

INTERNI UN'INDUSTRIA DA PROMUOVERE

Renderò l'Italia più conveniente di Sharm el Sheikh

«**C**RESCERE, CRESCERE, CRESCERE». Non vuole essere un inno al facile ottimismo nell'attuale momento di crisi, ma uno sprone a fare. In ogni settore, e in particolare in quello di sua competenza. Il fatto è che Michela Vittoria Brambilla, sottosegretario alla presidenza del Consiglio con delega al Turismo, non è incline al piagnisteo. «Il Pil turistico italiano incide solo per l'11 per cento su quello totale. Troppo poco per un paese come il nostro che vanta cultura, arte, natura senza paragoni. Per questo obiettivo bisogna analizzare i motivi per i quali il nostro paese continua a perdere quote di mercato. Bisogna poi ripartire con una strategia che sappia valorizzare il brand Italia all'estero e quindi possa puntare a una programmazione di sistema. Il che significa affrontare punti nodali che si chiamano infrastrutture, reti di trasporto, formazione professionale, efficienza dei servizi di base e, non ultimo, un rapporto qualità-prezzo, che spesso in Italia non riesce ad essere competitivo con quello offerto dall'industria turistica di altri paesi».

Come si sta muovendo il governo per rendere realtà tutto questo?

Direi che il governo Berlusconi ha iniziato a fare molto. Ha prodotto una riforma del rating alberghiero, ha rinnovato il sistema di rilevazione dei dati strutturali sul turismo nazionale e ha indicato il turismo come una priorità per lo sviluppo del paese. Per dare consequenzialità a questo programma occorre fare una politica di sistema a cui concorrano i ministeri competenti, in quanto il turismo è materia trasversale, che intercetta le competenze dei trasporti e dei beni culturali, dell'ambiente e delle attività produttive. E poi spetta alle singole Regioni fare di più e meglio. La materia turistica è infatti in parte delegata alla competenza regionale, dopo la riforma del Titolo V della Costituzione. È però importante recuperare

un ruolo di indirizzo e di coordinamento nazionale. Il fatto che di recente lo stesso presidente della regione Liguria, Claudio Burlando, abbia dichiarato che «avere rinunciato a una programmazione nazionale di questo settore è stato un errore», mi pare più che sintomatico.

Turismo e infrastrutture, insomma, formano un binomio imprescindibile.

Certo. Si stima che, nel 2010, viaggeranno per il mondo circa un miliardo di turisti. Il che vuol dire che ormai siamo di fronte a un fenomeno di massa. Ma perché molti turisti scelgono Sharm el Sheikh? Perché viaggio e soggiorno costano molto meno che in Italia. Per competere con i nuovi mercati abbiamo assoluto bisogno di un'efficiente rete di trasporti, di servizi e anche di un'offerta ricettiva che vada incontro alle esigenze di chi vuol fare le vacanze pur avendo pochi soldi in tasca. Non solo: turismo vuol dire libertà e mobilità. Chi viene in Italia non può avere lo spettro delle colonne di auto sulla Napoli-Salerno, non può avere le immagini degli ingorghi sulla tangenziale di Mestre, non può non avere collegamenti stradali e ferroviari adeguati verso gli scali portuali e aeroportuali.

In occasione dell'annuale Conferenza italiana per il turismo lei ha dichiarato: «A ogni euro speso deve corrispondere un turista in più». In che modo intende realizzare questo proposito?

Per sfondare in un mercato competitivo occorrono precisi indirizzi di carattere politico e supporti di alto profilo professionale. Vi sono alcune Regioni del Nord che, avvalendosi dei loro poteri e delle risorse a loro disposizione, hanno cercato di fare, in questi anni, una promozione che fosse il più possibile efficace e che ha prodotto qualche risultato. Ma ve ne sono molte altre che non sono riuscite ad approdare

allo stesso risultato. Si tratta, quindi, ed è quello che sto facendo in stretto coordinamento con le Regioni, di mettere sul tavolo i problemi e di cercare di risolverli.

