TURISMO BLOCCATO SALVARE LE IMPRESE

Marco Grumo, docente di Economia Aziendale dell'Università Cattolica «Un piano per garantire liquidità, altrimenti finiranno in mano straniera»

MARIA G.DELLA VECCHIA

Il Covid ha cambiato tutto. Ora al turismo serve un piano di liquidità per accompagnare le imprese verso tempi migliori. È stato giusto alimentare il bonus vacanze per sostenere la domanda, ma l'unico piano da varare è un grande progetto industriale nella logica di favorire le imprese turistiche che decidano di lavorare insieme, salvando identità e territorialità. Altrimenti gli stranieri le comprano». Lo afferma Marco Grumo, professore di Economia Aziendale all'Università Cattolica di Brescia e Milano, coordinatore scientifico di "Cattolica per il terzo settore" è membro di "Cattolica per il Turismo". Grumo è tra i coordinatori del corso di laurea in "Comunicazione, imprenditorialità e management del turismo globale" nelle sede bresciana dell'ateneo.

Marco Grumo

Professore, il Covid ha portato al tracollo il turismo nazionale e mondiale. Cosa si deve fare per rilanciarlo?

La pandemia ha messo in ginocchio anche i giganti del turismo, ha bloccato aeroporti e le aziende sanissime delle crociere, ma anche dell'autonoleggio, dei voli locali e internazionali generando grossi problemi anche alle nostre realtà italiane. Oggi, dopo il lockdown le persone hanno volia di turismo ma hanno paura dei contagi, hanno meno soldi perché i loro datori di lavoro hanno sacrificato molta produzione e messo molti in cassa integrazione, sono concentrate sui propri impegni finanziari e perciò stanno mettendo mano ai risparmi. Il Covid ha portato a cancellare le prenotazioni estive, crollate dell'85%, mentre i turisti esteri in tutta Italia sono al -55%, con punte chiaramente più alte in tante località, incluse le città d'arte. Non si programma e non si prenota, si aspetta all'ultimo momento: se avanzano tempo e soldi si va dove possibile, con soggiorni brevi e attenzione al prezzo. Il tutto nonostante il grande sforzo che tutti gli albergatori stanno facendo in termini di sicurezza e di accoglienza.

In questo quadro cosa devono fare le imprese per risollevarsi?

Molte imprese del settore, in particolare quelle grandi o con forte proiezione internazionale, devono cambiare paradigma, almeno per un certo lasso di tempo, non puntando più solo sul turismo internazionale ma anche su quello interno di prossimità italiano, che comunque oggi è di più breve periodo. E devono farlo offrendo due pacchetti: uno per chi può permettersi tutti i comfort, a prezzo più elevato, e uno per chi ha minor reddito. Serve riflettere: non è un caso che in questo periodo Rimini stia vedendo un minor calo di prenotazioni rispetto a tutte le altre località balneari italiane. Servono pacchetti turistici più italiani, di fascia alta e anche media e bassa, di brevè durata ed elevato turnover. Le persone hanno vissuto lo stress per la pandemia, ora vogliono più tranquillità, pacchetti più naturalistici, culturali, green, ma anche rilassanti, distensivi e famigliari. Per le aziende diventerà importante non tanto il glamour della località quanto la capacità di offrire un ambiente rilassante, a misura d'uomo, e quindi anche meno di massa, con meno prodotto da consumare e più esperienza da vivere e condividere. Le persone oggi hanno tanti problemi che affollano la loro mente, la scuola, il lavoro, la salute. Hanno bisogno di staccare.

C'è misura economica davvero capace di contrastare una pandemia?

