

Covid-19, TTG Rimini, turismo balneare: necessario protocollo per 'Italia destinazione sicura'

Attualità - 27 aprile 2020 - 14:23



Un protocollo sanitario per i clienti e per i dipendenti delle aziende: è tutto il comparto turistico a chiederlo. La fiducia c'è, i primi segnali di ripresa anche. Tra gli operatori dell'incoming e i commentatori del settore balneare c'è l'esigenza di una regia unica che proietti sui mercati esteri il messaggio che ovunque si scelga di prenotare in Italia, lì si troverà una destinazione sicura. Dove i protocolli sanitari sono gli stessi, dalle distanze alla sanificazione degli ambienti. Come ripartiranno i mercati italiano e globale, sarà uno dei temi della prossima edizione di TTG SIA SUN l'appuntamento fieristico leader del turismo nel nostro Paese, organizzata da Italian Exhibition Group nel quartiere fieristico di Rimini dal 14 al 16 ottobre prossimi. Sarà il mercato domestico, per ora, a delineare la stagione turistica del dopo lockdown, e le spiagge saranno il banco di prova a partire dal confronto con circa due milioni di presenze in meno sulle spiagge nel 2019 per meteo avverso tra maggio e giugno. Si inizia così a delineare quel fattore di resilienza dell'industria del turismo che ne fa una delle più capaci a reagire velocemente agli shock economici. Turismo di prossimità, uso dell'auto, rarefazione delle presenze, possibile destagionalizzazione, sono quattro tratti salienti necessari per tre operatori chiave dell'incoming italiano.

«Il turismo – sostiene **Chiara Gigliotti, general manager di Carrani Tours** - ha da sempre la capacità di reinventarsi. E si inizia riposizionandoci su un turismo di prossimità. Breve percorrenza, weekend lunghi, spostamenti in auto. La ripresa del mercato europeo inizierà tra settembre e ottobre, quella intercontinentale a partire da gennaio e febbraio. Il vero tema è come riapriranno le nostre strutture, con quali norme e protocolli».

«La situazione è senza precedenti – aggiunge **Gino Acampora, general manager di Acampora Travel** – su cui è difficile fare previsioni. Ora che i risultati del lockdown iniziano a dare i risultati sperati, forse possiamo aspettarci i primi effetti dalla metà di luglio: la prossima stagione balneare sarà il banco di prova della ripresa turistica e sarà principalmente mercato domestico. Questo inizio di ripresa però non può essere slegato dalla definizione di un protocollo sanitario che dia fiducia ai turisti italiani e stranieri. "Italia destinazione sicura" deve diventare un mantra, in modo uniforme su tutto il territorio nazionale. E va definito

rapidamente, perché i primi segnali incoraggianti già arrivano: i tedeschi spostano all'autunno le prenotazioni di primavera, gli statunitensi prenotano, nonostante tutto, per la primavera del 2021. Non possiamo sbagliare il marketing: per dare prospettiva alle imprese serve una regia unica firmata ENIT, in combinato disposto almeno fino a marzo con l'azzeramento dei biglietti nei musei, l'esenzione contributiva per gli hotel e la sospensione della tassa di soggiorno».

Secondo **Marco Ficarra, vicepresidente e founder di Destination Italia** «le limitazioni nei mercati di origine assieme alla riduzione della capacità di trasporto aereo e alle misure di distanziamento sociale sono tutti elementi a favore di un turismo meno massivo e più alto di gamma, complice anche la riduzione di capacità di spesa di altre fasce di mercato. Dipenderà da come sapremo far evolvere l'offerta. Se fossimo capaci di agire come Paese con una strategia unica e di incentivare il consolidamento dell'offerta e soprattutto dell'intermediazione, potremmo ottenere quella tanto sperata stagionalizzazione e diversificazione dei flussi- La si ottiene solo guidando la domanda, mentre la frammentazione ci costringe a subirla passivamente. Altrimenti torneremo all'over-tourism di prima, ma peggiorato».

«L'OMS ha già dato delle linee guida – spiega **Alex Giuzio, il giornalista capo redattore della testata specializzata leader di settore Mondo Balneare** – e se valgono per gli spazi all'aperto nel settore alberghiero, possono valere anche per gli stabilimenti balneari. Regole semplici da applicare: quattro persone al massimo ogni 10 metri quadrati, nessuna area giochi, personale in maniche lunghe. Distanziamento facilmente replicabile anche per le distanze dei lettini sulle spiagge. La tecnologia mobile già oggi permette le ordinazioni senza recarsi al banco del bar. Va semplicemente acquisita come abitudine. Salotti galleggianti in piscina o i gazebo per i lettini faranno il resto. Quello che preoccupa è il ritardo negli allestimenti. Scontiamo almeno un mese e mezzo di blocco, ne risente tutta la filiera, manutenzioni comprese».

I DATI 2019

Nel 2019 l'andamento del turismo in Italia è stato condizionato nella prima parte dell'anno da avverse condizioni meteo che hanno compromesso soprattutto i flussi turistici di maggio, giugno e, in parte, luglio. Da ciò, la perdita dello 0,9% di turisti balneari per un totale di 2 milioni di turisti a livello nazionale in meno rispetto al 2018, annata comunque considerata "storica" per l'elevato numero di arrivi e presenze, con un aumento +30% sul 2017 e con 429 milioni di presenze delle strutture ricettive. Più grave la situazione al Sud e nelle Isole ove si sono registrati cali di presenze rispettivamente del -1,4% e del -1,5%. Congiuntura poi migliorata da metà luglio con un consistente recupero in agosto, proseguito a settembre. Meglio è andata la situazione nei laghi dove c'è stato un aumento dello 0,2% delle presenze.

Per quanto riguarda le diverse aree del Paese, il Nord Ovest ha registrato un +0,2% grazie al leggero aumento della domanda straniera (+0,7%), mentre Nord Est e Centro hanno registrato i risultati peggiori, entrambi in calo del -1,6%. Cali più contenuti sono stati registrati nelle regioni del Sud-Isole (-0,6%), dove il mercato estero ha segnato il +1,2% e quello italiano il -1,5%. Le città d'arte hanno registrato un aumento stimato delle presenze al +0,4%, con un sensibile rafforzamento degli italiani (+1%) e una stabilità degli stranieri (+0,1%). Male le località termali con -4,1%, con un calo significativo sia degli italiani (-3,4%) sia degli stranieri

(-4,9%). Sempre nel 2019 si è registrato un saldo positivo della bilancia turistica con un aumento del 6,1% sul 2018 della spesa da parte dei turisti stranieri. In crescita del 2,4% il numero dei visitatori dei musei con un aumento del 4,3% della spesa di biglietteria (Fonte: Assoturismo – Federalberghi).

TTG è il market place della filiera del turismo in Italia: la manifestazione più frequentata dai professionisti italiani e stranieri del settore, che assieme a **SIA** e **SUN** dispiega in un'unica piattaforma la filiera del viaggio e destinazione, dell'allestimento indoor e outdoor delle strutture ricettive, del turismo balneare e campeggio. L'edizione 2020 si terrà nel quartiere fieristico di Rimini dal 14 al 16 ottobre prossimi.