

Anno XIV

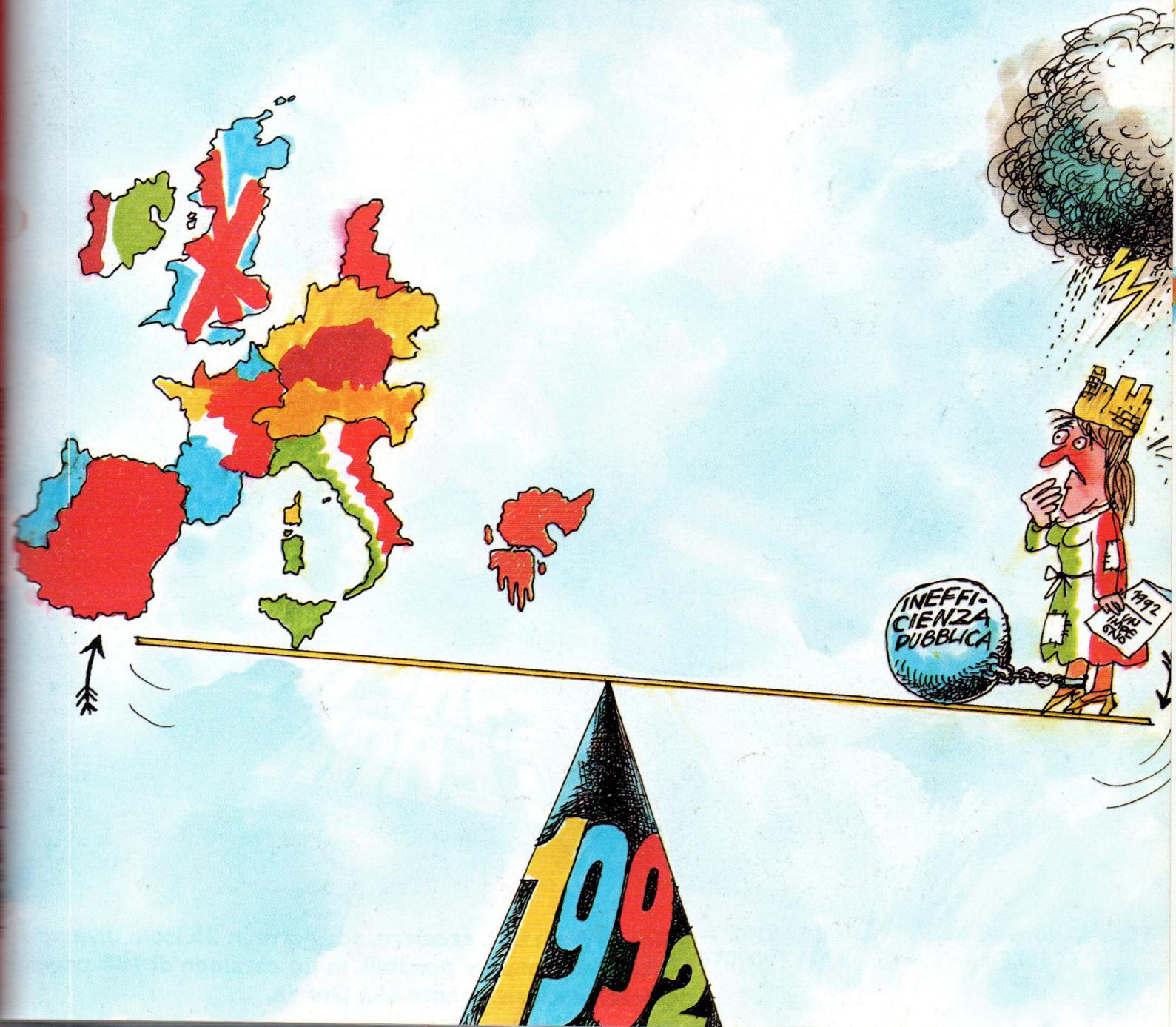
15 - 29 settembre 1988 / n° 297 / lire 7000

AVINEWIS

quindicinale di informazione tecnica per gli agenti di viaggi

PIANETA
TERRA

1992: CE LA FARA' L'ITALIA DELLE PROROGHE ?



CHI HA PAURA DEL LUPO CATTIVO?