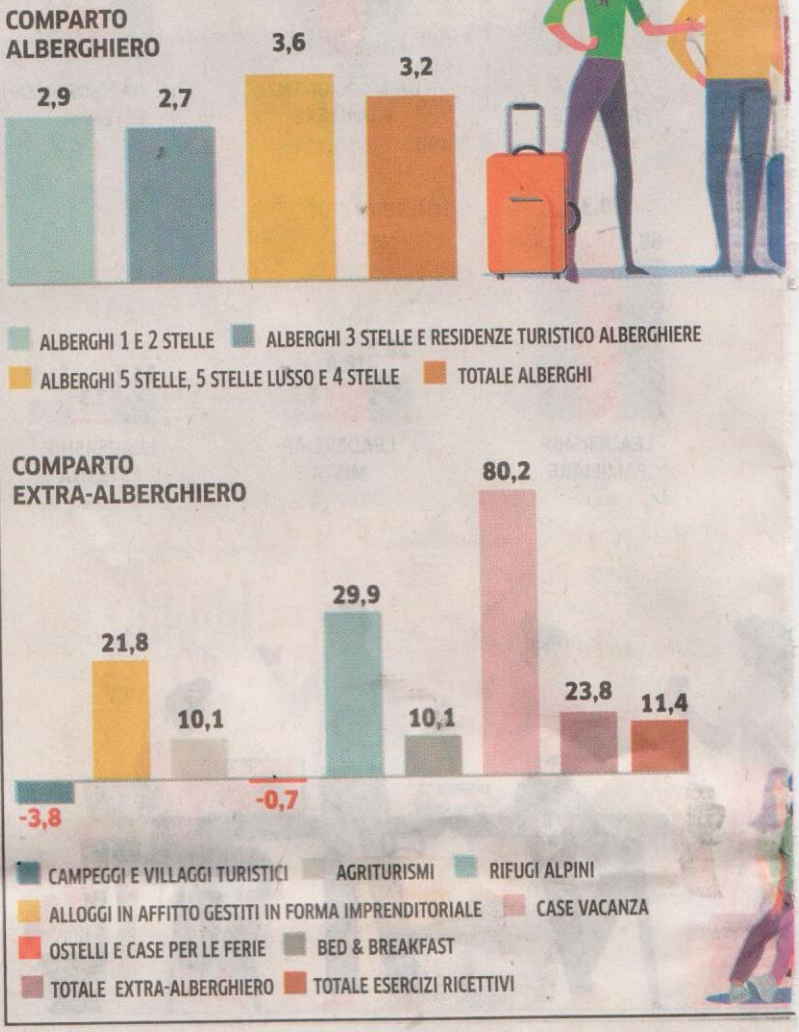
No. Lo dimostra il caso degli Stati Uniti, che hanno stanziato migliaia di miliardi ma ancora 'in questi giorni hanno visto le Borse a terra per i problemi legati alla pandemia. Ci sono titoli azionari di multinazionali turistiche, che nonostante le varie iniezioni di liquidità, oggi in America valgono ancora un terzo del valore ante covid e sarà così ancora per molto tempo. Questa crisi economica si risolve solo risolvendo la pandemia. Altrimenti gli aiuti economici accendono un fuoco che si rischia di non poter continuare ad alimentare. Le imprese turistiche si riprendono con i clienti e questi dipendono solo dall'andamento del covid e quindi anche dal grado di sicurezza sanitaria che saremo in grado di offrire. Gli aiuti hanno un senso nel momento in cui ci sono i fondamentali capaci di capitalizzare la ripartenza. Altrimenti si dà liquidità ma la domanda non riparte, perché la paura continua ad avere il sopravvento. Avremo portato avanti un po' di più nel tempo l'occupazione ma le imprese falliranno lo stesso.

Le associazioni del turismo hanno chiesto per le imprese aiuti finanziari pubblici, entrati nel Decreto Rilancio con la cifra di 50 milioni di euro. Che effetto può avere una cifra così bassa rispetto al crollo di tante attività?

La liquidità è stimolo per portare avanti i termini, nell'attesa che cambi qualcosa. Io sono stato fra coloro che hanno richiesto questi aiuti, ma so che il problema è trovare una soluzione sanitaria. Sicuramente la somma

Il turismo prima del Covid A Como e Lecco

Presenze 2019 - valori %



messa a disposizione è poca in relazione agli altri aiuti erogati dal Governo ad altri settori, soprattutto perché stiamo parlando di un settore altamente strategico per tutto il Paese.

