



"Materiale didattico originale elaborato da Federica Dondini nell'ambito del Progetto BIENVENIDOS - fasc.21, finanziato dal Ministero del Lavoro a valere dell'avviso pubblico 1/2007".

## **Il turismo e il mercato del lavoro in Italia**

dell' arch. Federica Dondini

## IL TURISMO

Il turista è chi viaggia e visita luoghi a scopo di svago, conoscenza e istruzione.

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo ( *World Tourism Organization*, un dipartimento delle Nazioni Unite), il turista è chiunque viaggi in paesi diversi da quello in cui ha la sua residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano, per un periodo di almeno una notte e non superiore ad un anno e il cui scopo abituale sia diverso dall'esercizio di ogni attività remunerata all'interno del paese visitato. In questo termine sono inclusi coloro che viaggiano per: svago, riposo e vacanza; per visitare amici e parenti; per motivi di affari e professionali, per motivi di salute, religiosi/pellegrinaggio e altro.

### Premessa

Se si tiene presente la definizione appena fornita, è difficile assimilare il turismo moderno - comodo e di massa - ai grandi viaggi che venivano intrapresi fino al XVIII secolo: i pellegrinaggi medioevali o le esplorazioni iniziate nel XV secolo. Anche per questo, il grand tour non si spingeva generalmente più a sud di Napoli, fino a quando - ma siamo già nel XIX secolo - Stendhal scrisse e da allora molti lo seguirono, come per esempio Goethe, il cui *"Italienische Reise"* ("Viaggio in Italia"), pubblicato nel 1817, fu utilizzato dai viaggiatori di molti decenni successivi come una vera e propria guida turistica.

Si trattava ancora di viaggiatori d'élite. Ciò che oggi chiamiamo turismo - cioè il viaggio organizzato e di massa - ha una data di origine certa ed un inventore ben determinato: il 5 luglio 1841, Thomas Cook, sfruttando le nuove possibilità offerte dal treno, organizzò un viaggio di 11 miglia da Leicester a Loughborough: ben 570 persone vi parteciparono, al costo di uno scellino a testa. Il successo fu tale da spingere lo stesso Cook ad organizzare pacchetti turistici sempre più articolati, dando inizio all'industria turistica modernamente intesa.

Da questa data, il viaggiare è diventato sempre più "turismo" (cioè un viaggio organizzato prevalentemente da altri) e negli ultimi decenni il turismo è enormemente cresciuto grazie all'evoluzione e alla moltiplicazione dei mezzi di trasporto, all'incremento dei redditi nel mondo occidentale e, ultimamente, anche ai nuovi mass media che hanno cambiato l'accesso alle informazioni (es. internet, pubblicità, ecc.): tutti elementi che hanno indotto nelle società industrializzate e ricche nuovi bisogni di mobilità. I motivi che spingono le persone a viaggiare sono molto diversi: vacanze, studio, pellegrinaggi, cure, formazione, affari, attività culturali, ecc.

I termini *turista* e *turismo* sono stati usati ufficialmente per la prima volta nel 1937 alla Società delle Nazioni. Turismo fu definito come "*genti che viaggiano per periodi di oltre 24 ore*".

## Economia



Palazzo Ducale e il Campanile di Piazza San Marco a Venezia.

Con turismo si può intendere anche, a seconda del contesto, il settore industriale e commerciale che si occupa di fornire (vendere) servizi tangibili come trasporti (in aereo, treno, nave, pullman e così via), servizi di ospitalità (presso alberghi, pensioni, villaggi turistici), strutture ricettive e altri servizi correlati (guide turistiche; ingresso in musei, fiere, parchi naturali e altre attrazioni turistiche; servizi di assicurazione per il viaggiatore; servizi di ristorazione e intrattenimento; e via dicendo). A questo settore appartengono i fornitori ultimi di servizi e gli intermediatori come operatori turistici e agenzie turistiche. Si tratta di un settore economico estremamente ricco, che finanzia grandi manifestazioni (in Italia, si pensi alle fiere annuali della B.I.T. a Milano e del T.T.G. a Rimini) e il cui volume d'affari ha vissuto una crescita quasi costante dal dopoguerra in poi (con momenti di riflusso legati a contingenze internazionali come gli attentati dell'11 settembre 2001).

Il turismo è un' importante fonte di entrate per molti paesi del mondo e porta denaro alle casse dello stato attraverso la tassazione dei servizi correlati al turismo (per esempio le tasse di soggiorno o le tasse aeroportuali), oltre che indirettamente attraverso gli incassi dei fornitori di servizi. Recentemente, molte organizzazioni non governative hanno iniziato a occuparsi di turismo come mezzo per favorire lo sviluppo di nazioni povere; in genere, il turismo in questo contesto viene configurato come turismo responsabile (ovvero vincolato a requisiti di rispetto per l'ambiente e le culture locali). In questo contesto è nata la Carta sull'etica del turismo e dell'ambiente, che definisce il turismo come diritto dell'uomo e importante strumento di pace e di giustizia sociale.

Secondo i dati 2006 della Farnesina, il settore turistico in Italia corrisponde al 12% del PIL e impiega 3 milioni di persone<sup>[1]</sup>

Negli ultimi anni il turismo ha potuto mostrare, soprattutto dopo la definitiva regolazione dei rapporti tra Stato e Regioni e dopo la recente riforma nazionale del comparto, la rilevanza fondamentale come attività economica di primaria importanza per molte Regioni italiane. Complesse dinamiche in atto nella società contemporanea mostrano come il mercato turistico non sia immune al processo di globalizzazione che, come ogni mercato, tende a caratterizzarsi sempre più con i propri modelli standardizzati, sia nell'offerta del "prodotto", che nelle forme organizzative. Assumono quindi primaria importanza aspetti legati alle diversità dei luoghi, alle specifiche se non uniche risorse territoriali che rischiano di veder scomparire le proprie peculiarità. Per meglio favorire l'offerta locale di un determinato "prodotto", negli ultimi anni gli attori interessati, sia pubblici che privati, hanno avviato processi di aggregazione territoriale (vedi Sistema Turistico Locale) che si propongono di utilizzare tali particolarità dell'offerta in risposta alle grandi reti della dimensione globale.

## Turismo responsabile



Turisti in fila all'ingresso dei Musei Vaticani.

La concezione del turismo responsabile si trova in qualche modo a opporsi al turismo tradizionale, che in genere pone l'enfasi sull'evasione e il relax del turista a scapito di una interazione culturalmente profonda e sostenibile con l'ambiente in senso ampio. Con riferimento a quest'ultimo atteggiamento, l'espressione "turista" viene in alcuni casi usata in senso dispregiativo, a intendere una persona che si reca in un determinato luogo senza sentire la necessità di porsi realmente in relazione con esso e coglierne lo spirito e la cultura.

Il fenomeno del turismo ha subito una notevole intensificazione negli ultimi decenni, fino a venire a rappresentare, insieme ai mass media come la televisione, una delle forme più importanti e diffuse di interazione interculturale. Fra i fattori determinanti nell'evoluzione e nella diffusione di questa pratica ci sono certamente i progressi tecnologici nei trasporti, ma anche certamente fattori economici (in particolare, il crescente divario economico fra paesi industrializzati e paesi in via di sviluppo ha costituito un importante propulsore del turismo internazionale) e, più recentemente, anche l'avvento di sistemi di comunicazione come Internet, che hanno in gran parte ridefinito la natura delle relazioni fra i turisti e i fornitori di servizi turistici.

## Turismo incoming

Per turismo incoming s'intende il turismo che svolge l'attività di ricevimento in arrivo in una determinata località.

Pertanto il turismo incoming spesso non è orientato direttamente al pubblico ma ai tour operator stranieri che hanno bisogno di servizi turistici quali trasporti, ristoranti alberghi e guide nelle zone da visitare.

Molti dei grandi tour operator italiani che si dedicano all'organizzazione per turismo diretto all'estero fanno anche attività di accoglienza e informazione. La maggior parte delle agenzie di viaggio incoming sono di ridotte dimensioni ed altamente

specializzate in una tipologia di clientela: studenti, clienti della terza età, individuale o per gruppi secondo nazionalità o lingua.

### **Last minute e low-cost**

La televisione e Internet svolgono attualmente un ruolo fondamentale nella comunicazione del turismo.

Grazie a sofisticate tecnologie, rispetto al passato oggi è molto più veloce ed agevole l'organizzazione di un viaggio. Esistono in rete portali predisposti per l'organizzazione di viaggi e la ricerca di servizi turistici. Negli ultimi anni ha avuto una forte crescita la vendita dei cosiddetti viaggi last minute, pacchetti di viaggio acquistati pochi giorni prima della partenza. Inoltre, lo sviluppo delle compagnie aeree low cost, nate all'inizio degli anni novanta, ha dato forte impulso ai viaggi di breve durata in ogni periodo dell'anno. L'introduzione dei voli low cost ha determinato una crescita complessiva del traffico aereo che si è basato soprattutto sullo sfruttamento degli aeroporti minori, ma ha anche generato forti critiche per il pesante impatto ambientale di questa nuova tipologia di turismo.

### **Turismo sostenibile**



Il mare di Pollica-Acciaroli: 1° posto tra le Bandiere Blu – 5 vele.

Non si può negare d'altra parte che il turismo di massa, quand'anche economicamente produttivo per le economie locali, possa diventare in alcuni casi problematico - una vera e propria forma di inquinamento umano - per i luoghi a cui si rivolge, tanto che i sindaci di alcune città cominciano a proporre forme di regolazione del numero giornaliero di visitatori ("numero chiuso").

