

## Todomondo emblema del "low cost a tutti i costi"

notizia pubblicata **27 luglio 2009** alle ore **13:20** nella categoria **L'opinione**

---



"Il caso Todomondo è purtroppo assolutamente emblematico di una tendenza in atto sul mercato turistico italiano. Una tendenza che tende a radicarsi grazie ai messaggi che le stesse imprese, alcune imprese, inviano ai consumatori. Si propongono vacanze e soluzioni di trasporto basandosi esclusivamente sul prezzo più stracciato e proponendo, ad esempio, un volo da Roma a Londra ad un prezzo più basso della stessa corsa in taxi dal centro della città all'aeroporto di Fiumicino. Chiunque sappia viaggiare sa che c'è qualcosa di profondamente viziato in tutto questo pur sapendo quando approfittare di tali opportunità. Una delle conseguenze più gravi di questo "low cost a tutti i costi", scusate il bisticcio di parole, è che si abbassa il livello di valutazione critica dei consumatori che iniziano a ritenere normale, anziché eccezionale perché magari siamo in presenza di un vero last minute, viaggiare all'estero, in alta stagione, magari su una meta caraibica a 500 euro. In pratica l'unico elemento di valutazione diviene il prezzo finale, nessuna valutazione effettiva sulla sua plausibilità e sul rapporto qualità/prezzo. Non contesto che si possa comunque scegliere tali soluzioni pertanto, ma il modo in cui vengono comunque prescelte.

Il caso Todomondo non ci preoccupa solo per questo, le ricadute in termini di immagine per tutta la categoria sono negative poiché ormai sono molte anche le agenzie di viaggio tradizionali (e soprattutto professionali) che operano on line". (Andrea Giannetti, presidente Assotravel)