

# DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO ALL'INCENTIVO DI SOGGIORNO

*“Per ricostruire, dopo il Coronavirus, la domanda turistica, soprattutto dall'estero - dichiara Mario Pusceddu, presidente dell'Istituto italiano per lo Sviluppo Rurale e l'Agriturismo (ISVRA) - serve una sostanziale inversione di strategia, a partire dalla riduzione dei prezzi .*

Il Coronavirus ha messo in ginocchio il turismo italiano: prenotazioni in gran parte disdette, restituzione di caparre per svariati milioni di euro, perdita di presenze (pernottamenti) nelle imprese ricettive nell'ordine del 70-80%.

“Queste gravissime conseguenze del Coronavirus” – precisa Stefano Caporossi, membro di ISVRA – “sono arrivate, peraltro, dopo un 2019 già senza crescita per le imprese del settore, rispetto ad un andamento di +5% del turismo internazionale nell'Area Mediterranea (stime Organizzazione Mondiale del Turismo - UNWTO).” Peggio è andato, nel 2019, il turismo interno (Italiani che hanno viaggiato in Italia) con -9% dei viaggi e -5% dei pernottamenti (dati Istat).

Insomma il “petrolio” dell'Italia (così il nostro turismo è spesso definito) fatica a rendere quanto dovrebbe, malgrado i sondaggi internazionali indichino il Belpaese come la meta di viaggio più desiderata al mondo. Cinquant'anni fa l'Italia era il paese più visitato dai turisti del Pianeta, oggi è scivolato al quinto posto.

Per ricostruire, dopo il Coronavirus, la domanda turistica, soprattutto dall'estero, secondo l'Istituto italiano per lo Sviluppo Rurale e l'Agriturismo (ISVRA), serve prima di tutto che l'Italia sia più competitiva in termini di tariffe dell'ospitalità:

- cessando di applicare agli ospiti l'Imposta di Soggiorno (nei Comuni che l'hanno istituita);
- adottando per tutte le strutture ricettive, a vantaggio degli ospiti, un'ulteriore strategia di riduzione dei prezzi mediante l'istituzione di un “Incentivo di Soggiorno” di dieci euro a notte, a carico della fiscalità pubblica.

E' necessario - prosegue la nota di ISVRA - che questi “sconti” siano attuati immediatamente dal Governo e siano vigenti per almeno due anni, in modo che possano incidere diffusamente sulle scelte dei turisti, italiani e stranieri, già dall'estate prossima, assicurando alle imprese ricettive la ripresa delle prenotazioni nella stagione di gran lunga più “vacanziera” dell'anno.

13 marzo 2020