

GLI OPERATORI DEL TURISMO IN ITALIA un settore da difendere

E' In Italia i principali attori, da **Costa Crociere a MSC**, hanno annunciato la sospensione delle crociere della propria flotta ad oggi fino al 29 maggio. *"Il trend 2020 era molto positivo, le crociere un prodotto molto richiesto, il 35-40% in più rispetto allo stesso periodo nello scorso anno"*, ci racconta **Pietro Romano, socio di Mesotour Viaggi di Palermo**, nel turismo dal 1981, *"Ora cerchiamo di avere polso fermo e avere il quadro completo della situazione, per tutelare e consigliare al meglio i nostri clienti. Noi agenzie siamo scese in prima linea, garantendo assistenza e dando conforto, da subito"*. E guardando con ottimismo al futuro, aggiunge: *"Serve una campagna di sensibilizzazione congiunta tra network e tour operator a*



Pietro Romano



Carlo Sangalli

sostegno delle adv, affinché le persone tornino in agenzia, si ricomincerà dal nostro paese ma presto saremo pronti per rilanciare il turismo verso l'estero". Il presente? *"Ora dobbiamo resistere, lo dobbiamo a noi stessi, ai nostri collaboratori, va salvaguardato ogni singolo posto di lavoro, col sacrificio e l'impegno di tutti"*, conclude.

stimata in 120 miliardi di euro la perdita di volume d'affari complessivo generato dal turismo nel 2020, sono 30 milioni in meno i turisti in Italia solo fino al 31 maggio. Secondo gli esperti l'emergenza sanitaria in Italia terminerà a fine luglio, dopo 150 giorni dal primo caso del 18 febbraio. Quanto ci vorrà quindi a convincere le persone a viaggiare di nuovo? Ad oggi non è possibile fare previsioni e anche in Italia

il Turismo è al collasso. *"Noi che operiamo nel settore, siamo stati i primi a entrare in crisi e saremo gli ultimi a riprenderci"*, è lo statement corale dei principale player. La travel industry italiana rappresenta il 13% del Pil nazionale (dati WTTC, World Travel and Tourism Council), è vero, ma anche il 14% dell'occupazione con 570.000 addetti ai lavori e un giro d'affari di 65,5 miliardi di euro. Solo nella filiera del turismo organizzato, agenzie di viaggio e tour operator, lavorano circa 75.000 persone, esclusi gli stagionali e 13.000 imprese, per un business complessivo di 20 miliardi di euro. Ora è tutto fermo, *"i lavoratori delle attività turistiche e di intrattenimento, solo nel mese di marzo, perderanno almeno 9 miliardi di fatturato a causa della cessazione parziale o totale della loro attività"*, ha dichiarato il **presidente di Confcommercio Carlo Sangalli**. L'intera categoria stima una



Nardo Filippetti

perdita nel 2020 tra il 40 e 80%, se non arrivano ulteriori aiuti economici, sostiene la **Federazione Turismo Organizzato**, a cominciare dallo stralcio dei contributi fiscali e previdenziali almeno fino a settembre, un fondo di emergenza a sostegno del settore e detrazioni d'imposta per il 'cliente viaggi'.

Aveva lanciato l'allarme **Nardo Filippetti, presidente di ASTOI Confindustria Viaggi**, i primi giorni di crisi: "L'emergenza Coronavirus ha messo in ginocchio tutto il comparto del turismo. In particolare per tour operator e agenzie di viaggio, che si occupano prevalentemente di turismo outgoing, si prevede un ritorno progressivo alla normalità solo nel 2021, con una perdita di fatturato dal 35 al 70%. È necessario istituire un fondo nazionale emergenze per assicurare continuità al settore". "Servono fondi straordinari per il turismo", gli fa eco **Franco Gattinoni fondatore e presidente del Gruppo Gattinoni**, "Ho 530 dipendenti di cui sono responsabile e prevediamo almeno 7-8 mesi di grande difficoltà".

