

**CONFCOMMERCIO**

**Meno spese per turismo, ristorazione e cultura**

A causa dei rincari e della guerra, ristorazione, turismo e cultura sono le tre voci su cui si indirizzano i tagli di almeno il 60% degli italiani. Lo rileva una ricerca di Confcommercio. —a pag. 12

**Confcommercio, Sangalli: gelata sui consumi «Turismo e cultura fermi» —p.12**



# Confcommercio, gelata sui consumi «Turismo e cultura fermi a Pasqua»

## Servizi e ospitalità

Otto italiani su dieci prevedono di non partire o di tagliare le ferie estive

Sangalli: riportare fiducia per le imprese aumentando i fondi emergenziali

Enrico Netti

Guerra, caro energia e inflazione tengono sotto scacco le vacanze degli italiani. Per Pasqua solo 8 milioni di italiani si dicono intenzionati a partire e la metà ha già confermato la vacanza. Allungando l'orizzonte temporale all'estate ecco il campanello d'allarme: 8 su 10 prevedono di non partire o taglieranno la durata delle ferie o il budget. È quanto emerge dall'Osservatorio di Confcommercio di marzo sui dati Radar Swg. Gli otto milioni di potenziali turisti sono una frazione rispetto agli oltre 21 milioni di viaggiatori della Pasqua 2019 che registrò un giro di affari di circa 8,2 miliardi. Oggi il clima è ben diverso e prevale la cautela. Gli italiani dimostrano di avere già tirato il freno a mano sulle spese, soprattutto per il settore della cultura e la filiera turistica, che ancora scontano le conseguenze della pandemia evidenzia l'Osservatorio.

«Le famiglie italiane hanno già ridotto drasticamente i consumi per turismo e cultura a causa della pandemia - spiega Carlo Sangalli, presidente Confcommercio -. E proprio

turismo e cultura risentiranno di più degli effetti del conflitto in Ucraina e del caro energia. Occorre un'operazione fiducia per le imprese attraverso l'aumento dei fondi emergenziali e la proroga delle moratorie bancarie e fiscali. Ma occorre farlo subito perché il sistema imprenditoriale non può reggere una situazione di crisi continua».

Caro energia e guerra hanno modificato le abitudini di spesa di quasi i due terzi degli italiani e per Pasqua gli spostamenti saranno brevi e di corta durata per la metà dei turisti. Insomma dei break dettati dalla necessità di «stare in relax con la famiglia» o per visitare un borgo. La seconda casa torna in auge e sarà scelta dalla metà dei vacanzieri contro il 40% del 2019. Il budget ridotto, intorno ai 200 euro per persona, con un solo pernottamento. Crollo dei viaggi all'estero, piccolo lusso che si concederà solo il 6% contro il 13% del 2019.

In questo scenario gli operatori del turismo si preparano per la Borsa internazionale del turismo (Bit) che si svolgerà in presenza dal 10 al 12 aprile negli spazi di Fieramilanocity. Sono previsti 900 espositori di cui 110 provenienti dall'estero mentre sono attesi buyer da 47 paesi.

Massimo Garavaglia, ministro del Turismo, a margine della presentazione della Bit ricorda che «non abbiamo assolutamente necessità di turismo di massa. L'Italia è l'Italia e appena si tolgono tutte le restrizioni ci troveremo in over tourism. L'obiettivo insieme a tutti gli operatori è di gestire meglio i flussi in tutto in territorio e tutto l'anno. Ci sono buone prospettive e segnali incoraggianti. In questo momento di ripartenza i nostri numeri sono migliori di



Città simbolo. Venezia è la città che più di tutte aspira a un turismo di qualità



**IN FIERA DAL 10 APRILE**  
**La Borsa internazionale del turismo pronta ad aprire con 900 espositori di cui 110 provenienti dall'estero**

quelli di altri paesi». Destagionalizzazione e turismo di qualità sono due punti cardine insieme a politiche di sviluppo lungimiranti con orizzonte il 2030 e il 2040. Per ora a maggio sarà online un digital hub che integrerà l'offerta degli operatori mentre l'Enit avrà un nuovo logo.

«La Bit avrà presenze da quasi tutto il mondo con il 41% dei buyer provenienti dall'estero» sottolinea Luca Palermo, ad e direttore generale di FieraMilano. «Abbiamo molte aspettative sulla Bit, c'è stato un cambio di passo per tornare alla ribalta internazionale» spiega Franco Gattinoni presidente di Fto. I tour operator di Astoi saranno presenti con una ventina di aziende «per fare ancora più squadra e dimostrare che il comparto sta reagendo alla crisi» aggiunge il presidente Pier Ezhaya. Nelle tre giornate sono previsti 90 appuntamenti mentre la giornata di domenica sarà dedicata al pubblico.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**CARLO SANGALLI**  
Presidente di Confcommercio