


**IL FUTURO
DEL NORD OVEST**


L'esperto internazionale

«Coraggio, idee e collegamenti così il turismo può decollare»

Malacrida: Genova ha enormi potenzialità, deve sfruttarle bene

È INIZIATO il conto alla rovescia per il forum che *Il Secolo XIX* ha organizzato per il prossimo 8 marzo, a Palazzo Ducale, Sala del Maggior Consiglio, alle 18. Un'occasione nata sulla scia de "Il futuro del Nord Ovest", il tour che ha ideato *La Stampa* per celebrare i suoi 150 anni, e che ha già toccato varie città del Piemonte. *Il Secolo XIX* prende il testimone di questa iniziativa a Genova e, nei prossimi giorni, alla Spezia. La tappa nel capoluogo ligure si intitola "Genova, l'hi-tech con vista mare". Si discuterà di alta tecnologia, energie rinnovabili e turismo. Interverranno Roberto Cingolani, direttore dell'Iit; Alessandro Garrone, vicepresidente esecutivo del gruppo Erg; Vittoria Gozzi, Ceo di Wylab; Beppe Costa, presidente di Costa Edutainment; Serena Bertolucci, direttrice di Palazzo Reale; Alessandro Cavo, imprenditore del ramo dolciario, presidente della Federazione Italiana Pubblici Esercizi e Gianluca Pezzotti, presidente di Stradda, rete di imprese che promuovono street food e shopping. Il professor Luca Sabatini illustrerà i risultati dello studio del Centro Luigi Einaudi. Il forum sarà una serata speciale, alla quale sono invitati tutti i lettori del *Secolo XIX*: da oggi, chi vorrà, potrà "certificare" la propria partecipazione con un clic sul sito www.ilsecoloxix.it. Dopo Simone Ungaro e Giuseppe Zampini, ospitiamo oggi, in vista dell'evento, l'intervista a Marco Malacrida, esperto internazionale di turismo.

ALESSANDRO PALMESINO

«SONO OTTIMISTA». Marco Malacrida, esperto internazionale di turismo, fondatore tra l'altro di italiahospitality.it, vede il bicchiere non mezzo pieno, ma quasi pieno. «Purché gli imprenditori capiscano l'occasione e si tirino su le maniche».

Genova da anni segna ottimi valori sul piano del turismo.

«Soprattutto negli ultimi

3-4 anni la tendenza è rimasta solidamente positiva, dimostrazione che la crisi economica in questo settore non c'è. Genova non è uno "spot" ma una certezza anche grazie alle ottime scelte fatte dall'amministrazione. Però non basta».

Che cosa serve per consolidare questa tendenza?

«I collegamenti. La città ormai è nota in tutto il mondo per le sue ricchezze culturali. Ma mancano gli aerei. Non è possibile rinunciare a questo potenziale inespresso. Genova è un tesoro colossale per il turismo di nicchia, che è quello del futuro: ci sono la cultura, la natura, la storia, l'atmosfera medievale, c'è tutto. Ci sono milioni di persone nel mondo, per lo più in Sudamerica, che sono di origini genovesi e che vorrebbero visitarla. Ma se non trovano un aereo, un collegamento comodo, non vengo. Mi dispiace dirlo, ma se vent'anni fa Nizza e Genova avevano lo stesso numero di collegamenti, oggi la città francese ne fa 12 volte tanto noi».

Solo colpa dei voli che non ci sono?

«Intanto bisognerebbe far capire ai genovesi che quando si mette una linea aerea,

che so, per Praga, il valore aggiunto non è solo che i genovesi possono andare a Praga, ma che loro e qualche altro milione di cechi e tedeschi possono venire a Genova. Facciamo due numeri? Sotto la Lanterna arrivano 1,3 milioni di passeggeri. A Ibiza 6,2 milioni, a Palma di Maiorca 30 milioni. Ma in Puglia ne arrivano quasi 6, in Sicilia 13. Siamo sottosviluppati. La Spagna ha 55 milioni di passeggeri più che l'Italia. Di chi è la colpa? Degli imprenditori, fondamentalmente».

Anche i collegamenti e i servizi lasciano a desiderare.

«Non dico che non si possa fare meglio, ma per far funzionare una destinazione turistica non si aspettano le autostrade. Bisogna andare, girare per il mondo, creare collaborazioni e cooperazioni. Non aspettare un'opera meravigliosa da pubblicizzare via internet. Quello si può anche fare, ma è un elemento aggiuntivo. L'iniziativa parte dagli imprenditori che devono trovare i modi di portare dentro, non fare uscire fuori: 500 persone a settimana riempiono due o tre voli. Vogliamo 100.000 turisti in più? Servono 400 voli in più all'anno. Fine».

Ma che fine fanno i turisti "tradizionali" del Nord Italia?

«Quelli non possono crescere più di tanto. Loro possono anche permettersi due

o tre ore di macchina, ma non è su quelli che si deve investire. Se noi italiani ci sentiamo poveri, dobbiamo guardare al resto del mondo che sta diventando ricco. E allora dobbiamo trovare il modo di portare qui in fretta, comodamente e con percorsi di qualità, i visitatori tedeschi, francesi, di tutti i Paesi europei e anche del resto del mondo. Pensare che il turismo in Liguria siano gli stabilimenti balneari è follia: sono il presente e il passato, non il futuro».

Quanto conta Internet in tutto questo?

«Sbagliato pensare che sia il grande regolatore del mercato, anzi. Le destinazioni vanno promosse nella qualità. Se poi Internet serve a muovere le persone, soprattutto giovani, ben venga: ma non è con il couchsurfing o con l'Airbnb che si fa sviluppo. Anzi, queste forme andrebbero recensite e controllate meglio. La maggioranza dei turisti che arrivano in Italia sono tedeschi, e la maggioranza di essi si affidano ad agenzie di viaggi, non a Internet. Questo conferma che il vero valore aggiunto si fa sulla qualità e non sull'improvvisazione».

Che futuro può avere l'entroterra?

«L'entroterra è un patrimonio tutto da scoprire. Ci sono mille chiavi, dal trekking al naturalismo, ma anche storia, archeologia,

gastronomia. Il discorso non cambia: se si trova o si crea un mercato di nicchia, il successo è garantito perché il patrimonio c'è, bisogna solo proporlo.

Il turismo a livello mondiale è una macchina che non si è mai fermata e che ogni anno segna un 2-3% di crescita. Non investirci è sbagliato. Investirci male è altrettanto sbagliato. Se i genovesi ritrovassero il loro Dna di viaggiatori e mercanti avventurosi, ci sarebbero benefici per tutti».

NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

IL DATO

L'industria del turismo è cresciuta anche nella crisi

LA SFIDA

I voli servono soprattutto a far venire gente qui

POTENZIALITÀ

Ci sono bellezze nell'entroterra che non sono valorizzate

MARCO MALACRIDA
esperto internazionale di turismo