In Europa questi problemi hanno reso più sensibili cittadini e amministratori verso un turismo rispettoso dell'ambiente e della bellezza dei paesaggi, definito turismo sostenibile. È soprattutto l'Unione Europea che ha attuato iniziative importanti. In primo luogo ha predisposto la Carta del turismo sostenibile alla quale stanno aderendo Comuni e Regioni.

La Carta è una dichiarazione di principi e linee guida per un turismo e un'organizzazione degli spazi turistici che rispetti e preservi l'ambiente e le risorse culturali dei luoghi. Queste azioni vanno inoltre nella direzione dell' "educazione" del

turista al rispetto e alla comprensione dei valori e delle tradizioni degli abitanti dei luoghi visitati e alla cura dell'ambiente locale.

Tra le regioni le prime che hanno aderito alla Carta sono quelle settentrionali (svedesi, danesi e finlandesi), seguite da Regioni francesi e spagnole. Una seconda iniziativa dell'Unione europea in materia di turismo sostenibile è la “Bandiera Blu” per le spiagge”. Ogni anno organizzazioni non governative (per esempio in Italia Legambiente) provvedono ad esaminare la qualità dell'acqua di balneazione di alcuni litorali nei rispettivi paesi.

Durante la stagione estiva i campioni di acqua vengono analizzati ogni due settimane e alle spiagge e ai porti con caratteristiche migliori (secondo i valori fissati dall'U.E.) viene conferita la “bandiera blu”. Se l'acqua è poco sopra il limite dei valori viene assegnata la “bandiera verde”; se la spiaggia è sotto i valori fissati ottiene la “bandiera rossa” e se invece le acque sono pericolose per la salute si assegna la “bandiera nera”. Questa iniziativa ha avuto molto successo presso i turisti e ha stimolato gli operatori turistici delle diverse località a migliorare la qualità delle acque, per attirare più visitatori o per non perderli.



La spiaggia di Ostuni: al 3° posto delle Bandiere Blu – 5 vele.

Sempre in Europa sono nati da alcuni anni gli ecomusei, un nuovo tipo di attrattiva turistica. In genere si sono sviluppati in aree di montagna e in villaggi rurali, dove sono stati approntati edifici che presentano attività economiche del passato (miniere, luoghi dove sono esposti gli attrezzi per la filatura dei tessuti o dei lavori in campagna...) e percorsi che attraversano antichi villaggi o aree naturali che permettono un'osservazione guidata di aspetti naturalistici (rocce, piante, animali...) o di percorsi con significato storico (antiche vie del trasporto del sale, sentieri "della resistenza" utilizzati dai partigiani che combattevano il nazismo e il fascismo, ecc.).

Tornando al fenomeno del sovraffollamento esso è particolarmente rilevante in Italia, dove la ricettività delle strutture urbanistiche antiche delle “*Città d'arte*” come Venezia o Firenze, o di altri centri minori come Assisi (che ad esempio ha una ricettività di circa 6 milioni di visitatori l'anno), è messa sempre più a dura prova dall'afflusso dei turisti.

Le ricadute di questi afflussi incontrollati sono particolarmente negative per la parte di popolazione residente non direttamente beneficiaria dell'economia turistica (cioè spesso la maggior parte di quella popolazione): l'aumento dei prezzi degli immobili e dei servizi pubblici (in particolare dei bar e ristoranti), della rumorosità, del traffico e del connesso inquinamento veicolare (sia a causa dei veicoli privati che dei grandi pullman) possono

produrre infatti un complessivo e crescente peggioramento della qualità della vita urbana dei centri interessati.



La città di Assisi, meta per molti turisti e/o pellegrini.

Nonostante il bassissimo impatto ambientale che hanno i campeggi e villaggi turistici in Italia, a fronte di moltiplicatori Keynesiani molto rilevanti per lo sviluppo della località e della regione, ad oggi ancora si trovano fortissimi ostacoli da parte delle amministrazioni locali influenzate pesantemente dalle lobby di immobilisti e costruttori. Inoltre a differenza di altri paesi europei, Francia e Spagna in testa, che hanno una decisa e chiara politica economica del turismo, in Italia non viene assolutamente considerato come strategico, ai fini dello sviluppo sostenibile, il turismo all'aria aperta offerto da campeggi e villaggi turistici.

Un ulteriore risvolto negativo per l'economia turistica, in particolare dell'industria vacanziera, è la cementificazione disordinata dei luoghi che tocca, come ad esempio le coste italiane, fenomeno peggiorato dall'abusivismo edilizio.

Ad oggi Legambiente-turismo sta certificando il marchio di qualità per campeggi, villaggi turistici e alberghi che si distinguono per la loro sensibilità ambientale. Una politica economica nazionale che privilegi il settore trainante della bilancia commerciale nazionale, il turismo, nella sua forma con meno esternalità negative, meno cemento e meno abusi edilizi ancora tarda a riconoscere il ruolo strategico dell'open air.

## **La geografia del turismo**











È una branca della geografia economica che studia le regioni in cui c'è una grande affluenza turistica.

L'economia turistica è determinante nella formazione del reddito di molti paesi ( come per la Grecia o la Tunisia ), per altri è una discreta fonte di guadagno ( come per Italia, Francia e Spagna ) mentre per altri rappresenta un deficit elevato ( Germania ). Il flusso turistico principale è quello tra paesi sviluppati, mentre il flusso turistico dai paesi ricchi verso il sud del mondo non rappresenta che il 15% del totale ( quello in verso opposto non supera il 10% ). L'area mediterranea dell'Europa è la destinazione più favorita a livello globale. Tra le regioni meno sviluppate, sono più favorite quelle vicine ai paesi più ricchi ( come l'area messicano-caraibica ). Secondo le statistiche dell'Eurostat la Spagna è stata la meta più ambita per arrivi turistici (270 milioni di notti trascorse in albergo dai turisti), seguita dall'Italia (247 milioni), dalla Germania (219 milioni) e dalla

Francia (204 milioni). C'è da dire che la Germania vanta un importante turismo congressuale e di lavoro, oltre che artistico e paesaggistico.

## Le regioni turistiche

Le regioni turistiche vengono definite come quei territori caratterizzati da un'offerta turistica; l'elemento turistico che collega e unisce tali regioni, e nello stesso tempo le distingue dalle altre, è quindi alla base dell'organizzazione di tali territori. Le aree turistiche dei paesi sviluppati possono essere localizzate sia in posizione periferica, sia in posizione centrale. Inoltre, rispetto al resto della regione, un'area turistica può avere un'economia separata oppure integrata. È separata quando non vi sono rapporti economici e funzionali con la regione, è invece collegata quando si sviluppano relazioni spaziali integrati con la regione.

Rank	Paese	UNWTO Regional Market	Arrivi turisti Internazionali (2009)	International tourist arrivals (2008)	International tourist arrivals (2007)	International tourist arrivals (2006)
1		Europe	74.2 million	79.2 million	80.9 million	77.9 million
2		North America	54.9 million	57.9 million	56.0 million	51.0 million
3		Europe	52.2 million	57.2 million	58.7 million	58.0 million
4		Asia	50.9 million	53.0 million	54.7 million	49.9 million
5		Europe	43.2 million	42.7 million	43.7 million	41.1 million
6		Europe	28.0 million	30.1 million	30.9 million	30.7 million
7		Europe	25.5 million	25.0 million	22.2 million	18.9 million
8		Europe	24.2 million	24.9 million	24.4 million	23.6 million
9		Asia	23.6 million	22.1 million	21.0 million	17.5 million
10		North America	21.5 million	22.6 million	21.4 million	21.4 million

## I viaggi individuali a forfait

Nella realtà odierna vi sono tre tipi di viaggi individuali a domanda.

- Pacchetti costruiti da Tour Operator: l'agenzia di viaggi svolge attività di intermediazione e offre consulenza nella scelta di altri servizi (escursioni, visite ecc.). Se il viaggiatore accetta il programma, dovrà porre due firme: la prima per aver accettato il regolamento; la seconda per aver approvato le clausole vessatorie.
- Viaggi formati dalla somma di servizi isolati: l'agenzia di viaggi svolge attività di intermediazione e consulenza nella scelta (trasporto + albergo + visita).
- Pacchetti ex-novo o a forfait: l'agenzia si comporta come un Tour Organizer, vendendo a un prezzo tutto compreso.

I viaggi a domanda sono anche detti su misura perché tutti i servizi compresi in esso sono studiati appositamente per chi lo richiede. Si tratta di un lavoro molto complesso che per questo motivo comporta un prezzo molto alto. È richiesto da pochi clienti, e inoltre il profitto che l'agenzia di viaggi può ricavarne è minimo, se confrontato con il lavoro che bisogna impiegarci. I richiedenti di viaggi su misura possono essere:

- le persone che viaggiano per affari: i quali compongono la clientela più importante.
- le persone amanti di servizi particolari: clienti facoltosi che desiderano viaggi particolari.

Oggi i viaggi a domanda sono predisposti soprattutto per i gruppi precostruiti, in quanto possono essere una possibilità vantaggiosa sia per il profitto immediato per l'agenzia, ma anche perché alcuni componenti potrebbero rimanere clienti. La richiesta per l'organizzazione di un viaggio può avvenire:

- direttamente: il cliente si reca in agenzia di viaggi;
- indirettamente: la richiesta parte da una corrispondente che non ha potuto assolvere alle richieste del cliente.



Il Palazzo Ducale di Urbino, meta di viaggi organizzati.

