

L'intervista - Graziano Benevenga, titolare dell'agenzia di viaggi Mondo Eliben fa il punto della situazione in fase emergenziale

“Noi titolari delle agenzie di viaggio abbiamo subito una perdita dell'80%”

Voli annullati, corse di autobus a lunga percorrenza dimezzate

di Erika Noschese

“La perdita economica, per noi, è pari all'80% circa”. Amara constatazione per Graziano Benevenga, titolare dell'agenzia di viaggi Mondo Eliben con sede a Palomonte. L'emergenza Coronavirus e la seconda ondata di contagi hanno portato il governo nazionale a fare un passo indietro: voli annullati, corse degli autobus a lunga percorrenza dimezzate e, di conseguenza, lavoro quasi pari allo zero anche per le agenzie di viaggi.

Graziano, l'emergenza Coronavirus ha messo in ginocchio tanti settori, tra cui quelle delle agenzie di viaggi. Com'è attualmente la situazione?

“La situazione delle agenzie è sicuramente particolare in questo momento, nel senso che purtroppo non abbiamo una prospettiva. Sicuramente il problema è legato all'emergenza Coronavirus ma anche alla mancanza di prodotto, il vero problema in questo momento è che dipende, in questo caso, dai tour operator: alcuni non ci danno vendibilità, altri non ci danno assistenza. Siamo un po' in alto mare, è difficile proporre qualcosa al cliente in questo momento”.

La seconda ondata di contagi ha imposto un cambio di rotta, tanti voli annullati e corse degli autobus a lunga percorrenza dimezzate. A quanto ammonta il danno economico subito?

“Credo che il danno economico l'abbiano subito un po' tutti. In primis, il vero core business delle agenzie sono i prodotti dei tour operator e si è cercato di mitigare su quelli che sono i prodotti relativi alla biglietteria, quindi i voli aerei, i bus e quant'altro ma abbiamo avuto grosse difficoltà. Il fatto che i voli vengano annullati dalle compagnie è stato un vero danno, sicuramente anche loro non sapevano come gestirli ma il punto è che anche noi, con il cliente, non avevamo una risposta pronta. Una situazione che, in qualche modo, si sta ripetendo; anche se non è ufficiale ab-

biamo questi problemi: ci vengono annullati i voli dopo la prenotazione e da questo punto di vista è un danno organizzativo perché non sappiamo se realmente se questi biglietti poi possono essere utilizzati o meno”.

A quanto ammonta il danno economico, magari rispetto allo scorso anno?

“Le agenzie sono ferme da febbraio e, ad oggi, si è fermata un po' tutta la filiera. Senza esagerare siamo intorno all'80-85% di danni. Di fatto siamo aperti ma non abbiamo prodotti da proporre al cliente sul mercato e si può immaginare il danno, è evidente. È chiaro che anche la paura fa la sua parte, oltre ai consigli che diamo noi agenti perché spesso ci troviamo nella posizione di consigliare ad un cliente di partire. In questo periodo, tentiamo un po' a scoraggiare il cliente”.

Il vostro settore è strettamente collegato anche al mondo del wedding. Ci sono stati viaggi annullati all'ultimo?

“Certo, questo è un danno evidente per tutta la filiera. Inizialmente, si pensava di poter rinviare a 30 massimo 40 giorni, quando c'è stato il primo lockdown per interdenze; poi, la situazione si è allungata di molto, nel senso che alcuni hanno proprio rinunciato al matrimonio, all'evento e di conseguenza anche al viaggio. E qui si verifica un altro grosso problema: non tutti i tour operator ci vengono incontro proponendo, da qui ad un anno, l'eventuale conferma. Quindi, non tutti hanno risposto in termini di voucher ma soprattutto, ripeto, il vero problema è legato al rischio di perdere il cliente, nel senso che accetta l'emozione e se in questo momento vede l'aspetto negativo nel momento in cui deve festeggiare il matrimonio piuttosto che un week end va in panico e decide di annullare tutto”.

Lo Stato ha messo a disposizione aiuti per molte categorie. Per quanto riguarda le agenzie di viaggi com'è la situazione? Gli aiuti messi a disposizione sono suffi-

cienti?

“Il governo, devo dire la verità, inizialmente ha risposto seppur in parte e non nello specifico alle agenzie di viaggio, parlando di partite iva. Chi più chi meno, tutti rientravamo nei primi bonus, con il primo decreto ma nell'ultimo è stato più chiaro, aprendo proprio alle agenzie di viaggio: ci sta un lavoro relativo ad un bonus, la buona volontà si vede ma non sono altro che gettoni che aiutano le piccole attività a pagare semplicemente le spese minime. Il vero problema può verificarsi con le agenzie più grandi, più strutturate perché il gettone, in questo caso, può servire solo a compensare le spese immediate, eventuali responsabilità civili, polizze, contributi Inps”.

