



Editoriale



Bernabò Bocca
Presidente Confturismo

Cari amici,
anche quest'anno Confturismo ha rinnovato il tradizionale appuntamento con le istituzioni europee per favorire un "dialogo" tra imprese e rappresentanze politiche.

Con questo spirito di confronto lo scorso luglio abbiamo incontrato a Bruxelles l'On. Paolo Costa e Francesco Ianniello, oltre ad alcuni europarlamentari italiani, ai quali abbiamo fatto presente tutta una serie di problematiche concrete, su cui vorremmo che i nostri rappresentanti in sede europea focalizzassero l'attenzione.

La risoluzione dei problemi del turismo italiano, però, deve poter trovare la giusta sintesi anche all'interno delle politiche nazionali. I dati della stagione attuale non ci confortano: -30% sul mercato nord americano; in flessione anche il Giappone; i turisti nei cinque stelle delle tradizionali città d'arte diminuiscono drasticamente. Il turismo italiano continua ad arrancare rispetto ai nostri diretti competitors. Ogni anno continuiamo a perdere importanti quote di mercato, soprattutto a livello internazionale, che per essere riconquistate richiederanno investimenti

Confturismo a Bruxelles: le imprese dialogano con le istituzioni

Il 14 e 15 luglio scorsi CONF TURISMO si è recata a Bruxelles per "portare in Europa" la voce delle imprese turistiche italiane.

La due giorni ha visto momenti differenti.

Il primo prettamente istituzionale si è svolto nel tardo pomeriggio del 14 presso il Parlamento Europeo. Un'ampia rappresentanza di CONF TURISMO ha incontrato l'On Paolo Costa, Presidente della Commissione Trasporti e Turismo ed alcuni eurodeputati italiani. La Commissione europea era rappresentata dal Dott. Francesco Ianniello, Capo unità Turismo, Direzione generale Impresa e Industria.

L'incontro, si è aperto con l'intervento del Presidente di Confturismo, Bernabò Bocca, il quale nel suo discorso di ringraziamento alle autorità e ai rappresentanti delle Associazioni di Confturismo presenti, ha sottolineato subito le principali esigenze dell'industria turistica italiana e le difficoltà che gli imprenditori del settore si trovano ad affrontare, esortando le istituzioni europee a mantenere alta l'attenzione nei confronti di questo importantissimo settore non soltanto per l'economia dell'intera Europa, ma in particolar modo per quella italiana.

Bocca ha colto l'occasione per farsi ancora una volta portavoce, in questa sede privilegiata, di

quelle che sono le richieste che Confturismo persegue con costanza in tutte le occasioni in cui può far giungere direttamente la voce degli imprenditori italiani presso le istituzioni pubbliche, sia nazionali che internazionali. Tra queste: l'importanza dell'armonizzazione delle aliquote Iva del turismo con quelle applicate a questo settore dai Paesi europei nostri diretti competitors:

Sommario

Editoriale di Bernabò Bocca	1
Confturismo a Bruxelles: le imprese dialogano con le istituzioni	1
Prossimi appuntamenti	2
Leggi regionali	3
Federazioni	4

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

enormi. E' sempre più urgente trovare soluzione ed impostare strategie di medio e lungo in grado di rilanciare l'immagine del nostro paese in un'ottica di filiera e di sistema.

Proprio in quest'ottica nasce FEDERVIAGGIO: la nuova associazione in seno a Confturismo, che raggruppa l'intera filiera del turismo organizzato (Tour Operator, GDS, compagnie aeree) e che ha visto la sua presentazione ufficiale proprio a Bruxelles, nel cuore della politica europea, perché proprio l'Europa è quel terzo importantissimo interlocutore, dopo lo Stato e le Regioni, col quale le imprese devono dialogare.

Prossimi appuntamenti

› **9° BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO MONTANO - Trento, 26-28 settembre 2008**

Trento ospiterà la 9ª edizione della BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO MONTANO, dal 26 al 28 settembre 2008.

L'iniziativa, inserita nel quadro promozionale ENIT per l'anno 2008, è aperta alla partecipazione di Consorzi di commercializzazione, Agenzie di viaggi, Aziende Turistiche di settore, Parchi Naturali e Aziende di Promozione turistica di tutta Italia, che potranno incontrare tour operator specializzati nella montagna provenienti da Europa e Stati Uniti.

Le novità tra i buyers di quest'anno sono la Turchia e la Grecia, che hanno dimostrato un particolare interesse per il prodotto montagna - Italia.

› **BETA - BORSA EUROPEA DEL TURISMO ASSOCIATO - Cecina (Livorno), 25-26 settembre 2008**

Villa La Cinquantina ospiterà la 22ª edizione della borsa del turismo dedicata a questo importantissimo segmento del mercato turistico italiano. Due workshop sono dedicati all'incontro con la domanda estera (il 25 settembre e la mattina del 26) e quella italiana (pomeriggio del 26).

89 tour operator provenienti da Austria, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Gran Bretagna, Irlanda, Norvegia, Olanda, Ungheria, Slovacchia, Polonia, Rep. Ceca, Spagna, Svezia, Svizzera, Russia e Usa saranno presenti al workshop.

una riorganizzazione delle rilevazioni statistiche perché siano omogenee e possano così rilevare i dati effettivi e soprattutto comparabili; la definizione di piani di sviluppo per le aree turistiche; la necessità di regole certe e uguali per tutti all'interno dell'Unione per non creare disuguaglianze; non ultimo il problema delle infrastrutture in Italia e l'importanza del ruolo che la commissione presieduta da Costa può svolgere per stimolare le politiche nazionali in merito.

Il Dott. Ianniello ha fatto il punto su quelle che sono le iniziative in opera della Commissione europea per supportare il Turismo. A partire dalla stesura di un' "Agenda per un turismo competitivo e sostenibile in Europa", presentata ad ottobre scorso durante il Forum del Turismo europeo tenutosi in Algarve, Portogallo, nella quale la Commissione ha stilato quelle che sono le priorità per attuare politiche di sviluppo nazionali per un Turismo più Sostenibile e allo stesso tempo più Competitivo, sul territorio europeo. Ianniello, inoltre ha ricordato alcuni importanti progetti messi in atto per creare già una rete di eccellenze in tutta Europa, che comunichino tra loro, favorendo uno scambio di best practices tra i quali: l'EDEN (European Destination of Excellence); l'ETC (il portale europeo del turismo); il progetto per sviluppare il turismo della terza età finalizzato ad incrementare così la destagionalizzazione e a favorire il turismo delle

persone meno agevolate.

