



Convegno Fiavet Confcommercio in Calabria, “il turismo che non si ferma: radici, identità e destagionalizzazione per un nuovo modello di sviluppo”

Il convegno antecedente all’assemblea della Federazione si è tenuto in Calabria a Lamezia Terme con numerosi ospiti istituzionali, e una parte formativa con case history dedicati al territorio che ha ospitato l’evento

Si è tenuta a **Lamezia Terme**, in Calabria, l’Assemblea annuale **Fiavet Confcommercio**. Tema di quest’anno “**Il turismo che non si ferma: radici, identità e destagionalizzazione per un nuovo modelli di sviluppo**” per il quale si è tenuto un convegno presso il THotel di Lamezia Terme il giorno **28 marzo**.

I delegati sono in Calabria, dal 28 al 30 marzo per conoscere la Regione e i suoi prodotti turistici territoriali

Nel convegno del 28 ha aperto i lavori il Presidente Fiavet Nazionale, **Giuseppe Ciminnisi**, e si è collegata per un saluto il ministro del Turismo, **Daniela Garnero Santanchè**, e il presidente Confcommercio Imprese per l’Italia, **Carlo Sangalli**. Era presenta l’assessore al Turismo, **Giovanni Calabrese** e si è collegato il presidente Camera di Commercio Catanzaro-Crotone-Vibo Valentia, **Pietro Falbo**.

Il presidente di Confcommercio, **Carlo Sangalli** si è complimentato con il presidente di Fiavet Confcommercio per la sua recente elezione nel Consiglio Nazionale di Confcommercio e ha poi salutato i partecipanti. “Il turismo ha ripreso a correre a pieno ritmo, dimostrando di essere una componente fondamentale di quella che noi abbiamo chiamato *l’eccezionalità italiana* - ha dichiarato il presidente di Confcommercio - un’eccezionalità che ha come richiamo le caratteristiche indicate nel tema della vostra Assemblea: le radici, la nostra cultura, il nostro stile di vita, che formano quell’identità che rende uniche le esperienze dell’Italia, perché nessun altro Paese al mondo offre la varietà di natura, saperi e tessuto economico che offre l’Italia e questa identità è la migliore occasione per diversificare le destinazioni”. Carlo Sangalli ha ricordato anche le ombre del settore, sottolineando che il turismo cresce, ma i turisti italiani sono in flessione, e che la politica dei dazi, l’instabilità geopolitica saranno i problemi più decisivi del 2025. “Sono spunti importanti di riflessione del vostro comparto e momenti di confronto come questa Assemblea sono indispensabili per gli operatori e il loro business, per affrontare insieme le sfide che ci aspettano, restando in movimento, perché il turismo italiano non si ferma se non vi fermate voi”.

Il ministro del turismo, **Daniela Santanché**, ha salutato la platea ricordando che rappresenta “un momento di riscontro e riflessione sull’importanza che le agenzie di viaggio esercitano rispetto a un segmento di mercato di grandissimo valore, è più che mai attuale in uno scenario globale in continua evoluzione”. Sul tema della destagionalizzazione ha ribadito l’impegno del Governo in questa direzione: “Abbiamo investito 34 milioni di euro per promuovere e valorizzare i piccoli centri sotto i 5000 abitanti, 25 milioni per il turismo sostenibile, oltre 500 milioni per la montagna, più di 30 milioni

per i cammini religiosi che sono un importante driver volto a razionalizzare i movimenti turistici nei periodi meno canonici". Prima di concludere il ministro Santanché ha rassicurato Fiavet Confcommercio rispetto all'impegno del Governo nel seguire la discussione in corso a Bruxelles sulla proposta per la modifica della Direttiva UE sui pacchetti turistici. "Il Ministero del Turismo è al fianco delle imprese del settore, mirando a una direttiva che rispetti sia il corretto funzionamento del mercato interno sia un alto livello di protezione del consumatore, eliminando sbilanciamenti tra obblighi e diritti. È essenziale evitare la presenza di oneri eccessivi per gli operatori, spesso piccole e microimprese, e l'aumento del contenzioso, con conseguenti danni per i consumatori".

Il presidente **Giuseppe Ciminnisi** ha salutato ricordando le attuali battaglie di Fiavet Confcommercio su diversi fronti. "Le battaglie di Fiavet sono note a tutti. Stiamo affrontando nuovi percorsi sia a livello normativo, in particolare per la direttiva sui pacchetti dell'Unione Europea, sia con la filiera, in particolare con le compagnie aeree. Il ruolo delle agenzie di viaggio è decisivo per tutti: per i consumatori, per la filiera, per l'intero settore del turismo cui noi forniamo equilibri, protezione. Siamo coloro che si interfacciano con chi viaggia, che conoscono tendenze non solo di viaggio. Abbiamo il polso dello stato sociale del Paese, le difficoltà per l'inflazione, le difficoltà che scaturiscono dall'illegalità, dall'abusivismo". Il presidente di Fiavet Confcommercio ha poi ricordato l'importanza della formazione: "Fiavet, è la più longeva delle associazioni di categoria e ha in sé, tuttavia, sempre lo sguardo rivolto al domani. Sono tre anni che anticipiamo contenuti sull'Intelligenza Artificiale, facciamo formazione aggiornandoci su ogni possibilità di applicazione di questo strumento in agenzia di viaggi".

