

Casa Italia



Ugo Canonici

La situazione è questa. Non succede più che il Bel Paese sia la meta preferita da turisti o congressisti. Dal primo posto che aveva l'Italia è scivolata dopo Francia, Spagna, Nordamerica ed è tallonata sempre più da presso dagli altri Paesi che si affacciano sull'Adriatico e da altri anche molto lontani. Una volta, anche non facendo niente, da noi venivano a riempire alberghi, ristoranti e spiagge. Adesso, non facendo niente, viene sempre meno gente.

Ma non sarà proprio lì il problema? Qualcuno dei lettori di questo giornale forse ricorda che quando gli hanno parlato di marketing la prima volta e del perché si è cominciato a pensare al marketing e come mai il marketing è diventato importante, ricorda che il tutto è stato dovuto alla necessità di far conoscere, emergere, apprezzare il "prodotto" in un mercato in cui tanti altri si pavoneggiavano, con un pubblico sempre più autonomo nelle sue scelte, razionale ed informato. E' stato così nella seconda metà del secolo scorso che si è legittimato il ruolo del marketing e chi ha saputo gestire quelle leve ne è uscito vincitore, in una realtà sempre più competitiva. E il turismo, "l'offerta Paese" perché dovrebbe seguire un andamento diverso? Miglioriamo il prodotto, impacchettiamolo bene, facciamo conoscere e creiamo degli stimoli nel potenziale utente. E misuriamo le reazioni.

Sì, anche per l'offerta congressuale, per l'offerta turistica. Lo dice il nome stesso "offerta". Decidiamoci a fare del corretto marketing per il "prodotto Italia". Già.

Ma chi deve essere lo stratega? Chi è il responsabile del prodotto?

Con uno zelo forse degno di miglior causa nel 1994 con un referendum abbiamo abolito il ministero del Turismo (forse delusi dalla scarsa efficienza dei vari ministeri non ci è parso vero poterne eliminare almeno uno!) e a tutt'oggi questa responsabilità è palleggiata a destra e a manca. L'Enit che dovrebbe fare qualcosa ha già troppo da fare per riuscire a sopravvivere, le Regioni sparano a caso qua e là, le APT ci sono, non ci sono più, ci sono di nuovo... Ho avuto modo di essere coinvolto da vicino con l'attività che svolge, in questo campo e per i propri interessi, la Maison de France. Mi sono sempre complimentato con loro per come trattano il "prodotto Francia". L'attenzione con la quale fanno comunicazione, promuovono le varie destinazioni, incentivano la voglia di andare.

E una "Casa Italia"? Sarebbe un'idea così peregrina mettere insieme tutti coloro che hanno interessi nel settore (non dimentichiamo che il Turismo per l'Italia muove delle cifre dell'ordine del 10% del PIL) e dire loro di trattare la cosa come si farebbe in una qualsiasi azienda? Sarebbe così strano convincersi che il cliente si conquista sapendo come parlargli e cosa offrirgli? E che se si vogliono dei ritorni e dei risultati positivi si devono saper fare i giusti investimenti? Io non so a chi dirlo, ma lo dico.

"Dai, coraggio, facciamo questa benedetta Casa Italia e cominciamo a remare tutti in una stessa direzione." Credo che in molti saremmo disponibili a dare una mano.

Per primo mi offro io...

ugo_canonici@cleis.it