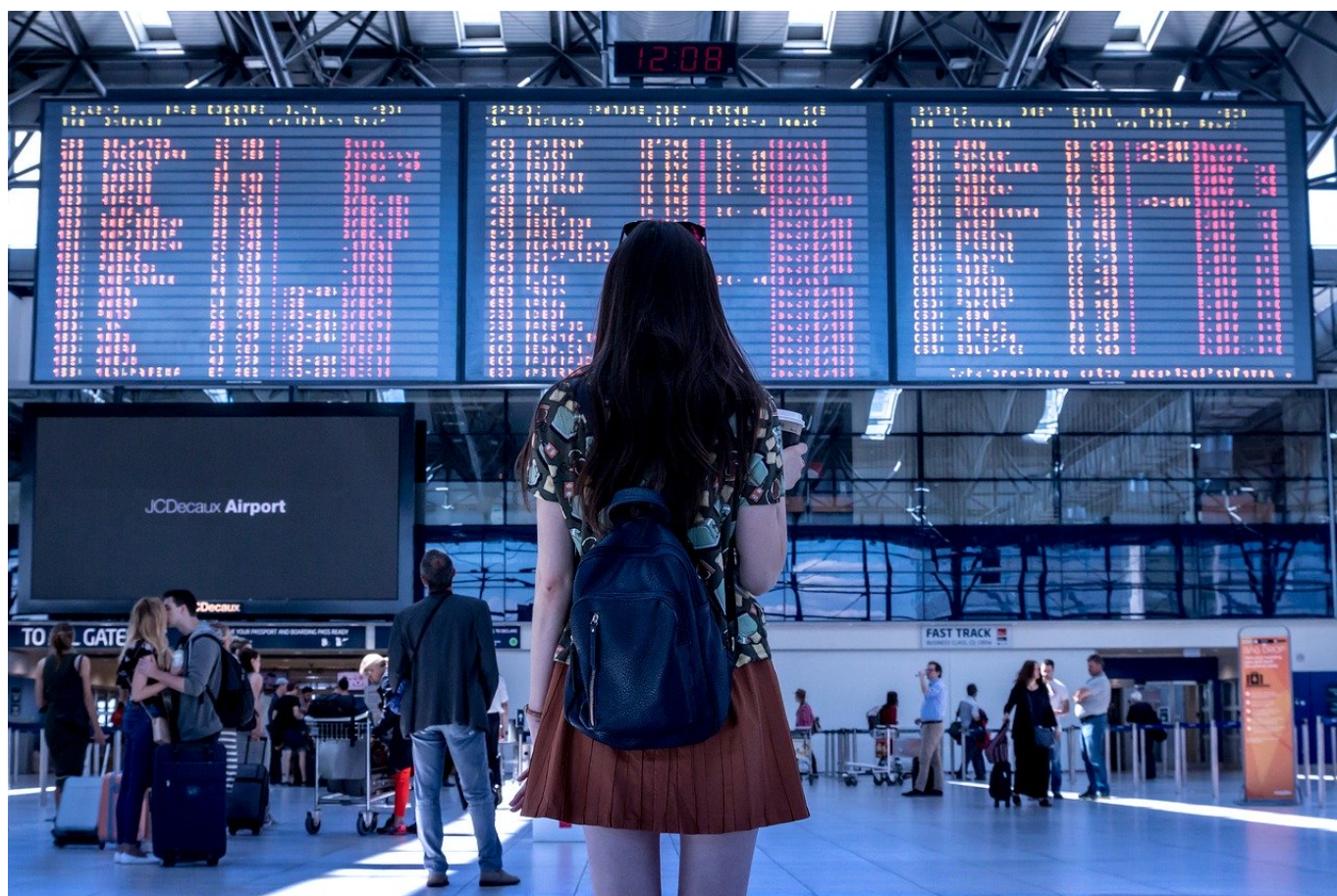


CON IL LOCKDOWN MASCHERATO È UN DRAMMA (ANCHE) PER IL TURISMO



RIMINI - Il grido d'allarme dei tour operator con **Pier Ezhaya**, il presidente di Astoi Confindustria Viaggi, che dice sconsolato che per loro "il lockdown non è mai finito". E, dopo anni di forte crescita, il crollo dell'e-commerce Travel degli operatori con sede in Italia (-56% rispetto al 2019 sceso a 4,8 miliardi) certificato dall'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo della School of Management del Politecnico di Milano.