Infine, l'On Costa ha ribadito la trasversalità del Turismo, e la necessità di andare ad operare con i mezzi legislativi proprio su ogni singolo aspetto che nel complesso poi compongono la voce Turismo. A parte alcuni aspetti sui quali la politica europea non riesce ad incidere direttamente, come per esempio il peso delle politiche energetiche internazionali (petrolio, energia) e la conseguente ripercussione che queste hanno poi nelle attività turistiche che siano i trasporti, come il ricettivo, piuttosto che la ristorazione, ci sono però alcuni settori, ha sottolineato Costa, sui quali è possibile "incidere" in maniera determinata, quali i trasporti stessi, l'ambiente, la sicurezza, la protezione dei consumatori, ecc.

Un esempio è la Black List delle compagnie aeree, che nata come scelta per la sicurezza, ha aumentato indiscutibilmente la qualità dei trasporti aerei, e soprattutto ha omologato questa qualità su tutto il territorio europeo.

Sono queste le "leve", ha concluso Costa, sulle quali l'Unione Europea deve continuare a lavorare.

Un secondo momento, è stata la conferenza stampa che Confturismo ha tenuto la mattina del 15, presso la sede di Confcommercio International, durante la quale è stata presentata alla stampa la nuova federazione FEDERVIAGGIO, nata in seno a Confturismo, che raggruppa i Tour Operator e le altre attività della filiera del turismo organizzato, che vanno dai trasporti ai GDS.

La manifestazione, inoltre, è un punto di riferimento anche per chi lavora nell'ambito del turismo verde e dell'agriturismo, grazie alla specializzazione che si è data fin dagli inizi, in questa importante nicchia di mercato.

› **"THERMALIA ITALIA" - 19° BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE - Napoli, 26/28 settembre 2008-07-23**

Presso la Mostra d'Oltremare si svolgerà la due giorni dedicata al turismo del benessere. Il giorno 27 si terrà il Workshop, a cui parteciperanno 102 Tour Operator internazionali, provenienti da 16 Paesi, interessati a promuovere l'offerta turistica italiana di questo specifico settore.

› **XII BORSA INTERNAZIONALE DEI LAGHI D'ITALIA - Brescia, 30 settembre/4 ottobre 2008**

ENIT collabora con Bresciatourism e Alitalia nella realizzazione di questo appuntamento dedicato al prodotto turistico lacuale italiano. Scopo dell'iniziativa è quello di commercializzare il prodotto "laghi e" e potenziare il flusso dei mercati esteri verso il nostro Paese.

Il 3 ottobre si terrà un Workshop con 50 Tour Operator provenienti da 15 Paesi europei.

› **B.T.S - 16 BORSA TURISMO SPORTIVO - Montecatini Terme, 16/17 ottobre 2008**

La manifestazione è rivolta alla promozione e commercializzazione delle varie tipologie del turismo sportivo, sia professionistico che amatoriale, ma anche del fitness, della qualità della vita e della vacanza. L'edizione di quest'anno avrà una particolare attenzione verso il cicloturismo, il trekking e l'escursionismo.

71 Tour Operator stranieri, provenienti da 19 paesi europei ed extraeuropei parteciperanno al Workshop che si svolgerà giorno 16.

Leggi Regionali

Regione Emilia - Romagna

Legge regionale n. 7 del 27 maggio 2008

Norme per la disciplina delle attività di animazione e di accompagnamento turistico

Bur Emilia Romagna n. 87 del 28 Maggio 2008

Regione Liguria

Legge regionale n. 15 del 6 giugno 2008

Incentivi alle piccole e medie imprese (PMI) per la qualificazione e lo sviluppo dell'offerta turistica

Bur Liguria n. 5 - 11 Giugno 2008

Legge regionale n. 13 del 6 giugno 2008

Norme dirette al miglioramento della fruizione delle spiagge libere e della sicurezza della balneazione

Bur Liguria n. 5 - 11 Giugno 2008

Regione Lombardia

Legge regionale n. 16 del 26 maggio 2008

Norme per la tutela e la regolamentazione dei campeggi e dei soggiorni didattico -educativi nel territorio della Regione Lombardia

Bur Lombardia 1 Supplemento ordinario al n. 22 del 30 Maggio 2008

Decreto dirigente unità organizzativa n. 6411 del 17 giugno 2008

Approvazione della modulistica relativa all'attività agrituristica ai sensi della lr 10/2007 e del regolamento di attuazione n. 4 del 2008

Bur Lombardia 2 Supplemento straordinario al n. 27 del 3 Luglio 2008

Regione Piemonte

Determinazione dirigenziale n. 217 del 12 giugno 2008

DLgs n. 198/2006. l. 215/1992 DPR 214/2000. Realizzazione del V obiettivo del programma regionale - VI bando. Elenco delle sedi degli sportelli individuati per la presentazione di servizi di assistenza e consulenza tecnica e manageriale a favore delle piccole imprese femminili a rischio di continuità aziendale. Approvazione nuovo elenco in sostituzione dell'allegato "A" alla determinazione n. 171 del 29.11.2007.

Bur Piemonte n. 25 del 19 Giugno 2008

Regione Sicilia

Circolare 28 maggio 2008

Professioni turistiche: guide legge regionale n. 8/2004 e decreto legislativo n. 206/2007

Bur Sicilia n. 28 del 20 Giugno 2008

AIMP entra in Federcongressi e URART Lazio

AIMP (Associazione italiana meeting planner – Professionisti dei convegni), aderente a Confuturismo, entra nel Comitato Esecutivo di Federcongressi.

Il presidente Aimp Carlo Gaeta, è stato nominato Vice Presidente della Federazione presieduta da Adolfo Parodi.

Inoltre, il 26 giugno 2008, presso la sede di Federalberghi Roma e Lazio, si è tenuta l'assemblea dell'URART - Unione Regionale tra le Imprese Turistiche e Ricettive del Lazio - che ha visto l'elezione del nuovo presidente Giuseppe Roscioli, carica ereditata da

Massimo Bettola, inoltre è stata deliberata l'annessione di AIMP delegazione del Lazio, in rappresentanza del comparto congressuale.

