

2020 annus horribilis: fino a 70 miliardi di perdite secondo le stime di Touring

notizia pubblicata **30 Ottobre 2020** alle ore **13:01** nella categoria **Senza categoria**



Il 2020 annus horribilis per il turismo, con una debacle che in Italia, tra mancati arrivi dall'estero e paralisi dei flussi interni, potrebbe arrivare a toccare i 70 miliardi di perdite. E' l'allarme lanciato dal Touring Club Italiano, che ha analizzato i nuovi scenari alla luce delle ultime restrizioni inserite nel DPCM del 24 ottobre scorso, per ipotizzare come le nuove misure (e un eventuale nuovo lockdown) incideranno sul settore turistico, già così fortemente colpito dalla pandemia, e quali potrebbero essere eventuali strategie forti per il futuro.

“È chiaramente essenziale dare ristoro a tutti quei settori che sono stati chiusi per garantire a professionisti e aziende la sopravvivenza nelle prossime settimane – dice subito Franco Iseppi, presidente del Touring Club Italiano – Ma occorre parallelamente guardare oltre e costruire già oggi la nuova normalità che ci attenderà nel medio periodo”.

Se le misure di contenimento non dovessero essere sufficienti a rallentare il contagio e fosse necessario un nuovo lockdown generalizzato, dicono i dati del TCI, il turismo incoming in Italia potrebbe arrivare a fine anno con una riduzione di circa il 70%, perdendo oltre 40 milioni di viaggiatori e 30 miliardi di euro di spesa nel 2020. Non meglio sono i numeri dei flussi domestici, quelli su cui si era basata la timida ripresa estiva. Se ora dovesse bloccarsi la “macchina” invernale, l'andamento di fine anno sarebbe ugualmente drammatico: i dati provvisori gennaio-giugno segnalano già -58% e il 2020 potrebbe chiudere con 125

milioni di presenze in meno e un calo della spesa domestica stimata in circa 40 miliardi di euro rispetto al 2019.

Cosa fare? “Pensare al futuro – dice Iseppi – vuol dire prima di tutto avere chiara la visione da assegnare al Piano Nazionale Ripresa e Resilienza, occupandosi non solo dei singoli progetti, ma dell’immagine complessiva che da quel mosaico potrà uscire. Dal nostro punto di vista, anche sulla base delle rilevazioni condotte, crediamo che la strategia di rilancio del settore debba far leva su alcuni aspetti principali”. Innanzitutto, spiega, una sempre più forte “spinta verso la digitalizzazione dell’offerta, perché sia più attrattiva e nota a livello internazionale.”. E poi “un approccio sempre più sostenibile e responsabile per rispondere in modo contemporaneo alle sfide dello sviluppo puntando sui valori dell’accoglienza, che connota ancora il viaggio in Italia”. Infine, obiettivo sul quale si puntava già prima della pandemia, per un’idea dell’Italian way of life, del museo diffuso e in risposta anche al problema dell’eccessiva concentrazione dei grandi flussi in poche mete, serve, conclude Iseppi, anche “una maggiore centralità delle aree interne che possono diventare attrattori fondamentali per il nuovo corso del turismo”.