

Ischia: A due mesi circa dall'inizio di questa stagione turistica alcuni dati hanno cominciato a delinearsi con una certa precisione

In verità il momento che stiamo vivendo presenta contorni ancora molto confusi, ma, rispetto agli anni scorsi, si percepisce un'aria nuova, se non altro più carica di aspettative (che cinicamente si potrebbero anche definire solo speranze).

I "ponti" (con un calendario favorevole e continuativo) sono stati i protagonisti assoluti di questa primavera, garantendo una certa continuità di occupazione.

Le grandi associazioni di categoria affermano tuttavia che bisogna aspettare il "test estivo" per avere elementi sicuri di valutazione. Sembra l'uovo di Colombo: il test estivo ci rassicurerà sulla determinazione degli italiani a non rinunciare alle vacanze, anche a costo di molti sacrifici; ci erudirà inoltre sull'interesse più o meno sopito che gli stranieri (questa strana... etnia) hanno manifestato per lo Stivale; in definitiva scopriremo con sorpresa che ad agosto le strutture ricettive hanno registrato il tutto esaurito. E grazie tante. Ma una stagione turistica non si basa certo su tre-quattro settimane, mentre andrebbe invece prestata molta ma molta più attenzione ai periodi di primavera e autunno, per cercare (e possibilmente trovare) soluzioni valide per una distribuzione più uniforme dell'occupazione nelle

strutture ricettive. Si guarda invece sempre e solo ai periodi di altissima stagione, che "camminano" da soli, mentre tanto si potrebbe fare per i periodi notoriamente definiti di bassa (e oramai anche di media) stagione, che risentono da anni della crisi economica.

Specchio della difficile condizione attuale è un fenomeno che da alcuni anni ha cominciato a farsi strada nei Paesi mitteleuropei e che più recentemente è stato introdotto anche in Italia: il finanziamento della vacanza. Era inevitabile che il mondo della rateizzazione entrasse in quello che probabilmente era l'unico settore ancora al di fuori di questo meccanismo, che non a caso si afferma nei periodi di difficoltà economica. Sino ad oggi ha ottenuto tuttavia un riscontro piuttosto limitato in Italia, mentre nei Paesi europei citati ha raggiunto risultati più consistenti. Accanto a motivazioni economico-finanziarie e contingenti, ce ne sono ovviamente anche di natura culturale e di costume. Da noi, dove l'acquisto rateizzato ha toccato il punto massimo da quando la tecnologia ci ha radicalmente cambiato la vita, esiste una forma di resistenza psicologica alla vacanza rateizzata, mentre si preferisce in larga misura quantificare la cifra disponibile per poi scegliere (soprattutto in internet) tra tutte le offerte disponibili, in buona parte last minute. E qui subentra un altro aspetto legato alla mentalità italica: spesso infatti la vacanza finanziata premia il cosiddetto "early booking", ossia la prenotazione effettuata con largo anticipo sulla data di soggiorno. Questo è uno dei motivi per cui pochi italiani usufruiscono dei finanziamenti per le vacanze: il fatto che sia loro molto difficile prenotare con largo anticipo (essenzialmente per motivi socio-culturali), comportamento invece perfettamente consono alle popolazioni del centro e del nord Europa. E' importante sottolineare che tali finanziamenti offrono il ben noto "tasso zero", se si è in grado di restituire la somma erogata nel giro di sei, massimo dieci mesi, mentre per restituzioni da 12 a 24 mesi i tassi ovviamente crescono e in tal

caso c'è da valutare se non si riesca a spuntare tassi più interessanti dalla propria banca.

Se però gli italiani preferiscono "farsi da soli i conti in tasca" ed evitare per quanto possibile le rate ANCHE sulle vacanze, è invece vero che vanno alla ricerca delle offerte quanto più vantaggiose possibile, preferendo di attendere fino a pochissimi giorni prima del soggiorno, pur di poter usufruire di tariffe e condizioni speciali.

Se questo riguarda una consistente parte degli italiani, non va però trascurata una buona minoranza che, da un lato comincia ad interessarsi ai prestiti "vacanzieri" e dall'altro prova ad organizzare il proprio soggiorno con un po' d'anticipo, nel qual caso informandosi subito riguardo alle possibili riduzioni per l'early booking (che tanto early non è, perlomeno non quanto dovrebbe esserlo).

Sotto questo aspetto si sta fortunatamente diversificando la mentalità italica, anche grazie ad internet, ma il momento economico è quello che è e di conseguenza gli orientamenti sono comunque filtrati dalla disponibilità finanziaria.

Starà ora al nuovo esecutivo - ma anche a tutti noi, perchè TUTTI NOI SIAMO IL TURISMO - fare in modo di smuovere le acque stagnanti della ns. economia, rendendoci più competitivi sul mercato internazionale. Il che non significa semplicemente offrire tariffe in grado di competere con quelle di altri Paesi - sebbene allo stato attuale questo già sarebbe per noi un eccellente risultato - ma anche riuscire ad offrire servizi di alto livello che soddisfino il cliente e rispettino l'ambiente.

Alcuni dei risultati che ci si aspetta dal nuovo governo? Una politica fiscale più equa e consapevole delle realtà a noi vicine, una forte volontà politica di "unire" il Paese dal punto di vista turistico, una solida spinta all'investimento e all'innovazione e, ultimo ma non ultimo, la riconquista della stima e della considerazione internazionale, maciullate da cinque anni di (neanche divertenti) barzellette.