

«Prezzi bassi e scarsi collegamenti, la Riviera trovi la forza di cambiare»

L'analisi dell'esperto Massimo Feruzzi: «Ma il turismo non è in crisi»

di **MANUEL SPADAZZI**

IL CAMPIONATO si vince alla fine. E allora «meglio aspettare la fine dell'estate, prima di dire se la stagione è andata bene o male...». Però Massimo Feruzzi, esperto di turismo e amministratore unico di Jfc (società specializzata in consulenza e marketing del turismo) lo aveva previsto già in tempi non sospetti. Nell'osservatorio presentato da Jfc - a fine giugno - sulle previsioni per il 2018 delle destinazioni balneari, la Riviera romagnola, con un aumento del 2,1% di presenze e del 2,2% di fatturato, non era certo ai primi posti della classifica.

I dati ufficiali di giugno e le sensazioni degli operatori per luglio confermano le difficoltà.

«Ci sono operatori che stanno lavorando di più, perché hanno saputo rinnovare l'offerta e intercettare la domanda, e altri che non si sono rinnovati e lavorano di meno. Il discorso non vale solo per la Riviera romagnola. In altre località balneari, come ad esempio il Salento, esistono difficoltà che non sono causate dal prodotto turistico ma dall'organizzazione del turismo. La Sicilia invece sta andan-

do molto bene, anche grazie agli investimenti sulle strutture ricettive, ma parte da numeri più piccoli rispetto alla Romagna».

Quali le cause di questa stagione complicata, a suo parere?

«Partiamo dalla premessa: il 2017 è stato un anno straordinario, anche per le condizioni meteo. Quest'anno il tempo è stato più instabile e questo ha influito».

La ripresa delle mete dell'Egitto e di altri mercati esteri si è fatta sentire, grazie a una certa stabilità e alla mancanza di attentati?

«Ho seguito il dibattito. Ed è vero che, fin da marzo, si sta vendendo molto bene la vacanza in Egitto e in altre mete dell'Africa. Oggi la paura degli attentati viene metabolizzata prima. Ma si fa sentire anche la concorrenza di Grecia, Spagna, Turchia e altri mercati. Tanti russi, ad esempio, fanno la vacanza al mare nelle località del mar Nero, dove ci sono i prezzi convenienti e buoni servizi. Oggi i competitor sono tanti. La questione principale è un'altra».

Quale?

«I collegamenti. Bisogna permettere ai turisti di raggiungere le mete in modo sempre più agevole: è su questo che si gioca la sfida con gli altri mercati».

E' in crisi il nostro modello turi-

stico?

«Non parlerei di crisi, ma bisogna avere il coraggio di rinnovarsi. E non è facile cambiare le cose sulla Riviera romagnola, che è stata capace di inventarsi l'industria del turismo balneare. I dati delle presenze non dicono tutto: bisognerebbe guardare invece al fatturato, ai margini di redditività degli operatori. Incasso di più se vendo 10 Ferrari o 100 Fiat Punto? Chiaro: non tutti posso permettersi di vendere la Ferrari».

Il rapporto qualità-prezzo è sempre stato uno dei punti di forza del nostro turismo.

«Certi prezzi sono anche fin troppo bassi, e per quanto siano competitivi possono far pensare a un turismo minore, non di qualità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA SICILIA STA ANDANDO BENE GRAZIE AGLI INVESTIMENTI NELLE STRUTTURE RICETTIVE



GUARDIAMOCI DAI RIVALI

L'Egitto è in ripresa ma si fa sentire anche la concorrenza di Grecia, Spagna e Turchia E i russi vanno in vacanza nelle località del Mar Nero dove spendono poco