## **TURISMO IN ITALIA**

Il turismo è una delle attività più redditizie del Paese ( 12% del PIL totale ), grazie alle sue bellezze artistiche, storiche, archeologiche, naturalistiche e paesaggistiche. Nel corso degli anni '90 fino ai primi anni del nuovo millennio l'Italia aveva mantenuto saldo il quarto posto nella classifica internazionale degli arrivi stranieri, dopo Francia, Spagna e USA. Il 2004 ha segnato il "sorpasso" della Cina, facendoci slittare al quinto posto.

Nel 2009, veniva confermato il quinto posto tra i paesi più visitati nel mondo con 43,2 milioni di turisti in arrivo, una cifra in linea con gli anni precedenti 2008 e al 2007 (42,7, e 43,7 milioni di turisti). Inoltre nella classifica relativa agli introiti monetari, sempre del 2009, il nostro paese si confermava saldamente quarto con 40,2 milioni di dollari US, anche se con una flessione rispetto al 2008.

Parte apprezzabile dei turisti che attualmente visitano l'Italia è costituita da figli o da nipoti di emigranti (spesso definiti emigranti di seconda e terza generazione), provenienti spesso da paesi extra europei, come l'Argentina, il Brasile, gli Stati Uniti, il Canada e l'Australia.

### **Capacità ricettiva in Italia**

Riportiamo i dati emersi da uno studio dell'ISTAT condotto dal 2002 al 2005 sulla capacità ricettiva in Italia.

Tracciando un quadro generale, l'Italia è dotata di oltre 33.000 alberghi, dalle 5 stelle lusso a 1 stella; nel 2002, vi erano 33.411 alberghi, cresciuti in 3 anni di un centinaio di unità fino a toccare quota 33.527 nel 2005. Tali strutture, sempre al 2005, offrono 2.028.000 posti letto, distribuiti in 1.020.000 camere ( con prevalenza dunque di doppie e in minor misura triple ) e 1.003.000 bagni.

Oltre agli alberghi, esistono altre strutture ricettive: il villaggio turistico ed il campeggio spesso dotati di servizi di animazione in quanto pensati per ricevere più ospiti in una sola struttura rispetto invece agli hotel. I villaggi e i campeggi sono 2.411, ed offrono 1.344.000 posti letto.

Si segnalano, infine, 11.700 strutture di agriturismo con una capacità complessiva di 140.000 letti, 10.000 bed and breakfast (questi ultimi hanno avuto un tasso di crescita eccezionale, passando dai 4.000 del 2002 agli oltre 10.000 del 2005) con 53.000. Rientrano in quest'ultima categoria anche le case religiose, dove trovano alloggio molti turisti.

In totale, se si aggiungono anche gli alloggi in affitto, l'Italia al 2005 dispone di 130.000 strutture ricettive e 4.350.000 posti letto.

Di seguito, i dati si riferiscono ai vari tipi di alberghi, classificati per numero di stelle da 5 a 1.

## **Alberghi per categoria**

- 5 stelle e 5 stelle lusso

Nel 2005, in Italia erano presenti 232 alberghi a 5 stelle o di lusso. Tali strutture, classificate come le migliori per qualità e servizi nel Paese, offrono 43.150 posti letto distribuiti su 20.686 camere, dato che conferma la netta prevalenza delle camere doppie in questo tipo di esercizi alberghieri. I bagni sono di più rispetto alle camere, cioè 21.233.

- 4 stelle

I 4 stelle sono quasi 3.700, con 502.000 letti distribuiti in 247.000 camere.

- 3 stelle

I 3 stelle sono i più numerosi, rientrando nella media sia come servizi che come costi: sono 14.500, quasi metà di tutti gli alberghi d'Italia, 940.000 sono i posti e letto distribuiti in 483.000 camere.

- 2 stelle

I 2 stelle sono 5.000, con 116.000 posti letto.

- 1 stella

Gli alberghi ad una stella sono 2.000, con 157.000 posti letto.

Le stelle rappresentano un insieme di servizi garantiti dall'albergatore al turista; più servizi si offrono, maggiore è il numero di stelle che la struttura può ottenere. In Italia sono le regioni a dare la classificazione alberghiera in materia di turismo, quindi può capitare di trovare strutture con obblighi diversi magari distanti poche centinaia di metri.

## **Le regioni italiane più alberghiere**

Le quattro macro-aree geografiche italiane evidenziano come per numero di alberghi il Nord-Est (Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna) la faccia da protagonista assoluto con il 43,4% del totale, seguito dal Nord-Ovest (Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia) con il 19,5%, dal Centro (Toscana, Umbria, Marche, Lazio) col 18,9% e dal Sud ed Isole (Abruzzo, Molise, Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia, Sardegna) col 18,2%. Quanto ai posti letto il Nord-Est ne ha il 37,5%, il Sud ed Isole il 25,5%, il Centro il 20,4% ed il Nord-Ovest il 16,6%. Quanto al numero di camere il Nord-Est ne ha il 38,8%, il Sud ed Isole il 24,1%, il Centro il 19,8% ed il Nord-Ovest il 17,4%. Sempre nell'ambito delle macro-aree nel Nord-Est il 32,7% degli alberghi hanno un'apertura stagionale, nel Sud ed Isole sono il 26,4%, nel Centro il 16% e nel Nord-Ovest l'11,2%, per un risultato nazionale che parla del 24,2% di alberghi stagionali, pari ad oltre 8 mila alberghi rispetto agli oltre 25 mila con apertura annuale.

## La tassa di soggiorno

Introdotta dal Decreto sul fisco comunale del 2010, la tassa di soggiorno servirà principalmente ai comuni per “rimpinguare” le casse, ma non tutti sono favorevoli alla sua attuazione, a cominciare dalle categorie di settore: albergatori e tour operator. Ora, il loro coinvolgimento, promosso dal ministro del Turismo, porterà a modifiche per incentivare comunque i turisti a visitare l'Italia.

L'importo della tassa di soggiorno non è stato ancora definito nel dettaglio, ma dalla Lega Nord, promotore dell'iniziativa, subito approvata dall'Anci (Associazione nazionale dei Comuni italiani), è stato proposto di richiedere ai turisti che visiteranno le nostre bellissime città d'arte 5 euro massimo per ogni notte in albergo trascorsa nei Capoluoghi e nei Comuni a vocazione turistica del Bel Paese.

La tassa di soggiorno avrà tuttavia costi differenziati a seconda della tipologia del turista; se si tratta di scolaresche, di anziani o di famiglie essa avrà un costo inferiore, rispetto a quella che pagheranno i gruppi di amici o i viaggi organizzati. Il costo si differenzierà anche in base al periodo dell'anno del soggiorno e alla categoria di struttura di struttura ricettiva in cui si desidera pernottare.

La notizia della tassa di soggiorno ha mandato in “fibrillazione” i Tour Operator ricettivisti italiani e i loro clienti-referenti in tutta Europa. Le numerose lettere arrivate a Federviaggio-Confturismo da parte dei principali Tour Operator europei (attivi nella programmazione e nella vendita di destinazioni italiane) hanno tutte lo stesso tenore: preoccupazione per gli effetti delle possibili nuove imposte sui prezzi già contrattati e fissati per l'intero anno 2011; dissenso per le ulteriori difficoltà che si porranno nell'opera di convincimento dei consumatori locali a scegliere l'Italia come meta delle loro vacanze, a discapito di altre destinazioni con un migliore rapporto qualità/prezzo.

A ciò si aggiunga la valenza negativa che l'intera questione esercita sull'immagine dell'Italia turistica all'estero, mettendo in discussione la tradizione di ospitalità che il nostro Paese coltiva da sempre, lasciando, invece, trasparire quella di una economia in difficoltà.

Dal 1° gennaio 2011 solo Roma ha introdotto ufficialmente la tassa di soggiorno; il provvedimento prevede il pagamento da 1 a 3 euro, costo che varia in base al tipo di struttura scelta per dormire. Chi sceglierà un hotel a 4 o a 5 stelle pagherà 3 euro in più per ogni notte e il soggiorno non potrà durare più di 10 notti. Si pagheranno 2 euro alloggiando in hotel da 1 a 3 stelle, nei bed & breakfast e negli agriturismi e anche nelle case in affitto per brevi periodi; mentre la tassa di soggiorno sarà di 1 euro a notte in più solo per chi deciderà di pernottare in campeggio, anche se non potrà soggiornare nello stesso posto per più di 5 giorni. Negli ostelli della gioventù della Capitale tale tassa non sarà applicata. Un emendamento al testo originario ha introdotto l'esenzione di tale tassa anche per i bambini sotto i 10 anni. Infine il pagamento della tassa di soggiorno riguarderà anche gli stabilimenti balneari di Ostia e i tour, sui bus turistici e sui battelli sul Tevere per i non residenti.

Secondo le valutazioni del Campidoglio, la tassa di soggiorno permetterebbe di incassare 82 milioni di euro, risorse già formalmente quantificate e inserite nella manovra di bilancio previsionale 2011.

## L'articolo del Sole 24 ore



I soggiorni nella Capitale dal 2011 saranno più cari.

A proposito della nuova tassa entrata in vigore, si riporta gran parte di un articolo del "Sole 24 ore", apparso il 5 gennaio 2011 di Elysa Razzino: "i turisti non sono contenti, gli albergatori sono furibondi. La nuova tassa di soggiorno a Roma, imposta dal 1° gennaio per contribuire ai costi di manutenzione della capitale, non piace granché neppure ai media inglesi. La tassa "smorza il clima festivo" titola il Guardian, mentre il Telegraph fa notare che lo stesso giorno dell'introduzione della controversa tassa di soggiorno sono anche stati aumentati i prezzi dei biglietti dei musei per i non residenti"...

