

Agenzie viaggi, la crisi incalza. Ma non tutti

La richiesta è chiara: il riconoscimento da parte della Regione Lombardia dello stato di crisi delle agenzie di viaggio, per l'erogazione in tempi rapidi degli ammortizzatori sociali e l'attivazione di strumenti contrattuali e legislativi per ridurre l'attività all'effettivo fabbisogno di ore lavorative. Sono i contenuti dell'accordo tra Fiavet, la federazione delle agenzie di viaggio del sistema Confcommercio, e le sigle sindacali del settore per sostenere le imprese, le cui difficoltà si sono accentuate dopo gli attacchi terroristici.

«Che la situazione sia critica non c'è dubbio – conferma **Bruno Colombo, direttore tecnico della Turisberg** -. E la nostra agenzia ne è un esempio. Dopo quasi 50 anni (l'apertura è del 1967 ndr.), ci siamo trasferiti in uno spazio più piccolo. Da via Camozzi a via Taramelli, al numero 25/c, giusto una cinquantina di metri di distanza, ridimensionandoci per necessità anche nel personale e rinunciando a quattro persone». Il terrorismo ha rappresentato un duro colpo. «Oltre alla crisi economica che continua a farsi sentire e a limitare le possibilità di spesa – spiega Colombo – la paura di viaggiare per il rischio attentati ha bloccato anche quei clienti che avrebbero avuto la possibilità di farlo, penalizzando ulteriormente il settore. Sull'inverno le ripercussioni sono state notevoli ora sembra che ci siano segnali di ripresa, come emerso anche dalla Bit».

Ma non è solo la contrazione del mercato a pesare, l'eccessivo carico di adempimenti, costi, fiscalità si fa sempre meno sostenibile e la concorrenza sleale incalza, da qui la richiesta di qualche attenzione da parte delle istituzioni. «L'attività delle agenzie di viaggio – prosegue – non è mai stata presa in considerazione a nessun livello di governo,

eppure siamo una componente importante dell'industria del turismo. Sino ad ora siamo soltanto stati gravati da obblighi e burocrazia, senza alcun riconoscimento o sostegno. Basti pensare che nella riforma della legge regionale sul turismo era assegnata alle Pro Loco la possibilità di organizzare viaggi e soggiorni. La norma è stata corretta proprio in questi giorni e riduce l'ambito di azione delle Pro Loco al territorio comunale, ma dà chiaramente l'idea di quanto poco sia stato considerato il ruolo delle agenzie viaggi». Ora la categoria chiede qualche segnale concreto di aiuto, altrimenti il rischio è di rimpiangere aziende e posti di lavoro. «Servirebbe qualche sostegno sul fronte della tassazione – dice Colombo – e sicuramente misure che facilitino la gestione del personale. Le nostre sono attività legate alla stagionalità, ma non si può ricorrere a personale avventizio perché servono capacità e professionalità, la possibilità di periodi di cassa in deroga o altri strumenti è importante».

Fiavet e sindacati chiedono anche alla Regione un tavolo nel quale affrontare finalmente il problema dell'abusivismo, quel fenomeno per cui proliferano organizzatori più o meno improvvisati, dalle imprese di autoservizi che propongono tour e soggiorni ai vari "consulenti" che offrono pacchetti "fatti in casa" contattando direttamente i fornitori, senza avere i requisiti professionali e le coperture che sono invece obbligatori per le agenzie e, spesso, sfuggendo pure al fisco.

«Il problema esiste e ovviamente pesa di più in un momento in cui i consumi si sono ridotti e faticano a recuperare», commenta **Alessandro Brignoli, responsabile della filiale bergamasca del gruppo Uvet Viaggi**, nel quale è confluita, dal maggio del 2014, la sua agenzia, Lord Bry, su viale Papa Giovanni a Bergamo. «Negli ultimi due anni si sta però registrando un ritorno all'agenzia – rileva -. Chi ha partecipato a viaggi e vacanze "irregolari" si è probabilmente reso conto che quel risparmio che andava cercando non era poi così evidente e ha preferito tornare da chi garantisce

affidabilità e consulenza». Dal suo punto di vista il panorama non è però troppo negativo. «Ho scelto di far parte di un grande gruppo perché si aprivano nuove prospettive professionali – precisa -, non perché le cose andassero così male, ovviamente relativamente al periodo al 2008 in poi». La sua svolta dà un po' la misura dei nuovi orizzonti ai quali può aspirare un'agenzia viaggi. «Uvet è un gruppo storico che conta più di 1.400 punti vendita sul territorio nazionale – racconta – e si sta strutturando per agire da protagonista nell'offerta turistica. Ha acquisito, ad esempio, il maggior portale per la vendita dei voli del mercato scandinavo ed estenderà il sistema in Germania, Francia e nei paesi latini, ha strutture di accoglienza di proprietà e, a partire dall'Expo, ha cominciato a muoversi sull'incoming con una rete nazionale. Sono evoluzioni che richiedono grandi risorse e che non tutti possono affrontare. Realtà piccole e medie hanno ovviamente difficoltà a mettere in campo nuove iniziative e progetti di sviluppo, soprattutto ora che l'accesso al credito è praticamente impossibile».

Di crisi non si parla nemmeno alla **Ovet** di viale Papa Giovanni, al contrario. «Da noi l'occupazione è in crescita – afferma il responsabile **Luca Prandini** – negli ultimi tre anni sono state assunte tre persone e siamo saliti a 18 dipendenti. Il fatturato sale del 5% l'anno, su volumi già importanti». La ricetta sta nella struttura e nella proposta, costruita e consolidata a partire dal 1972, ma anche nella capacità di specializzarsi. «Abbiamo un settore pellegrinaggi, uno per i gruppi, un ufficio solo per i viaggi di nozze, il settore turistico e quello del business travel, tutti seguiti da addetti specializzati. Mi rendo conto però che altre aziende, soprattutto quelle più piccole e meno strutturate hanno dei problemi. Il fatto è che c'è una saturazione dell'offerta, oggi è superiore alla richiesta ed una selezione è inevitabile».

Sulla presenza dell'abusivismo concorda: «Il nostro è stato un

settore sempre poco controllato e di persone che operano in maniera irregolare ce ne sono, anche alla luce del sole. Il fatto è che tutti pensano di essere in grado di organizzare un viaggio, un po' come tutti pensano di essere fotografi, ma la professionalità è un'altra cosa e fortunatamente c'è chi se ne rende conto e sceglie l'agenzia».