Le altre associazioni aderenti sono: Anav - Associazione Nazionale Autotrasporto Viaggiatori - sezione per il Lazio, Associazione Residences di Roma e Lazio, Faita - Federcamping - associazione complessi turistici ricettivi ariati aperti del Lazio, Federalberghi Lazio - Aglat - Associazione Generale laziale Alberghi e Turismo, Fiviet Lazio - Associazione laziale Imprese di Viaggi e Turismo, Fipe - Sib Lazio (sindacato italiano balneari).

In rappresentanza di AIMP sono state elette: Roberta Amicucci e Gianna Del Greco nell'esecutivo e come consiglieri in assemblea: Anna Ceraso, Roberto Mattera, Rosa Menghi, Maria Rosaria Fratini.

Ainud



Turismo nautico: giro di boa?

Il turismo nautico in Italia è ad un importante bivio o per meglio dire giro di boa, ce ne spiega i motivi Francesco Di Manno Presidente A.I.N.U.D. e vice-Presidente Federnautica, che già nel 2006

aveva sollevato il problema di un necessario cambiamento in previsione del ruolo sempre più importante che può giocare il Comparto Turistico Nautico.

Presidente ci può chiarire il panorama turistico nautico italiano in poche parole?

Fino ad oggi si sono considerate come turismo nautico tutte le attività legate alla vita del diportista e quindi si è accomunata l'attività di servizio per il diportista come la portualità dedicata a tutte le attività di piccola, media e grande impresa, di accoglienza turistico - nautica che sono cresciute in maniera esponenziale negli ultimi 15 anni. Oggi questo mondo fatto di aziende, imbarcazioni, natanti, agenzie e portualità turistico ricettiva stagionale sono da considerare una cosa a sé, sulla quale dobbiamo riflettere per favorire lo sviluppo e la crescita del mercato turistico.

Quindi, una cosa è infrastrutturare le coste con la portualità turistica del marina che permettono l'accoglienza del diportista, una cosa è il Comparto Turistico Nautico, che sin dalle origini, ormai trentennali, si consolida come settore di proposta turistica (charter) e aree particolarmente adatte proponendo programmi e itinerari che toccano i porti storici più suggestivi del nostro paese, i parchi naturali, gli arcipelaghi della nostra penisola. Aree dove si trovano piccole cittadine che spesso trovano una fonte economica attraverso il comparto. Il Comparto Turistico Nautico, quindi, può cominciare ad essere considerato un'offerta e un mercato a sé, con tutte le connessioni agli altri settori commerciali e produttivi.

Perché questo distingue?

Perché i numeri del Comparto Turistico Nautico cominciano ad essere interessanti e sono altrettanto importanti dell'offerta e della realizzazione di infrastrutture portuali per il

diportista.

Riferendoci solo alle imbarcazioni in locazione ufficialmente proposte su di un mercato internazionale dalle compagnie di charter che sono regolarmente iscritte e censite, ci risultano oltre 3.500 unità in esercizio dai 10 ai 16 metri. Oltre a ciò esiste una flotta crescente di imbarcazioni a noleggio, quindi con equipaggio, che ormai supera le 1.000 unità, nella fascia tra i 16 e i 24 metri. Intorno a questa base concreta di attività esistono almeno 800 agenzie che operano nella intermediazione del noleggio e della locazione. Se vogliamo considerare la portualità legata al turismo nautico, così come lo intendiamo noi possiamo ipotizzare che il 30% del traffico sui marina, specialmente nelle aree ad interesse turistico, è sviluppato da queste flotte. Oltre a questo la frequenza nei porti così detti storici, quindi pubblici, durante il periodo stagionale che va da aprile ad ottobre, sono fortemente vivacizzati da un continuo turn-over di queste imbarcazioni. Gli arcipelaghi, da aprile in poi, vengono sempre più frequentati da queste flotte che costituiscono la base per l'indotto creato dal turismo nautico. Non dimentichiamoci, poi, tutte le altre attività che sono promosse come turistico - nautiche e che riguardano o sport (wind surf, sub ecc.) o il semplice affitto (locazione) di natanti che caratterizzano ogni località di mare. Mi sembra che tutto questo sia sufficiente per individuare un mondo economico a sé per parlare di Comparto Turistico Nautico

Per questo lei parla di giro di boa, e cosa intende per giro di boa?

Semplicemente riuscire a sensibilizzare governo e regioni sui problemi che impediscono l'ulteriore sviluppo di questo comparto, la necessità di norme adeguate e regolamentazioni, la presa di coscienza da parte degli armatori che questo volano ha bisogno di essere tutelato, inquadrato, regolamentato e promosso. Chiedere questo sforzo intellettuale e culturale per immaginare un prossimo futuro ed organizzare in maniera coerente le aziende e il settore in se stesso, con strumenti adeguati che siano normativi e non.

Quali sono, secondo lei i rischi di non considerare in tempo questo fenomeno e questo comparto?

I rischi sono già evidenti nonostante il coraggio dei nostri imprenditori e di tutti gli operatori turistico - nautici della sperimentata competitività di chi opera in questo comparto, non ci sono possibilità di

sviluppo se non spontaneo e occasionale, ci sono grandi lacune normative, ma ancor peggio c'è una presa di coscienza troppo lenta del fenomeno produttivo che impedisce l'attuazione di tutti quei passi necessari per crescere. I nostri vicini "mediterranei" sono partiti prima di noi perché a loro mancava una cosa che in Italia c'era e si è ben sviluppata: una importante filiera produttiva e legata al diporto nautico (cantieristica). Su questo mercato e sullo sfruttamento in maniera razionale del turismo nautico, così come proposto da A.I.N.U.D., i nostri vicini hanno costruito altre realtà ben più importanti. Noi non possiamo rischiare che il fenomeno si continui a sviluppare per moto proprio rischiando di inflazionare una crescita disorganica che non rispetta le reali necessità di qualità e di servizi richiesti dal mercato. Vogliamo perpetrare il non riconoscimento della professionalità dei nostri addetti ai lavori in mare e a terra semplicemente perché non abbiamo pensato in maniera coerente a valorizzare le loro possibili capacità?

Ma questa estate potremo far charter con una certa tranquillità?

Come le ho già detto il nostro mercato non è solo ad altissimi livelli, ma è considerato dal cliente straniero sicuro, e quindi la vacanza in barca è una soluzione per godere a pieno il mare assistiti da personale che pur essendo più che competente attende un riconoscimento. Ma non c'è cosa migliore che essere ospiti di chi sul campo ha dimostrato che nonostante gli ostacoli quasi insormontabili che affronta quotidianamente riesce a mantenere alta la competitività con altri paesi del Mediterraneo. Il comparto esiste, le regole e gli aspetti contrattuali sono già stati profondamente attuati grazie al lavoro di A.I.N.U.D. in questi ultimi 25 anni, le norme non sono esaustive e i programmi non sono ancora chiari.