Al TTG Travel Experience di Rimini è una giornata di analisi lucida della crisi ma c'è anche

voglia di guardare al futuro, nonostante tutto.

“Sentiamo parlare di lockdown sì o lockdown no, nel turismo siamo in lockdown da marzo. Le aziende turistiche, tour operator e agenzie di viaggi in questo momento sono a fatturato zero. Non siamo come i ristoranti che devono chiudere prima e o i cinema che fanno entrare meno gente. Per noi non c'è nulla... La nostra situazione è davvero drammatica, più è dura la crisi e più miete vittime. Un mese si resiste, due si fatica ma 6-7 mesi è troppo dura e l'orizzonte è di arrivare così almeno ad aprile. Ci sorprende che una situazione così tragica come quella che stanno vivendo le aziende turistiche non raccolga urgenza da parte del Governo”, dice Pier Ezhaya di Astoi.

“Hanno stanziato - aggiunge - dopo tante battaglie un fondo per le agenzie e i tour operator? Non è tanto, è un terzo di quello che avevamo chiesto ma ci sono 250 milioni. Ebbene, non li stanno distribuendo. Sono stati stanziati da agosto e sono ancora in attesa di avere l'ok dell'Unione europea per superare la vicenda degli aiuti di Stato”.

E sottolinea: “Questo forse è ancora più grave che non aver stanziato nessun fondo. Se non arrivano velocemente i fondi, noi faremo la fila al Mise a chiedere lo stato di crisi”.

Anche la ricerca del Politecnico conferma che la pandemia ha colpito alcune parti della filiera in modo più forte: il periodo estivo, in seguito all'allentamento delle misure, ha portato un po' di ossigeno al settore anche se non per tutti gli attori della filiera.

L'ospitalità alberghiera, i trasporti di terra e di mare e le attrazioni hanno avuto qualche miglioramento negli indicatori del terzo trimestre, pur dovendo limitare gli accessi e il numero massimo di prenotazioni, riuscendo a mantenere mediamente il livello di fatturato in una forbice tra il 40% e il 60% rispetto al 2019.

Lo stesso non si può dire per tour operator, crociere e trasporto aereo con perdite superiori al 70%.

Cerca di tranquillizzare gli animi promettendo il sostegno del Governo la sottosegretaria al

Turismo **Lorenza Bonaccorsi**: “Non c’è nessun dubbio, il Governo – dice – continuerà a stare accanto ai settori particolarmente in crisi. Lo ha detto più volte il ministro **Franceschini** ma anche il ministro **Gualtieri**. Tutti ci rendiamo conto del momento difficile e complicato, basta fare una passeggiata per il centro di Roma o di Firenze”.

Ed esorta: “Le cose vanno affrontate lavorando tutti assieme, abbiamo visto che non ci sono bacchette magiche, sono evaporate le bacchette magiche”.

Infine sono stati assegnati i premi della quinta edizione di Italia Destinazione Digitale, l’Oscar delle regioni italiane, ideato da The Data Appeal Company: al Trentino come regione con la migliore reputazione online, al Lazio come la più recensita, alla Valle d’Aosta come la più accogliente, la Sicilia come la più amata dai turisti stranieri, l’Umbria con la miglior offerta enogastronomica.

Il Molise ha ottenuto il più alto Covid Safety Index, che misura la percezione dei viaggiatori relativamente alle misure anti-coronavirus adottate da hotel, ristoranti e attrazioni.