

QUELLO CHE È NON È QUELLO CHE SEMBRA

VANITY FAIR

n. 14-15 Settimanale

15 Aprile 2020

NUMERO SPECIALE

Una ferita ma
anche uno spiraglio:
questa copertina
di Vanity Fair è stata
creata dall'artista
Francesco Vezzoli,
in omaggio
a Lucio Fontana,
per raccontare
l'Italia di oggi

#L'ITALIASIAMONOI



DOMANI È UN ALTRO LUOGO

BUONE IDEE per fare in modo che la Terra riprenda presto a girare, cominciando dall'Italia. Agenzie di viaggio, associazioni, esperti, alberghi familiari: abbiamo chiesto agli addetti ai lavori che cosa ci serve, ora, per costruire la vacanza che verrà

di
LAURA FIENGO

foto
TESSA TRAEGER



IL MIRAGGIO

Venezia, una città da 12 milioni di turisti l'anno, nella chiusura forzata ha visto l'acqua dei suoi canali tornare limpida e i cormorani affollare di nuovo la laguna.

Forse nemmeno nell'estate dei Mondiali 1982 l'Italia è stata amata tanto, e in modo così struggente come adesso. Anche dal mondo del turismo, che affida messaggi di affetto per il nostro Paese a Instagram (*#TravellerLovesItaly* è il nostro di *Condé Nast Traveller Italia*) e contribuisce anche con donazioni e aiuti concreti. Ma siamo prima di tutti noi, gli italiani, che riscopriamo e ammiriamo l'Italia con gli occhi nuovi degli innamorati lontani. E, come tutti gli amanti in cattività, ci domandiamo, un po' a bassa voce temendo la risposta, quando potremo rivederci davvero, noi e l'Italia. E come cambieranno le cose quando la frontiera della porta di casa sarà abbattuta.

«Il settore del turismo è quello che ha chiuso per primo, quando a fine gennaio abbiamo avuto il primo sentore che i cinesi non sarebbero arrivati in Italia, e rischia di essere l'ultimo che ripartirà, parliamo di uno stop di 8-9 mesi su

«Ora dobbiamo stare a casa, ma possiamo continuare a sognare»

LEONARDO MASSA

Country Manager Italia **MSC Crociere**

12, nessun altro perderà così tanto», dice Franco Gattinoni, fondatore del **Gruppo Gattinoni** e vicepresidente della Fto, Federazione del Turismo Organizzato. «Un valore enorme, quello di tour operator e agenzie di viaggio, che coinvolge almeno 75 mila lavoratori direttamente, e con un impatto su tutti gli altri settori». Che cosa serve ora? Un aiuto dedicato da parte del governo, cassa integrazione in deroga, naturalmente, ma quello che il mondo delle agenzie chiede è un nuovo valore per il futuro. «Non si tratta solo di chi parte per una vacanza, io spero non più mordi e fuggi come purtroppo si tende a fare in questi anni, ma anche degli eventi, che da soli costituiscono il 40% delle notti in hotel, e hanno impatto su tanti altri settori economici. Contiamo di ripartire», conclude,

«Perderemo 8-9 mesi su un anno, siamo stati i primi a fermarci e saremo forse gli ultimi a ripartire: possiamo farcela, ma il governo deve muoversi molto velocemente»

FRANCO GATTINONI

Fondatore e presidente **Gruppo Gattinoni**

«ma il governo deve muoversi velocemente, solo così troverà un settore sano e non distrutto».

Anche Nardo Filippetti, presidente **Astori Confindustria Viaggi**, parla chiaro: «L'emergenza ha messo in ginocchio tutto il comparto. In particolare, per tour operator e agenzie di viaggio, si prevede una ripresa parziale tra fine estate e autunno e un ritorno progressivo alla normalità solo nel 2021, con una perdita di fatturato che va dal 35 al 70% circa. Dall'inizio di questa situazione abbiamo affrontato imponenti costi emergenziali, per decine di milioni di euro, tra rimpatri di turisti, rimborsi, cancellazioni, anticipazioni a fornitori e costi organizzativi. La nostra autonomia finanziaria non

«Torneremo a viaggiare nel nostro meraviglioso Paese perché mai come ora ne sentiamo la mancanza. Siamo pronti per ripartire, e per immaginare un'estate da trascorrere qui»

MARCO MAGNIFICO

Vicepresidente esecutivo del **Fondo Ambiente Italiano**

durerebbe in eterno, a fronte di continui esborsi e zero ricavi. Riteniamo di avere diritto allo stanziamento di un fondo per l'emergenza, al pari di altri settori, quali agricoltura, pesca, cultura e spettacolo. Necessitiamo di misure urgenti ed efficaci e ci auguriamo che il governo non si sottragga al dovere di supportare le nostre aziende e di proteggere i lavoratori del nostro comparto».

