

## **VI Giornata delle Vacanze Zurigo, 5 maggio 2003**

**Allocuzione di Dick F. Marty  
Presidente di Svizzera Turismo**

Il 2002 verrà indiscutibilmente ricordato come un anno nero nella storia del turismo: il turismo mondiale ha infatti dovuto segnare una brusca battuta d'arresto nel suo processo di forte crescita, e questo per la prima volta dal 1982 ad oggi. Si stima che l'anno scorso vi siano stati 5 milioni di arrivi in meno, pari a una flessione dello 0,6%. Il turismo svizzero non fa eccezione, dovendo addirittura far fronte a un regresso ancora più consistente.

Abbiamo sempre sostenuto – peraltro a buon diritto – che il turismo rappresenta, almeno in buona parte, un settore d'esportazione. Ritengo valga quindi la pena di dare una rapida occhiata all'economia d'esportazione svizzera. Possiamo così constatare che se il turismo subisce una flessione del 4,9%, (pernottamenti in alberghi) con una riduzione di circa il 7,8% in termini di presenze straniere, altri settori sono stati ancora più penalizzati: penso in particolare al -12% dell'industria meccanica, al -8,8% del settore tessile, al -13% dell'industria elettrotecnica, o al -0,1 dell'industria orologiera. Se nel loro complesso le esportazioni svizzere subiscono una perdita pari a solamente il -1%, questo lo si deve esclusivamente agli eccezionali risultati registrati nei settori farmaceutico e chimico. Ma il fatto che altri rami dell'economia d'esportazione stiano peggio del turismo non è certo di consolazione. È piuttosto un serio indizio dell'esistenza di circostanze macroeconomiche, se non addirittura di condizioni quadro e di una congiuntura particolarmente avverse alla globalità del commercio estero. A questo proposito è opportuno aggiungere che già da parecchi anni la crescita economica della Svizzera è una delle più basse nel contesto dei paesi dell'OCSE. Anche questo ha la sua influenza sui consumi interni, e quindi sul turismo, visto che circa la metà dei nostri pernottamenti sono generati dai nostri compatrioti.

La costellazione di fattori negativi che ha provocato e accentuato tale situazione depressiva è ben nota: basti ricordare l'11 settembre, il lungo periodo di incertezza che ha preceduto la guerra in Iraq – una guerra che ha toccato abbastanza direttamente due dei nostri quattro principali mercati -, la rivalutazione della nostra moneta rispetto all'euro e al dollaro, con il sensibile rincaro che ciò ha comportato per i nostri prodotti in rapporto a quelli dei nostri più diretti concorrenti. Per inciso, vorrei far notare che la flessione dei prezzi dei prodotti d'importazione che ne è forzosamente scaturita ha avuto solamente dei riflessi molto imperfetti sul consumo interno, contribuendo così a penalizzare ulteriormente la capacità concorrenziale del turismo svizzero. Determinanti per i più che mediocri risultati dello scorso anno sono state la fiacchezza della situazione economica mondiale e, più in particolare, le notevoli difficoltà di un mercato importante come quello tedesco, unite a un consumo interno alquanto stagnante.

A questi fattori congiunturali è opportuno aggiungere il "grounding" e il "crash" di Swissair, un evento che ha profondamente colpito noi tutti, soprattutto la fiducia nei nostri propri mezzi, e che all'estero ha provocato un enorme indebolimento della nostra immagine di paese solido, sicuro e ben organizzato. Ma "*al peggio non c'è fine*", dice il proverbio: ed eccoci ora a fronteggiare le ricadute dell'epidemia di polmonite atipica SARS e, per restare in Oriente, una preoccupante crisi nei nostri rapporti con la Cina. Un'infelice rimostranza a carico dell'Ufficio del turismo cinese in Svizzera, che avrebbe il torto di distribuire un opuscolo in

cui si menziona il Tibet, rischia infatti di privarci del famoso statuto ADS, una carta determinante per l'apertura del nostro paese all'enorme mercato cinese. Io comprendo e condivido senza esitazioni le lotte a favore dei diritti dell'uomo e del predominio del diritto. Nutro però dei forti dubbi sul fatto che si possa contribuire alla promozione dei diritti dell'uomo in Cina con delle azioni penali che, di fatto, impediscono a decine di migliaia di cinesi di venire in Svizzera. In compenso, sono fortemente convinto che il turismo costituisca un formidabile strumento per favorire una migliore comprensione tra culture diverse e uno spirito di tolleranza reciproca e di pace, premesse essenziali per un autentico rispetto della dignità dell'uomo.