Ci sono proposte che potrebbero essere avanzate al governo nazionale? Quali?

“Il nostro settore è molto delicato in quanto vasto. Noi siamo un'attività commerciale come tutte le altre quindi in realtà noi vendiamo prodotti che ci vengono proposti a monte, quindi dai tour operator. Se in questo

“Oggi non abbiamo una vera programmazione per il futuro”



Agenzia di viaggi Mondo Eliben

momento il mercato organizzativo dei tour operator è fermo perché hanno dei dinieghi non solo in Italia ma anche all'estero può capire bene che il problema si ripercuote a cascata. Cosa fare? Questa è una bella domanda perché in realtà noi abbiamo le mani legate, siamo degli intermediari e pur volendo offrire prodotti nostri, quali ad esempio le escursioni, i week end o la gita fuori porta, dobbiamo attenerci comunque ai vari decreti, prescrizioni regionali. Dobbiamo stare attenti non solo alla normativa nazionale ma anche a quelle locali che potremmo trovare in altre regioni e vale anche per il biglietto aereo perché potremmo proporre al cliente un eventuale scalo e imbarcarci in una nazione diversa. Siamo letteralmente fermi, aspettiamo risposte in questo senso.

Il governo potrebbe invece fare un po' di lotta all'abuso, nel senso che per ven-

dere viaggi o fare da intermediario occorrono requisiti precisi: esame alla Regione, iscrizione all'albo oltre alla partita Iva mentre tutti confondono l'organizzazione di un pullman privato, la parrocchia con un viaggio e non è così”.

C'è il rischio concreto di un secondo lockdown o comunque di misure ancora più restrittive. Cosa potrebbe accadere al suo settore?

“Commercialmente, il mese di novembre è stato sempre un po' morto da questo punto di vista ma è ovvio che ci stiamo giocando la stagione invernale e dovremmo iniziare a guardare a quella estiva ma il problema è che ancora non sanno quali prodotti proporre in estate. È una sorta di attesa generale che, come già detto, si ripercuote un po' a cascata, lasciando tutti con il fiato sospeso”.

L'allarme - Lanciato da Schiavo, presidente della Confesercenti Campania

“Un esercito di imprese vanno verso il fallimento”

Confesercenti Campania si unisce al grido d'allarme di Confesercenti Nazionale sulla perdita di fatturato stimata a causa della seconda ondata del coronavirus e dei nuovi parziali o totali lockdown delle attività. Se sul territorio italiano parliamo di 8/10 miliardi di euro di spesa delle famiglie bruciate nel quarto trimestre di quest'anno, in Campania la perdita di fatturato per gli esercenti è di 76/78 milioni di euro al mese, tra i 2.4 e i 2.6 milioni al giorno, ovvero tra i 300 e i 350 milioni di euro in fumo nell'ultimo trimestre dell'anno, secondo le stime di Confesercenti.

«La situazione è drammatica - avverte Vincenzo Schiavo,

presidente Confesercenti Campania - nella nostra regione. In media le nostre attività d'impresa fatturavano 8 miliardi di euro al mese sino al 2019: ora viaggiano con il freno a mano tirato, con una perdita di almeno il 50%, ovvero di 4 miliardi al mese. Le nuove restrizioni, la chiusura alle 18 delle attività, lo smart working che non favorisce la spesa dei consumatori, il disagio sociale e la paura del contagio portano le nostre stime di perdita giornaliera in Campania di 2.4/2.6 milioni al giorno e a Napoli e provincia di 1.2 milione al giorno. Un'enormità, un peso insostenibile per le nostre aziende, destinate al fallimento o peggio ancora a fi-

nire nella morsa dell'usura e della malavita». Lo studio di Confesercenti Campania evidenzia oggettive difficoltà: i negozi di 30-50 mq, che hanno un costo di 250 euro al giorno, stanno perdendo mediamente dai 100 ai 150 euro al giorno, il che vuol dire che ogni imprenditore si sta indebitando mediamente dai 3000 ai 4500 euro al mese. Le cifre salgono con la grandezza dei locali: sempre nel settore abbigliamento i costi quotidiani salgono a oltre 400 euro per negozi di 100/150 mq, con perdite che vanno dai 4500 ai 7000 euro al mese. Infine una struttura da 200 ai 400 mq ha un costo di 780 euro al giorno: ovvero perdite dai 6000 ai 9000 euro al mese.