

La doccia fredda dei mercati emergenti

Il blocco dei turisti e le reazioni di Emilia Romagna e Toscana

di Paola Baldacci e Laura Dominici

E' ineludibile parlare di crisi dei flussi outgoing dalla Russia. Un impatto che graverà sulle principali mete di vacanza, Italia compresa. Tra le aree più penalizzate, l'Emilia Romagna, che attrae un target medio di clientela che risente della crisi e della svalutazione del rublo, colpevole di aver fatto aumentare fino al 50% le spese di trasporto. A peggiorare la situazione, un pacchetto di norme sul turismo del Parlamento di Mosca, che potrebbe mettere in seria difficoltà l'andare all'estero per le vacanze.

È quanto è emerso dalla tavola rotonda organizzata da **Guida Viaggi** all'hotel Savoia di Rimini sulla crisi dell'incoming russo e sui nodi aeroportuali emiliano-romagnoli. Le autorità di Governo russe attendono di approvare una proposta di legge che accentuerebbe le garanzie finanziarie e assicurative richieste ai t.o. in seguito ai recenti fallimenti, che hanno lasciato a terra 10mila passeggeri nei mesi estivi dell'anno scorso. "Oltre a un audit finanziario e contabile annuale verrebbero richiesti contributi pari al 3% del fatturato nel 2015, da portare al 5% nel 2016 - spiega **Carlo Biraschi**, antenna di **Apt Servizi Emilia Romagna** per il mercato russo -. La proposta prevede anche l'istituzione di un ulteriore fondo di garanzia personale generato da 100 rubli per ogni turista, coperto da fidejussione bancaria". Il Parlamento ha anche chiesto che

ogni pacchetto venga reso tracciabile attraverso un numero identificativo, che i t.o. siano obbligati a rilasciare biglietti e voucher ai passeggeri con il dettaglio dei servizi acquistati. Se all'ipotesi del varo della legge si aggiunge che le contrattazioni dei tour operator russi sono al momento in stand by e che il governo incentiva il turismo interno, a colpi di pacchetti da 150 euro per una settimana di vacanza in Crimea con volo compreso, per l'Italia il quadro si fa ancora più drammatico.

Le perdite per l'Emilia Romagna

I primi dati della flessione russa li svela **Sergio Donati**, segretario **Federalberghi Emilia Romagna**. "Nel 2014 rispetto al 2013 la Riviera emiliano-romagnola ha registrato un -16% di arrivi russi e un -7% di presenze. Un milione le presenze russe nella nostra area, di cui ben 883mila riguardano la provincia di Rimini - sottolinea Donati - con 194mila arrivi. Dati importanti ma che vanno sommati all'indotto". Il rischio è infatti che "duemila aziende possano chiudere e con loro si perdano settemila posti di lavoro". La forza dell'incoming russo è la capacità di spesa in loco, con le potenzialità sull'indotto locale rappresentate dagli acquisti di abbigliamento e preziosi. L'indotto romagnolo rischia di perdere 500 milioni di euro di fatturato (tra ristorazione e shopping) e 70 milioni per il settore alberghiero. Imprenditori come la famiglia Batani, proprietaria

della catena Select Hotels, aveva con i russi contratti vuoto-pieno. Ora dovrà ripensare le proprie strategie di marketing.

Intanto l'appello lanciato da **Federalberghi** all'Apt regionale è quello di puntare su mercati alternativi e di prossimità: Svizzera, Francia, Germania, Polonia e Repubblica Ceca. "A questi mercati - aggiunge Donati - ci proporremo con l'offerta della Riviera dei Parchi, con l'iniziativa della Wellness Valley e con itinerari al traino dell'Expo per far venire i visitatori a conoscere i territori delle nostre produzioni".

Ricalibrare offerta e mercati

Per **Nardo Filippetti**, presidente **Eden Viaggi**, "l'offerta italiana è ancora molto orientata al mercato domestico e se viene a mancare la componente russa vuol dire perdere margini interessanti. Bisogna muoversi con il web e con le low cost per attrarre clientela - ammonisce -. Non dimentichiamo però che mercati consolidati e interessanti come quello tedesco sono stimolati molto in questa fase da greci, egiziani, spagnoli e noi dobbiamo chiederci se il nostro prodotto risponde alle loro aspettative". Per il manager bisognerebbe ripartire prendendo a modello la trasformazione di Ibiza, dove imprenditori di terza generazione hanno cambiato il volto dell'isola, innalzando il livello qualitativo delle strutture di Playa en Bossa.

La Riviera romagnola nel 2014 ha accolto 10 milioni

di presenze italiane contro le 3,5 straniere, **Alessandro Lepri**, senior partner di **Trademark Italia**, osserva che "la questione di fondo è di tipo sociologico. Per parlare di vacanza - commenta il manager - è necessaria serenità e in questo momento in Russia non c'è". Farsi pagare le fatture è un problema per gli albergatori coinvolti nei fallimenti dei tour operator russi. "In questo momento è la priorità, purtroppo stanno avendo difficoltà a estinguere i loro debiti", aggiunge **Biraschi**. Gruppi come **Natalie Tours** stanno chiudendo punti vendita. Le Alpi italiane erano meta del turismo dello sci e quest'inverno hanno visto pochi russi. La caduta del prezzo del petrolio ha creato un deficit di bilancio statale che segnerà ulteriori disconomie.