Perché la vacanza in barca? Ci parli di cifre.

Ormai è noto che la vacanza in barca è per tutti, e questo è il reale obiettivo del Comparto Turistico Nautico. L'offerta va dai natanti ai super mega yachts, di conseguenza corrisponde alle possibilità economiche di una fascia molto ampia di utenza. L'accoglienza di tipo turistico - nautico - alberghiero, cioè su tutte le imbarcazioni che sono predisposte con

cabine abitabili, va da un minimo di 50-60 euro al giorno a persona fino a cifre stratosferiche per i mega yachts. Quindi per un mercato reale e possibile, diversa la questione riguardante la possibilità di accoglienza di queste flotte e il costo del pernottamento ad un ormeggio organizzato. In questo caso siamo sicuramente fuori mercato per carenza di infrastrutture, e quindi questi prezzi elevati degli ormeggi non favoriscono l'incremento del settore turismo - nautico. Per il resto nonostante la grande valenza data dai nostri circuiti turistici - nautici costituiti da località turistiche rinomate, dalla grande cultura eno - gastronomica, la grande differenziazione del paesaggio che caratterizza un arcipelago italiano dall'altro. Sono tutti punti a favore che ci permettono di sopravvivere, ma cosa saranno le Isole Eolie o l'arcipelago della Maddalena tra dieci anni se non ci fermiamo un minuto e riflettiamo su cosa e come fare? Noi di Ainud - Federnautica siamo votati a questo e speriamo che altri ci seguano.



Assonat



ASSONAT
Associazione Nazionale
Approdi e Porti Turistici

Rinnovo delle cariche sociali

Si è svolta presso il marina di Porto Lotti (La Spezia) l'Assemblea dell'Assonat - Associazione Nazionale Approdi e Porti Turistici, aderente a Federnautica/Confurismo, per il rinnovo triennale delle cariche sociali.

È stato confermato per acclamazione quale Presidente l'Av. Luciano Serra ed eletti quali componenti del nuovo Consiglio Direttivo: Vice Presidenti Luigi Bonetti (Marina di Pescara) e Giuliano Valente (Marina di Nettuno); Consiglieri Francesco Baldassarri (Marina degli Aregai), Daniela Donadello (Porto Turistico di Jesolo) e Giacomo Pileri (Marina di Portorotondo).

Nell'occasione l'Assemblea ha altresì nominato per acclamazione Presidente Onorario dell'Associazione Gianbattista Borea D'Olmo per i suoi importanti e rilevanti contributi di esperienza e conoscenza dedicati alla portualità turistica.

"Sono molto soddisfatto di questa riconferma. La fiducia dimostrata - ha commentato Serra - è uno stimolo ulteriore per proseguire il lavoro di squadra.

Il Consiglio si presenta rinnovato e contemporaneamente all'insegna della continuità, a dimostrazione della forza e del dinamismo dell'Associazione.

Oltre alle tematiche storiche, quali la riduzione dei canoni, il rinnovo delle concessioni, l'applicazione dell'IVA al 10% per i servizi e l'approvazione di una legge quadro nazionale, hanno trovato particolare attenzione quelle attinenti lo sviluppo della portualità turistica nelle isole minori e quelle volte a ottenere una migliore fruibilità dei parchi marini.

La linea che perseguiremo sarà da un lato quella del dialogo e della più ampia collaborazione con le istituzioni per avviare quelle azioni necessarie per sostenere la crescita del comparto favorendo così importanti ricadute in termini di valore aggiunto (occupazione e turismo) e dall'altro di continuare il percorso di valorizzazione dell'attività della portualità turistica in tutte le sue componenti di filiera, dalla qualità alla professionalità e al rispetto dell'ambiente".

Arriva il primo centro italiano per la prenotazione on line interamente dedicato al settore del turismo all'aria aperta

Subito dopo il rinnovo a maggio dell'accordo quadro tra Faita FederCamping e Creatiweb Srl arriva il primo portale di booking on line dedicato al turismo all'aria aperta.

Il progetto è stato pensato e realizzato dalla Web Agency Torinese Creatiweb Srl, leader da anni nel settore del turismo all'aria aperta con i suoi portali. Il network campeggi.com, l'unico patrocinato dalla Faita FederCamping dal 2003, ha raggiunto nel 2007 oltre 4.000.000 di visitatori consacrando l'indiscussa leadership nel settore della promozione dei campeggi e villaggi Italiani sul Web. L'esigenza del booking on line nasce dalla valutazione del nuovo ruolo di internet e degli strumenti web in un settore che fino a poco tempo fa si avvaleva di mezzi di comunicazione prevalentemente cartacei e fieristici. Come è ben noto, internet è divenuto in breve lo strumento di ricerca primario, il contenitore d'informazioni per eccellenza, anche nel settore turistico. Oggi assistiamo però ad una nuova evoluzione: internet deve essere la risposta non solo durante il processo di ricerca di mete di vacanza, strutture e sistemazioni, ma durante tutte le fasi

di organizzazione del viaggio, dalla valutazione delle proposte alla scelta, dalla conferma al pagamento, fino alla generazione del voucher per il check-in. Queste considerazioni riflettono un processo già pienamente avviato nel settore delle strutture alberghiere. Esempio lampante sono portali come Expedia e Venere, che consentono agli utenti una selezione tra un'incredibile ventaglia di destinazioni e di hotel. Ora anche il mercato del turismo open air è maturo per il grande passo. I dati contenuti nel Rapporto sul turismo all'aria aperta 2007, redatto dal Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione turistica ed edito da Faita FederCamping, rivelano l'immagine di un settore che attraversa un periodo di stasi nella domanda. Ed è qui che si inserisce l'innovativo sistema del booking on line proprio per riportare il marchio Faita e la visibilità dei campeggi associati a contatto con le migliaia di potenziali clienti che Internet offre. Proprio questi motivi la CreatiWeb e la Faita hanno creato un nuovo centro di prenotazione in internet per campeggi e villaggi italiani. Il centro di prenotazioni sarà presentato inizialmente su www.campeggio.it e www.campingitalia.it. Successivamente sarà integrato su numerosi portali italiani ed esteri.

