

Il Giorno - 02/09/2004 - ed Milano - pag. 2

TURISMO - 1 ■ Due settimane in media di vacanze e tutte al risparmio, con una sorpresa

Cara Italia, svuota i portafogli Meglio i Caraibi della Sardegna

DI PAOLO CRESPI

MILANO — Alla fine, il temuto "sciopero delle vacanze" non c'è stato. Le grandi città lombarde, Milano in testa, si sono svuotate di cittadini (e di servizi) secondo un copione consolidata che fa a pugni con la razionalità e i numerosi segnali di crisi, ma che trova ottime giustificazioni nella meteorologia e nel diritto-dovere di una lunga, rilassante pausa estiva. Certo, complessivamente si viaggia un po' meno e meno a lungo, con risorse sottratte spesso ad altre voci di spesa del budget familiare, e per una parte della popolazione la vacanza classica con i piedi sotto il tavolo di un albergo e i figli parcheggiati sotto l'ombrellone di un lido è un serio problema, quando non un miraggio. A soffrirne è soprattutto la famiglia, metropolitana e non, del ceto medio, per cui la villeggiatura lunga era un'istituzione e il cui potere d'acquisto aggiornato all'euro non è migliore che nel resto dell'anno. E la provincia, non sempre florida ma più sopportabile ad agosto, è meno disertata nel mese clou dell'esodo estivo. Chi poteva spendere "solo" due o tremila

euro, insomma, è rimasto a casa o ha cambiato abitudini. Gli antidoti? La vacanza mordi e fuggi e il tanto deprecoato turismo fai-da-te, con appoggi presso parenti e seconde case, di cui gli italiani sono, nonostante tutto, affezionati possessori. Ma come sta reagendo il turismo organizzato, squassato negli ultimi tre anni da crisi internazionali, congiuntura economica e calamità di ogni tipo, dagli uragani al blackout dei bagagli (25 mila quelli smarriti a Londra, tutti insieme, all'alba di un 6 agosto. «Bene, grazie» risponde **Fabio Landini**, responsabile commerciale di Press Tours, tour operator fra i più attivi sul lungo raggio con destinazioni Caraibi e America Latina. «Chi ha scelto le nostre mete quest'anno si è avvantaggiato della debolezza del dollaro (- 23% nel cambio con l'euro), che ha permesso di abbattere i costi dei servizi a terra, compensando in buona parte i costi dei voli lievi-

tati a causa del caro-carburante. A conti fatti, due settimane ai Caraibi, in agosto, erano più convenienti dello stesso periodo al sole della Sardegna». E la Lombardia, principale regione di emissione del traffico turistico di lungo raggio, ha fatto la sua parte, investendo con largo anticipo anche su destinazioni inedite come la Giamaica e Roatan (Honduras), isoletta caraibica paradiso dei subacquei. Il periodo medio? «Due settimane, salvo eccezioni. La durata dei soggiorni si riduce per le prenotazioni a Cuba, S. Domingo o Messico diluite fra settembre e dicembre, quando chi può muoversi realizza risparmi che possono toccare anche il 50% rispetto all'alta stagione del mercato italiano». Le super offerte delle agenzie, per chi si decide all'ultimo, magari dopo un agosto trascorso in controtendenza, lavorando, hanno sostituito di fatto modalità e convenienza del last minute

LA SPESA Con solo 2 mila euro obbligatorio appoggiarsi ai parenti

così com'era concepito fino a un paio di anni fa, soppiantato a sua volta dai "last second", le offerte roulette che fungono da riempitivo per i posti invenduti nelle varie strutture ai quattro angoli del pianeta.

«Il last minute vecchio tipo, abbandonato da tempo negli Usa, sta scomparendo anche da noi» conferma **Rinaldo Bertoletti** di Atacama Travel, agenzia di Lumezzane, in provincia di Brescia. «Le prenotazioni anticipate, quelle che scadevano il 31 marzo, hanno funzionato molto bene, e la formula del "prezzo garantito" inaugurata da tour operator come Eurotravel e Press Tours rassicura il consumatore evitando gli spiacevoli confronti con gli ultimi arrivi del recente passato». Qualche nota negativa, invece, per il Mediterraneo, «dove la scarsità della domanda ha costretto operatori di primo piano ai saldi d'agosto, una cosa mai vista» e, segnatamente, per l'Italia. «Nonostante siamo il quarto paese al mondo per incoming, con 30 milioni di turisti ogni anno, la vacanza in Italia non dà ancora i riscontri desiderati in termini di qualità/prezzo.