La situazione del turismo è quindi delicata, se non addirittura critica. Sarebbe però sbagliato cedere alla tentazione del pessimismo o del fatalismo. Sono infatti numerosi i motivi che inducono a guardare al futuro con fiducia e con un ragionevole ottimismo. Sono innanzitutto dell'opinione che si possa essere soddisfatti della stagione invernale appena conclusasi: i risultati sono infatti confortanti e abbiamo potuto constatare che, se neve e sole ci assistono, le nostre stazioni restano molto attraenti. I campionati del mondo di sci alpino a Saint Moritz hanno riportato un grande successo e hanno certamente trasmesso un'eccellente immagine del nostro paese: un applauso dunque agli organizzatori per la brillante impresa! Nelle ultime settimane la situazione monetaria è sensibilmente migliorata, grazie all'apprezzamento dell'euro e del dollaro rispetto al franco svizzero. Non dimentichiamo, infine, che i valori fondamentali della nostra offerta turistica restano intatti: la straordinaria bellezza dei nostri paesaggi, il fascino delle nostre città, la diversità culturale, una rete di trasporti pubblici e di ferrovie di montagna unica al mondo, un'offerta alberghiera e una ristorazione di elevata qualità - e qui mi fermo ... - continuano a essere degli assi nella manica che spetta a noi, tutti insieme, di giocare nel modo migliore. Per farlo, possiamo operare su vari livelli.

C'è innanzitutto il quadro che io definirei geopolitico. Certo, le possibilità per il nostro paese di influire sui grandi avvenimenti di questo mondo sono minime, ne sono perfettamente consapevole. Il nostro contributo alla lotta contro il terrorismo è indispensabile ma non determinante. Per contro, ritengo che il nostro comparto debba interrogarsi sulla nostra posizione rispetto all'Europa e dire chiaro e forte quali sono gli ostacoli che incontriamo. Per esempio, il fatto di essere al di fuori dell'area dell'euro e di non rientrare nello spazio Schengen comporta per l'offerta turistica svizzera degli svantaggi concorrenziali destinati a diventare sempre più avvertibili, e io dubito che la via del bilateralismo, sempre più difficile ed estenuante, possa condurre a risultati soddisfacenti nel lungo periodo.

Il fattore prezzi è indiscutibilmente un fattore negativo, ma la situazione monetaria ne è responsabile solo in parte. Il livello dei salari nel nostro paese rappresenta anch'esso una realtà sulla quale noi, come settore turistico, possiamo influire poco o per nulla. Si tratta nondimeno di una realtà abbastanza penalizzante se si considera che i salari svizzeri del settore sono del 30% più elevati rispetto a quelli dell'Austria. E non è tutto: spesso ci si dimentica del costo dei beni e delle prestazioni che contribuiscono alla composizione del prodotto turistico. Valgano due soli esempi: + 51% per le derrate alimentari e + 45% per l'elettricità, sempre in rapporto all'Austria e ai nostri principali concorrenti. È indubbia l'esistenza di un problema di mercato interno che impone interventi urgenti sul piano di una più efficace concorrenza e di una più decisa lotta contro le cartellizzazioni.

Alcuni anni orsono, davanti a questa medesima assemblea, avevo espresso la mia inquietudine in merito a Swissair nonché la solidarietà del turismo svizzero nei confronti della nostra compagnia di bandiera. In particolare, avevo sottolineato l'importanza di poter contare su una

compagnia che assicurava un collegamento diretto tra i principali mercati mondiali e il nostro paese, e che operava fattivamente a favore della destinazione Svizzera. Quelle medesime preoccupazioni sono ora ridiventate, ahimé, di scottante attualità. Swissair aveva sempre assicurato un preziosissimo supporto logistico e svolto un lavoro di estrema importanza per il marketing turistico svizzero. In questo settore Swiss ha potuto colmare solo parzialmente il vuoto lasciato da Swissair. Se non dovessimo più disporre di una compagnia nazionale, il turismo verrebbe allora privato di uno strumento promozionale di importanza strategica, una perdita la cui portata sarebbe difficilmente valutabile ma sicuramente considerevole. Sono certo di interpretare i sentimenti dell'intero nostro comparto formulando l'augurio che Swiss possa superare brillantemente le attuali difficoltà e rivolgendo i nostri messaggi di solidarietà a tutte e tutti coloro che in tal senso operano. Mi riuscirebbe davvero difficile comprendere come possa un paese tra i più ricchi al mondo non avere la capacità di assicurare l'esistenza di una compagnia di navigazione aerea. Sono del resto persuaso che ciò costituisca un fattore di fondamentale importanza anche per la totalità dell'industria d'esportazione e per la piazza finanziaria internazionale che noi siamo.

