

Turismo, italiani in calo nelle strutture nazionali. Imprenditori pessimisti

Una ricerca dall'Isnart (l'Istituto nazionale ricerche turistiche) rivela che il 56% degli imprenditori ha registrato una netta diminuzione dei turisti italiani. Per il presidente dell'Isnart Maurizio Maddaloni occorre «ripensare il modello di business dei vari servizi dell'offerta turistica nel senso di ridurre i costi complessivi».

I turisti italiani nelle località italiane saranno sempre di meno, e il rilancio del settore potrebbe essere legato soprattutto alla domanda straniera. Ne è convinto il 56% degli operatori turistici intervistati dall'Isnart (l'Istituto nazionale ricerche turistiche) per lo studio "Italiani in vacanza nelle regioni: in calo la capacità di spesa", pubblicato oggi dal mensile "Impresa Turismo". Ben il 45% del campione - costituito da circa 1300 tra operatori ed esperti di turismo - è pessimista sul futuro e ritiene che «molte imprese non hanno alternative ed entreranno in crisi» o che «non ci sono strategie, si può solo sperare nel recupero di capacità di spesa degli italiani».

Il quadro che emerge è preoccupante: allo stato delle cose, secondo la ricerca, il mercato turistico interno andrà impoverendosi, sia in termini di capacità di spesa che di qualità.

«La strategia da adottare - spiega Maurizio Maddaloni, presidente Isnart - non è semplicemente il ridurre i prezzi ma, piuttosto, ripensare il modello di business dei vari servizi dell'offerta turistica nel senso di ridurre i costi complessivi, senza penalizzare troppo o addirittura affatto il valore percepito dal turista».

Alcuni esempi di innovazione del modello possono essere la realizzazione di nuove strutture ricettive con modalità di costruzione, materiali e uso degli spazi tale da abbattere strutturalmente i costi di gestione, oppure l'ampliamento dell'uso di internet ad una serie di servizi alberghieri per renderli più efficaci per l'utente e meno costosi per l'operatore.

«La sfida di costruire un'offerta meno costosa ma non di minor valore percepito - aggiunge Maddaloni - non può essere vinta solo all'interno del sistema delle imprese: richiede infatti l'impegno della pubblica amministrazione nell'abbattimento dei tanti oneri che gravano direttamente e indirettamente sugli attori del turismo: imposte e spese amministrative».

Infine, il riposizionamento dell'offerta sui turisti stranieri o sulla fascia turistica alta e altissima, rappresenta una strada alternativa indicata dal 34% degli imprenditori intervistati ma anche essa si basa sul cambiamento di molti aspetti dell'offerta e sul rafforzamento dell'attrattività delle destinazioni.

7 maggio 2013

www.limpresaonline.net