forza è lo stretto coordinamento delle iniziative. Il nuovo Governo non può sottovalutare questa esigenza.

E veniamo alle problematiche più urgenti. In piena campagna elettorale Berlusconi aveva detto che il primo Consiglio dei Ministri lo avrebbe tenuto in Campania per risolvere il problema dell'immondizia. A questa dichiarazione aveva fatto eco Bossi, per il quale, in caso di successo elettorale, il secondo Consiglio dei Ministri si sarebbe dovuto tenere a Malpensa. Alitalia e Napoli, dunque, nel mirino del nuovo Governo.

Il problema Alitalia aveva già polarizzato l'attenzione degli operatori durante la Conferenza Nazionale di Genova del 2004. In piena Conferenza era rimbalzata da Roma la notizia del via libera del CdA di Alitalia al piano per salvare la compagnia di bandiera. L'unico risultato in quattro anni di discussioni è stato quello di dissanguare le casse della Compagnia fino a portarla sull'orlo dell'amministrazione controllata. Saltato l'accordo con Air France, si guarda al dopo. Le dichiarazioni di Berlusconi che ha confermato entro brevissimo tempo la formalizzazione di una cordata in grado di rilevare

il vettore e il prestito ponte di 300 milioni di euro, se da un lato aprono alla speranza, dall'altro alimentano molti dubbi e perplessità. Salvare il vettore significa prima di tutto salvare Malpensa che al momento sembra davvero l'elemento scatenante di questa crisi, soprattutto per la mancanza di infrastrutture di collegamento. Personalmente non ho mai condiviso l'ipotesi della perdita della nostra compagnia di bandiera e, soprattutto non condivido i tagli che Air France voleva realizzare in termini di occupazione e di rotte, soprattutto se si considera che la Francia dal punto di vista turistico è una nostra diretta concorrente. Qualunque soluzione si prenda, italiana o straniera, la speranza a questo punto che si guardi al mercato e si salvi Malpensa. Anche senza essere un hub, l'aeroporto meneghino può dire la sua. Il rilancio del turismo in Italia, a mio parere, dipenderà anche dalle risposte che sapremo dare a questo annoso problema e da come il nuovo Governo saprà gestire la situazione. La situazione in Campania, a parte la pessima immagine che abbiamo dato all'estero, è ancora recuperabile. Ma se non si può perdere tempo per l'Alitalia, ancor meno se ne può perdere per la questione rifiuti. La stagione estiva è alle porte e se non si sgomberano presto le strade dagli infiniti cumuli di rifiuti, alla situazione turistica già traballante, si aggiungeranno problemi di salute pubblica che sono ancora più pericolosi. Gli stranieri hanno sempre mostrato di aver in grande considerazione la propria salute e di fronte ad un possibile rischio, preferiscono rimandare le vacanze a tempi migliori. Ma c'è un altro aspetto ancora più terrificante. Nei paesi extra europei le distanze fra Napoli e Roma non sono poi tanto marcate come potrebbe sembrare. Questo significa che la crisi di Napoli si potrebbe ripercuotere su tutto il Paese facendolo sprofondare ai tempi poco edificanti del colera. I provvedimenti tamponi che pure sono stati prontamente lanciati sui mercati, conclude il presidente della Fiavet, non serviranno a nulla se l'immagine globale non cambierà, se le fotografie che stanno facendo il giro del mondo non diventeranno materiale d'archivio”