Piccoli e grandi player dell'industria del turismo nostrana, va ricordato, sono stati impegnati senza sosta e a proprie spese, nelle operazioni di rimpatrio dei nostri connazionali. Attraverso una lunga lettera Filippetti aveva denunciato una situazione diventata ormai insostenibile: "Sino ad oggi, ben 22.000 italiani sono stati riportati in Italia". "Abbiamo rimpatriato centinaia di italiani", gli fa eco **Franco Gattinoni**, "L'attività nelle settimane passate è stata a dir poco frenetica con assistenza di migliaia di clienti in giro per il mondo, di giorno e di notte. Assistenza a nostri clienti, a tutte le agenzie del nostro network, 1.500 in totale, tra partner di Gattinoni Mondo di Vacanze e My Network".

Ad impegnare adv e to è stata poi la gestione dei voucher, la forma di rimborso dei soggiorni alla clientela straniera in Italia, con il rinvio del viaggio al 2021. In tutto questo lo Stato sembra ancora latitare. "Ad oggi i provvedimenti del Governo sono stati deludenti, niente di specifico per il turismo. Aspettiamo il decreto di aprile", denuncia **Luca Patané, presidente di Eto e Confturismo**.

Tra le richieste che fanno al Ministro dell'Economia, quella di annullare e non solo rimandare, il versamento di tasse e contributi in arrivo a maggio. Inoltre serve liquidità, con piani-paracadute più consistenti di quelli studiati finora, come hanno fatto Paesi come la Francia, che ha stanziato 300 miliardi o la Germania, che ne ha messi oltre 500 a disposizione.

"Le nostre imprese possono sopravvivere mediamente tre mesi, soprattutto i trasporti, non di più". Il rischio è altissimo. Ne è consapevole **Michele Serra, presidente di Quality Group**: "La mia responsabilità è mantenere viva un'azienda di 280 dipendenti che è fonte di lavoro e di reddito. Il nostro è un lavoro socialmente utile, non organizziamo vacanze, ciò che facciamo ha un valore educativo insostituibile", ci



Franco Gattinoni



Luca Patané



Danilo Curzi

racconta. "Ci aspetta una sfida drammatica e 'affascinante' a cui darò tutto, saremo costretti a vedere un mondo nuovo, a costruire un nuovo modo di fare impresa. Sarà lunghissima, perché passeranno 3-5 anni prima di tornare a viaggiare come prima", prevede. "Durare e restare allenati, questo è il nostro compito ora, mettere in sicurezza l'azienda, la squadra compatta. Inoltre tenere in piedi la filiera, rispettare gli impegni con i fornitori, essere presenti e utili con attività come la nuova Academy che coinvolge gli agenti di viaggio. Non sappiamo quanto durerà la crisi, ho vissuto l'attacco alle Torri Gemelle, la guerra del Golfo, lo tsunami, tutte le crisi degli ultimi 30 anni,

ma di questo non abbiamo 'esperienza', sono certo però che quando finirà l'esplosione la voglia di evadere e viaggiare e di conseguenza la domanda".

Oltre i confini nazionali, la risposta va cercata lontano: "Come ben sappiamo l'origine del problema è sorto in Cina e nessuno di noi mai avrebbe immaginato che potesse venire coinvolto con questa violenza il nostro Paese, tutta l'Europa ed il mondo intero", commenta Gattinoni. "Noi non potevamo immaginarlo, ma sicuramente qualcuno doveva saperlo ed avrebbe dovuto intervenire in modo corretto e proporzionale al problema, soprattutto con più tempestività. Credo che un po' tutto il mondo si stia rivelando impreparato, l'Europa sicuramente più dell'Asia".

GUARDANDO AL FUTURO

"In questa fase cruciale", evidenzia **Olga Mazzoni**, "La lotta al Coronavirus è diventata una questione globale ed è quanto mai evidente la necessità di molti Paesi del mondo di avvalersi di competenze ed aiuti da parte di altri Paesi, un elemento che pone le basi per nuove e vecchie alleanze". È di pochi giorni fa, per esempio, la notizia di 100 milioni di dollari in materiale sanitario donati da Trump all'Italia.

