

INCHIESTA

Il turismo in Italia

Sei domande ai maggiori esponenti
del mondo
alberghiero italiano

Bernabò Bocca, presidente
Federalberghi e Sina Hotels;
Elena David, Amministratore
Delegato Una Hotels;
Casto Iannotta, Amministratore
Delegato Advance Hotels;
Luciano Lusardi, Responsabile
Europa InterContinental Hotels
Group; *Giovanna Manzi*,
Direttore Generale Best Western
Italia; *Vincenzo Presti*,
Amministratore Delegato
Domina Hotels; *Amato
Ramondetti*, Presidente Turin

Hotel International; Antonio Salvatori,
Amministratore Delegato Metha Hotel
Group; *Carlo Tixe*, Presidente Logis
d'Italia Hotels & Restaurants; *Ugo
Zanuso*, Amministratore Delegato di
Jolly Hotels hanno risposto alle sei
domande che Hotel Domani ha loro rivolto
per cogliere lo stato dell'arte nel mondo
alberghiero italiano. Un comune
denominatore: la scarsa sensibilità del mondo
politico italiano nei confronti del turismo in
Italia. E tante buone idee da mettere in pratica

COME GIUDICATE LA SITUAZIONE DEL MONDO ALBERGHIERO IN ITALIA?

«Buona, con margini di miglioramenti, meno difficile di come si dice» è il parere di Bernabò Bocca, Amministratore Delegato di Sina Hotels e Presidente di Federalberghi. «Difficile» invece è il giudizio di Elena David, Amministratore Delegato di Una Hotels. «Da un lato ci sono le grandi opportunità offerte dal territorio, dal Paese, dal nostro turismo cui fa da contraltare però una congiuntura del momento decisamente difficile.» «Difficile» è anche il giudizio di Casto Iannotta, Amministratore Delegato di Advance Hotels. «È troppo statica rispetto alle dinamiche del mercato.» «Il problema principale del sistema Italia nasce da un'offerta poco omogenea» aggiunge Luciano Lusardi, Responsabile Europa di InterContinental Hotels Group. «È scarso soprattutto il rapporto qualità/prezzo» conclude. «Difficile» è anche il giudizio di Vincenzo Presti, Amministratore Delegato di Domina Hotels, di Carlo Tixe, Presidente di Logis d'Italia Hotels & Restaurants e di Ugo Zanuso, Amministratore Delegato Jolly Hotels. «Preoccupante» è l'espressione preferita da Amato Ramondetti, Presidente Turin Hotel International. «Buona» infine è il giudizio di Antonio Salvatori, Amministratore Delegato di Metha Hotel Group, che motiva tale giudizio con l'apertura in atto del settore alberghiero alle grandi catene internazionali e alle società di management come Metha.

QUALI SONO I MAGGIORI PROBLEMI CHE INCONTRATE SUL MERCATO ITALIANO RISPETTO A QUELLI INTERNAZIONALI?

«Un costo del lavoro più elevato e una scarsa sensibilità politica per il settore» spiega Bernabò Bocca. «Anzi, la sensibilità politica è nulla. C'è molto da fare e dobbiamo rimboccarci le maniche» aggiunge il presidente di Federalberghi. Uguale l'opinione di Elena David che pone il costo del lavoro e la scarsa sensibilità politica come i due problemi maggiori con i quali deve fare i conti il mondo turistico italiano. Stesse considerazioni anche da parte di casto Iannotta. «Esiste inoltre una scarsa professionalità che aumenta il costo della qualità del servizio». «La scarsa preparazione del management e la poca flessibilità esistente nel ricambio del personale» è invece la risposta di Luciano Lusardi. Tornano a battere sulla scarsa sensibilità politica per il settore sia Giovanna Manzi che Vincenzo Presti e Carlo Tixe. Per Giovanna Manzi anzi «è in assoluto il punto cruciale. Il comparto turistico in generale non gode di considerazione e solo una parte politica ha una consulta permanente che si occupa di questo settore». Per Presti inoltre scontiamo un costo del

lavoro «sicuramente molto più elevato» rispetto ai nostri concorrenti. «Più cari sono anche i trasporti interni e le materie prime».