La promozione dell'Italia nei mercati internazionali

“Siamo ovviamente molto contenti che, dopo anni di assenza in materia, ci sia un rinnovato interesse per la promozione turistica del nostro Paese sui mercati internazionali, ma soprattutto siamo contenti delle dichiarazioni che il nuovo Premier ha espresso in favore del turismo in campagna elettorale. L'Italia, ha continuato Cassarà, sta vivendo un momento particolare dal punto di vista turistico. La situazione non è drammatica come qualche anno fa, ma non è neppure tanto rosea. Troppe questioni sono rimaste in questi anni nel limbo e aspettano ancora una risposta concreta. Non è possibile che ogni qual volta occorra prendere misure a sostegno del settore turistico, venga invocata la congiuntura economica. Il settore aspetta da anni una seria politica di incentivi e sgravi fiscali a favore degli operatori per rilanciare la competitività del prodotto Italia. Il differente regime fiscale delle attività turistiche nei diversi paesi dell'Unione, ci pone in una situazione di svantaggio che è difficile recuperare in altro modo.

La competitività del Paese passa anche e soprattutto attraverso una politica di riforme. Si è parlato tanto di liberalizzazioni, ma nessuno ha però avuto il coraggio di mettere mano a quella che più di tutte incide nel sistema turistico: quella del mercato del lavoro.

Portale "Italia.it"

La promozione turistica, malgrado l'impegno dell'Enit-Agenzia, stenta ancora a decollare. Almeno nelle forme che l'attuale tecnologia imporrebbe. Quattro anni fa, sempre in occasione della Conferenza Nazionale del Turismo, fu denunciato che il non aver colto appieno la necessità di stringere in maniera

sempre più forte il legame tra lo sviluppo turistico e gli strumenti dell'innovazione tecnologica e digitale e la Rete, ci aveva fatto perdere molte posizioni nel panorama turistico internazionale. Fu sottolineato anche come Internet influenzasse il settore turistico, creando nuove opportunità di sviluppo, e come un sistema turistico efficiente non potesse prescindere dalla tecnologia. Il lancio del portale "Italia.it" doveva rispondere a queste esigenze. A distanza di quattro anni, dopo qualche proclama dal sapore più elettorale che concreto, si sta ancora discutendo chi, questo portale debba costruire e gestire. Dopo molte polemiche, l'Enit si è dichiarato ora disponibile a realizzare, insieme alle regioni, i contenuti del portale. Ma ad una condizione: che si faccia subito. Perché, si sostiene, non aver un portale equivale e non promuovere in modo efficace l'offerta turistica nel mondo. E soltanto oggi ci si accorge di questa necessità?

Infrastrutture

Il Paese ha bisogno di una profonda opera di modernizzazione. Se è vero che la stagione del "NO" a tutto è finita, il nuovo Governo dovrà metter mano da subito a tutto ciò che è rimasto in sospeso. A cominciare dalla TAV, che non può escluderci dal resto dell'Europa. In galleria, con varianti, con il consenso delle popolazioni locali, ma al limite anche senza, il progetto deve assolutamente andare avanti. In secondo luogo il completamento della rete autostradale, iniziando da quella Salerno-Reggio Calabria, divenuto un caso cronico. È strano come nessuno ne parli se non durante l'estate quando i continui cambi di direzione per gli innumerevoli cantieri ancora aperti, rallentano drammaticamente il traffico. Quando si prenderà coscienza che l'arteria è fondamentale per lo sviluppo del meridione d'Italia e non solo dal punto di vista turistico? E subito dopo il Ponte sullo Stretto, per dare continuità alla Sicilia e per favorire il suo inserimento nel turismo dei grandi numeri. Con il concorso dell'Unione Europea e l'intervento delle categorie interessate, l'opera non dovrebbe neppure gravare troppo sulle casse dello Stato. L'enorme giacimento turistico dell'Italia meridionale ha bisogno di business e di fatturati, irrealizzabili se mancano le strutture ricettive e soprattutto le infrastrutture per raggiungerle.

