

Il denaro non dorme mai

Alitalia e Ilva: ormai siamo all'accanimento terapeutico

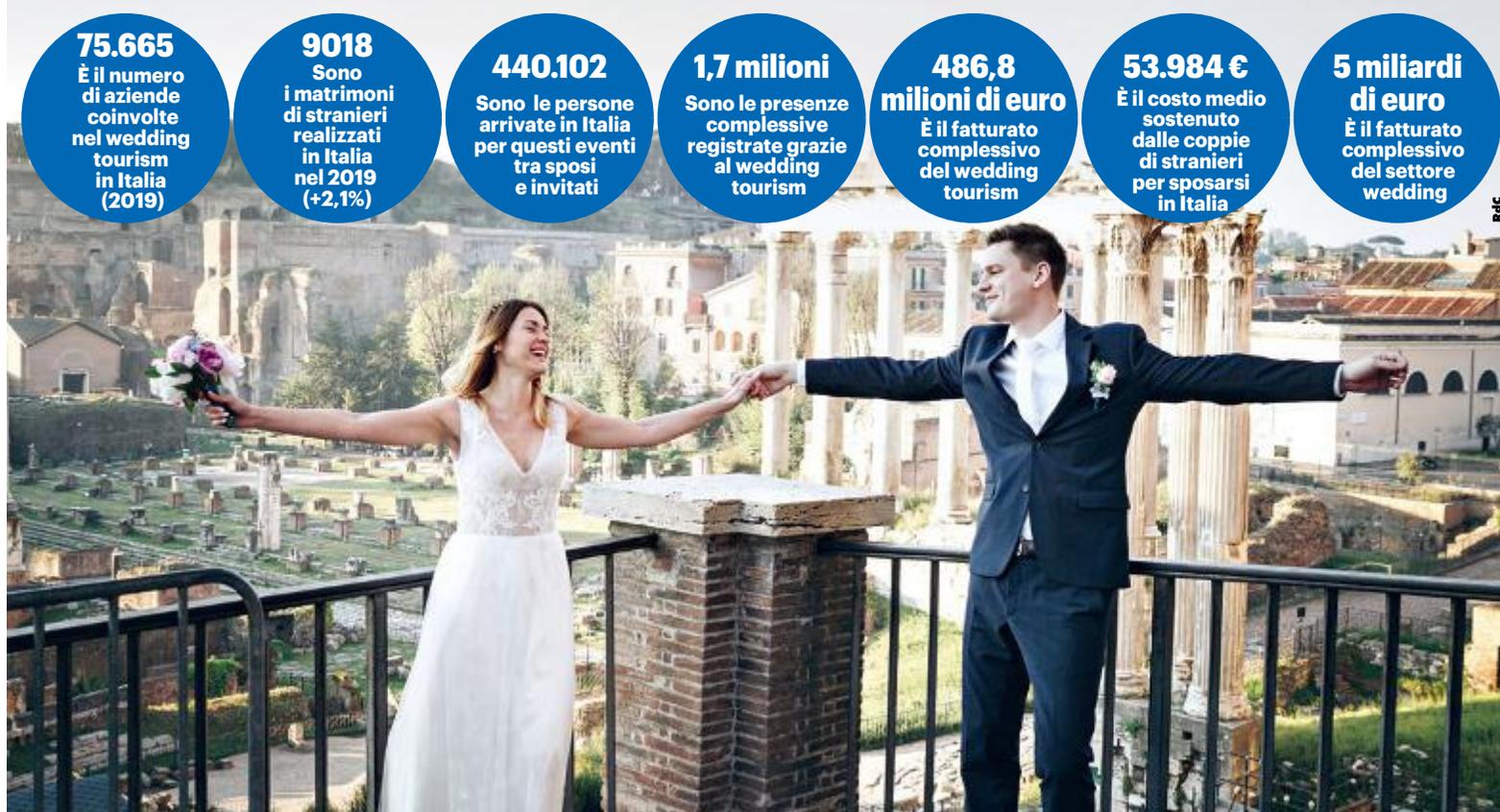
di **Giuseppe Turani**

È nei momenti di crisi che di solito il bilancio pubblico riceve i colpi più tremendi. Le emergenze sono una scusa fantastica per dimenticarsi delle buone regole. E oggi, purtroppo, abbiamo almeno due emergenze gravi: Alitalia e Ilva. Per il primo caso siamo già, e da anni, all'accanimento terapeutico. La società vola, ma perde anche soldi. Da qualche decennio o più. È evidente che non siamo in grado di risanare questa cosa. La soluzione migliore sarebbe un annuncio su Financial Times: cedesì compagnia aerea, non si esclude dote. Può sembrare assurdo, ma visto che la nostra compagnia di volo perde oltre 300 mila euro al giorno, c'è spazio per una bella dote. L'Ilva è molto peggio. Intorno all'acciaieria più grande d'Europa si è creata una tale confusione (fra procure e ministri) che forse solo un intervento divino a questo punto potrà salvarla. Anche perché l'Ilva, fra una polemica e l'altra, perde due milioni al giorno.

In entrambi i casi, e qui sta il pericolo, si pensa a un possibile intervento della Cassa depositi e prestiti. E qui l'indignazione sale al massimo. La Cassa non è un club di miliardari, consumatori di ostriche e di campi da golf. La Cassa amministra semplicemente i soldi del risparmio postale. Cioè i soldi dell'Italia più povera, quella che non si fida nemmeno dei fondi di investimento e che porta i suoi pochi risparmi alla Posta, come faceva mio nonno. Che i soldi dell'Italia più bisognosa e meno glamour finiscano nelle due idrovore Alitalia e Ilva dovrebbe scatenare non le sardine, ma gli squali, i barracuda e altri animali feroci. D'altra parte, un tempo avevamo l'Iri, per gli interventi pubblici (e anche l'Eni, un po'). Poi abbiamo deciso di chiudere questo capitolo. Oggi, sembra si voglia ripartire in peggio. L'Iri, a suo tempo per ogni dieci lire investite ne trovava 8 sul mercato e due di capitale proprio. Ma adesso si parla solo di soldi pubblici. Di soldi della parte meno agiata della società italiana. Di fronte a questo possibile scandalo, Alitalia va ceduta al primo compratore che si affacci. Per l'Ilva bisogna mandare Emiliano, governatore della Puglia, in ferie obbligate e poi convocare la Mittal (la famiglia più ricca del Regno Unito) e sentire che cosa possono fare. Noi non possiamo fare niente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri



Le nozze? Sono un affare È la wedding economy

Quest'anno, la maggior parte di sposi e accompagnatori è arrivata dal Regno Unito (23,1%)

Oltre 9mila coppie straniere hanno scelto l'Italia per celebrare la loro unione

**Tra imprese e operatori sono 75mila le attività coinvolte nel comparto
Il territorio più attraente è la Toscana, seguita da Campania e Lombardia**

di **Giuseppe Catapano**
BOLOGNA

Si chiama wedding tourism. Ovvero, turismo legato ai matrimoni: sono gli stranieri che scelgono l'Italia per celebrare le loro nozze. Un fenomeno che non ha affatto il tratto dell'occasionalità, se si considera che affonda le radici in un settore che coinvolge sia la filiera della produzione e dei servizi territoriali, sia le organizzazioni e le società che si occupano di proporre sui mercati le destinazioni.

