

## Assemblea

Federturismo, nel 2024  
+18% gli arrivi dall'estero — p.25

# Federturismo, nel 2024 +18% gli arrivi dall'estero

## Industria dell'ospitalità

Questa estate l'Italia  
in posizioni leader  
nell'area mediterranea

Lalli: «Monitorare i prezzi»  
Destro: «Settore trainante,  
migliorare l'uso dei fondi»

### Enrico Netti

Il 2024 come l'anno della svolta, della grandissima ripresa con il riavvicinamento ai valori pre pandemia. Per l'industria italiana del turismo un successo, un risultato raggiunto grazie all'incoming che ha registrato l'aumento del 18% degli arrivi dall'estero. «Lo dobbiamo all'importante domanda di mercati quali Francia, Germania e le Americhe e in particolare dell'America del Nord - ha detto Marina Lalli, presidente Federturismo nel suo intervento all'assemblea pubblica della Federazione -. Per quanto riguarda l'estate scorsa, luglio e agosto, abbiamo visto una positiva saturazione di tutte le strutture ricettive, e ad agosto l'Italia tra i competitor del Mediterraneo per le prenotazioni online si è guadagnata il secondo posto». La presidente ricorda anche l'allarme rincari che in estate è stato del 3,6% «sui costi di alloggio e di ristorazione. Un campanello d'allarme che ci deve vedere attenti perché ad agosto, mese molto popolato da un turismo domestico, riesce a fatica a stare al passo a percentuali di occupazione piena».

I lavori sono stati aperti dall'intervento di Leopoldo Destro, delegato del presidente Confindustria per i trasporti, la logistica e l'industria del turismo, che ha ricordato come il turismo sia «un giacimento che contri-

buisce alla crescita del Pil del Paese anche quando il settore manifatturiero soffre un po' e soprattutto fa lavorare una filiera importante: dire che vale 110 miliardi è limitativo perché l'industria della bellezza, del turismo e della cultura arriva addirittura a 600 miliardi».

Un tesoro, un patrimonio strategico in termini economici e occupazionali a cui si devono dedicare speciali attenzioni. «C'è bisogno di una interlocuzione forte con le istituzioni per indirizzare al meglio le risorse del Pnrr, dei contratti di sviluppo e dei contratti di filiera e sinergie che andranno sviluppate anche con il mondo dei trasporti - continua Destro -. Lavoreremo su tre aspetti fondamentali, su tre D: diversificazione del turismo e quindi anche nei tanti borghi della nostra penisola e nelle innumerevoli destinazioni del patrimonio Unesco, sulla destagionalizzazione e sulla digitalizzazione».

Se il turismo mondiale cresce, si stima che nel 2024 si supereranno i livelli pre pandemici con un incremento del 2% sul 2019, si deve affrontare la sfida attrattività che arriva da altri paesi tra cui Cina, India oltre agli stati della Penisola arabica. È

quanto è emerso nella tavola rotonda «Cooperazione internazionale, promozione e sviluppo» in cui sono intervenuti, oltre a Marina Lalli, Gianluca Caramanna (X Commissione Attività produttive, Commercio e turismo); Massimo Deandreis (direttore generale Srm); Ivana Jelinic (ad Enit); Emiliana Limosani (Chief commercial officer Ita Airways).

Si è ricordato che si è sviluppato un turismo di prodotto, dove le destinazioni competono tra loro, sviluppando eventi, tematizzando le proprie proposte e che l'Italia deve adeguarsi a queste trasformazioni. Servirebbe una cabina di regia in grado di coordinare il lavoro dei diversi stakeholder dell'industria italiana dell'ospitalità con tempi di re-

azione rapidissimi. Nel dibattito è emerso come sia fondamentale favorire la collaborazione pubblico-privato nella definizione di una strategia turistica per la promozione e commercializzazione della destinazione Italia.

Nel corso dei lavori si è ricordato che la bilancia dei pagamenti l'industria turistica segna un saldo positivo di 21 miliardi. E che è essenziale assicurare soluzioni di viaggio, ospitalità e ristorazione integrate anche verso destinazioni da sviluppare come i borghi minori. Un altro aspetto della moderna industria turistica è la cooperazione internazionale. Le alleanze tra operatori non solo ampliano le opportunità di business, ma migliorano anche la qualità del servizio offerto ai clienti e permettono di creare pacchetti integrati e promozioni incrociate, aumentando l'attrattiva delle destinazioni.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**MARINA LALLI**  
Presidente  
di Federturismo

