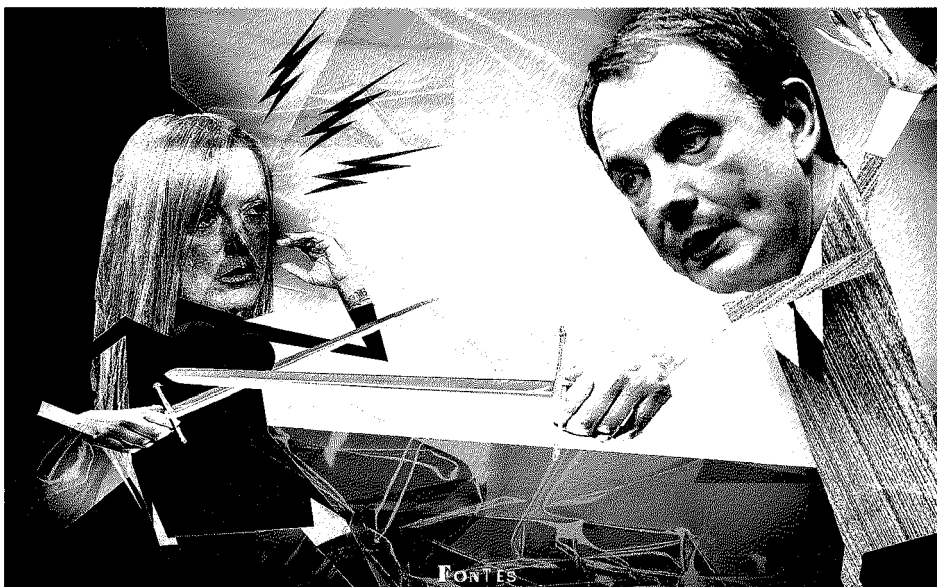


CON 5 MOSSE MADRID HA CONQUISTATO IL PRIMATO

© Michela Brambilla e Zapatero visiti da Fontes



L'affondo della Spagna spiazza il turismo italiano

■ ■ ■ **TOBIA DE STEFANO**

■ ■ ■ Spagna batte Italia 5-0. Altro che supplementari e sconfitta bruciante ai calci di rigori. Il confronto sul turismo va molto peggio degli ultimi Europei del pallone. Prezzi, infrastrutture, promozioni, stagionalità del lavoro e fisco. Il Belpaese è surclassato dalla politica

di Zapatero. Si spiega così l'andamento opposto degli "arrivi" nei due territori cugini del Mediterraneo. Lo spiegano i numeri di uno studio commissionato nel 2008 da Confturismo-Concommercio all'istituto Piepoli che mostra le dinamiche del sorpasso avviato da tempo e concretizzatosi negli ultimi anni. (...)

segue a pagina 7

Zapatero investe 138 milioni in promozione, l'Enit 20

Spagna batte Italia 5-0. Turismo fuori gioco

Prezzi, infrastrutture, promozioni, stagionalità del lavoro e fisco. Così gli iberici hanno conquistato il primato

■ ■ ■ segue dalla prima

TOBIA DE STEFANO

(...) Innanzitutto sui prezzi. Secondo il rapporto di Hotels.com, infatti, l'Italia può "vantare" la terza posizione tra i paesi del Vecchio Continente per il costo medio di una stanza d'albergo (davanti ci sono solo Uk e Svizzera). Ma i 141,9 euro sono ben al di sopra dei 126,3 della media Ue e dei 114,9 della Spagna. Si potrebbe pensare a una maggiore qualità delle strutture ricettive del Belpaese, ma non è così. Il confronto è, infatti, impietoso anche sugli hotel a due stelle. Nella particolare graduatoria dei prezzi medi più alti, l'Italia figura nella top ten con ben 3 città (Venezia, Roma e Pisa) contro la solitaria presenza di Barcellona per la Spagna.

E allargando il discorso ai prezzi di tutte le altre tipologie di servizi (fonte Eurostat) si vede l'Italia superare gli iberici per trasporti (il divario è però minimo), comunicazioni, ristorazioni e più in generale per tutte le altre

categorie di servizi da consumo (eccezione fatta per il settore cultura).