«Costo del lavoro e dei trasporti più elevati» sono anche i problemi su cui si sofferma Amato Ramondetti. «Inoltre, registriamo una scarsa sensibilità politica per il settore» conclude.

«La burocrazia» è l'assillo maggiore di Antonio Salvatori. «Troppa burocrazia ovunque.»

«Il costo del lavoro elevato e la mancanza di elasticità del settore» sono i problemi maggiori anche per Ugo Zanuso.

QUALI INTERVENTI RITENETE PIÙ URGENTI NEL VOSTRO SETTORE?

«L'istituzione dell'Agenzia nazionale del turismo» afferma con sicurezza Bocca. «Anzi, bisogna ricreare il Ministero delle politiche del turismo. Ricordiamo che il turismo in Italia contribuisce al Pil per l'8%. Quale sarebbe l'ideale per fare bene turismo in Italia? Dovremmo fondere le capacità di fare Marketing dei francesi, la grande sensibilità politica dimostrata dagli spagnoli in questi anni e l'abilità indiscussa degli imprenditori italiani». La creazione di un'Agenzia nazionale del turismo è anche la netta convinzione della dottoressa David per affrontare seriamente e concretamente i problemi più urgenti del settore.

Elena David,
Amministratore
Delegato
Una Hotels



Bernabò Bocca,
Presidente
Federalberghi
e Sina Hotels



Casto Iannotta, Amministratore Delegato Advance Hotels

Luciano Lusardi,
Responsabile Europa
InterContinental Hotels Group



«In ordine d'importanza» spiega Iannotta «metterei al primo posto la formazione del personale seguita dalla necessità di migliorare la nostra promozione verso l'estero. Infine, è urgente anche istituire un'Agenzia nazionale del turismo.»

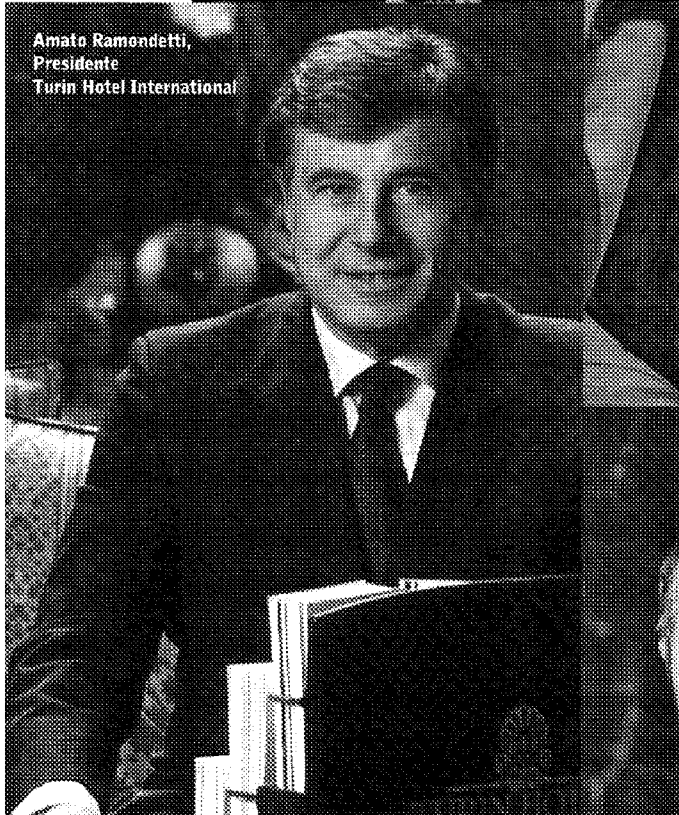
«La formazione del personale, incluso il management» rappresenta l'intervento più urgente propugnato da Luciano Lusardi. «Una promozione unitaria verso l'estero» è la richiesta più urgente di Giovanna Manzi. «La vera disgrazia è rappresentata dalla delega regionale che tratta in esclusiva il turismo e non vede l'Italia come destinazione e la parcellizza, parcellizzando anche gli investimenti con il risultato che la comunicazione purtroppo non ne trae beneficio. Due diversi messaggi trasmessi con un investimento ipotetico di 1000 euro ciascuno non hanno lo stesso impatto di un messaggio trasmesso con un investimento di 2000 euro.»

