

Low cost: estate 2009, il 60% dei viaggiatori italiani si è affidato alla Rete

La crisi imperversa e gli italiani corrono ai ripari: la stagione turistica appena trascorsa ha segnato il boom dei viaggi low cost organizzati con internet. Un trend senza sosta: negli ultimi 3 anni il settore ha registrato un aumento del 12,1%.



Addio agenzie di viaggio, gli italiani si rivolgono

sempre di più al web per reperire informazioni su mete e costi delle vacanze e per costruirle su misura in base alle proprie esigenze. A rilevarlo è un'indagine condotta dalla Nielsen nel periodo compreso tra aprile e settembre 2009 dalla quale emerge che quest'anno il 60% della popolazione ha scelto la vacanza fai da te affidandosi a internet per progettarela.

Un trend che non conosce freni se si considera

Fonte: dal web

che negli ultimi tre anni il low cost selezionato tramite la Rete è cresciuto del 12,1%. Ed è proprio grazie a questo settore in continua espansione che, sostiene l'associazione **Assolowcost**, il mercato turistico italiano è riuscito a non farsi schiacciare completamente dalla crisi economica.

"Rispetto allo stesso periodo del 2008 (aprile-settembre, ndr) - afferma

Andrea Cinosi, presidente di **Assolowcost** - sono aumentati del 54% i commenti lasciati on line dai viaggiatori in merito ai servizi offerti dai primi 5 tour operator del mercato. Ciò significa che è in costante crescita il numero di persone che usano internet per organizzare i propri viaggi". Per non perdere clienti e stare al passo con l'evoluzione di questo fenomeno, secondo **Cinosi** le agenzie di viaggio tradizionali dovrebbero puntare su un ruolo di consulenza seguendo l'esempio del mercato statunitense.

"Il low cost di qualità - sottolinea **Cinosi** - può rappresentare una risorsa

importante per lo sviluppo del turismo che nel nostro Paese costituisce il 12% del Pil, una quota che, se venissero adottate corrette strategie di investimento, potrebbe raggiungere il 20%". E l'attività di **Assolowcost** mira proprio a centrare questo obiettivo attraverso l'istituzione di un tavolo di confronto tra il ministero del Turismo e tutti gli operatori del settore: "Spesso il low cost in Italia

stenta a decollare a causa di una serie di ostacoli di natura burocratica e amministrativa" spiega il presidente dell'associazione che cita l'esempio della normativa "in base alla quale una camera doppia deve essere di almeno 14 metri quadrati, escluso il bagno". "Se consideriamo che le stanze di famose catene low cost, come Tap hotel e Formula Uno, sono di 12 metri quadrati - prosegue - si intuisce che il limite imposto dalla legislazione italiana è troppo severo".

"D'altra parte - rileva Cinosi - le dimensioni non sono sinonimo di qualità:

i parametri che indicano il livello di una struttura ricettiva sono altri, pulizia e disponibilità dello staff, per esempio. Un modello di business low cost potenzialmente valido nel settore alberghiero potrebbe prevedere lo sviluppo degli spazi in altezza, sistemando cioè i letti a castello nelle camere da assegnare alle famiglie". "In questo modo - conclude Cinosi - si potrebbero ridurre le dimensioni delle stanze senza, però, abbassare la qualità dei servizi offerti".

Ma nel nostro Paese non esiste ancora un network ricettivo del low cost

made in Italy. A colmare questa lacuna ci sta provando un team composto da R&D hospitality, società specializzata in ricerca e sviluppo di opportunità di investimento turistico, e dallo studio di architettura Montanari, esperto di progettazione alberghiera. Dalla collaborazione fra queste due realtà e da una ricerca effettuata dall'università Iulm di Milano è nata l'idea di realizzare i "Freestyle hotels", il primo marchio made in Italy di alberghi low cost.

Al progetto aderisce anche la facoltà di Architettura dell'università

La Sapienza di Roma che, nell'ambito del master in progettazione, adeguamento e gestione degli alberghi (P.R.A.G.A.), dal 10 al 14 novembre promuove un workshop per approfondire i temi della ricettività low cost alberghiera e individuare l'immagine dei Freestyle hotels su quattro possibili aree di sviluppo nel territorio di Roma.

Ester Trevisan (02-11-2009)