

Punti di sviluppo*L'associazione presenterà studi e ricerche di mercato**Tavolo di lavoro con istituzioni e consumatori**Fornirà consulenza legale e finanziaria*

Andrea CINOSI:

“ I vettori a basso costo sono discriminate, ma contribuiscono al rilancio delle economie locali,”

“ Puntiamo a superare i confini nazionali, che, da soli, hanno un mercato di 20 milioni di euro,”

di PAOLA CAMERA

ROMA - Una vera e propria filosofia di vita ma soprattutto un settore dal giro d'affari decisamente ragguardevole. E' il mondo del low cost, delle compagnie aeree ma anche delle assicurazioni, compagnie telefoniche, industrie dell'abbigliamento, automobili, tutte unite dal minimo comune denominatore del basso costo e ora anche riunite in una neonata associazione: Assolowcost.

Nata con l'obiettivo di tutelare imprese e consumatori e creare nuove opportunità di dialogo tra il settore e le istituzioni, l'associazione ha per ora ottenuto manifestazioni di interesse da imprese di vari comparti: Volagratis, Iperclub e Gentes Viaggi per il turismo, quasi tutte le compagnie aeree low cost, Renault, Genialloyd, Fashion District.

«Il low cost, nato 10 anni fa, sarà parte dell'economia del futuro - ha spiegato Andrea Cinosi, presidente Assolowcost -. Negli Stati Uniti il settore incide al 5% sul Pil, mentre in Europa si stima generi un giro d'affari di mille miliardi di euro, di cui 70 miliardi in Italia. Una delle nostre attività sarà la realizzazione di un centro studi che a partire dal prossimo settembre lavorerà per la fornitura di dati e ricerche di merca-

Nasce Assolowcost per monitorare il nuovo mercato

«REALIZZEREMO UN CENTRO STUDI»

to. Inoltre, costituiremo un tavolo di lavoro con le associazioni dei consumatori e un tavolo con le istituzioni per verificare in che modo è possibile sostenere le aziende del comparto, imprese che oltre a pro-

L'obiettivo è quello di diffondere questa cultura no frills sia nei riguardi delle imprese che dei consumatori

durre ricchezza e fatturato, danno benessere sociale in quanto permettono di abbassare i costi in un momento in cui un aumento degli stipendi è davvero poco probabile».

L'obiettivo è quindi quello di diffondere la cultura del low cost ma principalmente di fornire gli strumenti adatti per il lavoro di ogni elemento del settore, dal consumatore alle imprese. Se il pubblico potrà avere, scegliendo un'azienda associata, la garanzia di un processo produttivo ottimizzato nei

costi e etico nell'utilizzo delle risorse, sia ambientali che umane, le aziende potranno contare su una rappresentanza comune nei confronti delle istituzioni anche internazionali e su una consulenza professionale comune in campo legale, fiscale, normativo.

Se si guarda al turismo, tutto questo si concretizza in vari modi. Prendendo ad esempio le compagnie aeree, che per prime hanno proposto la filosofia del basso costo, unendosi ad Assolowcost potrebbero riuscire a superare alcune difficoltà tipiche del settore. «Spesso le low cost sono discriminate, è difficile ottenere gli slot in aeroporto e aprire nuove rotte - spiega Cinosi - eppure contribuiscono in maniera importante all'economia locale. Ne è un esempio la Toscana con la sua offerta termale, dove il 7,3% del pubblico arriva dall'Inghilterra si concentra nella provincia di Pisa grazie ai collegamenti di Ryanair. Formando un fronte comune nei confronti di istituzioni ed opinione pubblica, anche le compagnie low cost più piccole potrebbero riuscire

ad ottenere nuovi scali. Con Assolowcost abbiamo già individuato alcuni progetti per lo sviluppo di aeroporti in Sud Italia, in Puglia e Calabria, con nuovi collegamenti che aiuterebbero anche la destagionalizzazione favorendo l'arrivo di turisti nei mesi meno congestionati, come maggio e ottobre».

Oltre all'allungamento della stagione, gli operatori low cost del settore turistico potrebbero avere altri vantaggi, come l'incremento di visibilità che gli permetterebbe di tagliare ulteriormente i costi di pubblicità e marketing, le consulenze mirate del comitato scientifico o ancora il supporto di un punto di collegamento qualificato con le camere di commercio estere per lo sviluppo di nuovi mercati internazionali.

Il superamento dei confini nazionali, che da soli, secondo Assolowcost, contengono un mercato di 20 milioni di potenziali consumatori, è uno degli obiettivi che si pone l'associazione stessa, unica nel suo genere nel nostro continente, che spera però di arrivare presto ad operare a livello europeo.

■ 1.000 Mld €

Stima del giro d'affari dei low cost in Europa

■ 70 Mld €

Stima del giro d'affari dei low cost in Italia

■ Obiettivo associazione

- Diffondere la cultura del low cost
- Fornire gli strumenti adatti per il lavoro di ogni elemento del settore