Anche i grandi gruppi colpiti tra i primissimi dal blocco totale, come le crociere, raccontano il loro impegno nell'emergenza.

«Abbiamo sospeso le nostre crociere fino a fine maggio e stiamo lavorando senza sosta, mettendo in campo risorse e un enorme sforzo organizzativo, per far rientrare in sicurezza a casa i nostri ospiti e gli equipaggi in un contesto molto difficile. Siamo riusciti a rimpatriare in poche settimane più di

«Per noi alberghi a gestione familiare quello che servirebbe ora sono azioni forti a tutela dei nostri lavoratori stagionali, che in questo momento sono l'anello più debole della catena»

MARIELLA AVINO

Proprietaria dell'hotel **Palazzo Avino (Ravello)**

25 mila persone di tantissime nazionalità diverse», dice Neil Palomba, direttore generale **Costa Crociere**.

Sul fronte degli hotel, anche da Bernabò Bocca, presidente di **Federalberghi**, arriva un messaggio di impegno sul campo: «Gli albergatori sono abituati a rimbocarsi le maniche. Nei momenti di crisi la nostra funzione diventa assistenziale: oggi le nostre strutture sono a disposizione per accogliere i familiari dei malati, i medici e i paramedici che operano sui territori più colpiti dal virus. Ma tutta l'Italia è capace di cose grandi proprio nei momenti di maggiore difficoltà. Sono certo che il senso di ricostruzione sia parte del nostro Dna. Si deve guardare oltre, non al quando, ma al come ripartire. Se si ferma il turismo si ferma l'economia del Paese. E bisogna puntare sul mercato interno. Abbiamo già proposto al governo di concedere un credito di imposta agli italiani che decideranno di fare le vacanze in Italia. Ma è necessario fin d'ora un piano di promozione che comunichi un Paese vivo. Serve un think

«Andremo alla ricerca di luoghi più veri, autentici: luoghi dove ci sia amore. Amore inteso come quel senso di famiglia che si mescola alla passione che si trova in tutte le eccellenze italiane»

MARIE-LOUISE SCIÒ

Ceo e Creative Director **Pellicano Hotels**



VI ASPETTIAMO, «APPENA SARÀ POSSIBILE»

Firmato «La famiglia Costa e i suoi collaboratori», l'invito per un soggiorno di una notte all'**ALBERGO POSTA MARCUCCI** di Bagno Vignoni (Val d'Orcia) è per tutto il personale medico in prima linea, estensibile ad accompagnatori. «Vi aspettiamo non appena sarà possibile», hanno scritto. Prenotazioni: albergo@postamarcucci.it.

tank di creativi, intellettuali, imprenditori di ogni campo».

Anche per Andrea Delfini, fondatore e Ceo del gruppo **Blastness** (offre supporto e sviluppo a strutture ricettive indipendenti) e **Nero Hotels**, questa crisi potrà trasformarsi in opportunità per un «rinascimento». «Se non ora, quando avere l'occasione per dare un ruolo centrale e più peso al turismo italiano, e ripensare le cose anche come sistema?».

Quello che gli addetti ai lavori dell'hôtellerie non dicono, ma aleggia nell'aria da ben prima dell'emergenza, è che il gergo dei portali di vendita online delle camere, in questa era Covid-19, è pesato molto e la frustrazione di non poter decidere liberamente su rimborsi e prenotazioni sicuramente sfocerà in qualche cambiamento futuro. Finalmente l'Italia farà sistema?

