

Da Federagenti l'altolà alla demonizzazione delle crociere

«Non sono le navi passeggeri i responsabili dell' "overdose" di turismo»



L'assemblea di Federagenti a Roma

ROMA. «Le crociere sono una risorsa turistica importante per il Paese e uno strumento di promozione del Sistema Italia»: guai se diventano «il bersaglio di una campagna di odio indiscriminato che tende a individuarle come il nuovo nemico per i territori per le comunità e per l'ambiente». Paolo Pessina, presidente di Federagenti, nell'assemblea pubblica che ha raggruppato a Roma gli esponenti dell'organizzazione di categoria di agenti, raccomandatari marittimi e mediatori marittimi.

Dal quartier generale dell'associazione parlano di "guanto di sfida" lanciato «non tanto e non solo alla cultura del "no", ma anche alla deriva ormai in atto da anni e innescata dall'espulsione delle navi da crociera dalla Laguna di Venezia». Pessina afferma: «Oggi parliamo di segnali, ma le campagne di ostilità e di "respingimento" maturano alla svelta e producono spesso risultati incontrollati e incontrollabili». Per questo c'è bisogno di «un approccio del tutto nuovo sintetizzabile in un motto: un "patto per il mare"».

Rivolto a chi? A chi, territori e comunità del Bel Paese che si sentono «a rischio, reale o virtuale», di "overtourism", nelle intenzioni di Pessina il "patto per il mare" «propone prima di tutto un'operazione verità sull'impatto delle navi bianche e dei crocieristi, quindi una vera e propria "formula" di coordinamento del turismo che arriva dal mare». Il numero uno di Federagenti ricorda: è «un turismo che genera un posto di lavoro ogni venti crocieristi trasportati, che produce un fatturato totale di 168,6 miliardi di dollari, che in Europa raggiunge i 55,3 miliardi e in Italia i 15 miliardi». Aggiungendo poi: «Di fronte a una tendenza che, in modo talora grottesco, tende a identificare nelle navi passeggeri il simbolo del lusso che calpesta i diritti (sulla falsariga della contestazione per le nozze di Jeff Bezos), è necessario intervenire subito e con decisione».



Paolo Pessina, presidente di Federagenti

Pessina vuol dimostrare che l' "overdose" di turismo non ha nelle crociere il principale colpevole e si affida ad alcune cifre: «Su oltre 460 milioni di presenze turistiche che scelgono la nostra Penisola, le crociere incidono per meno del 3%, con 15 milioni di transiti». Poi guarda a quel che accade in alcune «località in cui in modo crescente le crociere vengono contestate». Ad esempio, Portofino: «528 abitanti e una media di 12mila turisti al giorno». Le Cinque Terre: «4mila abitanti a fronte di 4 milioni di turisti all'anno». La Costiera Amalfitana: «34mila abitanti e una pressione di oltre 2 milioni di turisti all'anno». Capri: «7.300 abitanti e una media di 50mila turisti al giorno». Ma la "madre di tutte le battaglie" è «Venezia, la città porto, l'ex Repubblica Marinara che ha scacciato le navi da crociera dalla Laguna»: niente navi da crociera eppure «60mila turisti al giorno sciamano per le calli con punte di 150mila, a fronte di una popolazione autoctona che nel centro storico non supera i 49mila abitanti».

Ma, a giudizio di Federagenti, è inutile nascondere il problema: «La propaganda tende a diventare cultura diffusa e, prima che ciò accada, gli agenti marittimi propongono una soluzione concreta». Un "Patto per il mare" che «coinvolga territori, comunità, compagnie crocieristiche, operatori turistici e che, sotto la regia degli agenti marittimi», faccia centro su questi risultati:

- calendarizzazione intelligente degli accosti
- varo di misure per «evitare sovraccarichi nei picchi stagionali» e «migliorare l'accettazione sociale, anche attraverso una calendarizzazione nazionale condivisa tra tutti i porti e le principali compagnie crocieristiche»

