

Il turismo ha compreso la forza dell'unione, solo così ripartiremo

notizia pubblicata **16 Marzo 2020** alle ore **11:45** nella categoria **L'opinione**



(di Dario Ferrante) *Il blocco totale dell'industria turistica mondiale, per effetto del Covid-19, impone delle considerazioni sul futuro del turismo. E sul ruolo della intermediazione.*

Appare indubbio che il mondo dei viaggi, così come lo abbiamo conosciuto in questi anni, muterà profondamente per effetto della recessione. Spariranno – purtroppo – tante compagnie aeree e tour operator, sia per via delle restrizioni e del crollo di domanda sia per l'impossibilità di recuperare (anche in considerazione di una stagione turistica che appare ormai compromessa) quella liquidità perduta nel primo quadrimestre (notoriamente il peggiore dell'anno) e necessaria per affrontare i costi di esercizio.

Ma oggi – nel pieno di una crisi senza precedenti – sembra riemergere la fondamentale importanza dell'intermediazione tradizionale. In un momento di emergenza, la prima vera emergenza vissuta in un mondo completamente digitalizzato e perennemente interconnesso, ci si è resi conto di quanta differenza faccia un interlocutore fisico (esperto e competente) per la risoluzione dei problemi.

Innegabile che, da questa bomba atomica che sembra avere annientato l'industria del turismo (molto più di qualsiasi altro settore economico) sia venuta fuori la debolezza delle OTA e di tutti quei sistemi di prenotazione nati esclusivamente per disincentivare l'intermediazione e che affidano a freddi algoritmi anche la gestione umana di una emergenza planetaria. Laddove ci si sarebbe aspettata collaborazione e solidarietà nei riguardi dei fornitori – per superare insieme questo momento – sembrano invece essere

arrivate dalle agenzie di viaggi sul web solamente imposizioni unilaterali. Massima flessibilità a tutela dei clienti, ma poca comprensione per le strutture ricettive. Dimenticando, quindi, quanto quelle strutture ricettive siano sempre state la loro unica linfa e ragione di esistere.

Non vorrei risuscitare la vecchia diatriba tra OTA e agenzie di viaggi tradizionali. Siamo tutti consapevoli di quanto il mondo sia cambiato e di come il ruolo delle agenzie di viaggi e tour operator abbia dovuto mutare per non soccombere definitivamente. Così come siamo perfettamente consci che – senza la visibilità fornita dalle principali piattaforme di prenotazione- moltissime strutture alberghiere ed extra-alberghiere non avrebbero mai potuto crescere e sopravvivere. Ma oggi, una tempesta sembra avere coinvolto tutti, in maniera democratica. Siamo tutti in ginocchio. E dobbiamo essere pronti a ripartire da zero.

Ed oggi, ci si sta forse rendendo conto di quanto l'intermediazione tradizionale non sia solo fondamentale per la tutela di entrambe le parti coinvolte (fornitori e clienti), ma anche e soprattutto per la promozione del territorio. Un ruolo, quello di Ambasciatori Italiani nel mondo, che i tour operator del nostro paese hanno nel proprio Dna.

In questi giorni, come mai prima, stiamo assistendo ad un forte senso di appartenenza e collettività. Una fierezza ed un patriottismo fino a ieri sconosciuti. In questi giorni, come mai prima, stiamo assistendo ad una coesione e compattezza tra gli addetti ai lavori che fa ben sperare. Tour operator ed agenzie di viaggi, albergatori, guide turistiche e trasportatori si sono uniti – nonostante la disperazione per un futuro incerto e l'umore sotto terra – per fornire la massima assistenza ai clienti e condividere idee e strategie per il momento della ripartenza.

Oggi, è come se il turismo italiano – da sempre diviso e privo di una vera rappresentanza o di una comune visione – avesse compreso la forza della unione. Senso di appartenenza e collettività, nato spontaneamente e per necessità, che andrebbe capitalizzato e sfruttato per fare ripartire il nostro paese.