..."Se Roma fosse una città pulita e ordinata, si potrebbe anche far pagare la tassa. Ma...": lo sfogo di Franco Severino, proprietario di un hotel nella zona di Campo de' Fiori, è raccolto dal Guardian, che non manca di descrivere la piazza intasata di auto e furgoni in sosta vietata, senza l'ombra di una multa o di un vigile.

La tassa varia a seconda della sistemazione"... "Sono esclusi i bambini fino a 10 anni. Ma per chi ha bambini dai 10 anni in su, osserva il Guardian, "la tassa potrebbe aggiungere un importo significativo al costo di una vacanza familiare".

Per una famiglia con due bambini, di 11 e 13 anni, una settimana a Roma in un hotel a quattro o cinque stelle costa ormai 84 euro in più. Il Guardian racconta la sorpresa di un turista proveniente dall'India, che non ha mai visto niente del genere né in Europa né in Asia. Una turista americana, viaggiando in Usa o in Canada, è abituata a tasse del genere. "Ma, afferma, penso lo stesso che sia ridicolo. Non si sa mai quanto si paga alla fine".

Giuseppe Roscioli, presidente di Federalberghi della capitale, fa notare che i turisti non sono contenti, in particolare quelli italiani.

È nelle cronache il fatto che turisti italiani si sono rifiutati di pagare la tassa. L'associazione dei tour operator europei, prosegue il Guardian, ha criticato il modo in cui la tassa è prelevata: chi paga in anticipo all'agenzia di viaggi o al tour operator scopre di dovere pagare questo extra al check-out all'hotel, "magari rimanendo senza contanti per le spese della giornata". L'associazione ha criticato anche il fatto che siano esentati le guide turistiche e gli autisti di pullman.

Il consiglio comunale prevede di incassare con la tassa 82 milioni di euro all'anno, che, nota il Guardian, serviranno proprio a cercare di rendere Roma quella sorta di città "pulita

e ordinata” di cui parla Severino. Il 5% sarà speso per promuovere Roma come destinazione turistica.

Sono circa 30 milioni i turisti che ogni anno visitano la capitale italiana. Giorgio Sansa, un tour operator di Roma, interpellato dal Telegraph, ritiene che la nuova tassa renda più difficile la competizione con paesi come la Spagna e la Grecia. “Non penso che la tassa faccia smettere alla gente di venire a Roma, ma poiché ora dobbiamo aggiungere la tassa al costo del tour, credo che molti gruppi sceglieranno invece altre destinazioni”.

### **Fattori che influenzano le scelte dei turisti stranieri**

Un sondaggio effettuato dai Dorsi regionali del Sole 24 ore evidenzia gli elementi che influenzano in positivo e in negativo le intenzioni di viaggio verso l'Italia. L'indagine, condotta raccogliendo le valutazioni delle associazioni di categoria, evidenzia una situazione di sostanziale incertezza, dovuta a molti fattori, quali il caro greggio, che sta provocando un innalzamento dei costi relativi ai trasporti (alcune compagnie low cost hanno ritoccato verso l'alto le tariffe), la forza dell'Euro, che ha spinto in alto i prezzi soprattutto per gli stranieri in visita nel nostro paese e la stagnazione economica globale, che provoca un rallentamento delle spese turistiche.

In generale il livello dei prezzi è ritenuto piuttosto alto da parte dei turisti stranieri, che considerano l'Italia cara rispetto a “competitor” quali la Spagna, la Turchia o la Croazia. A questo si aggiunge la crisi dei rifiuti, la quale non ha certo aiutato l'immagine del paese, anche se è presto per capire se effettivamente provocherà una flessione dei flussi turistici in arrivo.

L'Italia può però contare su alcuni punti di forza, come la bellezza e la ricchezza del patrimonio artistico e culturale e l'alto livello dell'accoglienza, che costituiscono fattori di attrazione in grado di controbilanciare parzialmente i limiti dell'offerta e i problemi congiunturali.

Per quanto riguarda i principali mercati, per i turisti tedeschi la Spagna sarà anche quest'anno la principale meta, anche se si prevede un aumento rispetto al 2007 di arrivi in Italia.

La sterlina debole non dovrebbe avere grandi ripercussioni sulle scelte dei turisti d'oltre manica, che continueranno a scegliere l'Italia confermando sostanzialmente i dati del 2007, anche se la “tassa di soggiorno” non è stata accolta con favore, né dai tour operator, né dai giornali inglesi.

Più nebuloso invece il comportamento dei turisti francesi, che potrebbero venire influenzati anche dall'emergenza rifiuti, visto che la notizia ha avuto un notevole risalto sulla stampa nazionale.

## L'ESEMPIO ARGENTINO

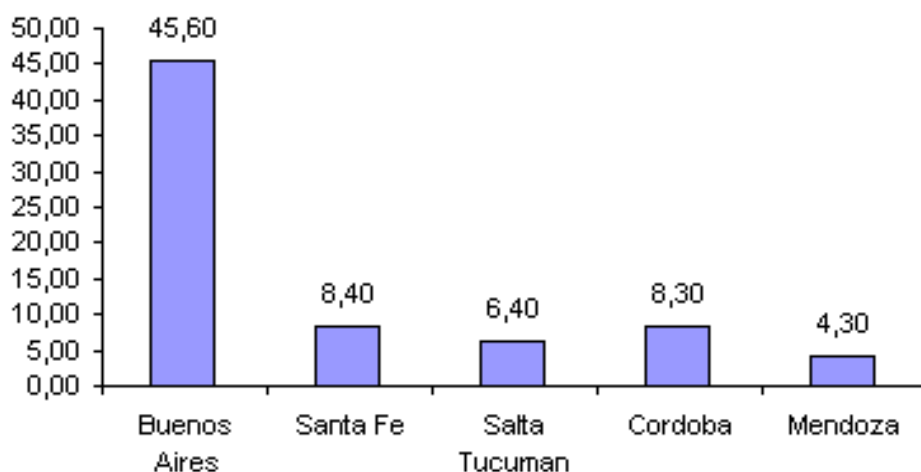
Secondo fonti ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo), nel 2004 il numero di turisti argentini all'estero è aumentato dell'1,2% rispetto al 2003. Gli stati confinanti si confermano come destinazioni turistiche preferite; tuttavia, le destinazioni europee sono in aumento, ed in particolare l'Italia occupa sempre una posizione rilevante, visto che è settima (seconda nel continente europeo solo dopo la Spagna).

Tale rapporto privilegiato è dovuto non solo dal fatto che nella Repubblica Federale vivono più di 1.300.000 italiani e si stima che più di 25 milioni di argentini abbiano almeno un antenato italiano (più del 60% dell'intera popolazione), ma anche perché molti aspetti della cultura italiana si ritrovano in quella argentina. Gli italiani in Argentina sono la comunità più numerosa delle Americhe e le regioni di provenienza degli immigrati italiani sono per lo più quelle del meridione d'Italia: al primo posto Calabria, seguita da Sicilia Campania e Molise.

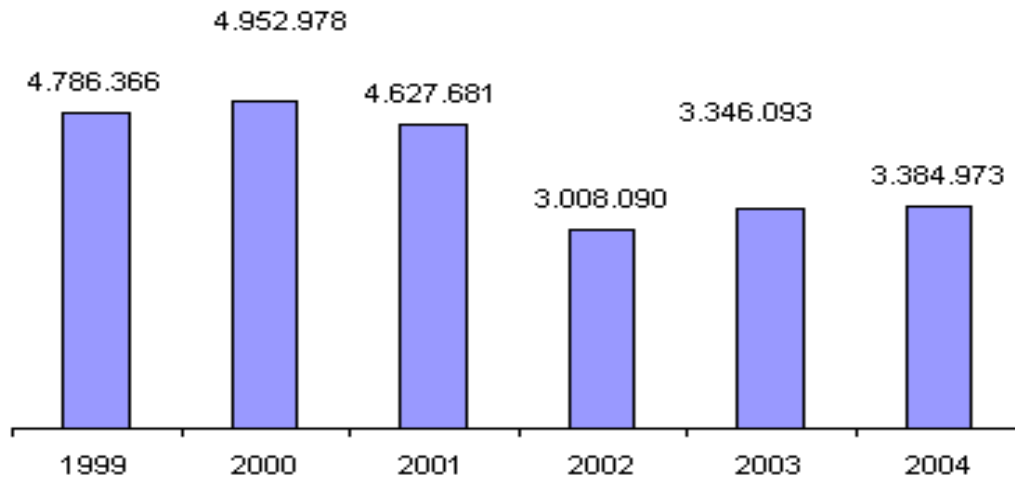
Un esempio per tutti ci viene da Marcelo Raul Alvarez, che (in un'intervista al "Corriere della Sera" di M. Jattoni Dall'Arsen) per sua stessa ammissione, pur non avendo neppure una goccia di sangue italiano in corpo è cresciuto nella nostra cultura, rimanendo in Argentina. Nella stessa intervista il famoso tenore, che dal 1995 si è trasferito nel nostro Paese e che da tre anni ha ottenuto la cittadinanza italiana, afferma: "In Argentina siamo tutti italiani e lo dimostra il fatto che gesticoliamo e parliamo spagnolo con accento italiano. Spesso mi chiedono se ho sofferto il cambiamento dall'Argentina all'Italia. Ma quale cambiamento l'Argentina è l'Italia. Per noi venire qui è come tornare dai nostri genitori. E' ritrovarsi nelle nostre abitudini: il pranzo della domenica in famiglia, l'uso di alcune espressioni, la familiarità di certe ricette. In fondo la Carrà lo diceva già molti anni fa: l'Argentina è qui!"

