

### Ischia: Quelli che ... la vacanza gliela organizza internet

Una così fitta mole di proposte, in cui occorre però non farsi ammaliare dagli “specchietti per le allodole”

Non siamo stati certo noi italiani i precursori della vacanza “fai-da-te” mediante la Rete, tuttavia col tempo abbiamo percepito che qualcosa di buono doveva pur esserci, nel navigare tra i portali turistici. In effetti, il turismo on-line procede a grandi passi, con incrementi annui significativi, soprattutto se contestualizzati, come è doveroso fare, nel momento storico attuale, così negativo e stagnante.

L'utente “turista” (quindi TUTTI NOI, come la campagna-stampa de Il Golfo correttamente enfatizza) si è trovato di fronte ad una scelta: da un lato la crisi economica in atto, che restringe anche le possibilità delle proprie vacanze in termini di durata e qualità e dall'altro i costi in continua crescita dei trasporti, degli alberghi, residence e consimili come di gran parte di beni e servizi. C'era anche, da parte delle agenzie viaggi e dei tour operator, una sorta di “imposizione” di determinati circuiti, sia per la prenotazione alberghiera che per i trasporti, i noleggi, le convenzioni di ogni genere e i periodi disponibili. Le proprie vacanze venivano dunque “decise” in parte dall'organizzazione a cui ci si rivolgeva, con la conseguenza che spesso alcuni aspetti esigevano un compromesso se non una rinuncia da parte del cliente, sia in termini di costi che di beni/servizi offerti.

Il bisogno di “libertà” era ormai molto presente tra “tutti noi turisti”, bisogno che Internet ha colto e saputo soddisfare con il tempismo che gli è proprio. Al punto che il fatturato del 2005 del business turistico italiano registrato in Rete ammonterà a circa 1,1 miliardi di Euro. Mentre infatti fino a pochi anni fa l'organizzazione di un viaggio e soggiorno on line rappresentava un'eccezione, allo stato attuale rasenta ormai la metà di tutti i movimenti di viaggi e soggiorni realizzati. La sensazione che l'utente ne trae è di assoluta libertà in termini di scelta, di convenienza economica in buona parte dei casi, di preventivi ottenibili in contemporanea e informazioni praticamente infinite e CONFRONTABILI tra di loro. C'è poi anche la gratificante soddisfazione di poter scegliere realmente tutto quello che interessa e attrae, creando infinite combinazioni, grazie anche ai (meta)motori di ricerca, che raccolgono i dati in base alle parole chiave e quindi possono permettere la creazione di percorsi a cui sinora nessun tour operator aveva saputo o voluto pensare. Già diversi addetti ai lavori si sono scomodati a battezzare in svariati modi questa tendenza, che in pratica si potrebbe definire un “puzzle dinamico” del viaggio e soggiorno, ma quel che più colpisce è che sono state diffuse stime secondo cui il “puzzle dinamico” sarà in grado di far crescere in maniera esponenziale le vendite dei portali che renderanno possibile questo tipo di soluzione.

È anche vero però, che di fronte a tanta offerta di turismo on-line si rischia di restare un po' confusi, soprattutto nel non riuscire più a distinguere il portale serio, ben strutturato, con alle spalle una valida e competente organizzazione aziendale, rispetto al portale improvvisato, raffazzonato, senza spessore né validi contenuti e soprattutto messo on line per scopi molto

lontani da quelli apparenti. Sotto certi punti di vista regna infatti ancora una buona dose di anarchia su Internet, che consente comportamenti impensabili altrove. Diventa così piuttosto frequente, in special modo per una struttura ricettiva, ritrovarsi su siti e portali – di solito e non a caso che fanno capo a società locali e che vendono solo il prodotto locale – di cui ignora l'esistenza, collocata in ambiti commerciali in cui il proprio management non aveva alcuna intenzione di entrare e, in alcuni casi, promossa e quotata in modo assolutamente incongruo. In attesa che il legislatore prenda atto di questa gigantesca realtà da regolamentare (possibilmente con saggezza ed equità), è bene effettuare una verifica o un'indagine in più, prima di affidarsi ai servizi di un portale turistico di cui non si hanno referenze o precedenti esperienze. È utile ad esempio verificare quanto questi portali siano presenti sui motori di ricerca, oltre che contattarli con più richieste, per verificare i tempi e soprattutto i contenuti e le modalità di risposta, da cui si possono trarre indicazioni molto utili, riguardo alla politica adottata nei confronti del cliente e di quanto questi sia effettivamente tutelato dal portale presso cui prenota. Una delle situazioni più frequenti – in caso di gestioni discutibili – è quello in cui vengono inseriti numerosi alberghi, i quali però, pur essendo strutture valide e rinomate, non ricevono alcuna richiesta di prenotazione da quel portale. Non occorre una particolare sagacia per interpretare una tale tabula rasa di prenotazioni, mentre occorre dare invece onore al merito a quei portali locali, oltre che a quelli nazionali e internazionali, che vendono il “prodotto Ischia” con professionalità e competenza, con ampiezza di proposte realmente disponibili e in **CONCORRENZA LEALE**, adottando specifiche strategie di marketing e di comunicazione con gli albergatori, seguendoli e motivandoli attraverso una rete di manager e operatori, creando delle campagne promozionali ad hoc, e incentivando e promuovendo in modo speciale le strutture che dimostrano maggior spirito di collaborazione e disponibilità. Questi sono i portali che guardano al futuro, quelli che hanno fatto del rapporto con la propria clientela come anche con i propri partner commerciali il loro punto di forza, quelli che hanno il “coraggio” di pubblicare i **VERI** giudizi della clientela, a cui richiedono di volta in volta di esprimere il proprio parere sul soggiorno appena trascorso. Perché questi giudizi non solo riguardano la struttura ricettiva presso cui il cliente è stato, ma spesso riguardano anche il portale stesso, la sua capacità di assistere il cliente nelle fasi della prenotazione, di garantirlo e tutelarlo rispetto a determinati imprevisti e di supportarlo durante il soggiorno, in caso di controversie con la struttura stessa. Ecco quindi un ulteriore metodo, altamente affidabile, per verificare la qualità di un portale turistico: dubitare di quelli in cui appaiono solo lodi e “santini” dedicati alle strutture e al portale stesso (scritti a tavolino da qualche dipendente) e considerare più seri e corretti quelli in cui i giudizi degli utenti sono eterogenei e riguardano i più svariati ambiti, perché in tal caso si tratterà di giudizi **VERI** da parte di clienti **VERI**.