Aeroporti

Mentre noi discutiamo di Alitalia e Malpensa, di un solo hub o due, gli altri ci portano via rotte e aeroporti. Ryanair, anche con il sostegno delle Regioni, sta facendo il bello e cattivo tempo. E si permette pure di criticare e offendere gli Agenti di Viaggio. Ci sono località che in Italia soffrono maledettamente la mancanza di scali aeroportuali. Un caso su tutti: Foggia. Con due aeroporti, adattabili in tempi brevi e con poca spesa, pronti ad ospitare voli low cost e incrementare flussi turistici verso San Giovanni Rotondo, la Daunia e il Gargano, rimane una delle provincia italiane con la minore incidenza turistica.

Porti

Perfino lo straordinario successo del porto di Civitavecchia nel turismo crocieristico, è offuscato dalla mancanza di collegamenti. Da anni si parla del completamento del tratto autostradale Livorno-Civitavecchia, ma l'ostracismo delle associazioni ambientaliste su dove e come far passare il percorso, non ha consentito, finora, di completare un'arteria di cui si sente fortemente la necessità. Almeno per due motivi: primo per dare un'alternativa alla Milano-Napoli, oramai prossima al collasso, e in secondo luogo per dare sviluppo ad un tratto di costa unica in Italia e in Europa. Ma il porto soffre anche per la mancata attuazione di un altro importante asse viario: il raccordo autostradale Orte-Civitavecchia che dovrebbe collegare a nord di Roma l'Autostrada del Sole con

quella Tirrenica. Le potenzialità del porto di Civitavecchia, già notevoli, potrebbero subito raddoppiarsi, fino a farne, dal punto di vista crocieristico, la più seria concorrente di Barcellona.

La Fiafet nel sistema turistico nazionale

Internet e il rapporto con gli agenti di viaggio

Il mondo del turismo sta diventando low cost. Almeno così si dice. Artefice principale di questo cambiamento è Internet che può fornire curiosità, informazioni utili e consigli su come risparmiare nell'organizzazione delle vacanze. Fino a qualche anno fa era convinzione comune che la rete rappresentasse per gli agenti di viaggio il nemico numero uno. Oggi sono convinto che l'opzione on-line sia fondamentale per lo svolgimento del nostro lavoro quotidiano e che da esso si possono trarre molte occasioni di business. Ma c'è un'altra e più importante considerazione da fare. Ad una percentuale sempre più numerosa di persone che si affidano al web per programmare la propria vacanza, corrisponde una altrettanto elevata percentuale che si rivolge all'Agenzia di Viaggio. Per un discorso di fidelizzazione, per un rapporto di amicizia, di fiducia e, soprattutto, per il sempre crescente imbarazzo a fornire via internet le proprie coordinate bancarie. Spesso i cybernauti, una volta trovata in rete la proposta giusta, si recano poi in Agenzia per affidarsi alla professionalità dell'Agente di Viaggio che non solo può fornire le informazioni più corrette al riguardo, ma può anche procedere direttamente alla prenotazione. Insomma la nostra consulenza professionale può rappresentare l'unico modo per evitare di essere truffati o raggirati.

Settore incoming

L'incoming rappresenta sicuramente una opportunità di business per le Agenzie di Viaggio. Ma queste da sole non possono far nulla se non interagiscono con il Governo centrale, le Regioni, le Province e i Comuni. Senza infrastrutture, senza strade e senza aeroporti è difficile intercettare flussi turistici dall'estero. C'è poi il problema della promozione che non può essere fatta soltanto dall'operatore. Il settore incoming non vive soltanto di monumenti e bellezze paesaggistiche. Per richiamare i turisti occorre fornire loro delle motivazioni al viaggio (grandi mostre, avvenimenti internazionali, ecc.) cui soltanto le amministrazioni locali possono provvedere.