- tavoli di lavoro permanenti tra «porti, agenti e compagnie» per »tracciare e rispettare un calendario di arrivi e partenze che impedisca la concentrazione di essi in singole date e singoli orari»
- messa a punto e differenziazione di itinerari sostenibili co-progettati
- coinvolgimento delle pubbliche amministrazioni e degli stakeholder locali
- valorizzazione «anche dei porti minori o secondari con piani di sviluppo sostenibile»
- valorizzazione di «destinazioni alternative per le escursioni a terra»
- progettazione e valorizzazione delle «risorse prodotte dalle comunità locali attraverso intese condivise sullo shopping a terra»
- armonizzazione del sistema di regole portuali
- armonizzazione delle norme relative alla gestione dell'accosto: i rifiuti, la sicurezza, i permessi le dichiarazioni amministrative
- applicazione omogenea e sistematica in tutti gli scali italiani di procedure Esg (Environmental, Social and Governance) che «comportino il massimo livello di sostenibilità per i territori, i loro cittadini, i lavoratori e le imprese economiche coinvolte»
- trasformazione di questo «sistema di regole, spesso caratterizzate da grande rigidità, da fattore di costo a valore aggiunto per il territorio e gli armatori»

Perché tutto questo dovrebbero farlo gli agenti marittimi? La risposta dell'organizzazione di categoria è questa: nonostante oggi gli agenti siano spesso «costretti a operare in posizioni di forte marginalità economica e di compressione della remunerazione delle loro funzioni», risultano comunque «gli unici in grado di gestire le connessioni, e quindi a gestire (all'interno di un nuovo dialogo con le compagnie) una problematica complessa» in quanto: 1) facilitatore di governance locale; 2) coprogettista con le compagnie di azioni sociali congiunte nei territori (educazione, impatto ambientale, welfare portuale); 3) regista di azioni sociali congiunte nei territori (educazione, impatto ambientale, welfare portuale); 4) ponte tra industria e territori; 5) formazione continua; 6) digitalizzazione e tracciabilità

Peraltro, riguardo al peso del turismo nel futuro del Sistema Paese («effettivamente c'è bisogno di una programmazione efficiente»), è stato sottolineato da Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio: è necessario «valorizzare non solo il Made in Italy, ma attraverso i territori, il "Sense of Italy", come aggregato di manifattura d'eccellenza, cultura e terziario di mercato avanzato che aumenta il valore della nostra offerta di beni e servizi. Questa è la rotta giusta».

All'assemblea è intervenuto il viceministro Edoardo Rixi che ha messo in luce le complessità del settore e la necessità di «un fronte comune in un momento reso complesso dalle criticità geopolitiche in atto». La necessità di un cambio di marcia è stata sostenuta dal ministro del mare, Nello Musumeci, che ha rivendicato un ruolo preciso nella gestione dei porti: in linea con Federagenti, ha proposto l'istituzione di un gruppo di lavoro per contrastare – questa la sottolineatura – un ambientalismo estremo che con “la sua cultura di attacco va neutralizzato” prima che crei danni a un'industria sana come è quella delle crociere.

Anche dalla tavola rotonda all'interno dell'assemblea di Federagenti è emersa l'esigenza di «comunicare in modo più efficace e quindi di prevenire con i territori e le comunità locali contestazioni e contrapposizioni che, come dimostrano i fatti, rischiano di deflagrare diventando propaganda ingestibile». Ad esempio, Roberto Martinoli, considerato uno dei principali opinion maker del settore (con una esperienza ai vertici delle principali compagnie), ha sottolineato i rischi derivanti da

atteggiamenti di contrapposizione con le crociere e ha citato «il caso dell'Alaska abbandonata per anni proprio a causa di questi contrasti dalle principali compagnie».

Nel corso della tavola rotonda è stata anche evidenziata la tendenza per cui, com'è stato ripetuto, «non sono le località i “driver” del turismo crocieristico, ma la nave che diventa di per sé la destinazione dei crocieristi».

Il past president di Federagenti, Alessandro Santi, ha ricordato di aver vissuto in primo piano l'esperienza Venezia: proprio rievocando quella fase ha criticato la tendenza del settore a «sottovalutare queste tematiche di contrapposizione che possono avere un effetto deflagrante». Da aggiungere che invece, sul versante positivo, Barbara Carabetti, nel confronto con Anthony La Salandra, direttore di “Risposte Turismo”, ha evidenziato come il ruolo degli agenti, già oggi, sia determinante per attuare un coordinamento fra territori e armatori.