Come va il turismo italiano?

Interessante «Primo Rapporto» del Ministero

Una tra le cose che ha colpito maggiormente il Ministro del Turismo Lelio Lagorio, all'inizio della sua attività governativa, è stata la forbice (o divaricazione) tra l'importanza strategica del comparto turistico ed il disinteresse diffuso — o l'inadeguata attenzione — dell'Italia *ufficiale* verso tale attività ed i problemi connessi, ma soprattutto verso la *filosofia* che sta alla sua base.

Da questa osservazione è nata una proposta dal Ministro: redigere annualmente un «*Rapporto sul turismo italiano*» che si prefigga di individuare «*e dire alcune verità utili e pressanti sulle quali i pubblici poteri e gli operatori economici e sociali potessero lavorare meglio*». Il documento presentato nel corso di un incontro con giornalisti ed operatori turistici, il primo di questo genere, è stato fornito come documento che «*serve a discutere di politica turistica*»; questo documento dovrà dare i suoi frutti di riflessione e critica che potranno essere esaminati nel corso di un convegno che si terrà «*ad alta stagione*», forse ad ottobre, secondo la proposta dello stesso Ministro, «*quando si conosceranno anche i lineamenti della legge finanziaria*».

Il «*Primo rapporto sul turismo italiano*» coordinato dal Centro di Studi turistici di Firenze è edito a cura di Piero Barucci ed altri esperti; si compone di undici capitoli (La congiuntura turistica internazionale; la domanda turistica; l'offerta turistica e le sue modificazioni; i trasporti ed il movimento turistico; i prezzi turistici in Italia; il mercato italiano di fronte alla concorrenza turistica internazionale; il turismo nell'economia italiana; il turismo nella bilancia dei pagamenti italiana; l'organizzazione pubblica delle attività turistiche; la disciplina delle attività turistiche; conclusioni) e ripora in appendice numerose tavole statistiche.

Pubblichiamo il riferimento al capitolo che riguarda i prezzi turistici in montagna ed alcune tabelle relative a dati e variazioni nel settore turistico.

M. Ch.

I prezzi turistici nelle località montane

In molti casi, nelle località montane, si è assistito allo svilupparsi del fenomeno della seconda casa che ha portato ad una maggiore dinamica del settore extralberghiero rispetto a quello alberghiero.

Per ciò che riguarda la ricettività alberghiera, le località montane che hanno goduto di un grande sviluppo turistico sono quelle nelle quali è possibile praticare il turismo invernale mentre per le località collinari e per quelle montane estive si è avuto, generalmente, un periodo di crisi.

Per quest'ultimo settore i prezzi riscontrabili per il turismo invernale nell'arco alpino sono in linea con quelli delle altre località perché alla rendita di posizione derivante dal ricco ambiente naturale e dal maggior innevamento corrisponde una posizione di tipo quasi monopolistico per le seconde.

Per le località montane sono in uso anche alcuni pacchetti turistici che prevedono il tutto compreso per una settimana (alloggio, ristorazione, piste di sci, maestro di sci, giochi di animazione, ecc.). Essi sono abbastanza diversi da località a località ed a seconda del periodo considerato. In generale le località che praticano prezzi più alti per alberghi di categoria elevata sono anche in grado di praticare prezzi più bassi fuori dai periodi di punta per gli esercizi più a buon mercato.

Le località dell'arco alpino soddisfano una considerevole domanda anche nel periodo estivo; più in generale la domanda estiva appare sempre più concentrata nel mese di agosto. Questi condizionamenti hanno riflessi anche sulla organizzazione dei prezzi alberghieri.

Per il settore delle seconde case vigono prezzi di affitto molto elevati, difficilmente analizzabili per le località più di moda ove si arriva a pagare 4 milioni al mq. per il costo delle costruzioni nuove.

Al di fuori di queste località i prezzi sono più bassi di quelli corrispondenti per le località balneari.

