Federalberghi e Fiavet contro Pompei... e Franceschini

Federalberghi e **Fiavet** si scagliano, attraverso le associazioni regionali, contro il soprintendente di Pompei, **Massimo Osanna**, per la decisione di aumentare il costo del biglietto di accesso agli Scavi Archeologici ed al Museo Nazionale a partire dal prossimo 26 maggio. Una decisione che, in pratica, costerà agli organizzatori di viaggio il 20% del biglietto per Pompei ed il 50% sul Museo.

“Non si possono prendere certe decisioni senza essersi prima interfacciati con gli operatori del territorio – attacca il presidente di Federalberghi Campania, **Costanzo Iaccarino** – non solo per una questione di forma ma soprattutto per sostanza: il mondo del turismo si muove con un anno di anticipo. E’ fondamentale che imprenditori ed istituzioni facciano sistema, o il danno di credibilità che ne ricaveremo sarà non meno pericoloso di quelli d’immagine che già ci hanno danneggiato in passato”.

Parole forti, che trovano conforto nelle numerose lettere di operatori campani noti alle prese con il rincaro degli ingressi a Pompei e con l’imbarazzo di doverlo comunicare a crocieristi e visitatori di tutto il mondo. Basti pensare, ad esempio, che la settimana prossima al Sea Trade di Miami la pattuglia campana proporrà, come tutte le delegazioni internazionali, i prezzi del 2016.

“Tutti noi – spiega infatti il presidente di Fiavet Campania, **Ettore Cucari** – ci troviamo nella difficoltà di dover comunicare ai clienti che devono pagare obbligatoriamente anche il costo del biglietto d’ingresso ad una mostra a Pompei che probabilmente non riusciranno neanche a vedere, visto che spesso i crocieristi puntano su permanenze piuttosto brevi. Per questo motivo chiediamo alle istituzioni di rivedere quanto prima il decreto, con la speranza che possano casomai istituire un supplemento facoltativo per la vistata alla Mostra e lasciare quindi invariato il biglietto attuale d’ingresso. Proprio in queste ore, tra l’altro, la Fiavet ha scritto al **ministro Dario Franceschini** chiedendogli di **smetterla di pubblicizzare dati falsi di visite ai siti**: è chiaro a tutti noi professionisti, infatti, che queste statistiche sono drogate dai numeri delle domeniche aperte, che però fanno il solo bene dei residenti e quasi mai dei turisti”.