Ma è solo l'inizio. Perché il divario diventa impietoso nelle infrastrutture. «I trasporti e le infrastrutture - si legge nello studio - rappresentano uno dei punti deboli del sistema italiano. Stanno proliferando aeroporti che garantiscono 2 o 3 tratte. E poi mancano i collegamenti tra gli hub e le mete turistiche finali...I treni possono essere sfruttati solo per le tratte maggiori. In realtà le linee ferroviarie esistono, ma sono obsolete e spesso in disuso». Considerazioni che sono corroborate dai numeri. Dalla fine degli anni '90 la rete autostradale italiana è cresciuta dell'1,5%, poco meno di 100 km, mentre in Spagna, nello stesso periodo, c'è stato uno sviluppo del 47,4%, più di 3 mila km. E poi. In Italia volano oltre 1 milione e 200mila aerei per un totale di poco più di 106 milioni di passeggeri, contro il milione e 700 mila aerei per 163 milioni di passeggeri della Penisola iberica. Infine l'alta velocità. In Italia la rete



ferroviaria dell'alta velocità è inferiore ai mille km, Zapatero conta invece di raggiungere i 7 mila e 200 km entro il 2010. Ma se si dovesse chiedere alle imprese turistiche del Belpaese di indicare il tallone d'achille del sistema Italia, la risposta, quasi all'unisono, farebbe riferimento al fisco, l'Iva sulle attività turistiche pesa in Italia per il 10% contro il 7% della Spagna e il 5,5% della Francia, e al lavoro flessibile-stagionale, che in Spagna raggiunge la media del 32% contro il 12 per cento dell'Italia.

Dulcis in fundo l'organizzazione. La Spagna, come del resto l'Italia, ha fortissime autonomie regionali ma riesce a conciliare la promozione locale con quella dell'intero paese. Grazie, anche, all'attività del Turespana. L'ente iberico investe, infatti, il più alto budget annuale in campagne pubblicitarie e di comunicazione o in attività di promozione turistica internazionale rispetto a Francia, Germania, Regno Unito e Italia. Si parla di 138 milioni di euro, contro i 72,6 della Visit Britain, i 64 della Maison de la France, i 31,2 del German National Tourism Board e gli appena 20 milioni dell'Enit.

Ma non è solo una questione di quantità. «Turespana - si legge ancora nello studio - ha investito in una piattaforma tecnologica dove si accentrano tutte le informazioni turistiche, per azioni di marketing, per l'espansione verso nuovi mercati e per lo sviluppo di prodotti innovativi». E così gli arrivi tra il 1995 e il 2005 sono raddoppiati.

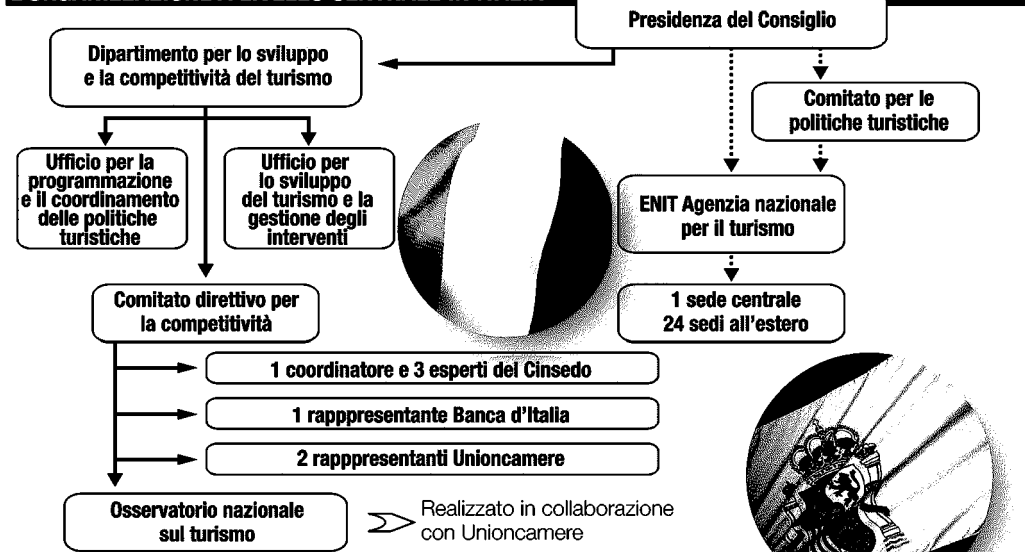
Una cartina di tomasole è data dal brand. L'Italia, a differenza di Grecia, Francia, Germania e della stessa Spagna non ha un marchio che identifichi il Paese in tutto il mondo. Anzi. Nel 1990 l'Enit ne aveva realizzato uno. Da allora, però, non è mai stato utilizzato. Solo nel 2007 un'agenzia americana ha partorito un nuovo logo. Peccato che non sia utilizzato dai tour operator.