Non si lamenta **Itermar**, il tour operator presieduto da **Bartolomeo Salvadori** che ha un 25-30% di clientela russa sul totale. "Abbiamo mantenuto i flussi dalla Russia - sostiene Salvadori - e soprattutto senza registrare insolvenze. Lancio un appello alla Regione: studiamo una forma di incentivo che vada direttamente al cliente finale una volta arrivato sul territorio". Il nodo aeroportuale, intanto, potrebbe vedere un cambiamento su Ancona, dove la cordata russa sta trattando per arrivare a detenere il 51% di quote dello scalo. "Entro maggio - avverte Salvadori - dovremo avere notizie più precise".

Una campagna b2c

Al via il Pisa-Mosca di Alitalia, la Toscana reagisce alla crisi dell'incoming da questo mercato con due approcci. "Azioni promozionali e di comunicazione b2c in vista del nuovo collegamento da una parte, riorientando

ad altri bacini che sop-
periscono alla diminuzione della spesa dall'altra", spiega il direttore di Toscana Promozione, **Alberto Peruzzini**.

La Regione sta mettendo a punto la campagna pubblicitaria da sviluppare in Russia, ma non sarà presente per la prima volta a Mitt, la fiera del turismo. "Stimiamo ancora un calo del 2% nel 2015 da questo mercato, che però viene contrastato dal buon andamento di quello statunitense - chiarisce -. Non vogliamo perdere il turista russo alto spendente, che si organizza da sé e, ad esempio in Versilia, visita anche i musei e non fa solo shopping".

Ri-orientare l'offerta da parte dei territori viene indicata come la via da perseguire, insieme a riadattarsi ai comportamenti dei mercati. I Bric tanto gaudenti hanno di molto frenato le crescite del 25%, quello russo era il più significativo dei quattro che tuttavia pesavano per pochissimi punti percentuali sulla domanda complessiva. Ma se non crescono almeno a doppia cifra e oltre la seconda decina, all'Italia conviene investire su quelli europei tradizionali. ■

Il nodo degli aeroporti

I contributi che gli aeroporti di Marche e Romagna danno agli operatori russi perché programmino voli sulle proprie strutture vanno dai 15 ai 20 euro circa per passeggero. La partita si gioca tra Rimini e Ancona, in uno scenario che vede lo scalo romagnolo ancora nell'impasse dell'apertura, dopo l'assegnazione ad Air Rimum della gestione, e l'aeroporto marchigiano che ha ereditato i voli della Vim Airlines fino a tutto marzo, in attesa che il Federico Fellini riapra. "Abbiamo già fatto abbastanza figuracce non per colpa nostra - ha dichiarato **Laura Fincato, presidente di Air Rimum** -. Il vettore russo ha fatto i suoi ragionamenti e ha pensato che non avessimo ancora la concessione dell'aeroporto. Andare da un'altra parte è un suo diritto, considerato che non abbiamo la più pallida

idea di quando lo scalo sarà veramente aperto". Intanto **Aerdorica**, società di gestione di Ancona, in cui l'azionista di riferimento è la Regione Marche, attende di cedere il 51% ai russi di Novaport.

Dopo avere perso la partita dell'acquisizione del Fellini, questi ultimi puntano al Sanzio di cui è interessante il possibile sviluppo dall'integrazione con la linea ferroviaria e con il porto.

Progetto che porterebbe alla creazione di nuova area d'interporto per un'ampia gestione logistica di merci, che andrebbe in competizione con quella di Rimini.

Comunque vada per l'incoming dalla Russia, poco cambierebbe, dice Bartolomeo Salvadori di **Itermar**: "Che atterrino a Rimini o ad Ancona li andremmo a prendere con i nostri pullman".

P.Ba.



A. Lepri e N. Filippetti



Una fase del dibattito

La spirale perversa del prezzo

*"Affidarsi totalmente ad un mercato costituisce sempre un rischio. I tedeschi sono ancora il primo mercato straniero ma i russi erano diventati sempre più numerosi. La nostra regione ha un 60-65% del traffico rappresentato da clientela su gomma (auto e bus)". Sono alcune delle considerazioni di Alessandro Lepri, senior partner di **Tra-demark Italia**, sul traffico turistico della riviera romagnola. Una riflessione che si sposta sul discorso dei prezzi. "Oggi supplire alla carenza di arrivi dalla Russia in Riviera significa abbassare ancora di più le tariffe alberghiere", spiega Lepri. Un fatto inaccettabile, se si pensa che in bassissima stagione si arriva a fare contratti per "11-12 euro a notte". Il cliente della Riviera romagnola è trasversale: "C'è una commistione di target che arriva fino al livello dei 5 stelle, ma questa gara al ribasso – sottolinea il manager – ha provocato una riduzione nella qualità dei servizi, un fatto pericoloso perché scontenta il cliente provocando un effetto a cascata. La stessa cosa vale per il segmento dei convegni".*

L.D.