

**Recapito Postale:**

F.I.S.T.

Federazione Italiana Settore Turismo

Casella Postale 1654

Bologna 1 Via Cairoli, 9

40121 BOLOGNA – BO

**Sede legale FIST:**

c/o Mercure Hotel Bologna Centro \*\*\*\*

Viale Pietramellara, 59 40121 BOLOGNA

**Sede Op. Parlamentino del Turismo Italiano:**

c/o Centro Congressi Artemide Hotel Castello

Viale Terme, 1010/B 40024 Castel San Pietro Terme

**Sito Internet:**[www.fisturismo.it](http://www.fisturismo.it)**Recapiti Presidenza:**

Cell. 331/9975313 Telefax 051/787591

E.mail [fist@fisturismo.it](mailto:fist@fisturismo.it)[parlamentino@fisturismo.it](mailto:parlamentino@fisturismo.it)Atto Costitutivo e Statuto registrato da Notaio  
Giampaolo Zambellini Artini Agenzia Entrate

Bologna 3 il 15/10/07

Codice Fiscale **91288010373*****DIECI DOMANDE PER RENDERE NOTA LA TUA OPINIONE DI “GIULIANO MONTI”***

1) Esiste una reale “prima azione” da compiere per rilanciare il nostro paese sulla scena turistica internazionale?

R: Promuovere il turismo culturale, unico settore dove l’Italia vanta e vanterà sempre un vantaggio competitivo notevole sui competitori, che non hanno la nostra storia, i nostri monumenti, le nostre tradizioni (in particolare enogastronomiche).

2) L’Italia è veramente disposta a tornare il paese a vocazione turistica di un tempo?

R: L’Italia non ha altra scelta. L’unica vera risorsa di cui dispone è la sua cultura, le sue tradizioni legate al suo territorio ed ai suoi abitanti.

3) Che peso avrà sul turismo Italiano il reinserimento della tassa di soggiorno?

R: Non si può fare turismo gratis. Il turismo ha i suoi “costi” (traffico ed inquinamento in primis) e necessita di servizi (pulizia, manutenzioni, viabilità), perciò se introdurre una tassa di scopo serve a migliorare i servizi turistici, ben venga.

4) La dinamicità della tariffa alberghiera è stata compresa del viaggiatore italiano o questo col tempo ha imparato solo ad accettarla?

R: Penso che il viaggiatore italiano accetti di buon grado le tariffe attuali, visto che nei periodi di bassa stagione e bassi prezzi vengono soprattutto turisti stranieri con possibilità di spesa limitate.

5) Il prezzo basso è da sempre sinonimo di scarsa qualità, questa regola ha ancora un fondo di verità per le tariffe alberghiere o qualcosa è cambiato?

R: Oggi si trovano offerte veramente a basso prezzo con qualità immutate rispetto alle alte stagioni, questo non significa che il livello qualitativo medio non possa essere ancora elevato.

6) La politica del “low cost” nelle strutture ricettive è la vera panacea per gli albergatori o è solo un modo per affrontare le attuali difficoltà?

R: Non esistono panacee buone per tutti i mali. Ci sono soluzioni per uscire da difficoltà contingenti, ma il contesto cambia continuamente e velocemente, perciò quello che vale oggi non è detto che varrà anche domani. Destagionalizzare è difficile ma potrebbe essere la vera soluzione dei problemi legati ai costi fissi, troppo onerosi. Se per destagionalizzare occorre proporre prezzi low cost in bassa stagione può andar bene, purchè non diventi una corsa al ribasso, specialmente se parliamo di ribasso qualitativo.

7) I piccoli alberghi a gestione familiare sono ancora l’arma vincente della nostra offerta turistica o cominciano ad essere un problema poiché non riescono a tenere il passo con i tempi?

R: Anche qui non bisogna generalizzare. Se piccolo a gestione familiare significa maggior calore nell’accoglienza, flessibilità, costi di gestione più ridotti e miglior rapporto con il cliente, non credo che passerà mai di moda. Viceversa, non sempre piccolo è bello, se piccolo significa arretratezza, poca professionalità e superficialità è evidente che non può durare.

8) La mancanza di professionalità nelle strutture ricettive è una naturale conseguenza all’aumento di tecnologia?

R: Non credo proprio. La tecnologia è solo un mezzo e per poterlo utilizzare bene occorre maggiore professionalità. Quindi alta tecnologia significa alta professionalità. Oppure è un disastro.

9) Le figure professionali dell’ospitalità Italiana saranno col tempo sostituite da cittadini extracomunitari o saranno ancora appetibili ai nostri giovani?

R: Oggi viviamo in una società multietnica. Non ci si meraviglia più di ritrovarsi un portiere di colore, un cameriere ucraino od un barman pakistano. Per i nostri giovani vale la stessa regola: il mondo del lavoro è popolato di “concorrenti” che vengono da ogni parte del mondo, ma è anche aumentato a dismisura il bacino dove i nostri giovani possono andare a misurarsi. Io conosco personalmente ragazzi che fanno i Barman in Inghilterra od in Australia, dove possono affermare la propria professionalità ed incontrare le giuste retribuzioni. La parola chiave è professionalità, se sei bravo incontrerai successo indipendentemente dalla tua cittadinanza. Viceversa, non basta essere italiano per avere un lavoro, né in questo settore né in altri.

10) Qual è il valore aggiunto del nostro turismo che assolutamente non dobbiamo mai perdere di vista?

R: Il valore dell’esperienza. Chi viene in Italia per turismo deve ripartire pensando di avere vissuto una esperienza unica ed indimenticabile, non riproducibile in un’altra parte del mondo. Solo così il mito dell’Italia verrà rinvigorito e passare una vacanza in Italia sarà di nuovo un sogno per milioni di turisti di tutto il mondo.