Molto articolata anche la risposta di Vincenzo Presti che auspica l'istituzione dell'Agenzia nazionale del turismo, finanziamenti agevolati per il settore, e un intervento per la formazione del personale, argomento sul quale Domina si sta già muovendo in maniera autonoma: «Noi ci stiamo provando da soli con Domina Hospitality School» spiega. Infine, Presti auspica anche interventi di maggiore promozione verso l'estero e sconti fiscali per il settore.

Per Antonio Salvatori il problema principe in Italia è «la revisione della legge sui contratti di locazione. È una legge a dir poco invecchiata. Si incastra con tutta una serie di articoli del Codice Civile e impedisce una modernizzazione del settore. In Francia un contratto di locazione può essere utilizzato anche per ipotecare un immobile e ricevere finanziamenti dalle banche. In Italia è impossibile farsi finanziare l'acquisto di un immobile alberghiero. Non esiste un supporto creditizio e finanziamenti a medio termine. In Francia esiste il Fondo di commercio che premia la qualità della gestione di un immobile alberghiero. Si arriva al punto che a Parigi può succedere che a fronte di un prezzo di acquisto di un albergo poniamo di 6 milioni di euro il Fondo di commercio metta a disposizione addirittura 7 milioni di euro. Viene



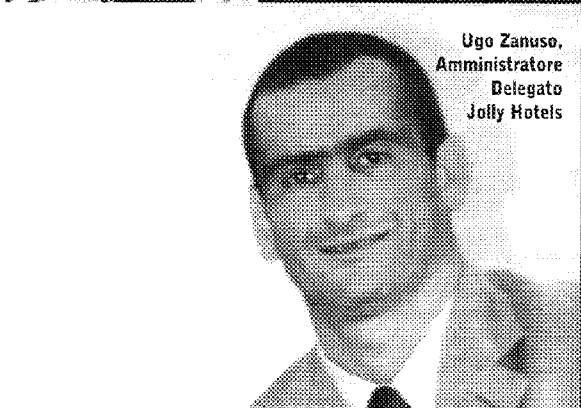
Vincenzo Presti,
Amministratore
Delegato
Domina Hotels



Amato Ramondetti,
Presidente
Turin Hotel International



Giovanna Manzi,
Direttore Commerciale
Best Western Italia



Ugo Zanuso,
Amministratore
Delegato
Jolly Hotels



Antonio Salvatori,
Amministratore Delegato
Metha Hotel Group

finanziata la professionalità e la qualità del gestore. L'opposto che in Italia. È Federalberghi che dovrebbe promuovere il cambio della legge sulle locazioni coinvolgendo anche le grandi catene internazionali.»

Finanziamenti agevolati e formazione del personale sono anche i temi che stanno più a cuore a Carlo Tixe.

«Una riforma di tipo inglese» è la convinzione di Ugo Zanuso, che chiarisce meglio: «Vedi signora Thatcher...»

COME GIUDICATE IL MERCATO DEL LAVORO ALBERGHIERO IN ITALIA?

