

Tariffe e servizi sotto accusa

Gli agenti evidenziano un rapporto qualità/prezzo ancora poco equilibrato per il segmento



Il tema chiave sul quale le agenzie si scagliano è però quello delle tariffe. Che vedono l'Italia messa sul banco degli imputati: troppo cara rispetto ai competitor e troppo costosa per i servizi che offre.

“Il rapporto qualità/prezzo è troppo alto - sottolinea Loana Migliorini di Evolution Travel -. I clienti si spostano piacevolmente verso l'Egitto, dove con pari budget riescono ad avere una struttura in all inclusive”. Il tema costi per servizi è al centro del dibattito, come quasi tutti gli anni.

Per il 57,8 per cento degli intervistati, il rapporto fra qualità e prezzo sul prodotto mare Italia vira verso il troppo caro. Un dato bilanciato, però, da un 36,8 per cento di risposte

che ritiene che alla fine, fra costi e benefici, il pricing sia equilibrato. Forse l'unico problema riguarda i mesi di punta: “I listini sono troppo alti su ago-

sto” sottolinea Luca Colombo, fondatore di Euro-tours Italia a Sommacampagna (Verona). Mesi nei quali, sicuramente, l'affollamento delle strutture e

delle destinazioni mare rende anche più difficile mantenere un adeguato livello di servizi: “Il prodotto Italia - dice infatti Alessandra Palmisani, titolare

di Trips Viaggi a Roma -

costa troppo rispetto agli standard offerti”.

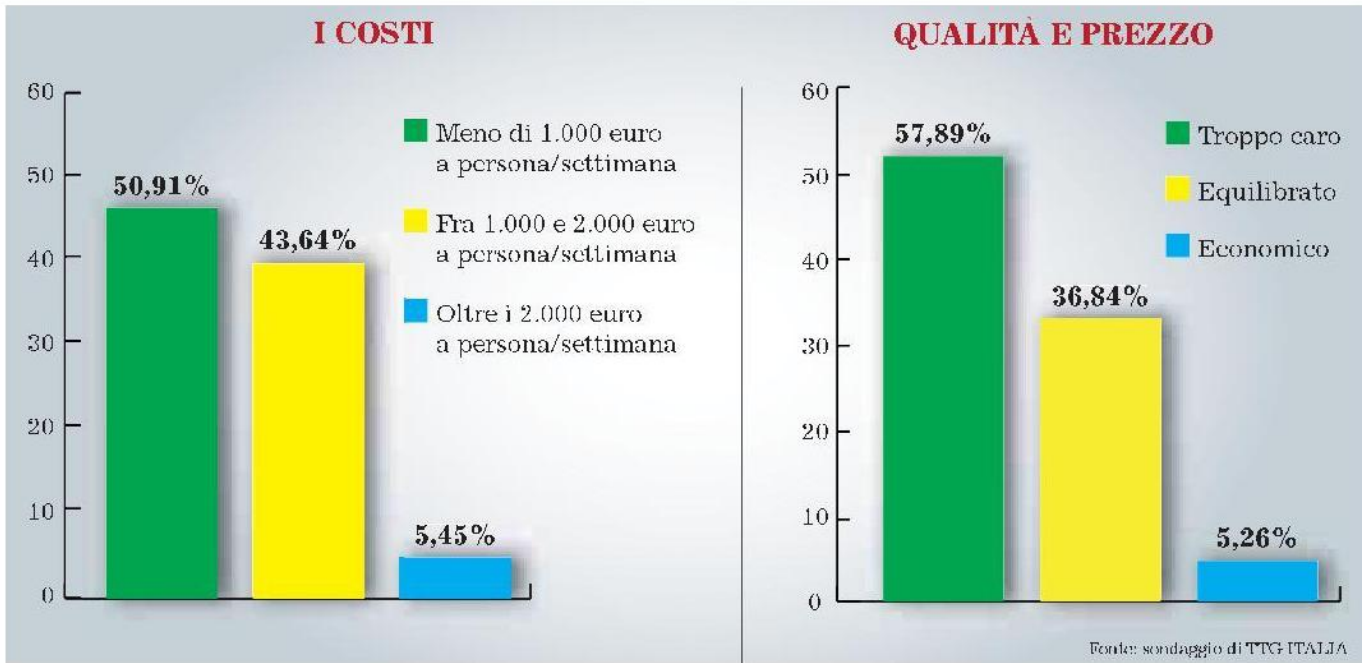
Il tema è il confronto con i competitor mediterranei. “Purtroppo - dice Fiorella

Ladisa, titolare di Lamor Viaggi a Bari - il mare Italia ha prezzi alti rispetto a destinazioni come Grecia e Spagna”, che già non vengono considerate particolarmente economiche dalle stesse agenzie. Sulla stessa linea anche Ivana Termine, titolare di Fininvest Congressi a Catania: “L'Italia è più cara di Croazia e Grecia - dice - e i servizi sono di livello inferiore”.

Ma c'è anche chi racconta una storia un po' diversa: “Come tutti gli anni si presentano prezzi troppo elevati per il nostro mercato - dice Estrella Paglierini dell'agenzia Marano di Recco -, salvo poi far uscire le offerte quando il cliente ha già fatto da sé su internet”. Insomma, forse è meglio avere le idee chiare fin da subito.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato





La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato