

GIRO D'ITALIA

Il doppio fronte di Bari:

L'attività delle crociere e l'espansione dello scalo cittadino sono i due punti fermi del business

Bari, un porto di mare. Nessuna definizione potrebbe essere più calzante per inquadrare il lavoro degli agenti di viaggi nella città pugliese. Qualunque sia la storia di ogni singola agenzia, infatti, lo scalo marittimo di Bari ha sempre un ruolo di primo piano.

Una tradizione mercantile secolare unita al fatto di essere il più grande porto commerciale dell'Adriatico non sono eredità delle quali ci si libera facilmente. La città di Bari lo sa e forse anche per questo, mantiene inalterata nel tempo la sua vocazione commerciale, la sua identità di città di grande transito a discapito dell'offerta storico-culturale, messa decisamente in secondo piano. In questo scenario si muove il lavoro, spesso difficile, degli agenti di viaggi, dove avere una buona relazione con le realtà portuali è una priorità, l'incoming è un affare da coltivare nel tempo e i rapporti con le istituzioni non sono sempre rosei.

L'ascesa del cruising

“Con il business delle crociere si lavora tutto l'anno - afferma **Silvia Carlà**, addetta prenotazioni di **Ancona Viaggi** -, è una risorsa da sfruttare anche lungo l'inverno”. Ne dà conferma anche **Raffaele Scialpi**, titolare di **Italvacanze**: “Il mercato crocieristico è una realtà

L'ANALISI DELLA CLIENTELA

Pur essendo una città del Mezzogiorno, la clientela barese appare molto più simile a quella delle città industriali del Nord Italia. “Bari è in tutto e per tutto una città commerciale a bassa vocazione turistica, tra l'altro scarsamente incentivata dalla Regione - afferma **Francesco Desario**, titolare di **Ridentour** e presidente regionale **Fiavet** -. Inoltre i suoi cittadini scelgono per lo più soggiorni fuori regione o fuori dall'Italia. Va da sé che con la crisi e la contrazione della domanda i dettaglianti che curano l'outgoing, ovvero la maggior parte, hanno sofferto”. Il presidente dell'associazione di categoria, comunque, non demorde e rilancia: “Il mercato è tuttora fermo ma teniamo alto il morale e vediamo quale scenario troveremo tra qualche mese”.

importante per le agenzie di viaggi baresi. Ci consente di fare dei buoni volumi”. E non è di certo un caso che i diversi armatori italiani ed europei, Msc e Costa in testa, abbiano posizionato delle navi e creato delle basi proprio a Bari.

Il rallentamento dei traghetti

Confermata la forza del business crociere, dal porto arriva un altro potenziale benefit, i traghetti. Ma su questi, però, i pareri degli agenti non sono più unanimi. “Il segmento dei traghetti può essere una buona risorsa ma è legata unicamente al periodo estivo” precisa **Fabio Trulli**, titolare di **Oltre la luna**. “Anni fa anche il mercato dei traghetti era davvero un affare da agenzia - spiega **Mara Natalicchio**, titolare di **Maggiolino Viaggi** di Barletta -, ora non lo è più o lo è sempre meno. Le compagnie incentivano la vendita diretta, usano il web e ogni canale possibile. Solo le crociere continuano a fare il gioco degli agenti”. Ribadisce il concetto **Piero Innocenti**, titolare di **Innocenti Viaggi**. “Storicamente dal porto di Bari partivano le rotte per l'Albania e soprattutto per Dubrovnik, in Croazia, mentre da Brindisi si andava in Grecia e racconta l'agente -: pian piano, Bari è riuscita a sottrarre flusso e guadagnare anche il traffico sulla Grecia. I volumi di passeggeri sono quindi in espansione, quindi. Ma dire che questo porti un beneficio alle agenzie, è davvero relativo”.

La certezza dell'aeroporto

Sul tema trasporti, la città ha aperto anche un secondo fronte, oltre a quello marittimo. Tra i punti di forza, infatti, c'è senza dubbio lo scalo aeroportuale. Bari Palese incassa il parere favorevole degli agenti, che descrivono un'aerostazione effi-

ciente, ordinata e funzionale. “Lo scalo di Bari funziona benissimo - racconta **Michele Viola**, responsabile commerciale di **Aggestea** -, non credo crescerà mai a dismisura, perché anche il vicino Brindisi è un ottimo aeroporto e il traffico si divide. Ma confrontato ad altri aeroporti del Mezzogiorno, vince ogni paragone”. Da queste parti, inoltre, la biglietteria aerea non sembra patire in maniera forte la concorrenza con il web. Ed emerge un particolare: “La débacle di MyAir dello scorso settembre - segnala **Viola** - ha lasciato molta gente a terra e ha riportato un po' di clienti in agenzia, in qualche modo ci ha fatto bene”.

I vettori low cost

Pollice alzato anche per i trasferimenti da e verso lo scalo del capoluogo. “Ci sono buoni collegamenti; anche noi che distiamo 40 chilometri dall'aeroporto non ci lamentiamo - dice **Mara Natalicchio** -: inoltre, sta per essere completata una tratta ferroviaria diretta, che sarà utilissima per chi vive in centro a Bari”.

Il quadro idilliaco non può però nascondere inevitabili problematiche e come spesso capita il dito viene puntato sui vettori low cost. “Prima c'erano più collegamenti, invece da quando Ryanair si è basata a Bari, detta lei le condizioni - sentenzia **Carmelo Scozzari**, banconista di **Milleura Viaggi** -, mi chiedo se all'aeroporto non convenga invece instaurare un dialogo con compagnie più serie, che portino benessere a tutti”. Più indulgente invece la visione di **Raffaele Scialpi**. “Ryanair ha sempre favorito la disintermediazione - ricorda il titolare di **Italvacanze** -. Non è il migliore degli interlocutori possibili, ma se occorre è una vendita fatta senza difficoltà e, anche indirettamente, porta benefici”.

Stefano Gianuario

**310**

Il totale delle agenzie presenti nel territorio della provincia, 28 delle quali sono filiali. Per quanto riguarda solamente il capoluogo, invece, i punti vendita sono 92 (fonte: Provincia)

La voce dei protagonisti**PRO E CONTRO**

Il segmento traghetti resta fondamentale: “Bari è riuscita a sottrarre flusso e guadagnare anche il traffico sulla Grecia - dice **Piero Innocenti**, titolare di **Innocenti Viaggi** -. I volumi di passeggeri sono in espansione, quindi, ma dire che questo porti un beneficio alle agenzie, è davvero relativo”.

ESCURSIONI

Il business delle crociere non si sviluppa solo nell'outgoing ma anche nell'incoming. “Bari offre attrattive e personalmente curiamo oltre 70 scali annui dei crocieristi con escursioni in città. Ma i pernottamenti sono davvero pochi” spiega il titolare di **Ridentour** **Francesco Desario**.

www.ttgitalia.com

Giro d'Italia 2010

Un itinerario lungo la Penisola è stato ideato con i mercati. Dopo il successo della prima edizione del Giro d'Italia 2009, quest'anno l'itinerario è stato arricchito con la visita ai mercati di Bari, Brindisi, Lecce, Taranto e Catanzaro.

**Il tour 2010 sul sito web**

Sul sito di **TTG Italia**, una finestra online interamente dedicata al giro d'Italia realizzato dalla redazione del giornale. Dallo spazio web è possibile anche scaricare in formato pdf tutte le puntate già pubblicate del tour di quest'anno. Inoltre, sono disponibili tutte le 15 tappe realizzate durante l'edizione del 2009.