Ricettività italiana ed Expo: buone prospettive, ma bisogna progettare il "post"

Qual è l'atteggiamento verso il settore turistico? Come viene visto il comparto ricettivo? In che modo Expo viene percepito? Ecco alcune delle domande alle quali risponde **Associazione Italiana Confindustria Alberghi in collaborazione con ISPO Ricerche con una ricerca demoscopica presentata a Roma nell'ambito della tavola rotonda "Turismo e ricettività alberghiera: la situazione alle porte di Expo".**

Il giudizio sull'offerta ricettiva è generalmente positivo: in particolare, quello attribuito agli alberghi di fascia alta (89% di voti positivi, di cui il 39% molto positivi) supera quello di tutte le altre strutture ricettive testate (strutture termali, agriturismi, B&B, alberghi di fascia media). Qualche criticità si rileva invece sul fronte degli alberghi downscale, che registrano voti più tiepidi su tutti i fronti.

Per quanto riguarda l'offerta di servizi, i più apprezzati dalla popolazione italiana sono il wi-fi e il servizio navetta, seguiti dal medico in hotel e dall'attenzione verso la ristorazione e la cucina alternativa. Stessa graduatoria indicata dalla clientela business, che segnala come più graditi la connessione internet e il transfer, seguiti però da cucina varia e diversificata e dalla SPA. **Gli italiani si dividono però quando si parla della fiducia verso Expo quale volano per il settore turistico italiano: da un lato il 51% esprime un atteggiamento positivo, dall'altro il restante 49% – composto in particolar modo da giovani, da istruiti, da professionisti – manifesta un atteggiamento di sfiducia verso le opportunità effettivamente offerte dall'esposizione universale**. In particolare, **è il dopo Expo il tasto dolente**, specie in merito alle opportunità occupazionali che si verranno a creare grazie alla manifestazione: il 59% degli intervistati, infatti, ritiene che molte di esse si perderanno con la fine dell'Esposizione Universale. Per il 53%, poi, non esiste alcun progetto per il post-evento e non si sa che cosa rimarrà al turismo italiano. "A due mesi dall'Esposizione Universale volevamo un quadro d'insieme, all'interno del quale collocare il settore ricettivo nel suo complesso" ha dichiarato **Giorgio Palmucci**, Presidente di Associazione Italiana Confindustria Alberghi. "L'indagine di oggi ci conforta sull'attenzione e consapevolezza degli italiani rispetto al nostro settore, ma nel contempo mette in luce l'esigenza di un segnale forte da parte delle istituzioni affinché il contesto in cui operiamo possa essere più favorevole al mondo dell'impresa".

"In questi ultimi anni, come documenta anche l'indagine di ISPO Ricerche, abbiamo assistito ad un cambiamento sostanziale della percezione del valore dell'indotto turistico, che ora è ritenuto una fonte primaria di sviluppo economico, creazione di opportunità di impresa e, quindi, di lavoro" ha dichiarato **Cristiano Radaelli**, Commissario Straordinario ENIT. "Ciò eleva ulteriormente **la necessità di un coordinamento nazionale per poter essere efficaci nella promozione dell'Italia, sostenendo il tessuto delle imprese nostrane**. Per questo Expo sarà un eccellente laboratorio, che non esaurirà la propria spinta progettuale allo scadere dei suoi sei mesi di durata: riconsiderare il turismo, non come un ambito a sé stante, ma come la porta di ingresso per il rilancio di tutta l'economia permetterà in maniera eccellente di coltivare i numerosi semi che in occasione di Expo sono e verranno piantati".
"**La percezione che hanno gli italiani è un indicatore necessario che sfrutteremo al meglio per un'offerta sempre più di qualità**"ha dichiarato **Maria Carmela Colaiacovo**, Vice Presidente Associazione Italiana Confindustria Alberghi. "In molti casi, però, **ci scontriamo ancora con vincoli anacronistici che condizionano l'impresa**. Penso, ad esempio, alla ristorazione che, ancora oggi, è soggetta ad un doppio sistema di licenze con tutto il relativo bagaglio di burocrazia e autorizzazioni che di fatto la rendono pressoché impossibile. La capacità delle aziende di rispondere alle esigenze del mercato, infatti, si scontra ancora troppo spesso con una serie di adempimenti farraginosi che contrastano con una realtà dinamica come quella turistica. **Anche nel nostro campo è necessario un cambio di passo** che ci permetta di competere al meglio".