

Turismo-crisi: la fine del modello Rimini?

Una delle debolezze del sistema/qualità sono gli alberghi in affitto. A Rimini

Turismo-crisi: la fine del modello Rimini?

L'INCHIESTA

di Matteo Marini

– Solo 71 euro. È quanto costa, in media, una doppia in un hotel della Riviera nella settimana di Ferragosto. Pari al prezzo medio nazionale nella bassa stagione. C'è chi la chiama concorrenzialità, c'è chi invece la definisce economicità. È quanto emerge dall'indagine dell'Osservatorio sul turismo di Federconsumatori, che ha analizzato un campione di hotel da due a quattro stelle nei comuni balneari di tutta Italia, basandosi sulle tariffe delle prenotazioni online. Gli hotel della Riviera restano quelli in cui si spende di meno in tutt'Italia. Nel documento si prendono in esame i prezzi delle strutture alberghiere (oltre a questi ci sono i raffronti anche per i campeggi e gli appartamenti) in bassa, media stagione e settimana di ferragosto e le cifre più basse sono sempre quelle che figurano nella casella della nostra regione. È sempre stato così. Negli anni '50 e '60, fino quasi alla fine del secolo, era il "metalturismo", citando il sociologo Aldo Bonomi che ha così definito quel tipo di business di chi si accontentava pur di stare in vacanza al mare, in quella fase di sviluppo "fordista" dell'Italia del boom e oltre.

Rinaldis

"Bastava avere una cucina e delle stanze con dei letti che si riempivano da sè". Nel corso dei decenni la Riviera ha subito trasformazioni, è diventata "divertimentificio" e poi qualcos'altro, mantenendo però sempre la peculiarità di

un'offerta turistica a bassissimo prezzo alberghiero. Ora lo sconto però si paga salato perché l'equilibrio è precario, soprattutto in una fase di crisi economica come questa. E il conto chi lo paga? Dal punto di vista degli albergatori il bicchiere è mezzo pieno, a cominciare dal termine da usare: "Se siamo concorrenziali o economici? Odio questa espressione, noi siamo i primi della classe – puntualizza da subito Patrizia Rinaldis, presidente Aia di Rimini – ed è indiscutibile che abbiamo il miglior rapporto qualità/prezzo, perché se in altre località italiane paghi di più non significa necessariamente che ti danno di più".

Il prezzo definito concorrenziale arriva però ad essere una leva a sfavore dell'albergatore: "Riceviamo e-mail per preventivi di spesa da famiglie che magari hanno due figli, abbastanza grandi di 8 o 9 anni, che per loro chiedono l'alloggio gratis, in pensione completa. Perché il messaggio che passa è questo: tutto lì costa poco, e va a scapito della redditività dell'albergatore e degli investimenti".

Rimini, in particolare, soffre di un "male" che sembra difficile da curare. Sono gli alberghi dati in affitto, più o meno una metà su un totale di 1.200 strutture: "Chi dà il proprio albergo in affitto spesso guadagna il doppio di quanto guadagnerebbe gestendolo – spiega ancora la Rinaldis – mentre chi lo prende in gestione fatica a guadagnare qualcosa perché quello che rimane, tolte le spese e i costi fissi che invece aumentano ogni anno, se ne va proprio per pagare la locazione".

Allora questo sconto lo si paga in termini di investimento, di redditività ma in qualche modo va a scapito anche di una qualità che, se non si abbassa, certamente non cresce: "C'è una gran rincorsa a fare numero, si punta a questo e quindi non c'è possibilità di far crescere la qualità. Però non è possibile scendere a cifre di 20 o 25 euro per notte come qualcuno ha fatto, oltretutto negli ultimi anni ha ripreso la richiesta di pensione completa, perché il turista vuol sapere già quando parte quanto spenderà, e la cucina incide fino al 30% dei costi".

È una coperta corta, che quando la tiri lascia scoperti i piedi o la testa. Un sistema che continua a reggersi, ma la sensazione è che non durerà ancora molto: “Mancano strumenti di autoregolamentazione, autoimposti, che ci dicano che sotto una certa soglia non si può scendere – conclude la presidente Aia – altrimenti non è più possibile mantenere una soglia di qualità. E poi serve defiscalizzare, soprattutto per chi è in affitto”.