Un altro fattore che ci penalizza rispetto ad altri concorrenti risiede indiscutibilmente nell'eccessivo indebitamento di una parte abbastanza significativa della nostra industria alberghiera. Questo contribuisce a rincarare il prodotto, o addirittura a generare un margine insufficiente per effettuare gli investimenti atti ad assicurare il livello di qualità richiesto da una clientela sempre più esigente. Alcune misure proposte dal Consiglio federale sono attualmente in esame al Parlamento; dubito tuttavia che esse possano evitare un profondo e doloroso processo di ristrutturazione.

A livello di infrastrutture, non posso certamente trascurare il problema del traffico lungo la dorsale nord-sud e l'endemica situazione di caos che questo comporta alle entrate della galleria autostradale del San Gottardo. Alcuni la interpretano come un semplice disagio a livello regionale, un punto caldo della circolazione come tanti altri, quali ad esempio le gallerie del Baregg o del Belchen. Temo che questo sia anche il punto di vista del Consiglio federale che sotto questo aspetto dà prova di una grave miopia, se non addirittura di una preoccupante indifferenza. Ho citato il Baregg e il Belchen, in merito ai quali lo stesso Consiglio federale ha deliberato, per il primo, e previsto, per il secondo, la costruzione di un tunnel supplementare, per un totale di sei corsie. Gli ingorghi sempre più frequenti nel Gottardo, ridotto a due sole corsie, sono in realtà un vero problema nazionale poiché essi provocano di fatto il progressivo isolamento di un'intera regione che praticamente non dispone di altre alternative reali per restare collegata con il resto del paese. I comunicati riguardanti le code alle entrate del Gottardo e i lunghi tempi d'attesa che esse comportano rimbalzano sulle onde radio di tutta Europa, un marketing negativo spiacevolmente efficace. È innegabile che oggi il turismo a sud delle Alpi sia chiamato a pagare un prezzo salatissimo per via di questa situazione. Due anni fa, il Consiglio degli Stati ha approvato, all'unanimità e contro il parere del Consiglio federale, una raccomandazione da me proposta che invocava l'adozione di misure urgenti per l'apertura del Colle del Gottardo, una via di comunicazione di eccellente livello, oggi accessibile solo per cinque mesi all'anno mentre fino al 1946 era possibile valicarlo per almeno dieci mesi. Che io sappia, nulla è stato ancora fatto in tal senso. I cantoni Uri e Ticino pagano un prezzo elevatissimo per le migliaia di automezzi pesanti che ogni giorno percorrono le anguste valli che conducono al Gottardo, passaggio obbligato tra il sud e il nord. Ritengo che quelle regioni meriterebbero una maggiore attenzione e considerazione. I risultati del turismo ticinese in rapporto alla tendenza nazionale sono purtroppo molto eloquenti e inquietanti. Quali che siano le misure che verranno prese, ci vorrà del tempo per realizzarle. Nel frattempo bisogna che l'offerta turistica per il sud delle Alpi dia

prova di grande flessibilità: penso in particolare a dei pacchetti che favoriscano le famiglie o la clientela che può mettersi in viaggio nei giorni della settimana in cui gli ingorghi sono assenti o scarsi. Detto brevemente, è urgente l'esigenza di creatività e d'innovazione.

Al di là di queste condizioni quadro, in merito alle quali il nostro grado di influenza è piuttosto limitato, è evidente l'esistenza di una vasta area in cui noi possiamo e dobbiamo intervenire per rendere più allettante e più concorrenziale il nostro prodotto. In particolar modo, penso alla necessità di rivedere le nostre strutture nel senso di una maggiore razionalità ed efficienza, e penso anche a un'intensificazione degli sforzi per migliorare ulteriormente il rapporto tra prezzo e qualità delle prestazioni. Innovazione e qualità, degli atout essenziali e che per l'appunto rappresentano il punto forte della Giornata delle Vacanze di quest'anno.