Durante il convegno è stato premiato Battista Foderaro, già presidente Fiavet, per il suo impegno profuso negli anni per la Federazione.

I temi centrali del convegno sono stati affrontati dal direttore creativo e travel Designer ItalyRooting consulting **Letizia Sinisi**, la quale è intervenuta su "**Turismo delle Radici: dall'Identità al business – il ruolo strategico di Fiavet**",

Il turismo delle radici e la destagionalizzazione sono stati al centro della promozione del Ministero degli Esteri nel 2024 e oggi rappresenta un'opportuna strategia soprattutto nelle aree più interne consentendo ad operatori turistici e agenzie di viaggio di specializzarsi inserendo nei pacchetti anche prodotti desueti come i tour degli artigiani, le ricerche genealogiche e urbanistiche. "Le radici sono una connotazione ulteriore di una professionalità specifica che ha diversi sviluppi possibili" ha dichiarato Letizia Sinisi autrice del manuale "Rooting Experience Planning".

Il turismo delle radici, secondo gli ultimi dati di Banca d'Italia e dello studio di Confcommercio e SWG, restituisce una crescita del +59,4% di viaggiatori (9,9 mln), del +59% di spesa (6,7 mld di euro) e del + 29,7% dei pernottamenti (78,6 mln).

Secondo la Federazione Italiana Emigrazione-Immigrazione, il numero dei discendenti di emigrati italiani nel mondo è stimato fra i 60 e gli 80 milioni. La presenza di italiani nel mondo è soprattutto meridionale (2,6 milioni, pari al 48,1 per cento del totale). Questi emigrati italiani e loro discendenti rappresentano un enorme potenziale in termini di domanda turistica

"Il mercato di questo turismo è dislocato nei cinque continenti con caratteristiche estremamente diverse, ma con un fattore comune: l'appartenenza a una cultura italiana. Spesso i punti di origine dell'emigrazione sono piccoli borghi, dove il turista delle radici si attende proposte diverse. L'offerta

deve dunque dare degli indirizzi per questo tipo di turismo che possano poi trasformarsi in economia reale” ha spiegato Letizia Sinisi.

La giornalista e docente di comunicazione digitale **Claudiana Di Cesare** è intervenuta su: ***"L'intelligenza artificiale come alleata del tuo business. Opportunità e strumenti operativi"*** spiegando come l'intelligenza artificiale possa semplificare e velocizzare moltissime attività quotidiane in agenzia di viaggi, “dalla scrittura di un testo promozionale all'organizzazione di una risposta efficace per un cliente indeciso, dalla comunicazione in una lingua straniera con un fornitore fino alla creazione di contenuti per i social o per una newsletter”. Di Cesare ha fornito idee da sperimentare subito, link e strumenti utili, esempi da copiare, ma soprattutto con la certezza che l'AI non è una minaccia per il settore, bensì una risorsa da integrare, passo dopo passo, nel proprio modo di lavorare.

Il sales director Sud Europa di Sojern, **Daniele Manetti** è intervenuto su: ***"Comunicazione e Promozione Digitale dei Territori: Tecnologie & Case Histories"*** affrontando le caratteristiche del digital advertising in comparazione con i più tradizionali canali offline. I temi principali sono stati il pubblico di riferimento del digitale, le tecnologie per il targeting, le soluzioni di misurazione degli investimenti in promozione. Ha poi parlato dei case history di successo di destinazioni italiane e straniere che hanno saputo sfruttare al meglio le caratteristiche del digitale nella loro comunicazione e promozione al pubblico dei potenziali viaggiatori.

Sono seguiti poi i **relatori partner**: il responsabile Trade & Charter AV Trenitalia **Antonello Varallo**, il vice presidente Sales Italy ITA Airways, **Tommaso Fumelli**, il presidente del Consorzio Fogar **Jacopo De Ria**, il direttore commerciale di OTA Viaggi, **Massimo Diana**, la managing director Orizzonti Tour Operator, **Francesca Parisi**, il responsabile commerciale Orizzonti Tour Operator, **Vittorio Stocco**, la Global Partnerships Strategist GuardMe Europe, **Nicoletta Pinto** il direttore commerciale SACAL SpA – Sistema Aeroportuale Calabrese, **Mauro Bolla**.

Nei giorni successivi gli agenti di viaggio e operatori di tutta Italia hanno avuto la possibilità di scambio e condivisione sia con le agenzie di viaggio locali che con i rappresentanti dell'offerta territoriale. Il fam trip seguente il convegno per i delegati Fiavet Confcommercio ha previsto un itinerario tra Pizzo e Gerace e l'incontro sul territorio di rappresentanti istituzionali e del prodotto turistico calabrese.