

L'editoriale

Le misure urgenti

La sfida del turismo: il primo a ripartire

Giuseppe Roma

L'istituzione del ministero per il Turismo costituisce una sorprendente novità venuta con il Governo Draghi. Risponde a un'esigenza molto sentita dai diversi settori che compongono questo importante segmento dell'economia italiana. Ma è anche un intervento di buon senso, atteso da tempo per presentare le bellezze d'Italia al mondo, con un'immagine coordinata e unitaria. Al di là della concreta organizzazione ministeriale, che prenderà il suo tempo e avrà bisogno di un periodo di rodaggio, è importante l'esplicita legittimazione del turismo come attività economica di primo piano, dopo decenni di indifferenza.

Quando, nel 1959, fu istituito

il ministero dello Spettacolo e del Turismo, il punto centrale del dibattito parlamentare verteva, già allora, su come dare coerenza alla meritoria azione degli Enti provinciali del turismo, che operavano sul territorio, e la promozione all'estero effettuata dall'Enit, che a quei tempi si chiamava Ente nazionale industrie turistiche. Poi la ventata referendaria per cancellare il finanziamento pubblico dei partiti, nel 1993, trascinò con sé diverse altre normative, abolendo fra l'altro i ministeri dell'Agricoltura e del Turismo, su richiesta di diverse Regioni.

Trasformato in dipartimento della Presidenza del Consiglio, ha galleggiato in un limbo, per approdare poi come direzione al ministero dei Beni Culturali.

La sfida del turismo: il primo a ripartire

Mario Draghi, presentando il programma, ha definito il turismo l'unica attività economica destinata sicuramente a riprendere una volta debellata la pandemia, riconoscendo implicitamente la rilevanza nell'economia globale del comparto dei viaggi e dell'accoglienza.

Ed è questo il punto da cui ripartire, tenendo comunque conto che il nuovo ministero per operare in maniera piena, pur senza escludere l'ormai consolidata vitalità dei diversi sistemi regionali, dovrebbe trovare un chiaro riferimento come funzione dello Stato centrale anche nella Costituzione, dove il turismo ora non compare. Si tratta, infatti, di una competenza residuale delle Regioni, ovvero di una materia che non risulta né di esclusiva attribuzione all'amministrazione centrale, né concorrente fra Stato e Regioni. Bisogna rendersi conto che operare in assenza di un chiarimento su questo punto, potrebbe rendere meno rapidi ed efficaci gli interventi, che invece sono di estrema urgenza.

Intanto bisogna operare tempestivamente per affrontare, con più

risorse e nuove idee, l'emergenza provocata da Covid-19. Il turismo è di gran lunga il comparto che ha perso più fatturato e occupazione. Interi settori sono completamente inattivi da un anno - come fiere e congressi, viaggi aziendali, trasporti urbani - il resto è colpito da una riduzione di attività compresa fra il 50 e il 70%, con una quota non marginale di alberghi, ristoranti e bar chiusi da mesi.

Almeno la metà di quell'8,3% di Pil nazionale perso nel 2020 va attribuito all'industria turistica, che dovrebbe essere compensata con risorse proporzionali alle perdite. Se le attività piccole hanno bisogno di un sostegno per



garantirsi un minimo vitale, andrebbero studiate misure in grado di rafforzare finanziariamente le imprese sane e competitive in modo che, quando i flussi turistici ripartiranno, possano presentare un'offerta rinnovata e di migliore qualità. Sarebbero utili provvedimenti come l'applicazione del credito d'imposta al 110% per riqualificare gli immobili a uso alberghiero, mutui agevolati a medio-lungo termine per investimenti sul digitale e servizi innovativi, sostegni a start up per promuovere nuovi prodotti turistici (sportivo, holiday working, borghi, itinerari slow, etc.).

Ma la finalità ultima del ministero è quella di valorizzare l'enorme potenziale turistico del nostro Paese, puntando ad aumentare il valore aggiunto e l'occupazione regolare, più che a far crescere il numero dei turisti. Per questo andrebbe maggiormente tutelata l'attività d'impresa evitando ogni forma di concorrenza sleale, come l'invasione degli affitti brevi. E poi bisogna promuovere i tanti straordinari luoghi d'attrazione ancora poco frequentati e forse poco conosciuti.

A Roma ad esempio sono circa 7,5 milioni i visitatori del Colosseo, ma poco più di trecentomila quelli del Museo nazionale Romano o di Ostia antica. Certo una prima visita non può che riguardare i monumenti più noti, ma è ormai significativa la presenza di viaggiatori alla ricerca di esperienze più profonde e interessanti, più autentiche e vissute.

Promuovendo lo straordinario patrimonio culturale e naturale meno battuto, si incentiva la seconda o terza visita. Il tema, infatti, è quello della fidelizzazione più che della destagionalizzazione o dell'allungamento delle permanenze medie.

Come da anni dicono i tour operator più scaltri, a Roma si va almeno una volta nella vita, a Londra almeno ogni anno. Occorrono quindi politiche e iniziative per una piena ripartenza, più che per la sola resilienza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA