

**Ryanair ha le idee chiare, la Saga un po' meno**  
**Manca una strategia di marketing che attragga turisti stranieri invece di portarli all'estero**

PESCARA La lira d'Irlanda suona la musica più dolce per l'aeroporto di Pescara, che balla quasi esclusivamente ai suoni gaelici. Ryanair tiene in linea di galleggiamento lo scalo pescarese e ne scandisce i ritmi. E così la prima e più diffusa compagnia low cost lancia la programmazione invernale da Pescara con 6 rotte « che trasporteranno oltre 475 mila clienti all'anno e sosterranno - secondo quanto sostenuto da John Alborante, sales and marketing manager di Ryanair per l'Italia, - oltre 475 posti di lavoro presso l'Aeroporto di Pescara». Il tutto attraverso 52 voli settimanali. La livrea gialloblù è pressoché esclusivista dello scalo abruzzese e riconferma da sé «la propria leadership e il proprio impegno per la crescita dell'economia e del turismo in Abruzzo». Il piano operativo è il seguente: Barcellona (Girona), 4 voli settimanali, Bruxelles (Charleroi) 6, Francoforte (Hahn) 6, Londra (Stansted) 10, Milano (Bergamo) 22, Parigi (Beauvais) 4. Il presidente della Saga, Lucio Laureti, ha dichiarato a margine che «la prima fase della ricapitalizzazione è stata effettuata. Ora siamo in attesa dell'imminente firma di convenzione tra l'aeroporto e la Regione per i fondi Fas già destinati allo scalo. Tra i charter estivi, confermata la Russia e Mostar. Sul tavolo delle trattative con le compagnie aeree, nuovi collegamenti charter per la Grecia, Spagna e Sardegna». Rimane sul tavolo una questione meno marginale, e che investe una strategia complessiva che va ben oltre un piano marketing fatto di numeri e, soprattutto, di contributi. Se si intende davvero l'aeroporto come volano economico, turistico e di sviluppo, occorre pensare ai collegamenti aerei più per portare turisti stranieri che per portare gli abruzzesi all'estero. Dando per scontato che mete come Barcellona, Parigi e Londra hanno un consistente appeal per invogliare a partire da Pescara (e tornarci), è un po' meno scontato che un barcellonese o un parigino possa essere invogliato a venire a Pescara. Il discorso si può ampliare con tutte le destinazioni e ricade ovviamente nell'indotto, che è fatto di trasporti, spostamenti, turismo, hotel, ristoranti e giro d'affari. La capacità di spesa rapportata alle economie di certi Paesi verso i quali guarda l'aeroporto di Pescara e punta il timone Ryanair sono un elemento che dovrebbe aprire una profonda riflessione nei vertici della Saga e nel mondo politico che li esprime e ne supporta finanziariamente l'attività. L'"appetibilità" di Pescara non sembra dimostrata dall'interesse, latitante o escluso, di altre compagnie, e men che meno si configura una vocazione che si raccordi a Roma. Altro che charter estivi ancora all'ipotesi a maggio inoltrato.