Il ministro dei Beni culturali Sandro Bondi ha detto che sta lavorando con lei per la valorizzazione in particolare degli itinerari dell'Italia cosiddetta minore, le piccole città d'arte. Quale tipo di sinergia si profila tra turismo e cultura?

Con il ministro Bondi c'è la massima intesa e stiamo collaborando su diversi piani. Mentre città come Venezia, Firenze e Roma non hanno bisogno di promozioni particolari, è evidente che la promozione di molte altre destinazioni nazionali deve cominciare ad essere meglio programmata. Se circa l'89 per cento delle persone che si rivolgono ai tour operator in tutto il mondo hanno sete di informazioni sull'Italia, alla fine solo il 36 per cento decide di venirci. Perché il sogno di poter approdare in Italia si infrange su problemi che si chiamano lentezza nei trasferimenti, scarsità di servizi e spesso alti costi.

Che opinione si è fatta dell'accordo raggiunto con la Cai su Alitalia?

Tutto è bene quel che finisce bene. Avevamo detto a più riprese che poter contare su una compagnia di bandiera era essenziale per il futuro del turismo nazionale. Credo che ora con la Cai dovremo aprire un tavolo di confronto per verificare il piano delle rotte internazionali, per verificare il piano degli aeroporti maggiormente serviti dalla nuova Alitalia, per favorire l'incontro tra domanda e offerta di trasporto aereo verso le nostre destinazioni turistiche. C'è molto da fare, ma ora c'è un partner con cui lavorare.

Su quali urgenze dovrà intervenire la nuova gestione dell'Enit?

Primo, eliminare le spese inutili. Cosa ce ne facciamo, ad esempio, di tre sedi Enit in Germania, mentre poi siamo sco-

perti in molte parti del mondo? Secondo, fare un'azione di promozione che non solo sia più efficace, ma che approdi anche, nei limiti del possibile, a una vera e propria commercializzazione del prodotto Italia. Insomma, dobbiamo rivedere molte cose cercando di utilizzare meglio le risorse di cui disponiamo.

Quale sarà il destino del sito Italia.it voluto dal suo predecessore Francesco Rutelli?

Abbiamo ereditato un fallimento. Il governo Prodi ha dilapidato un investimento cospicuo e ha sprecato un'occasione preziosa. Internet è il veicolo sempre più utilizzato per conoscere a distanza le destinazioni turistiche e alberghiere ed è lo strumento per prenotare la propria vacanza. Il fatto che l'Italia non abbia ancora un portale turistico è un grave handicap per tutto il sistema. Cercheremo di procedere a tappe forzate, per recuperare il tempo perso e per ritrovare risorse economiche necessarie al nuovo sito. Abbiamo cominciato a lavorarci e spero che nel 2009 venga realizzato un prodotto che finalmente risponda alle esigenze del mercato.

Nella gestione del comparto turistico in che misura è utile operare con un'idea imprenditoriale?

Il turismo è il nostro petrolio. Se non facciamo davvero impresa in questo settore sarà difficile riportare in attivo la bilancia dei pagamenti. E poi è indispensabile attirare capitali esteri. Le grandi catene alberghiere internazionali hanno oggi, in Italia, solo l'1 per cento delle strutture.

Una curiosità: quali sono le sue mete preferite durante le vacanze?

Non faccio vere vacanze né estive né invernali e il tempo libero che mi lascia il mio lavoro lo passo col mio bambino.

Elena Inversetti

W Italia.it? Da Rutelli ho ereditato un fallimento. Spero di lanciare il nuovo sito entro il 2009. E sulle rotte aeree c'è molto da lavorare per fare incontrare domanda e offerta. Ma adesso con la nuova Alitalia un partner c'è **W**

W Turismo vuol dire libertà e mobilità. Chi viene in Italia non può avere lo spettro delle colonne di auto sulla Napoli-Salerno, non può avere le immagini degli ingorghi sulla tangenziale di Mestre **W**

«Questo paese vanta cultura, arte, natura senza paragoni. Voglio mettere al lavoro tutti i ministri per riportare qui i turisti». Michela Brambilla e un patrimonio da far fruttare