12 novembre 2001 0:00

CRISI TRASPORTO AEREO

LA MIGLIOR RICETTA E' RICONQUISTARE LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI, RENDENDO IL PRODOTTO ECONOMICAMENTE PIU' ATTRAENTE

Firenze, 12 Novembre 2001. Ennesima conferma della crisi del trasporto aereo e' quella che ci arriva da Londra, dove oggi, all'apertura della XXII edizione del "World Travel Market", il direttore generale della Iata (International Air Travel Association), Pierre Jeanniot, ha fatto sapere che per il 2001 le perdite di fatturato sulle tratte internazionali saranno intorno ai 7 miliardi di Usd (a fronte del dato positivo, 2,8 miliardi di Usd, del 2000). Nello stesso tempo, il direttore dell'organizzazione mondiale del turismo (Wto), Francesco Frangialli, ha stimato per il 2001 un aumento degli arrivi internazionali dello 0,85%, rispetto al +7,4% che si era registrato nel 2000 sul 1999. Le previsioni sono grigie, in modo particolare per i primi mesi del 2002.
Interviene il presidente dell'Aduc, Vincenzo Donvito.
E' una conferma di un trend che, anche a livello nazionale italiano, e' testimoniato dalla crisi di tutte le compagnie che solcano i cieli italiani e, in particolare, dell'Alitalia. Come sempre, in queste occasioni, all'ordine del giorno dei programmi di ristrutturazione c'e' la rinconquista della fiducia di consumatori che, tra paure, cambi di abitudini e ristrettezze economiche rimangono i protagonisti indiscussi di qualunque politica. Un fattore che viene troppo spesso travisato, in quanto si da' piu' importanza all'intervento pubblico per risanare l'esistente, piuttosto che adeguare l'esistente a nuove situazioni, in cui (come nella sua nicchia ha dimostrato la compagnia irlandese Rayan Air) ci si puo' anche guadagnare, oltre a sopravvivere. L'obiettivo dovrebbe essere quello di fornire un servizio in ambito di mercato, dove il consumo e' la logica conseguenza. Cosi', pero', non e', perche' la tendenza e' si' di far consumare, ma non in un ambito di mercato, bensi' senza scelte per un consumatore che, di conseguenza, cerca sistemi diversi di trasporto. E' il motivo per cui, per esempio, per un volo "scontato" Firenze/Parigi a/r, si spende piu' di 650.000 lire, che e' quanto si spenderebbe per un volo a/r per New York; e se pensiamo che per un volo Madrid/Parigi (che e' grosso modo la stessa distanza del Firenze/Parigi) si trovano offerte a 200.000 lire, la situazione e' piu' comprensibile. Potremmo aggiungere anche i costi dei biglietti nazionali che, nonostante l'apertura a diversi vettori rispetto all'Alitalia ex-monopolista, sfondano qualunque logica di mercato, ma crediamo di aver reso bene il concetto.
Inoltre, sembra quasi che il mercato –nazionale e internazionale- non si sia accorto del calo del prezzo dei carburanti, mentre, quando c'era l'aumento, il balzello pro-carburante fu prontamente applicato, e mantenuto anche oltre cio' che sembrava il periodo dei costi alti.
La politica dei prezzi bassi dovrebbe essere incentivata dal Governo, con agevolazioni fiscali sul traffico e non sull'esserci, ma per ora –come denunciato alcuni giorni fa sempre dal direttore della Iata- c'e' solo un aumento delle tariffe, con vari balzelli pro-sicurezza che, se apparentemente sembrano logici, diventano ridicoli nel momento in cui i passeggeri non ci sono. Non solo, ma di fronte al calo di fiducia l'unica risposta che viene data e' l'aumento del costo del servizio: se c'e' qualcuno che crede che l'aereo sia meno usato solo per un problema di sicurezza, e che a questo si possa ovviare dimostrando col balzello o il mantenimento della tariffa alta che si pensa di piu' alla sicurezza, si faccia avanti. Perche' questo qualcuno e', evidentemente, uno che considera il mantenimento dell'attivo dei suoi bilanci solo come un fatto di potere e non di mercato. Una logica che serve solo a far pagare al contribuente qualcosa che e' condannato solo ad andar peggio, e quindi a succhiargli soldi per di piu' inutili.