Come guardano le imprese al mercato comune europeo degli anni novanta? Ecco un primo assaggio di come alcuni tra i più noti tour operator si preparano al grande evento. Tema principe: la "reale" comprensione del fenomeno

di Mauro Ferri

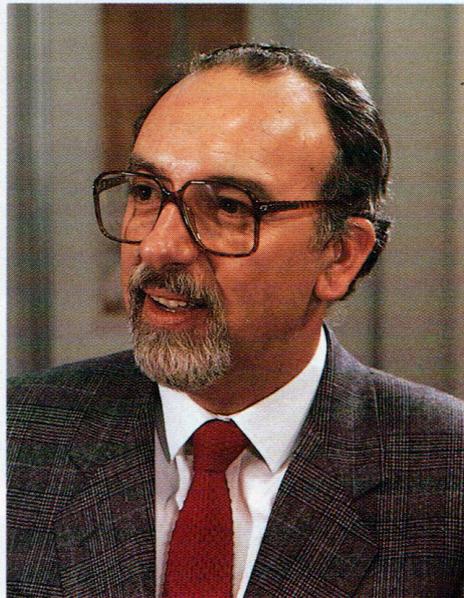
Rinaldo Piaggio, presidente ed amministratore delegato della società che porta il suo nome, intervistato da Airpress in merito alle prospettive del mercato libero europeo del 1992, ha fatto una lucida analisi in termini essenziali e leggibili, del quadro macroeconomico nel cui ambito si verrà a trovare l'economia europea



Silvio Amori

e, di conseguenza, quella delle imprese italiane (Airpress fasc. 19/88 pag. 878). Di fronte ad un "Giappone in espansione con un rapido incremento di investimenti all'estero" ed agli Stati Uniti che "recuperano quote di mercato e vedono approssimarsi il limite della capacità produttiva nei settori tradizionali", il futuro sarà caratterizzato da "un'accelerazione dei processi di internazionalizzazione delle imprese", con "la formazione di accordi sovranazionali" nel cui ambito "la tecnologia si colloca in misura sempre crescente

quale fattore determinante; ... in Europa, la maggioranza delle grandi imprese si sta ristrutturando in termini di riposizionamento strategico, di accesso a nuove tecnologie, di reperimento di risorse finanziarie e di organizzazione aziendale". Perché la manovra riesca si rende necessaria "una politica pubblica attenta e puntuale", e riferendosi al settore dell'industria aerospaziale, Piaggio lamenta "lo sconcertato disagio che pervade un po' tutti noi industriali del settore" a causa di "una sorta di ignavia (della funzione pubblica - nda) che, di fatto, ci sta mettendo fuori dal mercato internazionale; ... se non si interviene con decisione e tempestività - conclude citando una frase di De Mita -



Giuseppe Ferretti

«il nostro paese ... rischia ... di determinare un ritardo difficilmente colmabile, non senza onerosi costi per la collettività».

Un saggio di come gli imprenditori di

altri settori merceologici guardano al '92.

L'intervista a Rinaldo Piaggio fa parte di una serie di servizi che Airpress ha condotto nei primi mesi di quest'anno presso numerose industrie del settore aeronautico, per valutarne le aspettative ed il grado di conoscenza dei problemi inerenti la nuova realtà economica. Fausto Alati, direttore responsabile dell'agenzia giornalistica, ci ha confidato che c'è molta confusione in merito a quello che potrà accadere, e non tutti gli imprenditori si rendono conto in pieno delle implicazioni che la nuova realtà comporterà.

Anche se gli argomenti prima citati interessano solo marginalmente il turismo, l'impostazione del problema può essere trasferita nell'ambiente dei tour operator, agenti di viaggi, vettori ed albergatori. Che cosa ci si aspetta dall'Europa del '92 e soprattutto fino a che punto è chiaro come verrà giocata la partita?

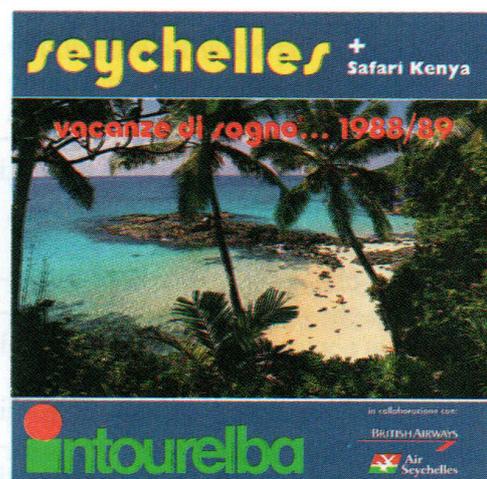
Quelli che seguono sono i primi pareri che abbiamo raccolto.

