

TURISMO: Adoc, bocciate iniziative di Confcommercio, inutile marchio di trasparenza dei prezzi

venerdì 24 luglio 2009

La Fipe-Confcommercio ha lanciato due iniziative di promozione turistica, il marchio di trasparenza dei prezzi e un sistema di conciliazione in caso di disservizi. Per Adoc le iniziative non risolvono il problema cronico della maleducazione turistica, ma servono solo a mascherarlo.

"La Confcommercio tenta di mettere toppe inutili a un problema strutturale e cronico quale la maleducazione turistica - dichiara Carlo Pileri, Presidente dell'Adoc - largamente diffusa nei bar, ristoranti e strutture ricettive aperte anche agli stranieri. Occorrono nuove regole sulla garanzia della qualità, sul rispetto degli standard europei e internazionali, sulla capacità degli operatori di relazionarsi con i turisti, sul controllo dei prezzi. Che si sono raddoppiati, in questo settore, negli ultimi sei anni, basti pensare che dal 2001 ad oggi i rincari medi per una tazzina di caffè normale sono del 48% e di circa il 60% per una di caffè speciale. Contribuendo, bar e ristoranti, ad aumentare l'inflazione reale, essendo stati i primi a fare l'equivalenza 1000 lire 1 euro, a carico dei consumatori. Per risolvere veramente questi problemi occorrono interventi che andrebbero decisi intorno a un tavolo e non, al contrario, proponendo inutilmente delle soluzioni sporadiche per casi simbolici. Bocciamo, inoltre, il marchio di trasparenza dei prezzi. Una soluzione autoreferenziale, che non apporta miglioramenti né al marketing né alla trasparenza stessa. Ottenibile solo attraverso un controllo da parte di soggetti terzi e delle Associazioni dei consumatori". Adoc ricorda che è attivo lo sportello "Help Tourist" e a breve sarà attivato lo sportello di assistenza legale riservato ai turisti giapponesi. "Lo sportello "Help Tourist", aperto a tutti gli stranieri in visita a Roma, sta raccogliendo numerose segnalazioni di comportamenti scorretti - continua Pileri - dal bicchiere di vino non di marca pregiata che viene fatto pagare 5-6 euro al bicchiere, pur non essendo né DOC né prodotto in zone IGP alla corsa in taxi da Fiumicino al centro, che costa anche 100 euro per un turista, soprattutto se giapponese. Per quest'ultima tipologia di turisti a breve attiveremo uno sportello di assistenza legale su tutto il territorio italiano, raggiungibile anche sul sito, nelle versioni italiana e giapponese."