Eleonora Manfrini

Federalberghi



Estate 2008: -20% delle giornate di vacanza, lieve aumento dei vacanzieri, ma forte calo dei pernottamenti

22,8 milioni di italiani non andranno in vacanza (il 48,2 % della popolazione maggiorenne), di cui il 45% ha dichiarato esplicitamente per "motivi economici".

Sono i dati più eclatanti che di un'indagine realizzata dalla Federalberghi-Confuturismo con il supporto tecnico dell'Istituto DINAMICHE ed effettuata dal 7 all'11 luglio con il sistema CAT.I. (interviste telefoniche) ad un campione di 1.237 italiani maggiorenni rappresentativi di oltre 47 milioni di connazionali, che rientra nell'ambito del programma CHECK TURISMO 2008, varato dalla Federalberghi e da Confuturismo ad inizio estate per monitorare l'andamento del mercato.

"È una vera e propria crisi quella che il turismo italiano sta purtroppo vivendo in questi mesi, sulla scia di una recessione economica che ad ondate ripetute sta investendo tutti i principali Paesi del mondo". È l'amaro commento del Presidente della Federalberghi e di Confuturismo, Bernabò Bocca, (Vice Presidente Vicario della Confcommercio) alla lettura dei dati sul turismo presentati oggi. "I risultati dell'indagine, infatti, non lasciano dubbi interpretativi e la spaccatura netta tra italiani che possono permettersi alcuni giorni di vacanza e chi, invece, addirittura non potrà dormire nemmeno una notte fuori casa, lo dice lunga sulla crisi economica dell'Italia, che per quasi la metà è interamente dovuta a motivi di bilancio familiare.

"Inoltre, -prosegue Bocca- coloro che andranno in vacanza, per far fronte agli aumenti delle spese di viaggio dovute al rincaro del greggio e contenere i costi, pur con aumenti dei prezzi delle strutture alberghiere al di sotto del tasso d'inflazione (da gennaio a giugno +0,2% rispetto ad una inflazione del 3,3%), saranno costretti a tagliare di ben il 20% la durata delle ferie, determinando automaticamente un crollo annunciato di pernottamenti, che potrebbero risultare a fine estate pari ad 80 milioni (tra alberghiero ed extralberghiero) rispetto ai 100 milioni del 2007. "A ciò si aggiunga poi -afferma il Presidente di Federalberghi-Confuturismo- una forte diminuzione di statunitensi, giapponesi ed inglesi, che a causa dall'indebolimento consistente delle rispettive valute, penalizzerà non solo l'Italia ma l'intera area Euro.

"Di fronte ad una tale situazione -conclude Bocca- è ineludibile una riorganizzazione immediata della gestione del sistema turistico italiano, cominciando dalla reintroduzione di un Ministero delle Politiche del Turismo, iniziativa annunciata peraltro pochi giorni or sono dal Presidente del Consiglio, Silvio Berlusconi, che noi approviamo e auspichiamo, insieme con una rideterminazione delle aliquote Iva".

I risultati dell'indagine

Quanti in vacanza - Aumenta, seppur di poco, il numero di italiani che nel quadrimestre estivo (giugno-settembre) trascorreranno una breve vacanza fuori dalle proprie mura domestiche. Saranno infatti il 49,7% (rispetto al 47,3% dell'estate 2007) gli italiani maggiorenni che hanno già fatto o si apprestano a fare vacanze da giugno a settembre, dormendo almeno una notte fuori casa. Gli indecisi, sono ancora il 2%, equivalenti a circa 1 milione di persone. In numeri assoluti significa che 23,5 milioni

di italiani maggiorenni (rispetto agli oltre 22,4 milioni del 2007) dichiarano di aver già fatto o di accingersi a fare vacanze in estate.

Quanti non in vacanza – Coloro che rimarranno a casa questa estate saranno 22,8 milioni di italiani maggiorenni, rispetto ai 23,9 milioni dell'estate 2007.

I motivi per i quali così tanti italiani non si muoveranno di casa, saranno dovuti addirittura nel circa 45% dei casi a motivi economici. Il 18,1% enuncia motivi di salute, il 16,9% dichiara motivi familiari ed il 13,6% parla di impegni di lavoro.

Dove in vacanza – L'Italia si conferma la meta preferita dalla stragrande maggioranza degli italiani. Infatti il 73,4% (rispetto al 74,1% del 2007) rimarrà nei confini nazionali ed il 25,4% (rispetto al 23,8% del 2007) sceglierà mete estere, prediligendo le Capitali europee ed extra-europee.

Quanti giorni in vacanza – Qui si evidenziano le vere note dolenti dell'estate 2008. La durata complessiva delle vacanze estive registra un crollo impressionante rispetto al 2007 e si attesta sulle 12 notti fuori casa rispetto alle 15 notti dell'anno scorso. Da sottolineare come la percentuale dei turisti che faranno vacanze da 4 a 7 notti passa dal 20,7% del 2007 al 35,9% del 2008. La vacanza principale risulta anche essa in calo con il 2007 e si ferma ad 11 notti rispetto alle 12 notti del 2007.

La spesa stimata per questa vacanza estiva principale sarà di 861 Euro (rispetto agli 825 Euro del 2007) che determineranno un giro d'affari pari a 20,2 miliardi di Euro (rispetto ai 18,5 miliardi di Euro del 2007). Nel dettaglio, per la vacanza principale in Italia verranno spesi in media a persona 732 Euro rispetto ai 695 Euro del 2007. Per la vacanza oltreconfine la spesa media pro-capite si attesterà invece sui 1.235 Euro rispetto ai 1.212 Euro del 2007.

Tutti al mare (come al solito) – Nella generalità dei casi la vacanza estiva degli italiani sarà 'consumata' in località marine. Il 74,2% preferirà la spiaggia (rispetto al

75,4% del 2007) con il dettaglio che vede il 66,5% che sceglierà il mare della Penisola o delle due isole maggiori, mentre il 7,7% (rispetto al 7% del 2007) si riverserà nelle isole minori. Segue in classifica generale la montagna con il 16,2% delle preferenze (rispetto al 15,3% del 2007), e le località d'arte con il 2,7% (rispetto al 2,9% del 2007). Tenuta nelle località termali e lacuali dove si attesterà l'1,1% della domanda complessiva italiana.