«Noi della Costiera Amalfitana ci siamo uniti in un piccolo comitato spontaneo con altri hotel della zona (*molti leggendari, si parla tra gli altri del San Pietro e Le Sirenuse di Positano, e il Santa Caterina di Amalfi*, ndr) che si è esteso anche a Capri», dice Mariella Avino, proprietaria con la sua famiglia del raffinato **Palazzo Avino** di Ravello. L'attenzione degli alberghi indipendenti al momento è alla tutela dei loro lavoratori, per lo più stagionali, per i quali stanno chiedendo al governo una soluzione. «Il pensiero per loro è molto forte.

«Come Destinazione dell'Anno 2020 Lonely Planet, avevamo esteso all'estero la nostra promozione, ora ci concentriamo sugli italiani: stiamo valutando di rimborsare il viaggio a chi verrà nelle Marche»

MORENO PIERONI

Assessore al Turismo e Cultura della **Regione Marche**

Comprendono la situazione, ma noi sappiamo che sono fermi da ottobre. Stiamo riflettendo sulle misure da chiedere». Un risvolto positivo, racconta Avino, è che si è usciti dal concetto di destinazione e di campanile: «È uno spirito nuovo che pervade tutta l'Italia. Quando torneremo a viaggiare, la scala dei valori sarà del tutto diversa, questo mondo cambierà e

crecerà. Ora siamo spaventati ma quando ci sarà, il ritorno sarà forte: una celebrazione della vita».

«Dopo mesi di turismo virtuale e di contatti interpersonali limitati, auspichiamo che il ritorno alla vita reale rimetta le persone lentamente in moto», dice Erwin Hinteregger, Ceo dell'**Innovation, Development e Marketing Südtirol-Alto Adige**. «Immaginiamo il viaggio futuro come una ricerca di esperienze autentiche, contraddistinto dalla necessità di essere ospitati dalla natura, che in Alto Adige è spettacolo,

«Noi stiamo sensibilizzando i clienti italiani a restare in Italia, che ospita ben 60 alberghi della nostra collezione. Il 40% delle ultime prenotazioni sono per gli hotel italiani: siamo sulla strada giusta»

FEDERICA DAMIANI

Area Director Italy & South East Europe

The Leading Hotels of the World

preservata con cura dalle persone che abitano il territorio».

Da un altro territorio che fa della natura il suo valore, la Sardegna, arrivano iniziative: «La Regione ha già messo in campo un pacchetto di sostegno per le piccole imprese della filiera turistica del valore di 25 milioni di euro, mentre per i lavoratori sono previsti ammortizzatori sociali e percorsi di formazione. Stiamo valutando anche forme di aiuto fiscale. Ma quando si riprenderà una vita normale dobbiamo farci trovare pronti con una strategia turistica per l'estate 2020, ricca di iniziative, anche sfruttando il sistema delle offerte last minute, rivolte prima di tutto al mercato sardo e, se la fine dell'emergenza lo consentirà, anche a quello del resto d'Italia ed estero. Sono già in programma, tra settembre e dicembre, eventi e manifestazioni che contribuiranno a destagionalizzare. La Sardegna deve resistere a questa crisi, pronta a ripartire più forte di prima», dice Gianni Chessa, assessore al Turismo della **Regione Sardegna**.

Le aree italiane meno conosciute, più defilate, magari da raggiungere senza bisogno di volare, saranno avvantaggiate: «La nostra struttura si trova all'interno della Riserva Naturale delle Falesie di Duino, l'ultimo avamposto italiano a 5 stelle prima del confine sloveno», dice Michelangelo Benetton, General Manager **Falizia (a Luxury Collection Resort & Spa) di Portopiccolo**, Trieste. «Gli accessi sono costantemente monitorati, il che ci permette di offrire l'esperienza di una vacanza sicura, in cui possa essere garantito il rispetto dei nuovi protocolli che stiamo elaborando con il team della nostra Medical Spa».

Gli italiani saranno la priorità anche per le Marche, che punteranno sulle aree italiane a loro affini per geografia, ma non solo. «Dobbiamo fare l'impossibile», dice sincero Moreno Pieroni, l'assessore al Turismo e Cultura della **Regione Marche**, «poiché siamo consapevoli che gli italiani saranno forse un po' meno propensi a viaggiare, sia per timori residui che per ragioni economiche, tra le varie iniziative stiamo pensando di proporre a chi viene il rimborso del viaggio».

Con qualunque mezzo arriveremo alla meta e in ogni parte di Italia decideremo, speriamo presto, di andare, l'importante per tutti sarà ripartire, da noi.