

Ischia: Nel mezzo del cammin di nostra estate ...

Ci ritrovammo per una selva oscura. E non bastò la settimana del Ferragosto per farci ritrovar la "dritta via smarrita".

È questo il periodo dell'anno in cui i mass-media fanno a gara a sfornare il massimo delle banalità, dei luoghi comuni triti e ritriti. Si va dall'esodo (a cui seguirà inesorabilmente il controesodo) alla fatidica domanda sul dove e come si trascorreranno le agognate ferie, dalle file interminabili in autostrada ed ai porti di imbarco allo stress provocato dal ritorno in ufficio e così via.

Mai una parola sui quasi 2 milioni di italiani che, come il 90% degli ischitani, operano nel settore turistico, trascorrendo l'estate a lavorare sodo per permettere agli altri, di farsi le ferie. Eppure il turismo, che rappresenta il 12% del PIL, è una delle principali attività del Bel Paese, ma evidentemente non basta, perché tutti gli operatori turistici, dall'imprenditore agli impiegati, per tutti i mezzi di informazione semplicemente non esistono. Così come non esiste, all'incontrario, ciò che questi italiani fanno in inverno, quando, finanze permettendo, in ferie ci vanno, o vorrebbero andarci, loro.

Quest'anno sono giunte però delle new-entry: una decisamente negativa per i giornalisti: il caldo afoso si è dileguato già da diversi giorni e così risulta difficile riempire i notiziari con servizi uguali da trent'anni sulle fontane prese d'assedio dai turisti (perché è risaputo che solo loro soffrono il caldo) ed i consigli dell'esperto di turno su come fronteggiare la (inaspettata?) afa estiva. La seconda new-entry è invece più "succulenta": il rischio attentati. Si sa, gli avvoltoi sono sempre in agguato e così, come già è successo l'inverno scorso con lo tsunami (solo per citare la catastrofe più recente), anche ora si assiste alle stime riguardanti l'inversione di tendenza dei turisti (questa sconosciuta "razza" a sé, avulsa dal resto del mondo) che, in base allo "spostamento" dei disastri (raramente naturali, spessissimo provocati dall'uomo), decidono di scegliere mete più o meno lontane, più o meno a rischio. Queste stime, basate sull'intuito e sulle pseudo-emozioni a caldo, indicano attualmente che molti "turisti" sceglieranno mete interne, nazionali, evitando spostamenti in aereo e prediligendo i piccoli centri, che, secondo tali encomiabili stime, non dovrebbero attrarre particolarmente il terrorismo, più "votato" alle grandi metropoli. Così non sono pochi quelli che sperano che i "turisti" la smettano di scegliere mete esotiche come Sharm El Sheik, o grandi città, come Londra, per ripiegare sui nostri lidi, allo stato sofferenti di una grave crisi di presenze.

E così, inesorabilmente, il turismo non fonda più le sue politiche su una corretta offerta di mercato, basata sulle peculiarità del territorio, sui servizi disponibili e sulle competenze degli operatori, ma su un passivo fatalismo, che porta inevitabilmente ad un appiattimento del prodotto, oltre che ad una caduta delle proprie posizioni nell'ambito delle mete mondiali più richieste.

L'allarme lanciato da Federalberghi mediante le dichiarazioni del suo presidente, Bernabò Bocca, è di quelli che non lasciano spazio a dubbi: rispetto al 2004, gli albergatori italiani

incasseranno circa 4 miliardi di Euro in meno, provocati dai 6 milioni di italiani che quest'anno non andranno in vacanza (pare che infatti saranno solo 23 milioni rispetto ai 29 dello scorso anno). Gli interventi richiesti sono sostanziali: si va dall'allineamento dell'IVA, in Italia decisamente più alta in confronto a quella dei nostri maggiori concorrenti internazionali, all'orientamento allo sviluppo turistico delle aree e infrastrutture del meridione – così ricche dal punto di vista paesaggistico e ambientale – al sostegno all'occupazione e alla destinazione di fondi importanti per la promozione. Quest'ultimo obiettivo è intrinsecamente legato ad Internet, giacché nell'anno in corso si sta verificando un incremento delle prenotazioni turistiche on line di oltre il 50%, per un fatturato che raggiungerà quasi 1,3 miliardi di Euro. Se si considera che l'ammontare complessivo del fatturato 2005 del commercio on line si aggirerà sui 3 miliardi di Euro, si comprende immediatamente che la quota del turismo, oltre il 43% del totale transazioni, rappresenta una fetta di mercato di primissimo piano. Se al primo posto compaiono le prenotazioni e gli acquisti di biglietti aerei, ferroviari e marittimi, subito dopo ci sono le prenotazioni di camere in albergo; una branca, quest'ultima, in progressione, malgrado il grave periodo di recessione in corso - checché ne dicano l'attuale esecutivo (propenso ad una "lettura" marcatamente irrealistica dello status quo) e l'ISTAT, che continua a girare intorno ad un tasso di inflazione di circa il 2,2%, quando in realtà siamo a livelli ben più alti, che tutti coloro che convivono con la busta paga possono denunciare a viva voce.

È da subito che bisogna partire, per cercare di invertire, per il 2006, l'attuale tendenza negativa. E, per avere buone probabilità di successo, non si può prescindere dalle tariffe. Qualcosa si sta muovendo, visto che alcuni albergatori nostrani, impegnati nell'elaborazione non facile dei tariffari 2006, stanno mettendo in atto sforzi notevoli per evitare perlomeno aumenti, cercando, laddove la pressione fiscale lo consenta, di ritoccare verso il basso almeno determinati supplementi e servizi. Un impegno da apprezzare, che probabilmente, accanto ad una Finanziaria che si spera sia un po' meno al servizio dei vertici della piramide e maggiormente equilibrata, potrebbe dare finalmente un po' di respiro alla nostra principale fonte di reddito.