I mesi più gettonati – Cambia molto anche nella scelta del periodo prescelto dagli italiani per trascorrere la vacanza principale nel quadrimestre estivo. Agosto perde appeal e scende dal 56,2% del 2007 al 50,5% delle preferenze. Segue in classifica luglio che sale al 26,2% di quest'anno rispetto al 23,1% del 2007. Quindi settembre raccoglie ben l'12,1% delle scelte rispetto al 11,1% del 2007. Chiude giugno che sale anch'esso attestandosi ad una quota di mercato del 9,7% rispetto al 7% del 2007.

Le regioni più gettonate – Sarà l'Emilia Romagna la regina dell'estate 2008.

Con il 12,8% di preferenze della quota di mercato di italiani, la regione adriatica distanzia la Sardegna ferma all'11,1% delle preferenze. Seguono la Toscana con il 10,8%, la Sicilia con il 9,4%, la Puglia con l'8%, la Calabria con il 7% ed il Trentino Alto Adige con il 6,5%.

Dove all'estero in vacanza – Dall'esame delle tipologie prescelte dagli italiani per le vacanze all'estero, assistiamo ad una crescita delle grandi capitali europee (41,8% rispetto al 30,7% del 2007), un lieve incremento dei mari tropicali (14,2% rispetto al 13,3% del 2007) ed un aumento prevedibile delle grandi capitali extraeuropee con New York in cima alla classifica (13,3% rispetto all'11,1% del 2007).

Dove dormire – Tra le tipologie di soggiorno, scelte dagli italiani per trascorrere le proprie vacanze estive, l'albergo rimane il leader incontrastato, pur perdendo un po' di clientela.

Il 33,3% lo sceglierà rispetto al 34,8% del 2007. Seguono, nell'ordine, l'appartamento in affitto con il 14,4% (14,5% nel 2007), la casa di proprietà con il 14% (13% nel 2007), la casa di parenti o amici con l'11,4% (8,8% nel 2007), il villaggio turistico con il 9% (9,4% nel 2007), i residence con il 5,9% (4,9% nel 2007), il campeggio con il 5% (6,6% nel 2007) e l'agriturismo con l'1,5% (1,3% nel 2007).

Fiavet



Intervista al Presidente nazionale Giuseppe Cassarà

1) Qual è la Sua valutazione sullo stato di salute delle agenzie di viaggio italiane, anche alla luce del loro ammodernamento e delle sollecitazioni ad adeguarsi al mercato on line?

Le agenzie di viaggio italiano, seppur fra mille difficoltà, godono di discreta salute. L'adeguamento rispetto alle nuove sollecitazioni del mercato è avvenuto in modo graduale. Le Agenzie di Viaggio, infatti, hanno superato la concorrenza del mercato on-line concentrando sempre di più l'attenzione sulla sicurezza del servizio erogato sulle aspettative del consumatore. Occorre sottolineare, piuttosto, come i principali problemi che si trovano ad affrontare oggi le Agenzie di Viaggio derivano dalle difficoltà oggettive nei rapporti con i vettori. Da una parte, infatti, il rapporto con alcune compagnie aeree low cost diventa sempre più complesso. Mi riferisco, ad esempio, al fatto che Ryanair, nonostante le facilitazioni di cui gode sul territorio italiano, ostacola pesantemente il lavoro degli agenti di viaggio che fino a prova contraria, invece, da sempre

contribuiscono alla determinazione della ricchezza nazionale. D'altra parte ci accingiamo ad affrontare un rinnovo contrattuale con Trenitalia che non sembra nascere sotto i migliori auspici.

2) Quali sono le proposte di intervento a sostegno del settore agenziale e dell'industria turistica in generale sottoposte al governo? Ritiene adeguata la soluzione del sottosegretario con delega al turismo?

Abbiamo da subito manifestato piena soddisfazione per la soluzione adottata dal nuovo governo di affidare ad un sottosegretariato la delega al turismo. Altrettanta soddisfazione abbiamo espresso per la nomina di Michela Vittoria Brambilla. Ci rassicura, soprattutto, il fatto che si tratta di una persona che conosce molto bene le esigenze delle imprese.

In un recente incontro con la stessa Brambilla, FIAVET ha manifestato la ferma necessità di un forte coordinamento centrale per le politiche turistiche in grado di orientare in modo incisivo la governance del settore. Il ritardo infrastrutturale italiano e la perdurante crisi Alitalia sono altri elementi che penalizzano gli operatori italiani nei confronti con i loro competitors europei.

Per quanto riguarda le Agenzie di Viaggio le azioni più urgenti si riferiscono alla necessità di armonizzare l'IVA rispetto ad altri paesi europei, oltre che una serie di misure per la semplificazione

amministrativa. Altrettanto importante, poi, sono tutte le nostre richieste a tutela e garanzia del turista. Mi riferisco a due iniziative che stiamo portando avanti con determinazione. La prima si riferisce alla proposta di estendere anche ai consumatori che acquistano servizi turistici on-line le tutele previste dal codice del consumo. La seconda riguarda l'istituzione di un fondo di garanzia per consentire agli acquirenti di biglietti aerei di avere il rimborso di ogni somma versata per biglietti aerei non utilizzati in caso di insolvenza o fallimento da parte del vettore aereo.

3) Qual è la valutazione del livello di efficienza dell'ENIT – Agenzia nazionale del turismo?

Per valutare il livello di operatività dell'ENIT occorre necessariamente considerare due fattori. Da una parte la scarsa dotazione finanziaria di cui l'Agenzia dispone e dall'altra il forte decentramento promozionale che le regioni hanno messo in atto. Comunque, nonostante la riforma, ritengo assolutamente fondamentale un ruolo più incisivo ed attivo delle categorie imprenditoriali di settore. L'ENIT, insomma, deve diventare il braccio operativo della politica per lo sviluppo del turismo nel nostro paese.

4) Qual è il livello di disponibilità della Federazione a collaborare con il Portale Italia per qualificare il servizio informativo a sostegno anche dell'industria turistica nazionale?

Fiavet ha sin dalle prime riunioni partecipato con entusiasmo alla realizzazione del Portale Italia ritenendolo uno strumento utile per promuovere il nostro brand sui mercati internazionali. Ci siamo resi subito conto, però, delle difficoltà che si sarebbero incontrate nel cercare una sintesi fra le diverse regioni. Non mi addento in inutili polemiche sullo stato attuale del Portale Italia. Mi preme solo sottolineare, infine, come FIAVET confermi il proprio intento di partecipare attivamente al progetto di un portale italiano a condizione che la promozione spetti al pubblico e la commercializzazione ai privati,

altrimenti si rischia di fare confusione fra ruoli ed obiettivi.