## I bacini del turismo argentino

Aree geografiche più importanti per percentuale di abitanti



## Numero totale di turisti argentini in viaggio all'estero



Nota: il calo 2001/2002 è dovuto alla svalutazione del Peso Argentino rispetto al Dollaro degli Stati Uniti; nonostante questa situazione, negli anni seguenti, si è assistito ad una ripresa del turismo argentino verso l'estero.

Fonte: SECTUR (Secretaria del Turismo de la Nacion)

Dopo la crisi del 2001-2002, i principali indicatori economici hanno confermato la costante prosecuzione del processo di ripresa dell'economia argentina. Il buon andamento dell'economia è stato favorito da una combinazione di fattori positivi: la svalutazione del peso, la quale ha reso particolarmente competitiva la produzione nazionale; la favorevole congiuntura dei mercati internazionali e delle esportazioni di alcune materie prime (soprattutto petrolio e soia); una rigorosa disciplina fiscale.

Fonte: T. Di Giacomantonio, Analisi del mercato turistico, 2007

### Analisi della domanda

Il turista argentino che si reca in Italia appartiene ad un segmento socio-economico medio-alto / alto, con un livello culturale elevato.

Il turismo è così diviso per fasce d'età:

- 13-19 anni: turismo scolastico;
- 20-30 anni: turismo culturale, vacanza attiva;
- 30-50 anni: turismo culturale, turismo relax, turismo etnico-religioso, turismo enogastronomico, collegato a viaggi d'affari / lavoro / stage;
- oltre i 50 anni: turismo culturale, turismo relax, turismo etnico-religioso, turismo enogastronomico.

I prodotti turistici italiani preferiti sono:

i beni culturali (73%), l'offerta etnico-religiosa (15%), i soggiorni collegati a viaggi d'affari (7,5%), l'enogastronomia (2%), la vacanza attiva (1%), la vacanza relax (0,5%), i parchi e l'ambiente (0,5%) e le terme e i centri benessere (0,5%).

I turisti argentini si recano nel nostro paese tradizionalmente nei periodi marzo-aprile e giugno-ottobre.

Per quanto riguarda i viaggi d'affari, lavoro e stages, i soggiorni in Italia sono normalmente distribuiti lungo tutto l'anno, con flussi minori nei periodi gennaio-febbraio e luglio-agosto.

I viaggi scolastici (specialmente delle scuole italiane di Buenos Aires, Rosario, Cordoba e Mendoza) si concentrano nei mesi di gennaio e febbraio, periodo di vacanze scolastiche estive; mentre quelle invernali (2 settimane) si tengono nel mese di luglio.

Tra le fonti d'informazione maggiormente utilizzate dai turisti argentini si segnalano le agenzie di viaggio, le compagnie aeree ( in entrambi i casi anche tramite siti internet ) e le riviste specializzate.

### **Principali località italiane visitate da turisti argentini**

- Le principali città d'arte: Roma, Firenze e Venezia.

Di sicuro queste sono le città d'arte più visitate d'Italia; essendo noto internazionalmente l'amore per la lettura del popolo argentino (tanto che dal 23/04/2011 Buenos Aires sarà Capitale Unisco del Libro), queste righe non rappresentano una micro guida turistica, ma semplici spunti per scoprire il Bel Paese. Un unico consiglio: dotarsi di scarpe comode!



Scorcio di Roma dal Tevere.

Riguardo la città di Roma fondamentale è sapere di quanti giorni si dispone per visitarla. Se il soggiorno è di breve durata sicuramente non perderei i luoghi più conosciuti della città, come le innumerevoli piazze ( Navona, di Spagna, della Rotonda, di Trevi, San Pietro, Campidoglio, del Popolo, ecc.), oltre ai Fori Imperiali, al Colosseo, alla Basilica di San Pietro ed almeno 5/6 chiese che sono/contengono capolavori artistici degni dei più grandi musei mondiali (Santa Maria del Popolo, Sant'Agostino, San Luigi dei Francesi, Chiesa del Gesù, San Clemente, ecc.); queste ultime visitabili senza fare file enormi e senza l'obbligo del pagamento di biglietti.

Se, invece, la permanenza fosse di almeno 5 giorni, consiglierei di visitarla il più possibile a piedi, così da evitare il traffico, spesso caotico, ed apprezzare anche tanti luoghi splendidi, che si trovano a pochi passi dalle mete dei classici tour, spesso "saltati"; come Corso Vittorio Emanuele ( da cui si possono facilmente guardare l'Oratorio dei Filippini, la Chiesa di Sant'Andrea della Valle), via Giulia e via Margutta, l'Aventino ( per

ammirare la cupola di S.Pietro dalla serratura di un cancello, osservare il paesaggio dall'aranceto e, solo nei mesi estivi, dal roseto comunale) ed il Gianicolo (ove si trovano il Tempietto di San Pietro in Montorio e l'Orto Botanico). Da non perdere anche le tante piccole chiese (Sant'Andrea al Quirinale, Sant'Andrea delle Fratte, San Carlo alle Quattro Fontane, Sant'Ivo alla Sapienza, Santa Prassede, Santa Pudenziana, ( per citarne qualcuna) e piazze (Sant'Ignazio, Santa Maria della Pace, Farnese, Santa Maria in Trastevere, della Minerva, ecc.) che sono sparse per il centro di Roma, veri gioielli architettonici ed artistici.

Riguardo ai musei consiglieri la visione dei più famosi ( Vaticani, Capitolini, Villa Borghese, Villa Giulia), senza tralasciare quelli "minori" (es. Palazzo Doria-Pamphili, Villa La Farnesina, Palazzo Altemps, l'Ara Pacis, ecc.) e quelli recente apertura (MACRO, MAXXI). Infine, per non dilungarmi troppo, consiglieri di concedervi una passeggiata lungo almeno un ponte sul Tevere (Ponte Sisto, Ponte Sant'Angelo, Ponte Cestio, Ponte Milvio, ecc.), e una visita al quartiere E.U.R. (Esposizione Universale Romana 1942) dove ci sono gradevoli esempi di architettura fascista, mescolati ad alcuni dei pochi grattacieli romani.



Ponte Vecchio e l'Arno visti dal Ponte di Santa Trinita.

Firenze è una città di dimensioni contenute, ma immensa dal punto di vista artistico,. muoversi a piedi è obbligatorio; tutto è vicino, basta avere il tempo per visitare chiese, musei, edifici e piazze. I tesori in questa città sono disseminati dietro ogni angolo del centro; quattro chiese, bellissime e da visitare assolutamente, delimitano i 4 punti cardinali da cui si può partire alla loro scoperta (Santa Croce ad est, San Marco a nord, Santa Croce ad Ovest e Santa Maria del Carmine a sud). Fulcro della città è l'area compresa tra il Duomo, la chiesa di San Lorenzo e Piazza della Signoria, dove trovano ubicazione il Bargello, la casa di Dante Alighieri, Palazzo Vecchio e Orsanmichele. Anche il turista più svogliato non potrà perdersi l'occasione di ammirare tanta arte tutta insieme; basterà entrare agli Uffizi per avere a "disposizione" Michelangelo, Piero della Francesca, Giotto, Botticelli, Raffaello, Leonardo da Vinci, solo per citarne qualcuno. Così come Tiziano, Canova, Tintoretto, Caravaggio, Rubens e molti altri maestri che attenderanno nel museo di Palazzo Pitti. A Firenze tutto è da vedere, i palazzi delle famiglie facoltose oggi trasformati in musei (Strozzi, Rucellai, Davanzati, Medici Riccardi, ecc), i giardini (come quello di Boboli e quello dei semplici) e i ponti sull'Arno (Ponte Vecchio e Ponte Santa Trinita).



La punta della Dogana con Santa Maria della Salute.

Anche la città di Venezia presenta attrattive facilmente visitabili a piedi. In genere tutti i turisti iniziano la visita della città da piazza San Marco, che (con la Basilica, il Campanile e il Palazzo Ducale) valgono di per se già il viaggio ed è uno dei luoghi più famosi al mondo. Sempre nel distretto San Marco si può trovare il teatro La Fenice e la contestatissima chiesa di San Moisè. Da questa zona della città si può ammirare la suggestiva chiesa di San Giorgio Maggiore (sull'omonima isola) e poi andare alla scoperta degli altri 5 antichi distretti amministrativi (sestrieri). Quello di San Polo e Santa Croce sono caratterizzati, tra i tanti monumenti, dal ponte di Rialto, dalla chiesa gotica di Santa Maria dei Frari, dalla Scuola Grande di San Rocco e dalla Ca' Pesaro. Il sestriere più grande della città è Castello, famoso per il Ponte dei Sospiri, la Riva degli Schiavoni e l'Arsenale (sede di una parte della Biennale). Assolutamente imperdibile è una gita lungo il Canal Grande (a bordo o di un battello o di una gondola), così da ammirare le magnifiche chiese (Santa Maria della Salute, San Samuele, San Geremia, San Marcuola) e palazzi (Grassi, Rezzonico, Corner Spinelli, Peggy Guggenheim, Ca' Giustinian, Ca' d'Oro, ecc.) che vi si affacciano. Se resta tempo sono caratteristiche, e molto apprezzate dai turisti, le isole della Laguna, come la Giudecca, Torcello, Murano e Burano.

- Le città d'arte minori: Siena, San Gimignano, Ravenna, Verona, ecc, ecc.

Il Veneto è una delle regioni del nord Italia più visitate dai turisti. Ciò grazie al connubio tra bellezze artistiche e naturalistiche. Le città d'arte come Verona, Padova e Vicenza, anche grazie alla vicinanza con Venezia, sono sempre apprezzate e anche il Lago di Garda è una meta eccellente per godere di uno splendido scenario.