«Molto difficile» è il giudizio di Bernabò Bocca. «È difficile trovare risorse umane valide. C'è il problema del sommerso che va combattuto, perché altrimenti non si capisce perché certe regioni del Sud richiedono quote di lavoratori extracomunitari a fronte di una disoccupazione dichiarata che supera il 20/30%. Dovremmo creare più scuole alberghiere private come quella di Stresa per selezionare gli allievi all'entrata e garantire professionalità e posti di lavoro certi».

«Difficile» è anche l'opinione di Elena David. «La professionalità non esiste più» rileva, «c'è un turn over esasperato mentre le carriere finiscono con l'essere troppo abbreviate rispetto all'esperienza professionale effettivamente acquisita dai vari soggetti».

«Ottimo per chi vuole entrarvi» analizza Iannotta. «Difficile reperire capi servizio, quadri e manager di profilo interessante». «Preoccupante» è anche il giudizio di Luciano Lusardi che non a caso alla seconda domanda aveva individuato nella scarsa preparazione del management e nella poca flessibilità del nostro mercato del lavoro alcuni dei maggiori problemi del sistema alberghiero italiano rispetto a quelli internazionali.

«Difficile nella media, migliorato ma non eccellente» è l'opinione di Giovanna Manzi.

Stessa convinzione anche per Vincenzo Presti che oltre a giudicare «difficile» il

mercato del lavoro alberghiero in Italia rileva anche una «non sufficiente disponibilità al sacrificio lavorativo».

«Difficile» è anche il giudizio di Amato Ramondetti.

«Buono» è il giudizio di Salvatori che ritiene positivo il riscontro della flessibilità introdotta dal lavoro interinale per esempio.

«Difficile» invece è il giudizio lapidario di Carlo Tixe.

«Molto difficile» è anche l'opinione di Ugo Zanuso. «Scarsa professionalità, alti contributi e difficoltà di licenziare dipendenti con poca attitudine» sono gli ostacoli maggiori per l'Amministratore Delegato di Jolly Hotels.

COME GIUDICATE LE PROSPETTIVE DEL TURISMO IN ITALIA?

«Ottimo» è la ferma convinzione di Bernabò Bocca.

«Difficili» invece è il giudizio di Elena David. «I problemi sono maggiori rispetto alle opportunità» è il suo laconico commento.

«Nel breve periodo ancora buone» è la convinzione di Casto Iannotta. «Nel lungo periodo, difficili».

Più articolato il giudizio di Luciano Lusardi: «Buone se si riesce a migliorare i punti critici affrontati nelle altre risposte. Difficili se tutto rimane come adesso».

«Preoccupanti se non troviamo un vero modo comune di dialogare e di capire quali sono i problemi» giudica Giovanna Manzi.

«Il nostro è un comparto da tre milioni di impiegati e tutti si preoccupano che il settore auto questo mese abbia segnato un meno...»

«Possono essere sicuramente buone se istituzioni e privati collaboreranno di più e con più coscienza tecnica» è il parere di Vincenzo Presti.

«Ottimo» è l'opinione per molti versi controcorrente di Amato Ramondetti.

«Molto buone» è l'opinione di Antonio Salvatori. «L'arrivo delle catene alberghiere internazionali è destinato a modificare in meglio il nostro sistema turistico».

«Difficili» è il giudizio sintetico di Tixe.

«Ritengo che il turismo in Italia sia

destinato ad aumentare» è la convinzione di Ugo Zanuso. «Siamo il Paese del Mediterraneo e del mondo con un patrimonio artistico culturale inestimabile. Purtroppo poco valorizzato».

UN'IDEA PER MIGLIORARE LA SITUAZIONE...

«Ridar vita al Ministero del Turismo per puntare a migliorare l'organizzazione del prodotto turistico prima ancora della sua promozione» suggerisce Bernabò Bocca. «Ridurre inoltre l'Iva per esempio al 5% portandola al livello dei nostri competitors dell'Unione Europea. Infine, affrontare con migliori criteri il problema delle quote degli extracomunitari».

