



Il punto

del presidente FIPE

Lino Enrico Stoppani

Turismo e Ristorazione

Il tema del Turismo continua ad essere al centro della discussione, anche politica, non solo per l'imminenza del periodo estivo, ma anche perché è aumentata la consapevolezza delle sue enormi potenzialità di sviluppo, finora frenate da errori e distrazioni, anche da miopia organizzativa, oltre al fatto che per anni il Paese ha fatto affidamento e investimento su settori, come certa Industria, che gli epocali cambiamenti hanno mandato in crisi, lasciando eredità spesso pesanti sul fronte occupazionale ed ambientale.

Però, se da una parte l'Italia rimane tra i Paesi leader nella competizione turistica internazionale, dall'altra cresce ancora troppo lentamente nei risultati economici.

Infatti, alla crescita dei flussi turistici incoming, non corrisponde ancora un proporzionale aumento di entrate valutarie, a causa degli elementi di criticità del turismo nazionale, che ha fatto venir meno, nel periodo 2001-2015, oltre 38 miliardi di euro di possibili ricavi (fonte Centro Studi Fipe).

C'è bisogno di un profondo ripensamento del nostro modello di offerta, partendo con decisione e convinzione dall'integrazione dell'offerta, valorizzando i servizi che più caratterizzano il brand Italia, superando l'obsoleto concetto di un turismo italiano fondato soprattutto sulla ricettività e accessibilità. La forza del nostro turismo è, invece, nella diversificazione ed integrazione dell'offerta, in particolare con quei servizi che alzano il livello di soddisfazione del turista, favoriscono occasioni di consumo e spesa, generando ricchezza e posti di lavoro.

Per fare questo, vanno estese a tutte le categorie, e rese strutturali, le buone iniziative avviate dal Governo per lo sviluppo e la modernizzazione dell'offerta turistica, promuovendo le reti di impresa, affinando i meccanismi e potenziando le risorse del "tax credit" per chi investe in digitalizzazione

e riqualificazione, estendendo i benefici e le convenienze.

Va anche meglio regolato il mercato, per consentire al sistema imprenditoriale di operare in un contesto competitivo fondato sui principi di buona concorrenza, contrastando ed eliminando le tante forme di abusivismo che oggi lo dequalificano, soprattutto nel settore della ristorazione e dell'intrattenimento.

Anche la promozione va ripensata, sbloccandola dalla paralisi che la attanaglia anche per il rimpallo delle competenze, con una visione organica, che sappia cioè valorizzare i tanti veri punti di forza del turismo e del brand Italia, incominciando a dare primaria importanza al ruolo della ristorazione, che le ricerche dimostrano essere prioritario fattore di attrazione, incominciando a favorire la partecipazione delle nostre imprese alla ristorazione nei musei con la semplificazione delle procedure di gara.

Il binomio cibo/cultura ha grandi potenzialità per arricchire di contenuti esperienziali la fruizione dei beni culturali del nostro Paese, che però si può fare solo con la rappresentazione di un'offerta legata al territorio e orientata alla qualità.

Anche il rapporto centri storici/turismo è un filone su cui va concentrata attenzione, anche valorizzando e tutelando le attività commerciali che rafforzano l'identità e la vivibilità dei luoghi.

È un momento decisivo per recuperare le posizioni che ci competono, sfruttando la costante crescita della domanda turistica internazionale, ma anche il positivo nuovo interesse che si registra su questi temi, anche grazie ad un migliore approccio da parte della buona politica.

Ci vuole coraggio e visione, anche in scelte che migliorino il decoro e la sicurezza delle città, prerequisite inderogabile **per valorizzare il bello e il buono che abbiamo.**

Cordialmente