"Il Covid-19 è un disastro sanitario di dimensioni epocali, la catastrofe collettiva del nostro millennio. Suona ben diverso dalle apocalissi naturali ed ambientali a cui abbiamo assistito nell'ultimo secolo, dall'Uragano Katrina alla Marea Nera del Golfo del Messico, Oltreoceano, o ancora disastri tecnologici o ingegneristici quali il cedimento del Ponte Morandi a Genova", continua. "Spetta a noi maggiormente 'sfruttare' questo specifico momento per fare valutazioni e riflessioni relative al nostro ambito di competenza, cioè il Turismo. Spesso, anzi troppo a lungo, vista e considerata dai Governi un'economia emarginata ad un ruolo quasi ludico, poco sostanziale", dichiara.

È dello stesso avviso **Davide Catania, fondatore e ceo di Alidays**: "Al nostro lavoro non viene dato il giusto valore, né tanto meno l'adeguata 'comunicazione', ci spiega, "non vendiamo viaggi ma creiamo 'benessere psicofisico' per le persone, serve preparazione, professionalità.

Tutto questo con la consapevolezza che domani è vicino e dobbiamo essere pronti quando il mercato potrà ripartire".

"Ora è arrivato il momento di cambiare rotta e di prepararci ad una nuova partenza", ribadisce **Olga Mazzoni**. "Con maggior coesione, tenacia ed organizzazione, meno spontaneismi e più corporativismo - con un Ministero del Turismo ancora inesistente -, possiamo cambiare la nostra industria del turismo (poiché questo siamo), in maniera più strutturata, organizzata e partecipativa. Non è più tempo del 'fai da te', insomma", conclude. Le fa eco **Danilo Curzi, Ceo Idee Per Viaggiare**: "Questa situazione ha messo ancora più

in luce quanto siano fondamentali la professionalità e l'esperienza, tanto per un'agente di viaggio, quanto per un tour operator", sostiene sottolineando che bisognerà puntare sulla fiducia e la competenza. Questo nuovo scenario, a suo avviso, ha mostrato come una guerra più grande di noi si combatte solo se uniti e sarà importante mantenere, anche dopo, questo fronte comune nell'intero settore.

Ad evidenziarlo è anche **Franco Gattinoni**: "Il nostro settore è composto da agenzie di viaggio, tour operator, agenzie di eventi, dmc ha un valore di 20 miliardi, ma credo che nessun Governo l'abbia mai capito.

È anche colpa nostra perché siamo circa 13.000 imprese e con troppe associazioni che poi non riescono a trasmettere l'importante valore della filiera del turismo organizzato". Bisogna ripartire coesi, incentivando un nuovo dialogo tra gli attori della filiera turistica, che meritano tutti 'voce in capitolo', in un ritrovato e rinnovato equilibrio delle parti. Le agenzie in un contesto più consapevole e più regolamentazione nel 'potere' delle Ota.

È il momento di rivedere le regole con cui opera tutto il settore (compagnie aeree/tour operator/agenzie di viaggi) anche per **Stefano Gnerucci, U.S. product manager & travel consultant**, a suo avviso finora rapporti più conflittuali che di collaborazione. "Il primo passo da fare tutti noi operatori sarà di una maggiore flessibilità, rivedendo le regole", sostiene. "Abbiamo la responsabilità di far viaggiare i clienti in tutta sicurezza (ora più che mai), servono professionalità ed eccellenza, conoscenza delle destinazioni, tutto questo va 'certificato'".

Per ricostruire e ripartire bisognerà lavorare sulla qualità, l'assistenza e sulla 'selezione dei clienti' e il valore della relazione con gli stessi, pensa **Enrico Brignoli, direttore di OVET Viaggi di Bergamo**, che aveva registrato all'inizio dell'anno una crescita del 55% rispetto al 2019. Specializzato sui viaggi di nozze, uno dei segmenti più a rischio, è a capo di una ventina di collaboratori e sottolinea l'importanza dell'aspetto imprenditoriale dell'attività.

Hanno le idee chiare e una visione concreta sul futuro anche media e divulgatori. È pragmatica **Anna Bruno, giornalista & digital travel specialist, direttore di FullPress Agency e di FullTravel.it**, magazine di viaggi: "Bisogna ripensare l'offerta turistica e la distribuzione. Il tailor made continuerà ad avere un ruolo molto importante nella vendita dei prodotti turistici", sostiene, "Un ruolo di primissimo piano, inoltre, penso possa giocarlo il digitale, da qui ripartirà il rilancio del turismo. Lo spiego nel mio libro, edito da Flaccovio Editore, per operatori del comparto dal titolo Digital Travel dove "racconto" come il digitale deve essere visto come opportunità e non come uno spauracchio".