Senza soluzione sanitaria che scenario turistico ci ritroviamo?

Abbiamo due scenari: primo, una pandemia continua, che impone alle imprese turistiche che vogliono salvarsi di puntare massicciamente al turismo locale con strategie nuove. Secondo, una pandemia che dà buoni segnali di rallentamento: in tal caso suggerirei ugualmente alle realtà che sono sempre state più proiettate sull'estero di applicare maggiormente il sacrosanto principio di economia aziendale di tutti i tempi, e cioè la diversificazione delle fonti di ricavo, abbinando il turismo internazionale a quello locale. Due mercati sono sempre meglio di uno, specie nell'attuale economia dell'incertezza e delle pandemie, purtroppo sempre più ordinarie. Dobbiamo essere già pronti in caso di ritorno della crisi sanitaria.

Si devono abbassare i prezzi?

Per farlo le aziende devono essere nelle condizioni di ridurre i costi fissi, e l'unico modo per ridurli è fare economia di sistema, che chiede alle imprese turistiche di lavorare insieme, spalmando i costi fissi su più strut-

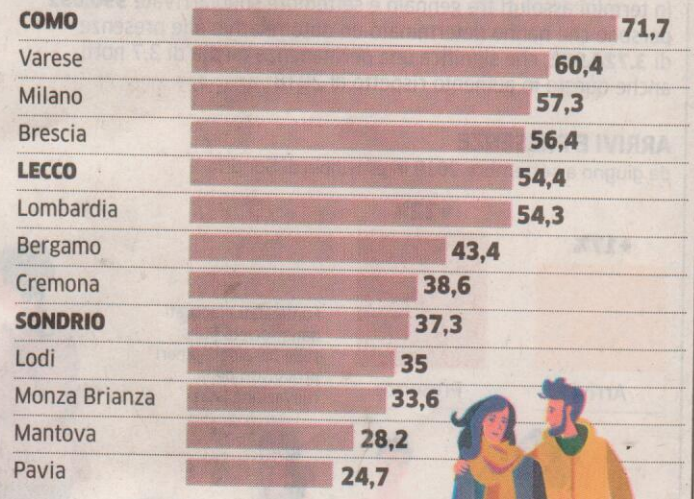
Arrivi stranieri primi cinque mercati

2018-2019 - AREA COMO LECCO

	2018	2019	% ARRIVI STRANIERI	% VARIAZIONE
Germania	206.654	**239.691**	18,4	**16**
Usa	127.536	**156.598**	12	**22,8**
Francia	110.880	**119.718**	9,2	**8**
Svizzera	103.669	**114.839**	8,8	**10,8**
Regno Unito	103.496	**110.121**	8,4	**6,4**

Arrivi stranieri su totale arrivi

Anno 2018



ture.

Un esempio?

Due-tre alberghi, grandi o piccoli che siano, che si uniscono in joint venture o anche in reti informali per economizzare e salvaguardare l'occupazione. In questo modo potrebbero anche condividere e quindi ridurre i costi di lavanderia, approvvigionamenti, acquisti alimentari, serate di intrattenimento. Potrebbero farlo anche le microimprese del settore, che così applicherebbero prezzi inferiori e riempirebbero le camere.

Con ricaduta quindi sull'indotto locale?

Sì. Diversi territori si stanno facendo più esperti in proposito, con pro loco e albergatori che si uniscono perché hanno capito che fare massa critica riduce i costi e migliora la comunicazione all'esterno. Le fonti ufficiali ci dicono che in Italia a fine giugno risulta aperto solo il 40% delle strutture, mentre c'è chi stima che fra fine luglio e agosto si riuscirà ad aprire al 70-80%, seppure ora le prenotazioni medie per agosto siano solo al 40% rispetto al normale. Evidentemente si conta sulle decisioni dell'ultimo momento. Ma sappiamo già che almeno il 30% non riuscirà ad aprire o comunque sarà molto in difficoltà subito dopo, e questo ovviamente preoccupa.