Le regioni dell'Italia centrale offrono ai turisti bei paesaggi e città ricche di cultura e storia, di pregevoli chiese, torri e palazzi.

L'Emilia-Romagna presenta città ricche d'arte, come Bologna, Modena, Ravenna, Ferrara, Parma, ecc., dove poter godere dei prodotti tipici alimentari italiani più famosi nel mondo (parmigiano, tortellini, prosciutto, ecc.).

In Toscana, tra grandi e piccole città, si conservano alcuni dei più importanti tesori artistici d'Italia; ci sono Siena, Pisa, Lucca, Cortona, Arezzo, ecc., ma anche paesini medievali splendidi come San Gimignano (con le sue famose torri) o Pienza un gioiello architettonico rinascimentale.



Veduta di Piazza del Campo a Siena.

L'Umbria, considerata da molti una "piccola Toscana", è una regione caratterizzata da città belle come gemme (Assisi, Perugia, Orvieto, Spoleto, ecc.), dove prevale l'architettura romanica e da paesaggi naturalistici di grande fascino, tanto da essere considerata il "cuore verde d'Italia".

- Le località costiere: costiera amalfitana e sorrentina, Sicilia e Sardegna.

La costiera amalfitana, a sud di Napoli, svela paesaggi di incomparabile bellezza; è la zona più pittoresca e frequentata della Campania. Sorrento, Positano, Amalfi, proseguendo con Ravello, Strani e Minori, dove si possono ammirare panorami di singolare bellezza, oltre alla cucina tipica della regione e ad una fascia costiera con un mare incantevole; punto di riferimento per molti turisti, i quali considerano questo come uno degli itinerari più suggestivi d'Italia.



Il Duomo di Palermo, magnifica mescolanza di stili.

La Sicilia è meta di svariate tipologie di turisti; grazie alla sua fascia costiera con spiagge stupende (Taormina, tanto per citarne una), ai suoi arcipelaghi (Eolie, Egadi, Pelagie, oltre all'isola di Ustica), alle sue riserve naturali, alle catene montuose ricche di flora e fauna, all'Etna, ai siti archeologici e alle straordinarie città d'arte (Palermo, Catania, Siracusa, Messina, ecc.) non si può che avere l'imbarazzo della scelta. Ad ognuno la sua scelta, resa ancora più affascinante dal fatto che questa terra è un'intrigante miscela di lingue, abitudini e di tradizioni artistiche, culinarie ed architettoniche.



Il paesaggio dell'arcipelago di La Maddalena in Sardegna.

La Sardegna è famosa in tutto il mondo per il suo mare cristallino, le calle isolate, lunghe spiagge sabbiose e affascinanti grotte. La Costa smeralda si trova a nord-ovest è la più "gettonata", ma bellissima è anche la costa attorno al golfo di Orosei, un vero gioiello incontaminato.

### **Suggerimenti per mete turistiche**

Essendo l'Italia un paese molto vario sia naturalisticamente, che architettonicamente, mi permetto di suggerire ai turisti di non "fermarsi" solo alle principali città d'arte o ai luoghi più frequentati, ma di scoprire il nostro Paese nella sua totalità.

Tra i luoghi preferiti dai turisti argentini ad esempio non compaiono regioni come la Liguria, La Lombardia, il Piemonte, le Marche, per non parlare della Puglia, della Basilicata e della Calabria.



Castel del Monte, in Puglia, luogo amato da Federico II.

Ancora poco esplorata dal grande turismo, la Puglia vanta paesaggi di inestimabile bellezza, visitabili in ogni periodo dell'anno senza l'eccessivo affollamento tipico di altre zone. Il suo territorio, per gran parte costiero tra i mari Adriatico e Ionio, si presenta infatti ancora intatto e perfettamente conservato sotto l'aspetto naturalistico. Ovunque, la Puglia è conosciuta principalmente per i celebri trulli, caratteristiche abitazioni uniche al mondo e tutelate dal Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO (ci sono più di 40 luoghi italiani inseriti in questo elenco che potrebbe essere base di partenza per itinerari turistici). L'UNESCO li ha inseriti nella lista dei siti da tutelare nel 1996, insieme all'altro

monumento pugliese presente nell'elenco: Castel del Monte. Situato in località Andria, questa imponente fortezza a pianta ottagonale fu costruita nel XIII secolo per volere dell'Imperatore Federico II. Le sue origini e il suo antico scopo sono tuttora avvolti dal mistero, e ci si interroga ancora oggi se fosse un castello, un tempio oppure una specie di osservatorio, per l'assenza di elementi tipicamente militari e la presenza, invece, di numerosi riferimenti astronomici.



La bellissima facciata barocca della Chiesa di Santa Croce a Lecce.

Meritano di essere visitate anche la città di Lecce (e i suoi edifici in barocco leccese), Bari (con i castelli, il Duomo e la Basilica di San Nicola) Trani, Ruvo, ecc., senza parlare delle magnifiche spiagge, tra le quali spiccano Ostuni (3° tra le località italiane con Bandiera Blu – 5 vele) e Gallipoli, che non ha nulla da invidiare alle coste campane o agli scenari naturalistici delle isole nostrane.



Il mare cristallino e la sabbia bianca di Gallipoli.

## TURISMO ED OCCUPAZIONE

La “legge quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell'offerta turistica” (legge 17 maggio 1983 n.217) ha rappresentato il primo punto fondamentale per il riconoscimento ufficiale del settore turistico in Italia. Questa legge conteneva, infatti, per la prima volta una serie di norme generali, uguali in tutto il Paese, che costituivano l'ambito nel quale le Regioni avrebbero provveduto a regolamentare il turismo italiano. Così, a seguito della legge-quadro, numerose sono state le Regioni che hanno adeguato la propria normativa alle disposizioni nazionali. All'inizio del nuovo millennio, però, vi è stata una svolta fondamentale nella legislazione turistica italiana; nel 2001 è stata modificato il titolo V della Costituzione (legge costituzionale 18 ottobre 2001 n.3) e la legge 29 marzo 2001 n.135 di “riforma della legislazione nazionale del turismo” con relativa abrogazione della legge-quadro 217/1983 tramite decreto del 22 settembre 2002. La nuova legge costituzionale è significativa perché modifica profondamente il titolo V della Costituzione, relativo agli enti territoriali, assegnando alle Regioni la piena autonomia legislativa ed amministrativa in ambito turistico (il quale non rientra nelle 17 materie espressamente riservate alla potestà esclusiva statale). La legge n.135/2001 è altrettanto importante in quanto composta da 12 articoli che regolamentano gli ambiti di competenze, le imprese e le professioni turistiche, la realizzazione della Conferenza nazionale del turismo, la promozione dei diritti del turista, la creazione dei sistemi turistici locali, del fondo di co-finanziamento dell'offerta turistica, le semplificazioni per il rilascio delle autorizzazioni alle strutture ricettive e l'istituzione del fondo di rotazione per il prestito e il risparmio turistico.

### Lavoro e formazione

Tra i Paesi dell'Unione Europea, l'Italia si colloca all'ottavo posto in graduatoria per quota di occupati nel settore turistico sul totale (5%) con 1.200.000 unità.

A precederla Malta (8,4%), Spagna (7,2%), Grecia (6,9%), Cipro (6,7%), Portogallo, Austria e Irlanda ( tutte e tre con il 6,1% ). Con specifico riferimento al nostro Paese, la quota di occupati nel settore, tra il 2004 e il 2008, è aumentata di 0,4 punti percentuali: una tendenza che, però, non è uniforme su tutto il territorio nazionale. Mentre nelle zone dell'Italia centrale, infatti, l'incremento è stato più accentuato (+1%), grazie soprattutto all'apporto della Toscana (+1,9%), nel Nord- Est si è registrato un lieve calo (-0,1%). Tra le regioni in cui il peso occupazionale del turismo è aumentato maggiormente vi sono, oltre alla già citata Toscana, l'Abruzzo (+1,8%) e la Calabria (+1,3%)<sup>1</sup>. La sensazione che la macchina turistica italiana non sia inceppata in questa congiuntura di crisi è stata confermata anche in occasione della settima edizione di “Fare Turismo” (Salerno, 17-20 marzo): solo considerando il numero di colloqui effettuati, si è riscontrato un aumento rispetto all'edizione 2009 (450 in più) a parità di aziende ospiti.

Ciò non significa, però, che il sistema turistico nazionale sia privo di criticità: l'offerta è una realtà complessa, fatta di tante microimprese, di un numero esiguo di grandi catene alberghiere e con una struttura dell'intermediazione (tour operator e agenzie di viaggi) con una vocazione all'outgoing.

Altro aspetto migliorabile è quello retributivo, in quanto molte figure professionali (a parte una limitata fascia di management) non ricevono stipendi “accattivanti”. Inoltre, la stagionalità è ancora un fenomeno molto forte.

Non da ultimo resta il problema dell'assenza di un “ponte” efficiente tra mercato del lavoro e mondo della formazione come testimonia quanto emerso durante il “Quinto incontro dei presidenti dei corsi di laurea e dei direttori di master”, appuntamento ormai consolidato nell'ambito di Fare Turismo, volto a favorire il confronto costante e costruttivo con le organizzazioni di categoria sullo stato dell'arte dell'offerta formativa e degli sbocchi professionali, dei percorsi già attivati, oltre che della loro effettiva spendibilità sul mercato.