5) Ritiene che le regioni stiano producendo leggi armoniche e coordinate con le esigenze effettive del mondo agenziale e T.O.?

Purtroppo il mancato coordinamento legislativo nazionale sulle questioni del turismo è uno dei problemi più urgenti che il nostro governo deve affrontare. Nel nostro settore, infatti, le diverse legislazioni regionali presenti sono eterogenee anche rispetto ai più elementari contenuti di legge con il duplice effetto negativo di penalizzare, anziché, favorire imprenditori che operano in regioni diverse e disorientare i turisti.



Fipe



I Pubblici Esercizi danno il buon esempio per la raccolta differenziata a Napoli

Il fatto di aver già individuato come titolo "Nutrire il Pianeta" per il tema dell'alimentazione nell'Expo 2015 assegnata alla Fiera di Milano è indicativo di quanto sia importante la qualità del servizio offerto dalla ristorazione.

La manifestazione dai contenuti economico-commerciali approfondirà la corretta convivenza tra i temi dell'alimentazione e della salute, ma anche dell'ambiente. Infatti solo rispettando l'ambiente si può sperare di continuare ad aver cibo per una popolazione in crescita. È bene ricordare questo principio, perché l'ambiente, bene infungibile, è oggi oggetto di tante violenze, in primis l'inquinamento. Viviamo in un mondo diviso in due, da una parte quello che ha tutto, e che spreca anche tanto, dall'altra quello che, invece, gli manca il minimo indispensabile per la sopravvivenza.

Ben vengano quindi le manifestazioni e le iniziative che hanno l'obiettivo lodevole di approfondire temi di questa importanza, dove anche i Pubblici Esercizi hanno un ruolo

affatto marginale. In questo contesto si inserisce la campagna organizzata da Fipe "Sui rifiuti fai la differenza". Come federazione leader nel settore dei consumi fuori casa non abbiamo potuto soppesare su un'emergenza che trova in Napoli la sua punta massima, ma che rischia di dilagare velocemente in tante altre città. Partendo dalla città partenopea, dunque in collaborazione con l'Ascom di Napoli, alcuni pubblici esercizi, quelli più attenti alla qualità del servizio, hanno cominciato autonomamente a differenziare i rifiuti. Muniti anche solo di sacchi neri in attesa che l'Asia, l'Azienda comunale di Napoli per la raccolta dei rifiuti, distribuisca loro i bidoncini per differenziare la spazzatura, alcuni esercizi iscritti alla Fipe stanno già dando il buon esempio. Il bar del Lido Varca... d'Oro a Varcaturu (Na) distingue spontaneamente i contenitori dell'immondizia, anche se poi non si sa più che cosa succede al momento della raccolta. Anche il proprietario del famoso ristorante Umberto nel quartiere Chiaia di Napoli differenzia già plastica e vetro, ma è merito solo di una sua sensibilità personale, tanto che si fa carico persino di cercare la campana più vicina. Nello stesso quartiere la birreria Akuna Matata differenzia inutilmente tutto. C'è poi a Fuorigrotta il Babette, uno dei pub birreria più rinomati che da solo sta cercando di fare quel che può fra plastica e vetro. Una situazione che crea addirittura frustrazione ai titolari di bar pasticcerie come il Giuseppe Bellavia al Vomero e lo

Scaturicchio Armandò in centro città, che vivono il problema anche degli orari di raccolta, visto che i laboratori entro le 14 circa finiscono la loro attività e a quell'ora non possono depositare i residui del loro lavoro. E che dire del Bagno Elena a Posillipo? Come altri



otto stabilimenti balneari, ha richiesto all'Asia i bidoncini colorati che da due mesi sono fermi nei depositi e non vengono consegnati. Proibitissimo utilizzarne altri, perché non sono conformi per lo svuotamento automatico. E qui c'è pure la beffa, perché esiste un'ordinanza comunale del 3 giugno che subordina il rilascio dell'idoneità sanitaria a una serie di condizioni tra cui la raccolta differenziata. Il buon esempio dunque parte dai pubblici esercizi, affinché l'operazione di buona volontà si tramuti in ordinaria amministrazione per tutti quanti gli italiani a difesa del territorio, di quel territorio che è poi il luogo di produzione del cibo. Una volta la distanza tra aree di produzione e aree di consumo erano minime: l'orto di casa per i vegetali, il pollaio e la stalla per il resto e questo rapporto ha accompagnato la storia secolare dell'uomo.

Questa caratteristica oggi è completamente stravolta e le materie prime si trasferiscono con una facilità impressionante e così pure le abitudini alimentari della gente, grazie anche alla diffusione delle cucine etniche o di quelle italiane all'estero. La qualità alimentare è dunque importante se si vuole portare al successo un'attività. Studiare un'offerta che sappia anticipare la richiesta del consumatore è la chiave di volta. La domanda è in continuo mutamento per tante ragioni. Si scoprono le intolleranze alimentari, assistiamo ad un uso (spesso diventa un abuso) di conservanti, additivi, coloranti che hanno accresciuto la tossicità dei cibi, c'è una diseducazione del consumatore che vuole sempre primizie e non rispetta più la stagionalità dei prodotti, un aumento sproporzionato dei rifiuti e tante altre situazioni di difficoltà sulle quali è utile un momento di riflessione anche essa di qualificata.

In questo scenario è importante mantenere il ruolo dei Pubblici Esercizi, non solo come soggetto portatore della tradizione gastronomica di un territorio, ma anche di educazione verso stili alimentari, fatti di un giusto equilibrio degli ingredienti impiegati, oltre che di sbocco commerciale alle tante produzioni locali, ma soprattutto fonte di un turismo di grande qualità.