Trenitalia

Il rinnovo del contratto con Trenitalia, che scadrà il prossimo 31 dicembre, si presenta abbastanza problematico per l'ipotizzata riduzione di almeno un punto percentuale delle commissioni. Recentemente la Federazione ha avviato un'indagine, attraverso un apposito questionario fatto pervenire a tutti i Soci, al fine di conoscere il loro orientamento. I primi risultati (il rilevamento è ancora in corso) sono a dir poco stupefacenti: una percentuale altissima di Agenti di Viaggio è pronta a rinunciare alla biglietteria e non si tratta solo di quelli che dichiarano un volume di fatturato modesto (fra il 3% e il 30%) rispetto al volume globale dell'Agenzia. Solo qualcuno di quelli che dichiarano un'alta percentuale di fatturato è favorevole a continuare il rapporto. Numerosi sono invece coloro che vorrebbero continuare il rapporto ma soltanto con l'applicazione della fee. Generale è invece il coro di lamento contro il funzionamento del sistema SpaxPlus. Oggi, attraverso le nostre Agenzie, Trenitalia vende all'incirca 1/3 dei suoi biglietti. Se dovessimo uscire di scena il danno economico che ne deriverebbe sarebbe davvero rilevante. Non vogliamo arrivare alla rottura, ma non si può neppure chiedere ad una categoria di professionisti di continuare ad erogare servizi quasi gratuitamente.

Fuel surcharge

E a proposito di servizi gratuiti è ora di affrontare una volta per tutte anche la questione del "fuel surcharge". Con l'euro che ogni giorno fa segnare nuovi record trascinandoci con sé il prezzo del greggio, gli aumenti sono continui. E poiché la forbice si è attestata ormai fra i 30 e gli 80 euro a seconda che si tratti di medio o lungo raggio, la questione comincia a diventare pesante per i risvolti che sta

assumendo. Qualcuno vorrebbe addirittura che l'onere se lo assumesse l'Agenzia di Viaggio. E anche se qualche volta lo fa davvero per non perdere il cliente, una soluzione di questo tipo appare assurda considerando i margini di guadagno. In molti casi significherebbe addirittura lavorare in perdita. La soluzione? Una maggiore tempestività da parte del Tour operator nel comunicare gli aumenti oppure, e questa potrebbe essere la soluzione innovativa, addebitando l'aumento allo Stato come "agevolazione fiscale". In questo caso si potrebbe anche creare un apposito comitato che stabilisca realmente la consistenza dell'aumento oggi rimesso alla valutazione dei singoli operatori.

Buoni vacanza

Alla vigilia dell'emanazione dell'apposito decreto, il provvedimento non può che vedermi favorevole. I Buoni Vacanza rappresentano uno strumento per favorire lo sviluppo del turismo in Italia, oltre che dare concretezza ad un grande progetto sociale. Attraverso l'attribuzione dei buoni, finalmente, anche meno abbienti potranno accedere a servizi turistici di qualità. Il fondo di quattro milioni messi a disposizione dal Governo non sarà molto, ma serviranno comunque a rimettere in moto i consumi turistici, mai scesi così in basso negli ultimi cinque anni. Ma c'è anche un altro aspetto che non va sottovalutato. I buoni vacanza favoriranno la stagionalizzazione e di conseguenza potranno essere un valido supporto all'occupazione nel settore turistico-ricettivo.

Previsioni per l'estate

E' difficile fare ora previsioni sulle prossime vacanze estive. Prenotazioni in agenzia se ne vedono poche, malgrado in successo dell'advanced booking. Sicuramente aumenteranno nelle prossime settimane per affermarsi definitivamente sotto data, secondo una prassi ormai consolidata. Il problema serio è che gli italiani stanno

tagliando sempre di più le spese legate allo svago e al tempo libero. E le vacanze sono le prime a saltare. Il successo dei ponti primaverili ci inducono tuttavia a pensare positivamente. Il saldo della bilancia turistica si sta assottigliando ogni anno di più. Lo scorso anno è stato di 11.351 milioni di euro a fronte degli 11.968 milioni di euro del 2006. Il calo è dovuto però non tanto agli arrivi degli stranieri in Italia che, malgrado tutto, sono aumentati, ma alle partenze degli italiani per i paesi esteri. Le previsioni relative al turismo nel mondo sono positive, ma con un tasso di crescita probabilmente inferiore a quello registrato per il 2007. Se questo vale a livello internazionale, ancor più deve valere per l'Italia che queste previsioni non ha mai rispettato. A preoccupare maggiormente, come è facile immaginare, sono i flussi dal nord America. La debolezza del dollaro finirà inevitabilmente per penalizzarci.