Riccione

“Ora non ci sono proprio le condizioni per aumentare i prezzi – è l’opinione di Bruno Bianchini, Aia Riccione – perché la concorrenza è spietata. Parimenti si rischia, mantenendo questi livelli, che ne risenta la qualità dell’offerta. Questo anche parlando del futuro, perché se oggi un albergatore guadagna meno poi non avrà soldi da investire per ristrutturare e riqualificare. E qui si innesta anche il problema dell’accesso al credito, che non è semplice. Per ora, soprattutto nelle aziende a conduzione familiare, il costo di questa politica è assorbito soprattutto dal lavoro delle famiglie. Si punta a far numero perché anche con questi prezzi avendo almeno l’80 per cento di camere occupate si riesce ancora ad andare avanti ma è un sistema che alla lunga si sfalda”.

Mentre gli hotel mantengono i prezzi sostanzialmente invariati (“abbiamo notato aumenti anche di un solo euro, in alcuni casi” chiosa la Rinaldis”) i costi fissi invece lievitano, così come i costi della burocrazia e delle norme: “Sono salite le spese per le utenze – riprende Bianchini – così come i costi della sicurezza e dei controlli dei professionisti. A questo punto servirebbe un maggior sostegno alle piccole realtà, perché non ha senso stanziare fondi irrisori e solo per i grandi gruppi con spese oltre 500.000 euro e niente per i piccoli alberghi, che sono la maggioranza”.

Misano

Da Rimini e Riccione a Cattolica e Misano la realtà non è molto diversa. Così come l’analisi degli operatori del settore non si distacca molto. Ma dove la percentuale di alberghi in

affitto è minore e il business è veramente solo stagionale, il modello è rimasto quello stile anni '60: "Chi gestisce un'impresa a conduzione familiare si rimbecca le maniche – è l'analisi di Iliana Baldelli, Aia Misano (dove la quasi totalità dei circa 100 hotel è gestita direttamente dai proprietari) – è questo uno dei segreti, perché non fanno le 6 ore e 40 ma lavorano tutto il giorno". E poi, soprattutto in momenti di difficoltà, emerge il "mestiere", tradizione di lunga data, come nel semplice saper fare la spesa: "Siamo bravi nel razionalizzare per esempio gli acquisti, nell'economia di scala. È un punto di forza dato soprattutto dall'esperienza, che ci aiuta a tenere un prezzo competitivo senza pregiudicare la qualità".

Cecchini

"L'impresa stagionale è molto diversa da quella annuale – lapalissiano ma concreto Maurizio Cecchini, presidente degli albergatori di Cattolica – perché non possiamo garantire un'offerta per tutto l'anno. Non abbiamo il congressuale né il "benessere", abbiamo il sole e il mare. Una camera chiusa a giugno è persa, non la recupero ad ottobre. È dagli stessi clienti che capiamo come il prezzo basso non abbia pregiudicato la qualità del servizio anche se la concorrenza è, devo dire, esasperata per la concentrazione di strutture". Anche per Cecchini uno dei temi centrali resta il supporto delle istituzioni, che non c'è: "Si cerca sempre di dare un senso all'impresa. Anni fa furono introdotti servizi nuovi per il mercato, che erano un costo aggiuntivo per l'impresa. Però affrontabile in quel periodo economico. Ora non si tagliano i servizi ma gli investimenti perché se non c'è un confronto serio con le istituzioni locali, se nel futuro c'è solo nebbia, l'imprenditore non rischia più".

Gabicce Mare

Dove finisce la riviera romagnola? Il confine istituzionale arriva al Tavollo, quello fisico e turistico al monte San Bartolo. Così anche a Gabicce, inserita in pieno nel distretto turistico della nostra regione, gli argomenti sono gli stessi: "Ci sono le famiglie che lavorano non sei ore ma 15 – spiega

Angelo Serra, presidente Aia di Gabicce Mare – e sanno fare economia per la spesa con cose buone e genuine ma meno costose. Il prezzo basso non pregiudica la qualità ma il portafogli per gli investimenti futuri”. Nonostante la realtà raccolta e “tradizionale” anche a Gabicce si avverte il cambiamento di un business forse stanco: “Le famiglie tendono ad andarsene per lasciare il posto agli affittuari. Qui a Gabicce sono ormai 37 su 94 hotel, non sono pochi. Senza un certo tipo di agevolazioni per il turismo, come per esempio l’Iva al 5% come in paesi tipo la Spagna (la nostra è ancora al 10%) rischiamo che chi prende in gestione un hotel cerchi solo di sfruttarlo al massimo, senza cercare la qualità, magari per due o tre anni, e poi lasciare senza crearsi una clientela. Ma tanti affittuari di questo tipo sicuramente quest’anno sono destinati a saltare”.