Promuove il digital anche **Lucio Rossi, direttore**

Stefano
Gnerucci



Anna
Bruno



Lucio
Rossi



editoriale del mensile **Latitudes Travel Magazine** e del portale **www.latitudeslife.com**: "Le difficoltà ci sono ma sono superabili. Non rinunciamo quindi a pubblicare storie su paesi lontani e mete da sogno, in attesa di ripartire".

Secondo lui si sceglieranno prima mete vicine, una sorta di turismo di prossimità. Poi riprenderà anche l'outgoing verso destinazioni lontane, ne è convinto, e gli italiani torneranno anche a desiderare gli States. "We are positive, we know that after all the crisis something new will rise", il mondo resta un posto meraviglioso, da esplorare, con ancora maggior entusiasmo e responsabilità".

E citando **Haruki Murakami**, "Quando la tempesta sarà finita, probabilmente non saprai neanche tu come hai fatto ad attraversarla e a uscirne vivo. Ma su un punto non c'è dubbio. Ed è che tu, uscito da quel vento, non sarai lo stesso che vi è entrato", dice: "Ecco spero che alla fine di tutto questo la maggior parte di noi potrà dire di essere una persona diversa".

"Cultura, resistenza, valori e memoria sono le parole chiave per guardare avanti", è la riflessione di **Alberto Angela, giornalista e conduttore televisivo**, "E la memoria è anche quella che deve guidare il nostro futuro: quando tutto questo sarà passato, infatti, vi chiedo due cose: non dimenticate chi è in prima linea oggi e chi non c'è più; e poi, quando si tornerà a viaggiare, di premiare l'Italia che vive di turismo perché così facendo premierete anche le generazioni passate che stanno lottando insieme a noi", esorta.

Intanto, purtroppo, si contano ancora le vittime e non si abbassa il livello di allerta. È il 2 aprile, finalmente l'Unione Europea prende posizione e si schiera dalla nostra parte: in attesa di superare lo stallo su Mes e Coronabond, lancia infatti SURE (l'acronimo di Support to mitigate unemployment risks in emergency), un piano da 100 miliardi contro la disoccupazione.

La **presidente della Commissione Ursula von der Leyer** non ha più esitazioni: "Scusateci (italiani), ora la Ue è con voi", esordisce in una lettera comparsa su La Repubblica, "Il Paese colpito più duramente, l'Italia, è diventato anche la più grande fonte di ispirazione per noi tutti...".

Possiamo sconfiggere questa pandemia solo insieme, come Unione. Servono risposte forti: dobbiamo usare ogni mezzo a nostra disposizione. Il bilancio europeo sarà il nostro piano Marshall", dichiara. È una prima, importante, conquista.

Era il 28 marzo invece, quando a Wuhan, in Cina, focolaio del contagio, a mezzanotte, sotto una pioggia battente, in una città deserta e livida, faceva il suo ingresso il primo treno in arrivo da Shanghai. Il primo, dopo 65 giorni di isolamento: a bordo madri, mogli, figli, che finalmente possono riabbracciare i familiari. Si torna a casa, anche se non ancora alla normalità. Un altro segno di speranza, anche se in Italia si continua a combattere, quasi 'sollevati' dalla notizia di un rallentamento della curva dei contagi, mentre navi da crociera diventano ospedali galleggianti, altri aprono in quartieri fieristici.

L'ultimo, l'ospedale Fiera Milano, interamente finanziato da 1.200 donatori, è simbolo della solidarietà e volontà di tutti, ma è anche destinato a rimanere, segnale che dovremo abituarci a 'convivere' a lungo con la malattia. Nel frattempo, nello storico Ospedale Sacco di Milano, mamme affette da Coronavirus danno alla luce undici bambini in perfetta salute.

È la vita che lotta contro un nemico oscuro, è la vita che vince su tutto, la nostra speranza per il futuro.