Il mercato indica sostanzialmente un ritorno in Italia dei turisti tedeschi e questa è una bella notizia se si considera che questi fanno registrare da soli un terzo dell'intero movimento turistico estero. Mete privilegiate per questo mercato rimangono i laghi del nord Italia e le città d'arte. Anche il mare rappresenta un prodotto appetibile, ma non più come qualche anno fa. Le spiagge dell'altra sponda adriatica, della Spagna e della Grecia hanno assorbito una bella fetta di turismo un tempo di nostra esclusiva competenza. Buone performance dovrebbero farle segnare anche la Spagna, la Francia e i paesi scandinavi. In consistente aumento i turisti Russi che, per le loro vacanze, scelgono preferibilmente la costa adriatica. Si continua a sperare in quei grandi contenitori rappresentati dall'India e soprattutto dalla Cina, ma per un reale affermazione, almeno nei numeri che tutti ci attendiamo, occorre attendere l'istituzione di un volo diretto, ancora meglio se fosse dell'Alitalia.

L'outgoing non si fermerà e continuerà a crescere con lo stesso trend del 2007. Maggiormente richiesti i paesi dell'area dollaro e le mete esotiche. In aumento, a dispetto di una incombente congiuntura, i viaggi lunghi e costosi, così come continuano a segnare indici da primato le richieste per le crociere.

Fipe



Politici, ascoltate i pubblici esercizi

Le elezioni hanno dimostrato che esiste un clima di preoccupazione e sfiducia nel Paese e che gli elettori si aspettano dalla politica le riforme strutturali. Sono stati premiati i politici che hanno saputo instaurare il rapporto più diretto con i cittadini. Non a caso Fipe aveva lanciato durante la campagna elettorale l'iniziativa della Politica al bar. Nelle giornate decisive, in cui la campagna elettorale si stava facendo più pressante, gli esercenti iscritti a Fipe-Confcommercio hanno fatto sentire la loro voce nei confronti dei partiti e dei cittadini con volantini di propaganda elettorale contenenti il messaggio di andare a votare per i partiti che avevano sottoscritto l'agenda proposta da Fipe sulle priorità per far ripartire l'Italia.

I volantini che contenevano alcune delle principali ragioni dei gestori dei locali pubblici da far valere sulla classe politica hanno costituito lo spunto di discussione con i consumatori, in un clima di rispetto e di un costruttivo confronto quotidiano tipico soprattutto del bar. Molte delle richieste sono state le stesse avanzate dagli italiani, come per esempio dare maggiore potere d'acquisto ai cittadini restituendo nelle loro tasche i soldi sottratti con l'aumento delle tasse; continuare nelle liberalizzazioni iniziando dai

servizi pubblici locali e consentendo anche ai pubblici esercizi di avere orari liberi di apertura e di poter vendere qualsiasi prodotto e servizio; proteggere meglio i locali pubblici da vandalismo, violenze e usura, affinché i pubblici esercizi possano contribuire ancora di più alla sicurezza delle città; stanare i 200 miliardi di ricchezza guadagnati illegittimamente dagli evasori totali e da chi lavora abusivamente; puntare sull'internazionalizzazione del turismo.

Finita la campagna elettorale non è però finita l'iniziativa della politica al bar. Anzi l'idea è stata rilanciata con vigore dall'ultima giunta Fipe che l'ha votata all'unanimità.