Lino Enrico Stoppani - Presidente FIPE

Sib

Decalogo per il turista in spiaggia

Obiettivo vacanze serene: per e-mail o SMS i clienti potranno segnalare problemi o suggerimenti

“La soddisfazione del cliente e la sicurezza sotto l'ombrellone o all'interno dello stabilimento balneare, (parcheggio, bar, parco-giochi, tavola calda o ristorante), sono importanti per gli imprenditori balneari”, afferma Riccardo Borgo, Presidente del S.I.B. Sindacato Italiano Balneari aderente a FIPE/Confcommercio, che associa circa 10.000 stabilimenti balneari. E saranno tanti quest'anno coloro i quali sceglieranno il mare per trascorrere le proprie vacanze: le previsioni dicono che circa il 75% dei turisti preferisce le spiagge italiane per trascorrere le ferie. “Ci siamo posti come obiettivo quello di far trascorrere vacanza serena ai nostri clienti” – continua Borgo – pertanto invitiamo a segnalare qualsiasi problema, motivo di insoddisfazione o anche solo per un suggerimento tramite e-mail: sib@fipe.it oppure per SMS al n. **380.7579024**

Prenderemo in considerazione tutte le segnalazioni, che saranno poi valutate ed

analizzate al fine di suggerire le opportune modifiche da adottare affinché il problema sia risolto. Questa iniziativa, giunta al quarto anno, è stata molto apprezzata specialmente dai turisti stranieri che numerosi ci hanno scritto anche solo per lodare i nostri litorali.

“Il turista trascorre la maggior parte della propria vacanza ospite delle nostre strutture - aggiunge Borgo - e quando sulla spiaggia si ritrovano milioni di persone il rispetto di regole elementari e la buona educazione costituiscono la condizione irrinunciabile per trascorrere e far trascorrere una vacanza serena”. Oggi, poi, negli stabilimenti balneari è possibile scegliere tra una molteplicità di servizi: rilassarsi leggendo un libro o praticare attività sportive, seguire corsi di ballo o navigare in Internet, si tratta di una serie di offerte che permettono di soddisfare le esigenze per tutte le età.

Ma sia in spiaggia, comodamente seduti sul lettino a prendere il sole, che quando si fa il bagno in mare, bisogna seguire un codice di comportamento non scritto, spesso dettato dal buon senso, per potersi rilassare e per garantire la propria e l'altrui incolumità.

Il S.I.B., ha redatto un decalogo con alcuni semplici 'suggerimenti', frutto dell'esperienza, che andrebbero seguiti proprio per non dover affrontare imprevisti e per poter ricordare la vacanza come un bel momento di svago e di divertimento.



Dieci consigli per le vacanze al mare

1. Depositare in cabina o negli spogliatoi i vostri oggetti personali e gli indumenti; non ammucciateli sulla spiaggia, né appendeteli agli ombrelloni.
2. Cercate di non ingombrare i corridoi ed i passaggi al mare. Si ricorda che i cinque metri nei pressi della battigia sono destinati esclusivamente al passaggio. Su questo tratto di spiaggia non si può né sostare né lasciare indumenti.
3. Collaborate con gli imprenditori balneari e seguite attentamente i loro suggerimenti. In caso di forte vento la bandiera gialla che sventola sul pennone significa che occorre chiudere l'ombrellone. Fatelo senza tentennamenti: ne va della vostra e dell'altrui incolumità.
4. Depositare carte e rifiuti negli appositi cestini e gettate le cicche nei portacenere, non sulla sabbia. Laddove è attivata la raccolta differenziata collaborate al suo buon risultato.
5. E' buona norma usare gli apparecchi radio solo con le cuffie o a volume basso, avere la suoneria del telefonino al minimo e conversare a bassa voce.
6. Rispettate gli orari di apertura e chiusura dello stabilimento balneare.
7. Non portate via sabbia o conchiglie come souvenir, con il tempo l'ecosistema marino potrebbe venire irrimediabilmente compromesso.
8. Non fate il bagno prima che siano trascorse almeno tre ore dall'ultimo pasto e, dopo una lunga esposizione al sole, entrate in acqua gradualmente. Comunque, e in modo particolare i bambini, fatelo nei pressi della postazione di salvataggio.
9. Non affrontate i pericoli del mare quando sul pennone è issata la bandiera rossa, non oltrepassate le boe di segnalazione del limite di balneazione, non forzate mai il fisico nuotando. L' imprudenza può mettere a rischio la vostra vita e quella dei soccorritori.
10. Giocate a palla o praticate altri giochi esclusivamente negli spazi allestiti appositamente.

Silb

La politica dell'eutanasia

C'era una volta l'Italia, il Paese con il più importante patrimonio artistico al mondo, la terra dei mari, dei laghi e delle montagne, la meta più ambita in Europa dal popolo delle vacanze. Loro, i turisti, arrivavano a milioni e milioni. Quell'Italia aveva una marcia in più chiamata turismo, volano economico di un benessere progressivo e collettivo, forza trainante di una crescita invidiata in un panorama invidiabile. C'era una volta, per l'appunto, perché oggi quell'Italia non c'è più. È stata cancellata, annientata da una politica irresponsabile che da una parte si presta ad acrobazie indecenti per salvare il carrozzone Alitalia, ma dall'altra prima violenta e poi ammazza centinaia e centinaia di piccole aziende, il vero cuore economico del Paese. È la politica dell'eutanasia, che per raggiungere i propri scopi non ha poi bisogno di molto, pelo sullo stomaco a parte: qualche divieto in più, qualche leggina ad hoc (quella sulla somministrazione è solamente l'ultima di una lunga serie), qualche nuovo balzello ed il gioco è fatto. Per niente difficile, basta aumentare i doveri ed ignorare i diritti. Risultato: in Europa, l'Italia

terra di turisti sognatori ed emozionati è stata superata da Spagna, Francia, Gran Bretagna e perfino dalla Germania; solamente la Grecia sta dietro a noi ma ormai abbiamo il suo fiato sul collo, è solo questione di tempo, non ce ne vorrà molto. E intanto noi imprenditori dobbiamo lottare di giorno in giorno per sopravvivere, perché l'Italia che fa scandalo non è quella della Parmalat, dei bond argentini e delle banche onnipotenti ed onnipresenti, ma quella che vuole offrire ad un turista una birra dopo le due di notte. Questa, secondo i nostri politici, è l'Italia da condannare. Ignobile ed insensato. Vorrà dire che ai nostri ospiti anziché un gin tonic offriamo la benzina (che da noi, ovviamente, è la più cara al mondo...) per andare in Spagna o in qualsiasi altro Paese che non abbia le sembianze, come sta accadendo da noi, di una zona militare. Vorrà dire che, come ultima e disperata ratio, chiederemo aiuto al Ministero del Turismo: ah, dimenticavo, da noi quel Ministero, guardacaso, è stato abolito qualche anno fa. Del resto non serviva a nessuno, a parte le oltre 500 mila aziende e quel qualche milione di famiglie che vivono di turismo. Molto meglio istituire il Ministero per il controllo del programma, no? C'era una volta l'Italia...

Renato Giacchetto - Presidente Silb-Fipe