DENUNCIA DELL'ANTITRUST

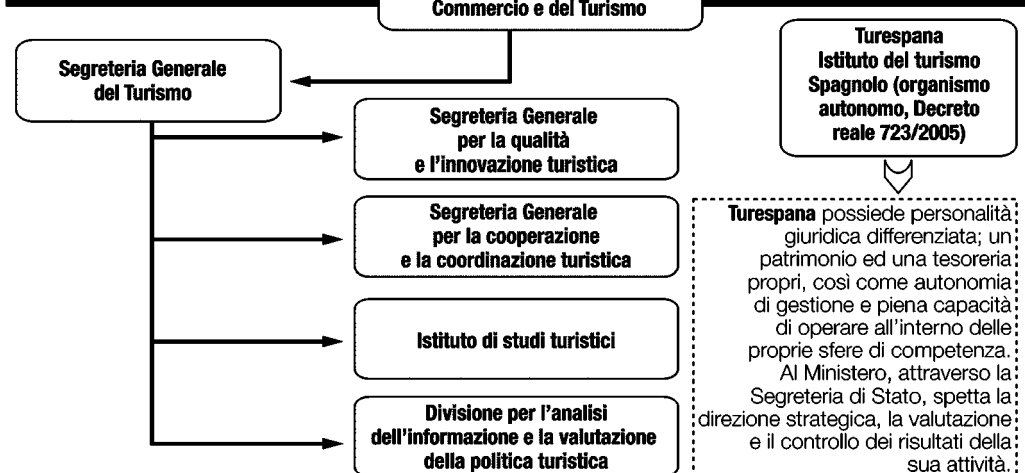
«Le Regioni hanno distorto la Bersani sulle guide»

Liberalizzazioni allo sbaraglio. Dopo le multe alle banche per i mutui, l'Antitrust è di nuovo costretta ad intervenire sugli effetti perversi dei decreti Bersani. Nel mirino, questa volta, la disciplina che regola l'attività di guida turistica. L'intervento legislativo doveva aprire il settore alla concorrenza e assicurare ai consumatori migliori condizioni. Ha invece creato il caos. Approvata la norma, ogni Regione si è catapultata a scrivere le sue regole invece di, come sottolinea l'Antitrust, applicare i principi «uniformemente su tutto il territorio nazionale». Risultato, si legge nel documento inviato dall'authority al governo alla conferenza Stato-Regioni, sono state emanate regolamentazioni regionali «ingiustificatamente disomogenee tra loro e restrittive», che ora rischiano di «impedire il funzionamento concorrenziale del mercato della fornitura dei servizi turistici». L'organismo guidato da Antonio Catricalà invita innanzitutto gli enti locali a «porre adeguata attenzione alla composizione delle commissioni di esame» per l'abilitazione - che deve essere «bandito con frequenza almeno annuale» - con «regole chiare e trasparenti circa la formazione». Ma correzioni dovrebbero essere fatte sulle tariffe, sui tirocini, sugli elenchi e gli albi, sui riconoscimenti di abilitazioni ottenute in altre Regioni o in altri Stati. Tutti punti su cui le amministrazioni locali hanno di fatto limitato l'accesso all'attività e la concorrenza del settore. Sempre ieri l'authority ha inviato alla Procura di Roma la documentazione su alcune società che gestiscono guide commerciali su Internet. L'Antitrust interviene dopo numerose segnalazioni di imprese e professionisti che hanno sottoscritto moduli di aggiornamento dati e che invece hanno ricevuto richieste di pagamento per 1.000 euro da parte delle società.

L'ORGANIZZAZIONE A LIVELLO CENTRALE IN ITALIA



L'ORGANIZZAZIONE A LIVELLO CENTRALE IN SPAGNA



SPESE PER LA PROMOZIONE		Visit Britain	Maison de la France	German Nat. Tourist B.	Turespana	ENIT
Tot. Finanziamenti (milioni di euro)		72,6	64	31,2	138	20
Presenza internazionale (numero sedi)		36	33	30	31	23
PREZZO MEDIO PER CAMERA	Prezzo	Variazione % su 2007		Prezzo	Variazione % su 2007	
Gran Bretagna	156 euro	+17%	MEDIA UE	126,3 euro	+5%	
Svizzera	144,7 euro	+10%	Francia	119,2 euro	+5%	
ITALIA	141,9 euro	+2%	Spagna	114,9 euro	+9%	
Grecia	126,3 euro	+8%	Germania	100,7 euro	-9%	