



Una veduta dei Sassi di Matera citati come meta turistica alternativa ai grandi centri

Federturismo, tocca a Caputi “Ora aprire a nuove mete”

Il neo presidente: “Non solo lusso, l’associazione farà proposte per le vacanze delle famiglie con redditi bassi”

di ROSARIA AMATO
ROMA



ASSEMBLEA PUBBLICA 2026

Turismo da non considerare più in maniera frammentata, come l’insieme dei viaggiatori, ma piuttosto come «grande industria nazionale». È l’ottica proposta da Massimo Caputi, nuovo presidente di Federturismo Confindustria, nominato ieri dall’Assemblea 2026, al museo Maxxi di Roma. Proposta che fa leva anche sulla promozione dei contratti di filiera, «strumento decisivo per orientare gli incentivi futuri». Turismo come industria significa anche destagionalizzazione, valorizzazione di tutto il territorio nazionale visto che, ha ricordato Leopoldo Destro, vicepresidente di Confindustria per i trasporti, la logistica e l’industria del turismo, «oggi oltre il 40% delle presenze turistiche si concentra nello 0,6% dei Comuni italiani, e le cinque principali città d’arte accolgono oltre il 17% delle presenze complessive».

Un tema che ricorre in tutti gli interventi della giornata: il vicepresidente del Consiglio Antonio Tajani

ha ricordato una visita con i ministri del G7 alla cripta della cattedrale di Anagni «che è una cappella Sistina», o «ai Bronzi di Riace, un’esperienza fantastica». Il presidente del World Travel & Tourism Council Manfredi Lefevre d’Ovidio ha citato «i borghi medievali della Calabria, le valli dell’Appennino, i mercati rionali di Catania, le osterie della Toscana profonda». Diversificare significa distribuire ricchezza, visto che «l’Italia è proiettata verso un’accelerazione della spesa internazionale del 7,2% nel 2026, la più forte tra le destinazioni europee», nelle previsioni del Wttc. Anche il ministro del Turismo Gianmarco Mazzi ha sottolineato

Il presidente Massimo Caputi (a sinistra) accoglie all’Assemblea di Federturismo Confindustria il sindaco di Roma Roberto Gualtieri

che «l’Italia è diventata la seconda nazione europea per il turismo, superando la Francia», e vanta «la permanenza più lunga, davanti a Spagna, Francia e Germania».

Tutte opportunità che però si rischia di non valorizzare appieno se non si potenzia il lavoro. «La carenza di personale qualificato è oggi una delle criticità più serie del settore», ha ricordato Caputi, chiedendo al governo «un cambio di passo». Significa «più stabilità occupazionale, percorsi professionali attrattivi, formazione efficace e soluzioni concrete per vivere nelle destinazioni turistiche». Ma vanno anche garantiti «la piena applicazione dei contratti più rappresentativi», ha rilevato Antonio Misiani, responsabile Economia del Pd, e la valorizzazione della «contrattazione di secondo livello che leghi il valore turistico alle condizioni di chi lavora», oltre che un maggiore sviluppo degli ITS.

Il turismo, è emerso dagli interventi, deve anche puntare all’inclusività: «Una gran parte degli italiani non riesce ad andare in vacanza perché non ce la fa economicamente: non possiamo favorire solo lo sviluppo del turismo di lusso», osserva Caputi, annunciando una proposta di Federturismo per le famiglie a reddito medio-basso, una forma di contributo per le vacanze erogato attraverso un sistema di compensazione fiscale. L’assemblea si è conclusa con l’intervento del presidente di Confindustria Emanuele Orsini.

L’EVENTO

di RAFFAELE RICCIARDI

Le sfide alimentari tra rincari, sprechi e difesa delle filiere

Inflazione, fragilità delle filiere, esigenze che cambiano. L’alimentazione a tutto tondo sul palco di Repubblica delle Idee, oggi all’Arena del Sole - Sala Thierry Salmon a partire dalle 16:30. In un Paese che registra il 5,5% di individui che mostrano almeno un segnale di insicurezza alimentare, la filiera si interroga su uno spreco di cibo che è ancora elevato: 13 miliardi di euro, di cui oltre 7 miliardi si generano nelle case degli italiani. «Accesso ed eccesso di cibo. I due paradossi dell’agroalimentare»: sono quelli di cui dibattono Nicola Corradi, media manager di Barilla, e Andrea Segrè, ordinario di Economia circolare e politiche per lo sviluppo sostenibile a Bologna. Temi resi ancor più complessi, come insegna da ultimo la crisi di Hormuz, «dal contesto globale attraversato da tensioni e nuove dinamiche commerciali - ricorda Corradi - Per le aziende è necessario decidere rapidamente, adattarsi e investire sulla solidità delle proprie filiere». L’obiettivo per il colosso alimentare è infatti di «costruire filiere responsabili e resistenti, garantendo la qualità delle materie prime tramite pratiche agricole sostenibili e anticipando i rischi».

Ma cambia anche l’ultimo miglio della filiera, quello della distribuzione. Un tempo «andare a fare la spesa» era un pilastro dell’agenda familiare, oggi è un momento molto più sfumato. Se le famiglie frequentavano in media quattro insegne durante l’anno, ora siamo oltre le nove. «È la nuova dimensione del “consumatore multicanale”», dice il presidente di Conad, Mauro Lusetti. La distribuzione si confronta così con «la specializzazione» e i cambiamenti strutturali, a partire da quello demografico: «Ci sono meno bambini, ma quasi in ogni famiglia è presente un cane, un gatto o un animale domestico. La distribuzione deve valutare i fenomeni in atto e rispondere con un’offerta conseguente, in grado di soddisfare i bisogni dei cittadini».

Ma cambia anche l’ultimo miglio della filiera, quello della distribuzione. Un tempo «andare a fare la spesa» era un pilastro dell’agenda familiare, oggi è un momento molto più sfumato. Se le famiglie frequentavano in media quattro insegne durante l’anno, ora siamo oltre le nove. «È la nuova dimensione del “consumatore multicanale”», dice il presidente di Conad, Mauro Lusetti. La distribuzione si confronta così con «la specializzazione» e i cambiamenti strutturali, a partire da quello demografico: «Ci sono meno bambini, ma quasi in ogni famiglia è presente un cane, un gatto o un animale domestico. La distribuzione deve valutare i fenomeni in atto e rispondere con un’offerta conseguente, in grado di soddisfare i bisogni dei cittadini».



Il 5,5% degli italiani mostra almeno un segnale di insicurezza sul cibo ma butta 7 miliardi di merci



Festeggiamo i 50 anni a casa tua.

Repubblica Insieme

Un tour per valorizzare i territori e festeggiare insieme ai nostri lettori.

Ci vediamo nelle maggiori città italiane, per dare voce a chi vive, lavora e studia entrando nel cuore delle diverse realtà locali. Si parlerà di economia, innovazione, sostenibilità, istruzione e società. Un’occasione di incontro aperta a tutti: per condividere idee e festeggiare insieme i 50 anni di Repubblica.

1976
2026

Per scoprire di più inquadra il QR Code.

Le prossime tappe:

GIUGNO BARI	LUGLIO NAPOLI	SETTEMBRE TORINO	SETTEMBRE FIRENZE	OTTOBRE PALERMO	NOVEMBRE MILANO	NOVEMBRE ROMA	DICEMBRE BOLOGNA
----------------	------------------	---------------------	----------------------	--------------------	--------------------	------------------	---------------------

la Repubblica