

"Risparmiare sul marketing è un grave errore"

swissinfo

19 marzo 2004 18.58

Dick Marty, consigliere agli Stati e presidente di Svizzera Turismo (swissinfo)

**Un solo franco di sovvenzione in cinque anni a Svizzera Turismo. È la provocazione lanciata dal consigliere federale Christoph Blocher.**

Dick Marty, presidente dell'organizzazione, ci spiega perché tagliare i fondi per il marketing sarebbe una scelta irresponsabile. E perché gli austriaci sono più furbi degli svizzeri.

**swissinfo: Dick Marty, lei dove trascorre generalmente le sue vacanze?**

Dick Marty: Ho la fortuna di vivere in un posto incantevole, un piccolo villaggio di montagna nel Malcantone (in Ticino, NdR) e lì trascorro buona parte del mio tempo libero. L'ultima settimana di vacanza l'ho trascorsa in Vallese..

**swissinfo: E quali sono le caratteristiche che cerca in un luogo di villeggiatura?**

D. M.: Cerco la natura, che è per me un elemento importante, e la qualità dell'infrastruttura. Ma non cerco un'infrastruttura lussuosa, perché in un posto lussuoso non mi sento in vacanza. Importante è anche la buona cucina.

**swissinfo: La Svizzera corrisponde a questi criteri?**

D. M.: Continuo a ritenere che l'offerta svizzera, malgrado le critiche che si possono fare, sia una buona offerta. Questo soprattutto se si guarda all'offerta nel suo complesso, e non solo ai prezzi.

**swissinfo: 20 centesimi l'anno per Svizzera Turismo. È la proposta provocatoria di Christoph Blocher. Che ne sarebbe del turismo in Svizzera?**

D. M.: Credo che Blocher abbia mostrato il suo vero volto, che denota scarsissima considerazione per migliaia di piccole e medie imprese (PMI) che lottano per sopravvivere.

Si tratta di una proposta assolutamente non seria. Intanto c'è una legge federale che attribuisce compiti precisi a Svizzera Turismo. La legge prevede un credito quadro quinquennale. Dunque semmai Blocher dovrebbe proporre di rivedere questa legge.

Il turismo, contrariamente alla chimica, all'industria farmaceutica e delle macchine, e all'orologeria non è costituito da poche aziende grandi e omogenee. È impossibile pensare che un solo campeggio o un solo albergo siano in grado di organizzare un marketing a livello internazionale.

In tutti i paesi c'è un intervento molto importante dell'ente pubblico a sostegno delle destinazioni turistiche. La maggior parte dei paesi addirittura dispone di un ministero del turismo. Ma anche gli altri rami economici, a diverso titolo, approfittano del sostegno pubblico.

**swissinfo: Qualcuno dice che il settore turistico avrebbe bisogno di una riforma strutturale...**

D. M.: Una riforma delle strutture è in corso, come dimostra la chiusura di 1000 alberghi in 10 anni. Ma quando un settore è in crisi, voler risparmiare sulla pubblicità è un errore strategico gravissimo.

La nostra pubblicità intende favorire i prodotti che sono meglio accolti sul mercato internazionale. Promovendo questi prodotti di qualità noi diamo un contributo importante all'evoluzione delle strutture economiche in Svizzera.

**swissinfo: Volevate 277 milioni per il 2005-2009, il Consiglio federale ve ne vuole dare 200. Meno 30 milioni rispetto al quinquennio precedente, se si tiene conto dell'inflazione. Quali saranno le conseguenze?**

D. M.: Per ora è difficile a dirsi. È chiaro che dovremo rinunciare a diverse cose. E la situazione sul terreno negli ultimi anni si è aggravata.

Swiss non vola più in Cina. Prima c'era Swissair anche a Taipei – Taiwan è un mercato molto ricco e importante. Non c'è più la destinazione Nuova Dehli, anche questo un mercato importantissimo. Non c'è più Seul.

È una situazione assurda, se si pensa che la Svizzera ha appena ottenuto dalla Cina lo statuto ADS (statuto di destinazione approvata). I cinesi possono ora ottenere con facilità il permesso di uscita per recarsi in Svizzera.

Il ministro del turismo cinese, facendo una battuta con la ministra degli esteri svizzera Micheline Calmy-Rey, le ha chiesto: "Ma lei si rende conto di ciò che questo significa?" Lei ha esitato un attimo, al che il ministro ha esclamato: "100 milioni di turisti per la Svizzera!"... Troppa grazia Sant'Antonio!

Il nuovo credito che avevamo chiesto doveva servire a migliorare la nostra presenza sui nuovi mercati. Non solo in Cina, ma anche in Russia. Le prenotazioni dalla Russia stanno aumentando ogni anno del 10-20%. Lo stesso vale per l'India, per la Corea, per Taiwan.

**swissinfo: Dunque cosa farete? Concentrerete i mezzi sui nuovi mercati o difenderete quelli esistenti?**

D. M.: Certo, dobbiamo lavorare sui nuovi mercati, ma non possiamo neppure trascurare paesi come la Germania. La Germania rimane pur sempre di gran lunga il mercato più importante. E dunque non possiamo permetterci di perderla.

I nostri concorrenti stanno aumentando i mezzi. La Francia è la prima destinazione al mondo per numero di pernottamenti. L'anno scorso ha avuto un calo percentualmente superiore al nostro. E la Francia ha subito reagito. I mezzi per la promozione del turismo sono stati considerevolmente aumentati.

Perché? Perché loro sanno che così si crea maggior reddito. Noi abbiamo una visione contabile del budget e basta. Io temo che anche il ministro delle finanze Merz, siccome non sa dove risparmiare, finirà per risparmiare sugli investimenti. Un errore colossale.

**swissinfo: L'Austria è spesso citata come esempio positivo nel settore turistico. Cos'è che fa il successo del modello austriaco rispetto a quello svizzero?**

D. M.: Il prezzo! Noi abbiamo una tendenza sconcertante al masochismo. L'estate scorsa il Segretariato di Stato dell'economia (seco) ha pubblicato uno studio che confronta i prezzi di produzione nei diversi paesi turistici.

Ne risulta che il costo del lavoro in Austria è del 31% inferiore a quello della Svizzera, che le derrate alimentari costano poco più della metà. Cosa hanno fatto gli austriaci? Hanno fatto degli annunci pubblicitari riprendendo le informazioni del seco!

Noi comunque continuiamo a credere che la Svizzera per un turista sia un paese meraviglioso. E tutti i sondaggi lo confermano.

Intervista swissinfo a cura di Andrea Tognina