

## Il presidente di Iperclub “Trionfa il viaggio comprato in Rete”

“Come sta andando il 2009 del turismo in Italia? Gianfranco Conte, che è fondatore e presidente di Iperclub (una struttura tentacolare con 250 complessi turistici gestiti, più il portale Iperclub.it per i viaggi online e una vastissima attività di rivendita per 10 mila aziende associate) dice che i dati parziali del settore non sono proprio confortanti: «Gli italiani che vanno in vacanza sono l'1,1% in più dell'anno scorso, segno che con la crisi c'è persino più voglia di ferie. Però la spesa media riduce del 18%, perché la gente sta via per periodi più brevi, o cerca sistemazioni più economiche. Sono di gran moda le vacanze low cost».

La prima strategia per spendere meno è eliminare gli intermediari, e infatti, dice Conte, «soffrono alcuni grandi operatori turistici, e le agenzie di viaggio». I clienti puntano molto su Internet, o anche su un fai-da-te più spinto, cercando ospitalità presso amici o parenti, o affittando case. Dal punto di vista opposto, quello dei gestori delle strutture turistiche (alberghi, villaggi) si fa la



Gianfranco Conte (Iperclub)

stessa cosa, cioè «si punta a rivolgersi direttamente al consumatore finale». E la Rete è il luogo d'incontro naturale.

Internet sta diventando essenziale anche per la promozione: una volta le mete turistiche venivano valorizzate sui mass media tradizionali, mentre adesso, osserva Conte, «è essenziale la valutazione degli stessi clienti, messa in Rete nei blog. Le strutture turistiche devono abituarsi ad essere "recensite" in questo modo, ed essere pronte a migliorarsi con tale pungolo».

Quali destinazioni vanno di più? «È molto diminuito il traffico aereo verso mete lontane. Invece vanno, bene, oltre all'Italia, il Sud del Mediterraneo, la Tunisia, Sharm el-Sheikh. Perché costano meno di tanti posti in Italia, aereo compreso».

[LUI. GRA.]

## I consumi delle famiglie

LA VARIAZIONE % MEDIA ANNUA E DI PERIODO DI ALCUNI DEI PRINCIPALI BENI

	2008	2002-2008
<b>Tempo libero</b>		
Elettrodomestici bruni (tv, hi-fi, ecc)	1,7	50,4
Servizi ricreativi e culturali	3,0	16,5
Libri	1,3	-9,4
Giornali e cancelleria	-4,7	-11,3
<b>Vacanze</b>		
Vacanze tutto compreso	2,8	-4,8
<b>Mobilità e Comunicazioni</b>		
Acquisto mezzi di trasporto	-15,1	-6,8
Servizi di trasporto	-7,4	2,8
Telefoni	15,4	189,5
<b>Cura di sé</b>		
Medicinali, articoli sanitari e altro	5,6	39,8
<b>Casa</b>		
Tessuti per la casa	4,7	-18,0
Elettrodomestici bianchi (frigo, forno, ecc.)	-7,1	-2,8
Attrezzature per la casa ed il giardino	14,3	8,7
<b>Pasti in casa e fuori casa</b>		
Pane e cereali	-3,5	5,7
Carne	-1,2	7,2
Pesce	-5,4	-4,8
Oli e grassi	-3,0	-11,9
Acque minerali, bevande e succhi	-0,8	2,8
Bevande alcoliche	-3,8	0,0
Pubblici esercizi	0,2	5,0