Anche gli altri settori dell'industria d'esportazione hanno subito pressioni e costrizioni analoghe, a cui hanno dovuto reagire intervenendo sui costi di produzione e rinnovando e migliorando la qualità dei loro prodotti. Questo dev'essere possibile, ed è possibile anche nel nostro campo d'attività. Penso per esempio a una stazione con una trentina d'alberghi che oggi funzionano, in linea di massima, come trenta unità produttive completamente autonome ma che offrono prestazioni della medesima natura, se non identiche. Deve pur esservi la possibilità di ridurre i costi di funzionamento accomunando tutta una serie di servizi, dagli acquisti alla prenotazione, dal marketing al management. E questo, io ne sono convinto, può essere fatto in parecchi settori d'attività, a tutto vantaggio delle imprese e, ovviamente, della clientela.

Le strutture del nostro settore devono anche adeguarsi alle esigenze di razionalità e di efficienza. Purtroppo, eccesso di individualismo e dispersione delle forze sono tuttora dei tratti caratteristici del nostro ramo, per non dire la principale debolezza. È quindi necessario, oserei dire urgente, che ognuno si concentri sul proprio compito e sulla propria competenza specifica. Il voler fare tutto senza averne né i mezzi né le capacità può soltanto portare, nella migliore delle ipotesi, a un risultato mediocre. La missione vitale di Svizzera Turismo è quella di stimolare l'offerta turistica svizzera e noi stiamo impegnandovi tutte le nostre energie. In unione con importanti partner abbiamo lanciato SDM, un moderno sistema di prenotazione e un vero punto di forza strategico della nostra politica. Svizzera Turismo e SDM non sono in concorrenza né con le stazioni né con gli uffici del turismo: sono al servizio delle migliaia di piccole e medie imprese che operano in seno al turismo svizzero e che sono chiamate ad assolvere il compito sostanziale di confezionare il miglior prodotto possibile. Circa il 60% dei mezzi finanziari di Svizzera Turismo sono messi a disposizione dalla Confederazione. Voi tutti siete a conoscenza del deplorabile stato delle finanze federali: dobbiamo quindi essere abbastanza realisti da sapere che non esistono grandi possibilità di ottenere maggiori risorse, sebbene tutti i nostri concorrenti beneficino di un appoggio molto più consistente. Per affrontare le sfide che ci attendono è necessaria una maggiore mobilitazione del ramo, e soprattutto dei settori che oggi traggono notevoli vantaggi dalle iniziative di Svizzera Turismo senza però contribuirvi in modo significativo. Ritengo che la politica andrà ispirandosi sempre più alla massima "*aiutati che il ciel t'aiuta*", un principio che non mi sembra del tutto privo di saggezza e di buon senso.

In occasione delle ultime edizioni della Giornata delle Vacanze ho insistito sulla necessità di migliorare la qualità del turismo svizzero. Il marchio di qualità da noi introdotto non rappresenta certamente più una novità. Esso mantiene tuttavia intatta la sua importanza e attualità, e io posso soltanto rinnovare il pressante invito a tutti i protagonisti del nostro turismo affinché si impegnino nel graduale conseguimento dei vari gradi di certificazione di

qualità. Il turismo mondiale, una volta superata questa crisi, godrà sicuramente di una forte ripresa e la concorrenza si farà molto accanita. Se sapremo fare della qualità una componente essenziale della nostra cultura dell'ospitalità, sono certo che l'avvenire del nostro ramo sarà assicurato. È con questo spirito che quattro stazioni (Lenzerheide, Villars, Scuol e Zermatt) nonché dieci associazioni e imprese nazionali del nostro ramo hanno avviato il nuovo programma *Enjoy Switzerland*, il quale non punta solamente alla qualità delle prestazioni ma anche alla particolare qualità dell'offerta e degli eventi turistici. È uno dei temi di cui ci occuperemo nelle prossime ore e mi rallegro sin d'ora dei risultati delle nostre discussioni e riflessioni.

Signore e signori, il turismo svizzero sta subendo delle gravi turbolenze, questo è innegabile. Tuttavia, sappiamo anche di avere tutto ciò che serve per avere successo e che spetta a noi di valorizzare al meglio i nostri eccellenti punti di forza. Non c'è alcun motivo per cadere nel pessimismo o nel disfattismo. Sono trascorsi solo due anni da quando la nostra stagione invernale registrò uno dei migliori risultati di tutti i tempi. Non vedo proprio per quale ragione non dovremmo ben presto riconquistare il successo.