Per l'Italia sarà molto difficile conciliare un'inflazione al 5% con la moneta unica europea, per non parlare di quella serie di industrie protette e zoppicanti che nell'Europa del '92 dovranno sparire. Parla Vittorio Ducrot (Viaggi dell'Elefante). Credo che l'Italia chiederà delle proroghe. Nel nostro settore ci potrà essere un'invasione di operatori stranieri, ma riguarderà i viaggi industriali, le grandi operazioni charter, e non i viaggi artigianali, quelli di lusso o i viaggi "interessanti"; per quanto riguarda noi abbiamo una nicchia di mercato e come azienda non abbiamo nulla da temere. Anche Giuseppe Ferretti (Caleidoscopio) è un imprenditore tranquillo: Io non sono spaventato più di tanto. La nostra è un'organizzazione su misura, cucita a mano.

Potrebbero preoccuparsi i grossi tour operator come Alpitour e Aviatour, anche se non credo che debbano temere un'azione dirompente di grossi operatori stranieri, i quali non possono permettersi il rischio di assimilare il cliente italiano a quello nord-europeo; se vogliono venire dovranno adattarsi alla nostra mentalità, di clienti che prenotano all'ultimo minuto e cambiano in continuazione programma. Silvio Amori (Hotur) prevede grossi cambiamenti soprattutto nel settore del trasporto aereo: Non credo che per i tour operator italiani cambieranno molte cose, al contrario delle compagnie aeree. Ne dovrebbero restare 3 o 4 di grosse, mentre quelle piccole scompariranno o verranno assorbite. Per noi, in effetti, esiste il rischio che grossi operatori stranieri, soprattutto quelli che operano con i charter, vengano qui a prendersi il nostro traffico, ma dovrebbero rivedere comunque tutti i loro contratti ed in ogni caso le specializzazioni resteranno. Non vedo come, per esempio, un tedesco possa venire a farmi concorrenza sulla Cina. Comunque questo '92 mi sembra una barzelletta: tutti ne parlano ma chissà quanti sanno veramente che cosa sia.

Turisanda ha incaricato Roberto Telò di esaminare l'intera questione in vista di una strategia aziendale a medio termine. In attesa che i risultati del suo lavoro siano disponibili, Telò ci ha confidato le prime impressioni: Già si nota in Europa il formarsi di grosse concentrazioni di tour operator, il cui scopo è la creazione di un prodotto turistico valido a livello europeo. Sarà questo il mercato comune dei viaggi in Europa e chi riuscirà a realizzarlo grazie al forte potere d'acquisto che ne verrà potrà condizionare anche le politiche dei vettori aerei. Bisognerà essere vigili, perché gli altri lavorano molto bene, direi meglio di noi sul prodotto industriale. Non facciamoci illusioni di poter esportare i nostri prodotti, perché saranno loro a venire da noi: la loro forza è data dal fatto di poter gestire clientela tutto l'anno, mentre noi possiamo offrire solo luglio ed agosto. Inoltre su molte destinazioni di lungo raggio il fatto di essere un punto di transito, come per l'oriente, favorisce le soste dei voli e quindi il rastrellamento di clientela. ■

1 - continua



A tutti gli agenti di viaggio che venderanno 10 (dieci) passaggi per le Seychelles con British Airways o Air Seychelles, con soggiorno presso l'Hotel Equator di Mahé, durante tutto l'anno 1988

INTOURELBA OFFRE

un soggiorno gratuito di una settimana per due persone in mezza pensione con cena presso l'Hotel del Golfo all'isola d'Elba oppure una settimana per due persone in pensione completa viaggio aereo compreso presso l'Hotel Cossyra Club di Pantelleria, in qualsiasi periodo di apertura degli alberghi e secondo disponibilità.

Le vacanze dei tuoi clienti, anche nei posti più belli del mondo, possono talvolta diventare un incubo. Per questo Intourelba ha creato le "vacanze di sogno" affinché i tuoi clienti abbiano un sogno da vivere, da ricordare e da raccontare. Richiedi e consulta i nostri cataloghi - immagine e proponi gli alberghi che ti consigliamo.

Al resto pensiamo noi, ma davvero.



INTOURELBA - VIAGGI & VACANZE - 57037 Portoferraio - via G. Carducci, 162
tel. (0565) 917236 - telefax (0565) 916034