«Più d'una» si accalora Elena David. «A partire dalla promozione della destinazione Italia che deve essere gestita e coordinata a livello nazionale e non spezzettata tra le Regioni. Inoltre, portare l'incidenza dell'Iva al livello dei nostri competitors europei: dal 10 al 5 per cento. Semplificare gli iter burocratici che in Italia sono esasperati a tutti i livelli. Investire per avere più qualità e meno quantità. È finita l'epoca delle rendite di posizione. Ci vuole un prodotto turistico all'altezza, con verifiche più qualitative. Ogni Comune dovrebbe infine affrontare il fenomeno turistico nel suo insieme».

«Bisogna riprogettare il sistema e investire nella formazione scolastica a tutti i livelli» suggerisce Iannotta. «Bisogna guadagnarsi inoltre il trattamento e la considerazione che in Italia si è conquistata l'industria».

«Lavorare sulle risorse umane» è il leit motiv che ha guidato Luciano Lusardi nelle sue risposte. «Creare scuole di management di elevato livello. Inoltre, offrire agevolazioni finanziarie agli operatori nazionali e internazionali. Avere più rispetto per l'ambiente e per il patrimonio artistico-culturale. Ci vuole più incisività politico/impresariale per guadagnare peso internazionale. Bisogna migliorare l'immagine e la sicurezza dell'Italia. Chiarire il nodo degli hub aeroportuali e ridurre il traffico pesante sulle autostrade».

«Bisogna introdurre un'ottica più liberista togliendo spazio a tutte quelle categorie

che non offrono certe sicurezze» è il suggerimento di Giovanna Manzi. «Faccio un esempio: Uragano Ivan. I turisti che si sono rivolti a un tour operator si sono visti proteggere/rimborsare/prelevare per il rientro anticipato. Insomma, qualcuno si è occupato di loro cercando in tutti i modi di risolvere la situazione. Per i fai da te... nessuna copertura, solo costi e disagi.

Bene, chi opera in modo professionale dà delle garanzie di rispetto di regole e chiarezza di condizioni. Gli altri? Lo stesso caso dell'ospitalità alberghiera contrapposto alle strutture extraalberghiere. Se tutto fila liscio, Ok, viceversa se nasce il contenzioso chi lo affronta e come si risolve?»

«Ridurre le imposte fiscali e aiutare i privati nella promozione e nello sviluppo del turismo» è il suggerimento di Presti.

«Difficile poter dire o poter trovare un'idea come fosse quasi una soluzione magica»

spiega Amato Ramondetti. «Il turismo è una grande risorsa italiana. Per poter difendere questo patrimonio bisogna innanzitutto crederci e dedicarvi ogni risorsa disponibile. Il prodotto italiano si distingue per Ospitalità e per Qualità: elementi basilari su cui lavorare. Il nostro gruppo (THI, ndr) lavora con costanza e impegno dedicando grande attenzione alla qualità: sia nel prodotto (tecnologia, struttura, dotazioni) sia nel servizio (risorse umane). Alla formazione è dato grande spazio, prioritario. I risultati con il tempo arrivano. Senza illudersi mai di essere arrivati. Il lavoro da fare è in continua evoluzione e movimento. La qualità è un obiettivo dinamico. Ma questo è lo stimolo maggiore».

«Intervenire sui contratti di management, che oggi non sono garantiti nella giusta misura» è l'opinione di Antonio Salvatori che punta di più sullo svecchiamento legislativo del nostro Paese per liberare tutte le potenzialità bloccate o frenate da leggi stantie.

«Cominciare ad avere lo stesso trattamento e la stessa considerazione dell'industria» è invece la considerazione finale di Carlo Tixe.

«Per migliorare la situazione, a mio avviso» spiega Ugo Zanuso, «è necessaria una riforma forte riguardo il mercato del lavoro. Inoltre dimentichiamo di fare concorrenza ai paesi esotici e proponiamoci come una meta di arte, cultura, buona cucina e ospitalità». ■