## **Verso un dialogo costruttivo**

Coinvolgere nelle docenze esperti esterni provenienti dal mondo delle professioni, impedire la fuga di cervelli verso l'estero e soprattutto creare un riferimento nazionale per i laureati in uscita, sono solo alcune delle linee guida emerse a Salerno.

L'importanza di una formazione professionalizzante per coloro che operano nel settore è stata evidenziata sia da Patrizia Diemoz, vicepresidente nazionale di FIAIP (Federazione italiana agenti immobiliari professionali), sia da Marcella Bagnasco, presidente di ANGT (Associazione nazionale guide turistiche). Questa ultima, in particolare si è soffermata sul Studio e lavoro: Fonte ISTAT - dati 2008.

Il disegno di legge in esame alla Camera, strutturato sulla base di un piano di formazione stilato dall'ANGT, per definire una regolamentazione condivisa a livello nazionale della professione della guida turistica, tenendo conto sia del suo carattere educativo sia della necessità che questa figura abbia una cultura vasta, un'ampia conoscenza delle lingue con il conseguente incremento delle capacità relazionali, nonché una forte padronanza delle tecniche di comunicazione e della conduzione di un gruppo. Controverso il problema del placement all'interno degli atenei che, secondo il responsabile dell'ISFOL (Istituto per lo sviluppo della formazione dei lavoratori) Pietro Taronna, non trova standard omogenei in tutte le facoltà, mentre per Rossana Bonadei, del corso di laurea in Progettazione e Gestione dei Sistemi turistici dell'Università degli Studi di Bergamo, oltre ai tutor (molto efficaci), si presentano buone le iniziative di Italia Lavoro Spa (ente strumentale del Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali per la promozione e per la gestione di azioni nel campo delle politiche del lavoro, dell'occupazione e dell'inclusione sociale), al fine di creare occasioni di dialogo tra i laureati e il mercato. Non poche perplessità ha suscitato tra i presidenti dei corsi di laurea l'idea di creare una “Scuola di alta formazione per il turismo” annunciata da Vincenzo Lombardi, consigliere di presidenza con delega al Mezzogiorno di Federturismo/Confindustria, una nuova realtà che dovrebbe fungere da collante con le aziende e che verrebbe costituita in provincia di Benevento con il supporto della École Hôtelière di Losanna. Tanti hanno rimarcato una spiccata evoluzione del sistema universitario non solo per quanto concerne l'ampliamento delle materie di insegnamento, ma anche per la sperimentazione di nuove strade che facilitino l'accesso al lavoro ai neolaureati. In alcuni casi sono le imprese a non riuscire a evolversi con la stessa velocità, rimanendo ancorate a stereotipi superati. Manuela De Carlo, direttore del Master in Tourism Management dell'Università IULM di Milano, dopo essersi soffermata sulla fase critica che sta attraversando il turismo, sia per il cambiamento della domanda e dell'offerta sia per la pressione competitiva che l'Italia sta subendo, ha evidenziato l'importanza di iniziative

concrete come l'inserimento di professionisti nella didattica, l'attivazione di progetti di ricerca applicata, l'organizzazione di Career Day.

## **La creazione e gli scopi del Comitato ministeriale**

Segnali concreti di un cambiamento nell'approccio al "problema occupazione" provengono dal Comitato ministeriale per la razionalizzazione della formazione turistica e promozione della cultura dell'ospitalità, istituito lo scorso anno dal Ministro del Turismo Brambilla, il cui operato è stato illustrato a chiusura delle quattro giornate. Nel moderare i lavori, Armando Peres, consigliere del Ministro, ha illustrato i presupposti che hanno determinato la scelta di istituire il neo-organismo, il cui scopo è quello di esaminare e comprendere quali sono i problemi e intervenire per rendere i percorsi più adeguati alle effettive esigenze del mercato, rimarcando il fatto che il settore turistico, più di altri, si evolve velocemente grazie alla multimedialità che ha cambiato le regole sia del lavoro sia del fare impresa.

Il Comitato, suddiviso in cinque commissioni, volte ad analizzare a 360 gradi i problemi legati alla formazione, sta portando avanti numerosi progetti, anche attraverso l'analisi del mercato internazionale, come quello della creazione di una Scuola di alta formazione per il turismo rivolta alle figure manageriali apicali.

Il Comitato negli ultimi mesi ha anche dato un importante contributo alla definizione della recente riforma della Scuola secondaria superiore collaborando con il MIUR.

La cooperazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca ha portato alla definizione di tre articolazioni ben distinte per gli Istituti professionali per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera (enogastronomia, servizi di sala e di vendita, accoglienza turistica), alla creazione di percorsi triennali o quadriennali che offrano una specializzazione ai diplomati, alla possibilità di costituire comitati tecnico-scientifici con rappresentanti del mondo del lavoro, degli enti locali o di altri "stakeholder" interessati al turismo e all'enogastronomia, volti ad apportare proposte tangibili per il miglioramento della qualità degli stessi istituti.



Cuochi all'opera in un istituto alberghiero.

Il Comitato, come ha illustrato durante i lavori il prof. Elio Carfagna, responsabile della Commissione per la riforma degli istituti tecnici, si è fatto portavoce anche della costituzione in ogni provincia e regione di Poli per il Turismo comprensivi di Istituti tecnici per il turismo e Istituti professionali per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera.

Proposta accolta dalle commissioni parlamentari e oggi già implementata in alcune città come Stresa. Un altro grande passo in avanti, per una maggiore occupazione, è stata la definizione delle linee guida per "l'Alternanza scuola-lavoro".

Margherita Bozzano, del Coordinamento interregionale del turismo presso la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome e assessore al Turismo della Regione Liguria, si è fatta inoltre portavoce di una proposta al Comitato: quella di dare specificità e caratterizzazione alle possibilità di scambio con i Paesi che hanno sistemi di formazione più interessanti, utilizzando programmi come "Erasmus" e "Intercultura", affinché gli studenti degli istituti turistici possano studiare all'estero e confrontarsi con altre realtà.

Le conclusioni sono state affidate a Roberto Rocca, Direttore Generale per la Programmazione e il coordinamento delle politiche turistiche presso il Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo, sottolineando quanto sia stata importante e quanto ancora lo sarà la presenza di un Ministro del Turismo, che ha un ruolo fondamentale per dare voce alle esigenze di questo settore all'interno del Consiglio dei Ministri, nel rapporto con le altre istituzioni e con gli altri ministeri.

Proprio questo ha permesso l'Istituzione del Comitato e la successiva attività svolta in sinergia con il MIUR. "In Italia (ha concluso Rocca) non abbiamo la possibilità di competere con il prezzo, perché la nostra offerta ha altre caratteristiche, ma la qualità e la qualificazione delle risorse umane è un aspetto distintivo e fondamentale per ottenere un miglioramento del prodotto turistico".



Turismo e qualità: i famosi tortellini fatti a mano da cuochi sapienti.

## **Easy Italia – Linea amica per il turismo**

Si chiama così il contact center istituito dal Ministro del Turismo Michela Vittoria Brambilla ed entrato in funzione il 15 maggio 2010. Esso sarà disponibile in sette lingue (italiano, inglese, francese, spagnolo, tedesco, russo e cinese); attivo 7 giorni su sette dalle ore 9.00 alle 22.00. Chiamando il numero 039.039.039 al costo di una telefonata urbana, sarà possibile ricevere informazioni di viaggio ed assistenza qualificata sul territorio nazionale. Dal mese di ottobre 2010, oltre alla modalità tradizionale via telefono e quella via mail, sarà possibile contattare Easy Italia anche attraverso Skype, il servizio di messaggistica istantanea e VoIP che permette di effettuare le chiamate tramite Internet. I turisti in possesso di un account Skype potranno collegarsi al contact center multilingue in modo completamente gratuito. Inoltre è possibile seguire gli aggiornamenti del servizio e mettersi in contatto attraverso Facebook e Twitter. Infine dal 5 febbraio 2011 Easy Italia fornisce informazioni anche sulle aree più "calde" del mondo, sulle destinazioni dove è sconsigliato recarsi e/o dove è necessario muoversi con prudenza.

## Progetto MOTUS

Obiettivo primario del Progetto Motus è la risoluzione di un paradosso di fondo: forte domanda di personale qualificato da parte delle aziende da un lato e inoccupazione giovanile dall'altro. Zona prioritaria d'intervento, il Mezzogiorno d'Italia. Traguardo: il recupero del 15% perso dall'Italia nell'ambito del mercato turistico internazionale.

Il Progetto MOTUS ha risposto alle esigenze delle imprese turistiche inserendo oltre 900 giovani nel mondo del lavoro. Sono solo i primi risultati di MOTUS, il progetto della Presidenza del Consiglio dei ministri, Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo, in coordinamento con il Ministero dello Sviluppo Economico ed il Ministero del Lavoro. Con l'assistenza tecnica affidata ad ENIT e Promuovi Italia, in soli 4 mesi, dal 3 marzo al 30 giugno 2008, MOTUS ha consentito a 956 persone provenienti dalle regioni del sud d'Italia di acquisire, attraverso tirocini, quelle conoscenze e competenze richieste dalle imprese operanti nel settore. Il progetto, pensato per offrire concrete opportunità di formazione e occupazione a giovani in cerca di lavoro nel mondo del turismo e migliorare la qualità e la competitività delle aziende del mezzogiorno del comparto, mostra ottimi risultati: raggiunto e superato il numero dei tirocini formativi prefissato come obiettivo (956 rispetto agli 870 iniziali), offerte di lavoro ad una parte consistente di tirocinanti che hanno concluso il tirocinio e richiesta di ulteriori percorsi formativi per ulteriori 300 interventi almeno. Campania e Puglia le regioni più ricettive al progetto, con poco più della metà dei partecipanti a MOTUS (50,3%) residenti nelle aree territoriali in questione: dei 956 tirocinanti complessivi, tre su dieci sono campani (282, pari al 29,5% dei partecipanti) e due pugliesi (199, pari al 20,8% del totale); 177 sono quelli provenienti dalla Sicilia, e 131 quelli dalla Sardegna; 93 i partecipanti residenti in Calabria, e 74 quelli in Basilicata.