Stagione difficile **Alberghi e case** Gli arrivi non decollano

I dati di Confcommercio

Primi sei mesi disastrosi Le presenze calate del 93%

Il consuntivo del mercato turistico, nel primo semestre, registra un calo delle presenze in provincia di Como dell'85% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Sono meno del 30% le strutture che sono riuscite ad aprire totalmente in giugno. I flussi dall'estero sono ancora paralizzati (meno 93,2%) ed anche il mercato domestico è ben oltre la soglia di allarme (meno 67,2%).

Per gli stranieri, l'apertura delle frontiere interne all'area Schengen, peraltro intervenuta a metà giugno, ha fatto sentire i propri effetti solo in minima parte, mentre permane il blocco di alcuni mercati strategici, tra i quali Usa, Russia, Cina, Australia e Brasile. Per gli italiani, il ritorno alla normalità prosegue al rallentatore.

Soffrono anche le case vacanza Calano i prezzi e cambia l'offerta

Ripresa lenta
Daniela Maviglia
(My Home in Como)
«Periodi di soggiorno mediamente più lunghi»

«Da inizio giugno registriamo un graduale miglioramento delle richieste, ma la flessione rispetto all'anno scorso è netta. Siamo molto lontani dai risultati del 2019 e ancora di più dal nostro budget di fine mese, ma stiamo adeguando l'offerta a un mercato che sta cambiando e la risposta dei clienti non manca. C'è un bisogno di vacanza diversa, più a contatto con la natura e con più voglia di vivere la famiglia, perciò offriamo anche pacchetti naturalistici. Vediamo una rinascita positiva». Daniela Maviglia, titolare di My Home in Como, realtà comasca specializzata nella gestione di ville e appartamenti di fascia alta, ci parla di un turismo che sta cambiando esigenze e abitudini, con clienti svizzeri e del Nord Europa che prenotano spesso all'ultimo minuto o, al massimo, una settimana prima dell'arrivo.

«Stiamo registrando alcune prenotazioni per agosto e settembre – aggiunge Maviglia – per periodi un po' più lunghi di quelli attuali. Affittare una casa per le vacanze oggi dà sicurezza per l'aspetto sanitario, da mesi sui nostri annunci spieghiamo come puliamo e sanifichiamo tutto in modo estremo, garantendo il massimo della sicurezza fin dal ceck-in, con la sanificazione delle chiavi davanti agli ospiti. Ciò semplifica moltissimo la relazione col cliente".

La squadra di Maviglia sta lavorando al completo, con otto persone fisse più una serie di collaboratori esterni e con intenso uso delle tecnologie digitali «per semplificare le cose e ridurre i tempi di esecuzione del lavoro».

My Home in Como gestisce una sessantina di proprietà, fra cui diverse ville singole con spazi all'aperto, le più richieste in questo periodo da famiglie e gruppi di amici, per soggiorni itineranti, di qualche notte per poi spostarsi altrove. «Siamo sempre su un livello di clientela medio alto – aggiunge Maviglia -, tuttavia stiamo offrendo affitti e servizi a cifre più contenute di quelle che pratichiamo normalmente. Ciò nonostante i sensibili costi che stiamo affrontando per sanificazione, intenso utilizzo dell'impresa di pulizie, servizi di lavanderia con personale dedicato e prodotti specifici».

«C'è una riscoperta della vacanza legata a una maggior qualità di vita – ci dice Elisabetta Oldrini, consulente marketing e comunicazione di My Home in Como e lei stessa proprietaria di una casa vacanza affittata perlopiù anche in questo periodo a svizzeri, tedeschi e francesi -. Con My Home in Como è stata rivisitata completamente l'offerta ai clienti, con l'aggiunta di passeggiate private guidate, con guide preparate, per esperienze da vivere accessibili alle famiglie e che rimangono con un tratto forte nel ricordo della vacanza. È un momento delicato – conclude Oldrini – anche per quanto riguarda la visione che gli stranieri hanno delle vacanze in Italia. Seguo diversi gruppi social, fra cui un gruppo di 150mila donne, che parlano di turismo e sul tema "vacanze in Italia" nascono discussioni e pareri contrastanti. Servirà tempo per recuperare». **M. Del.**