Ogni giorno 30 milioni di persone si incontrano in un bar o in un ristorante, si scambiano opinioni, parlano anche di politica. I bar sono una rete di luoghi nei quali si sviluppano democrazia e libertà d'opinione, una sorta di confessionale della popolazione, il luogo dove spontaneamente si creano scambi di confidenza e si percepiscono meglio gli umori della popolazione. I baristi vogliono far valere fino in fondo questa loro caratteristica. È tempo che la politica riconosca loro il ruolo e l'importanza che gli competono.

Dunque i gestori di bar e ristoranti continueranno a confrontarsi con i cittadini consumatori in un dialogo costruttivo per verificare se le promesse elettorali saranno mantenute. I cittadini ora si aspettano fatti e non più chiacchiere e se il nuovo Governo riuscirà ad applicare il suo programma lo si potrà verificare anche dentro i bar, discutendo davanti al caffè del mattino. Per rendere ancora più incisiva l'iniziativa,

ci si potrà avvalere del blog lanciato da Fipe www.agendaitalia.net dove tutti quanti possono (e devono) inviare commenti e notizie.

La classe politica sa bene – e queste ultime elezioni ne sono state una conferma – che è indispensabile recuperare quel rapporto diretto con il cittadino e che questo è l'unico modo per combattere quell'antipolitica che ha contagiato il popolo italiano. Il fenomeno dell'astensionismo, ma soprattutto il voto di protesta ha preso piede soprattutto fra il ceto sociale più basso per assottigliarsi via via che le fasce di reddito aumentano. Più si è interessati dalla sindrome della terza e quarta settimana, maggiore è la ribellione nei confronti dei parlamentari. Che si tratti di maggioranza o di opposizione, poco importa. Il cittadino che non arriva a fine mese si sente abbandonato a se stesso e ai suoi problemi e si rifugia in quella classe politica in grado di dare una risposta, un segnale immediato.

In questo contesto l'ideologia viene accantonata. La teoria lascia il posto al concreto. Inutile parlare di massimi sistemi, quando il problema è sbarcare il lunario giorno per giorno. È uno scenario delicatissimo, terreno fertile per la crisi di rappresentanza. L'esempio dell'Alitalia è chiarissimo: i lavoratori che si ribellano agli stessi sindacati che dovrebbero difenderli. Nella storia del sindacato una situazione simile si verificò solo negli anni Ottanta, con la manifestazione del 14 ottobre dei colletti bianchi della Fiat: manager e dirigenti che dichiaravano di non aver mai delegato ai sindacati confederali la loro rappresentanza e che sfilavano per tornare al lavoro e far chiudere una vertenza che sembrava destinata a non finire mai. Quella degli anni Ottanta era la stagione che

veniva chiamata con il nome di "riflusso" dettata da una stanchezza e da un disgusto per la politica e da un quadro economico incerto anche se l'inflazione contro cui andavano difese le buste paga veniva corretta dalla svalutazione della lira.

Il cittadino con un basso potere d'acquisto si ritrova schiacciato ora fra la politica economica e monetaria europea, la politica economica nazionale e il libero mercato sempre più globalizzato con i suoi meccanismi autonomi. Quando l'economia gira, tutto fila liscio, ma quando l'economia è incerta il pettine si blocca sui nodi. Anche se l'economia di mercato ha le sue leggi indipendenti stabilite dal mercato stesso, l'impostazione delle politiche economiche, come per esempio l'aumento della produttività, l'internazionalizzazione del turismo, il rilancio dei consumi dipende dal lavoro e dall'efficienza dei rappresentanti delle Istituzioni, cioè da quella casta contro cui la popolazione si è ribellata e ha voluto "svecchiare". I cittadini stanno tornando a verificare quel che succede, a parlare fra di loro, scambiarsi opinioni, avanzare le loro richieste. Si tratta di riaccendere quei confronti che da sempre avvengono, per esempio, dentro i pubblici esercizi, centomila luoghi spontanei di aggregazione, equivalenti ai circoli promossi dai principali partiti per riallacciare il rapporto corroso con il cittadino. È dentro il bar che, libero dal condizionamento del luogo di lavoro e privo di quel condizionamento dovuto alla conformità del pensiero della sezione del partito, il cittadino è più libero di manifestare il suo disappunto o la sua condivisione. Per questo l'iniziativa della politica al bar è da guardare con particolare attenzione.