È la cosiddetta wedding industry. Già, perché alla base c'è una vera e propria industria, composta da 16 settori di specialisti che forniscono servizi ai matrimoni (dalla ristorazione alle sartorie per gli abiti, passando per noleggi auto, fotografi e traduttori): questi ultimi coinvolgono 71.437 aziende, alle quali vanno aggiunti i wedding specialist italiani (4.228 tra wedding planner e tour operator) per tirare le somme di un comparto con oltre 75mila tra imprese e operatori. Sono i dati emersi dal primo re-

port dell'Osservatorio italiano del settore presentato nei giorni scorsi a Bologna in occasione della quinta edizione di Buy Wedding in Italy, evento ideato e diretto da Valerio Schoenfeld. Il report - promosso da Jfc Tourism & Management, Buy Wedding in Italy e Anusca (Associazione nazionale degli ufficiali di stato civile e d'anagrafe) - testimonia prima di tutto che il business del turismo legato ai matrimoni è florido.

Il settore è tra quelli con il maggior indice di spesa pro-capite, il costo medio sostenuto dalle coppie di stranieri per sposarsi in Italia è vicino ai 54mila euro. Tanto che Massimo Feruzzi, ceo di Jfc e direttore scientifico dell'Osservatorio italiano Destination wedding tourism, parla di «grande occasione per l'Italia». Che, pur tra

LA FILIERA

**Il valore complessivo del settore si attesta intorno ai 5 miliardi
La media di spesa è di 54mila euro**

diversi problemi, ha una grande appeal. Il valore economico dell'industria del wedding è in crescita: il 2019 si chiuderà con oltre 9mila matrimoni di stranieri (+2,1%). Ma le nozze portano invitati, tanti: e infatti sono oltre 440mila le persone arrivate in Italia per le cerimonie, con un impatto notevole sul turismo grazie a un numero complessivo di presenze che sfiora quota 1,8 milioni.

Il fatturato del wedding tourism - facendo riferimento solo al cosiddetto incoming ed escludendo dalla rilevazione gli operatori che gestiscono servizi solo per il mercato nazionale o matrimoni di italiani che si recano all'estero - è di 486,8 milioni di euro. Se invece si considera il wedding nel suo complesso, il valore si attesta intorno ai 5 miliardi. Una grande industria. In salute. Ma chi sono gli stranieri che scelgono l'Italia e da dove vengono? L'osservatorio dà la risposta e fornisce gli identikit. Gli sposi hanno 28 anni e 7 mesi d'età in media, si tratta in prevalenza di liberi professionisti (14,5%), di manager aziendali (11,1%), di industriali (10,6%) e di avvocati (7,2%). «Si parla - osser-

va Feruzzi - di persone con elevata capacità economiche. La media di spesa è di 54mila euro, ma è anche capitato che un evento con circa 200 invitati sia costato 2 milioni di euro». Una curiosità: nel 2019 le coppie Lgbt hanno raggiunto il 5,3% del totale dei matrimoni tra persone dall'estero.

Quest'anno la maggior parte di sposi e relativi accompagnatori è arrivata dal Regno Unito (23,1%), seguono i matrimoni di residenti negli Stati Uniti (16,5%) e in Germania (10,7%), poi Olanda, Francia, Svizzera, Australia, Canada e Russia. «Non deve sorprendere - spiega il direttore scientifico dell'osservatorio - che qualcuno venga da molto lontano. C'è anche chi lo fa per motivazioni legate alla storia della propria famiglia. E c'è anche chi, dall'Europa, arriva in Italia addirittura a piedi: gli sposi si muovono lungo i cammini storici, come la via Germanica, e vengono raggiunti nel luogo del rito dagli invitati».

I territori regionali che assorbono la maggior quota di wedding tourism sono soprattutto tre: la Toscana con il 25,6% del mercato, seguita dalla Campania (15,3%) e dalla Lombardia con un market share del 14,3%. Buone le quote del Veneto (8,2%), del Lazio (7,2%) e della Puglia (6,1%). Infine le location: le preferite dagli sposi stranieri sono le ville e di more storiche (25,1%). Il business funziona, con ulteriori prospettive di crescita: il 46,4% degli operatori afferma che nel 2020 organizzerà «più matrimoni rispetto al 2019». L'Italia è il set perfetto per un fatidico si da film.

© RIPRODUZIONE RISERVATA