Rinaldis: “Chi dà il proprio albergo in affitto spesso guadagna il doppio di quanto guadagnerebbe gestendolo”

Cecchini: “È dagli stessi clienti che capiamo come il prezzo basso non abbia pregiudicato la qualità del servizio anche se la concorrenza è, devo dire, esasperata per la concentrazione di strutture”

Baldelli: “Siamo bravi nel razionalizzare per esempio gli acquisti, nell’economia di scala. È un punto di forza dato soprattutto dall’esperienza”

Bianchini: “La concorrenza è spietata. Parimenti si rischia, mantenendo questi livelli, che ne risenta la qualità dell’offerta. Questo anche parlando del futuro”

Serra: “Famiglie che lavorano 15 ore e sanno fare economia per la spesa con cose buone e genuine ma meno costose. Il prezzo basso non pregiudica la qualità ma il portafogli per gli investimenti futuri”

Mauro Santinato, esperto e consulente di turismo. “Negli ultimi 20 anni chiusi circa 500 alberghi”

“Si vende a poco quello che vale poco”

“Staremmo molto meglio se nell’indagine fossimo comparsi come i più cari. Il sistema regge sulla famiglia che lavora”

L’INTERVISTA

– Santinato una camera d’albergo da noi costa la metà che nel Sud Italia.

Lei come la vede? Bene o male?

“Beh, questo me lo dovrebbe dire lei...”

Io la vedo malissimo. È come un titolo di borsa, se il prezzo crolla significa che vale poco. La merce che costa di meno in assoluto può attirare molti clienti? E quindi che qui non vale la pena investire perché l’investimento non torna, il territorio non ha più nulla da dare. La Riviera romagnola è quella più popolare in conseguenza di questo, il prezzo più basso. Punto. Pensiamo ai negozi cinesi oppure alle auto che vengono dall’Est. Mi viene in mente la Tata. Sono i prodotti più economici di tutti ma non hanno mercato. Staremmo molto meglio se nell’indagine fossimo comparsi come i più cari”.

Gli albergatori dicono di essere concorrenziali perché assicurano il miglior rapporto qualità/prezzo.

“Il rapporto qualità prezzo si basa su due fattori: la qualità dell’offerta e la concorrenzialità della spesa. Noi ci siamo solo in uno dei due settori. La costa smeralda, per esempio, non ha alternative al prezzo alto. Da noi la fascia alta non esiste, non c’è. Offriamo un prezzo basso perché non abbiamo un prodotto di qualità. Immaginiamo questo, anche per assurdo: un decreto Obama costringe tutti i miliardari a venire in vacanza da noi. Dove andrebbero? Non avrebbero dove andare perché non ci sono strutture all’altezza. Le eccezioni sono poche, di chi è capace di trovare nuove strade e investirci. Mi vengono in mente il Blu suite hotel di Bellaria, l’hotel Duomo o il Regina Elena 57. Il prodotto nuovo, bello con appeal si vende bene”.

E come fa a reggere ancora questo tipo di business?

“È un sistema che ancora si sostiene grazie alla famiglia che

lavora. È lo sfruttamento della manodopera familiare. Infatti noi eravamo competitivi anche senza la crisi. Dalle altre parti hanno aumentato i prezzi mentre da noi sono sfacciatamente più bassi. Il problema, ribadisco, è la qualità. Non ci sono risorse da investire per riqualificare". Tanti hotel, soprattutto a Rimini, sono dati in affitto. Negli ultimi anni è un fenomeno divenuto importante. Anche questo pesa?

"Sì, perché è impossibile trovare qualità in un sistema di alberghi in affitto, quando il margine operativo lordo corrisponde alla locazione di una stagione".

Insomma è un sistema destinato a frantumarsi?

"Ora noto un'aria stanca. Gli imprenditori non vedono un futuro chiaro. Poi ci sono gli imprenditori coraggiosi che hanno investito o investono per riqualificare e dare un'offerta di qualità elevata.