Lino Enrico Stoppani

Sib



Canoni demaniali e previsioni atmosferiche: l'incertezza segna l'avvio della stagione balneare

"Stimiamo che oltre il 45% dei turisti hanno scelto le spiagge italiane per trascorrere i primi week-end di aprile e maggio, in leggero calo rispetto allo scorso anno. In molte località, poi, hanno trovato la maggior parte degli stabilimenti balneari aperti con tutti i servizi già attivi", dichiara Riccardo Borgo, Presidente del S.I.B. Sindacato Italiano Balneari, aderente alla FIPE/CONFCOMMERCIO che associa circa 10.000 stabilimenti balneari.

Questi iniziali giorni della stagione 2008 per le nostre imprese sono da sempre considerati una sorta di test per la stagione estiva che quest'anno comincia sotto il segno dell'incertezza, oltre alle previsioni atmosferiche si aggiunge la questione dei canoni demaniali. La gran parte delle imprese aderenti al Sindacato, sin dai primi giorni del mese di maggio è stata in grado di garantire la maggior parte dei servizi offerti, seguendo l'ottica di soddisfazione dei clienti e una qualità sempre maggiore.

Per la nostra categoria le condizioni atmosferiche sono determinanti, ma anche la capacità di spesa dei turisti e l'attuale difficile condizione economica del nostro Paese certamente non aiuta. I turisti che scelgono i litorali per trascorrere le vacanze vogliono trovare servizi adatti alle diverse esigenze, per questo motivo molti stabilimenti balneari si stanno

specializzando per accontentare tutte le fasce d'età: parchi gioco riservati ai bambini con i gonfiabili, campi di beach volley o tennis, per i più sportivi, fino ai megaschermi per gli appassionati di sport: il campionato europeo di calcio prima e i Giochi della XXIX Olimpiade potranno essere seguiti standosene tranquillamente in spiaggia.

Per quanto riguarda i prezzi dei servizi di spiaggia il Sindacato ha consigliato di mantenere gli aumenti entro il tasso d'inflazione. Molti imprenditori, peraltro, hanno già annunciato che non modificheranno le tariffe rispetto al 2007. "Si tratta di un notevole sforzo compiuto dalla categoria - aggiunge Borgo - perché resta aperto ancora oggi il problema dei canoni demaniali marittimi relativi alle pertinenze. Chiediamo, pertanto, che da subito si provveda a prorogare al 31 dicembre 2008 l'attuazione dell'art. 1 della legge n. 296 del 27 dicembre 2006. Al fine di garantire allo Stato un gettito ragguardevole per gli anni 2007 e 2008, dovrà essere applicato, salvo conguaglio, un canone demaniale calcolato nella misura pari al 200% rispetto a quello corrisposto per le stesse tipologie pertinenziali nell'anno 2006. È assolutamente necessario, però, costituire e convocare con urgenza un tavolo politico-tecnico tra Governo, Regioni e Sindacati di categoria con l'obiettivo di provvedere sia alla riscrittura della normativa che riguarda i canoni demaniali che alla definizione di nuovi strumenti normativi in grado di dare risposte adeguate ad una moderna concezione del turismo balneare". Confidiamo che il nuovo premier Silvio Berlusconi prima dell'estate trovi una soluzione definitiva e condivisa con le Associazioni di categoria, questo anche per rilanciare il turismo italiano che necessita di nuova linfa per recuperare le posizioni internazionali perdute in questi ultimi anni.