Una differenza numerica dovuta alla diversa distribuzione delle aziende beneficiarie individuate dalla legge 488/92 sui finanziamenti agevolati. Risultato di particolare interesse è quello ottenuto nella regione Campania, in vista del rilancio del turismo messo in ginocchio dall'emergenza rifiuti.

Numeri ancora provvisori che, però, mostrano il successo riscosso dal progetto MOTUS, che ha saputo sposare le esigenze del mondo dell'offerta con le richieste di quello della domanda, portando anche, grazie ai tirocini di alta formazione in mobilità e di alta formazione all'estero, 19 tirocinanti a fare esperienza diretta in Cina e Russia. Qui, in un lussuoso albergo di San Pietroburgo, Manuela, catanese di 23 anni, ha avuto modo di apprendere molto, così da poter soddisfare, al suo ritorno in Italia, le richieste dei turisti russi sempre più presenti nel "Bel Paese". "Ogni giorno, racconta, apprendiamo qualcosa di nuovo: metodi di check-in, check-out, come si fanno le registrazioni dei passaporti dei clienti, trucchi del mestiere per essere più veloci...Io personalmente, prosegue, lavoro alla reception e il rapporto con il pubblico ti dà veramente tante soddisfazioni, soprattutto quando riesco a capire perfettamente quello che mi chiedono e riesco ad essergli utile. Le difficoltà non mancano, ma non ci lasciamo scoraggiare, anzi è stimolante proprio per questo. Sono molto contenta di questa esperienza".

## ARTE, TURISMO ED ECONOMIA

Dal rapporto del 2009 su “Arte, turismo culturale e indotto economico” commissionato da Confcultura e dalla Commissione Turismo e Cultura di Federturismo Confindustria a PriceWaterhouseCoopers emergono la ricchezza del patrimonio artistico-culturale nazionale, rispetto ai principali competitor europei, e le opportunità derivanti dal settore dell’arte come fonte di generazione di valore per il settore dell’industria creativa, per il turismo, in particolare quello culturale, e per l’economia italiana nel suo complesso.

Dall’analisi si evince che il nostro Paese può sviluppare un vantaggio competitivo sostenibile nei settori legati alla valorizzazione del patrimonio storico, artistico e culturale. Questo tema assume maggiore importanza ed incisività se si pensa che l’Italia è un immenso museo all’aperto. Possiede, infatti, il più ampio patrimonio culturale a livello mondiale con oltre 3.400 musei, con circa 2.000 aree e parchi archeologici e con 43 siti Unesco.

“Nonostante questo dato di assoluto primato a livello mondiale, il RAC, un indice che analizza il ritorno economico degli assetti culturali sui siti Unesco, mostra come gli Stati Uniti, con la metà dei siti rispetto all’Italia, hanno un ritorno commerciale pari a 7 volte quello italiano (160 milioni di Euro contro i nostri 21 milioni)” fa notare Giacomo Neri, partner in charge della Financial Services Practice di PricewaterhouseCoopers Advisory “In particolare, le stime degli analisti PwC indicano che il settore culturale e creativo in Italia raggiunge solo il 2,6% del PIL nazionale (pari a circa 40 miliardi di Euro), rispetto al 3,8% di UK (circa 73 miliardi di Euro) e 3,4% della Francia (circa 64 miliardi di Euro). E’ evidente il gap competitivo e la scarsa capacità di sviluppare il potenziale del nostro Paese”.

Il PIL del turismo culturale sul totale del PIL dell’economia turistica italiana pesa il 33%, con un valore pari a 54 miliardi di Euro. Questo valore è inferiore rispetto al 39% della Spagna (pari a 79 miliardi di Euro) ma superiore al 28% del Regno Unito (pari a 57 miliardi di Euro) e al 31% della Francia (pari a 65 miliardi di Euro).

Nel commentare il rapporto il Presidente di Federturismo Confindustria Daniel John Winteler ha osservato che “è evidente quanto nel nostro paese ci sia molto da lavorare per sviluppare un rapporto più stretto fra industria turistica e patrimonio artistico e culturale. Federturismo Confindustria e Confcultura hanno unito le forze proprio per dare impulso al rafforzamento di questo rapporto e ad una visione integrata delle politiche del settore”.

Sono identificabili molte possibili opzioni strategiche di rilancio e di sviluppo del settore, tra cui:

- Lo sviluppo della fruizione museale, gestendo orari di apertura e servizi collegati, in particolare sviluppando le potenzialità offerte dal mercato del merchandising museale. Tale mercato presenta un trend positivo di crescita ma solo il 24% dei siti statali possiede al suo interno un bookshop, bassi anche i conversion rate e i ticket medi.

- La possibilità di avviare un piano di sviluppo del settore del turismo culturale, che oggi pesa il 33% circa del totale turismo, al fine di incentivare e rivalutare il patrimonio artistico nazionale e svilupparne l'indotto collegato.
- L'applicazione di nuove tecnologie a supporto della cultura lungo tutta la catena del valore e l'implementazione di eventi culturali sul territorio, che possono generare anch'essi impatti economici positivi e incrementali.

Il Presidente di Confcultura, Patrizia Asproni, rileva come “a fronte della ricchezza del patrimonio culturale italiano, rispetto alle realtà estere esaminate, emergono dall'analisi enormi potenzialità di crescita non ancora sfruttate e sarà perciò indispensabile utilizzare in maniera sinergica e in una logica di stretta filiera il rapporto fondamentale che esiste in Italia fra patrimonio artistico e culturale e industria turistica, anche in vista degli sviluppi del progetto Industria 2015, che dedica all'innovazione nel campo dei beni culturali uno specifico progetto”.

Sulla base degli elementi emersi dalla ricerca, l'obiettivo degli operatori del settore non può che essere quindi quello di puntare i riflettori su un ambito che può riservare notevoli sorprese dal punto di vista della ripresa economica.



I turisti non si accontentano solo dei “luoghi per turisti”.

## Potenzialità da sfruttare

In un interessante articolo del 2009, Stefano Ceci, presidente della società di ricerca e consulenza turistica GH, divide l'Italia turistica in tre tipologie:

- Distretti turistici maturi: balneare e montano. I pionieri dello sviluppo, dove il turismo è la “prima industria” da sempre ma dove il prodotto, nonostante lifting anche pregiati, inizia a non reggere più la chirurgia estetica.
- Città d'arte e luoghi dell'italian lifestyle. Investite da un turismo che non fa più solo foto ai monumenti ma fotografa mentalmente l'intera città, compreso il conto al ristorante.
- Aree a potenziale sviluppo, dove le attrattive paesaggistiche, naturalistiche, di tradizione, etc, etc, dopo la prima fase di “scoperta”, sono oggi a forte rischio

identitario se la sostenibilità non diviene anche competitività e viceversa.

Inoltre l'Italia è al 116° posto rispetto al parametro di valutazione "competitività dei prezzi turistici", su un totale di 124 paesi e pesare sul Web solo il 7%. Di sicuro c'è qualcosa che non va, soprattutto se si deve affrontare con occhi e menti nuovi perlomeno la conservazione del vero valore del turismo italiano, ovvero il suo massimo grado di internazionalizzazione della domanda, prossimo al 60% nel turismo culturale, che fornisce: continuità nel corso dell'anno, alta destagionalizzazione, maggiore spesa media giornaliera, maggiore venduto su internet. In definitiva quello che rappresenta l'Italia all'estero.

In chiusura dell'articolo Ceci suggerisce:

- Facilitare la diffusione delle conoscenze: non riduce i saperi e le culture a puro intrattenimento turistico e nello stesso tempo non le isola dai turisti.
- Passare dalla mera conservazione a più attrazione: ove i governi territoriali non si rinchiudono sulle proprie risorse interne ma le condividono con gli ospiti, ricevendo in cambio mondo, non solo euro.
- Trasformare la qualità dell'offerta turistica in qualità del territorio: non ci sono "posti per i turisti"; tutti i posti hanno il rango per raccontare ai turisti qualcosa, anche una fabbrica. Chi vive delle attività del proprio territorio vive anche di turismo, ma un territorio che vive solo di turismo avrà in futuro sempre più problemi legati alla qualità della vita dei suoi abitanti e dei suoi turisti.

Arch. Federica Dondini

## **Allegati**

- TCI, *L'annuario del turismo e della cultura*, XII edizione, Milano, 2009
- ENIT, *Il turismo culturale in Italia*, Dossier, Roma, 2005

## **Fonti bibliografiche**

- Baron Lucillo M., *Discipline Turistiche Aziendali*, Roma, Clitt, 2008
- Canestrini D., *Andare a quel paese*, Milano, Feltrinelli, 2008
- Castaldi G., *Accompagnatore turistico*, III edizione, Milano, Hoepli, 2008
- Di Giacomoantonio T., *Analisi mercato turistico latino americano*, 2007
- Mondadori, *Italia*, della coll. "Viaggio in Europa", Milano, 1997
- TCI, *Roma*, della coll. "Guida d'Italia", VIII edizione, Milano, 1994
- TCI, *Firenze*, della coll. "Guida d'Italia", Milano, 2004
- TCI, *Venezia*, della coll. "Guida d'Italia", Milano, 2004