La Riviera è nata con le cambiali, con i debiti. Oggi le aziende indebitate sono poche ma quelle che ci sono vanno bene perché hanno investito. In questo modo il declino del settore farà uscire dal mercato chi non ha il coraggio o la possibilità di investire. Negli ultimi 20 anni si sono perse quasi 500 strutture solo a Rimini. Erano circa 1700, ora siamo attorno alle 1200. Certo molte sono state accorpate o trasformate in residence".

Quanto pesa la crisi economica e del turismo in genere?

"Ora il turismo internazionale si sta rialzando. Da noi invece è il turismo di prossimità a rappresentare il problema perché con la pioggia di giugno un italiano decide di non partire o di tornare a casa prima. Un inglese che prenota una vacanza di una settimana non torna indietro anche se piove. È difficile aumentare le presenze senza una destagionalizzazione. Processo avviato ma comunque il 70% delle presenze lo facciamo d'estate".

Quindi?

"Quindi è come la pubblicità, quella per chi ha problemi di erezione: Basta scuse! La gente non ha smesso di andare in vacanza. Ma noi non abbiamo ulteriori ingredienti che servano

a venderla, la vacanza. È come cercare di vendere un Mivar in b/n 14 pollici invece di uno Sharp ultrapiatto. Siamo rimasti a un'offerta turistica di 40 anni fa. Il futuro passa attraverso il cambiamento e l'adattamento, diceva Darwin".

IL FATTO

L'Espresso: la Romagna e le tristezze

– Gli albergatori non ne parlano volentieri perché è materia delicata. Una recente inchiesta, pubblicata sul sito internet dell'Espresso, ha però riportato a galla il torbido, riproposto il problema in maniera critica. Il lavoro irregolare fa parte del sistema, è sempre stato così, e permette anche di abbassare i prezzi e mantenersi competitivi. Il passato è tinto di quella sfumatura in toni di grigio o color seppia che ha il pregio di consegnare un po' tutto al mito. Il mito della laboriosità, del "far legna", della fatica che non pesa perché siamo romagnoli, anche se gran parte del sistema turistico, oggi più che mai, non è più "indigeno".

Alcuni decenni di storia trasformano però la società. Mutano i costumi, le esigenze, fino alle nazionalità e addirittura i colori. Così il seppia e il bianco e nero lasciano spazio ai colori più spietati. "Questo modello turistico è particolare, naturalmente per la storia stessa della Riviera – è l'analisi di Anna Battaglia, della Filcams-Cgil di Rimini – che ha come caratteristica l'inventiva, il cogliere il momento favorevole, in una gestione che in passato era prevalentemente familiare". Quindi anche il ritmo e l'orario di lavoro erano esasperati: comunque lo stipendio rimaneva in famiglia. "Ora il sistema è cambiato e ci si chiede: come si fanno ad avere questi prezzi mantenendo qualità per esempio nella cucina? La risposta è che si taglia nei costi della manodopera. Altrimenti non si spiegherebbe come a Rimini, dove statisticamente abbiamo una media reddito tra le più basse, ci sia tutto questo benessere. È un contrasto che salta all'occhio e stride con la rappresentazione che ne danno alcune categorie. A fine stagione la Filcams (rappresenta i

lavoratori del terziario ndr) è quello che registra il maggior numero di vertenze". Cambiano le tinte, si diceva. Il nero è una di quelle. Ora si preferisce parlare di lavoro grigio: "Ora il lavoro nero è più raro – riprende Anna Battaglia – infatti è più frequente trovare situazioni in cui, per esempio, si fa un contratto part-time e invece il dipendente lavora 13 ore, senza giorno libero e con tanto fuori busta. Con la conseguenza che, per esempio, non si riesce a raggiungere il monte ore per la disoccupazione o l'assegno sarà molto ridotto".

I giovani da sempre hanno fornito tanta manodopera a basso costo con turni massacranti e stipendi molto al di sotto del contratto nazionale di riferimento. Da qualche anno a questa parte gli stranieri, soprattutto i neocomunitari romeni, hanno preso il posto di tanti italiani nelle sale, nelle cucine e ai piani degli alberghi. Costano meno perché pretendono salari più bassi e fanno meno storie: spesso ignorano i propri diritti.