l'Unità vacanze

RIMINI — Un particolare della spiaggia che si prepara ad accogliere per la stagione 1966 più di quattrocentomila turisti.

Si ripeterà la «grande stagione» in Romagna?

Già in dicembre l'Inghilterra guardava a Rimini

Ogni notte aerei inglesi sorvolano la Manica per trasportare centinaia di persone che hanno scelto l'Adriatico - Nascono i «consolati turistici» - Un successo assicurato anche dai prezzi competitivi

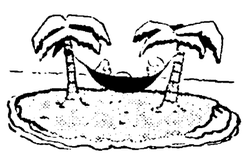
DALL'INVIATO

RIMINI, giugno

La prima notizia che la stagione estiva sarebbe andata bene, è giunta a Rimini in dicembre. In gennaio sono cominciate ad arrivare le conferme. Perchè avviene così ogni anno, almeno per la parte che riguarda il turismo straniero: già in inverno si può sapere con una certa precisione come andranno gli affari di chi vive del lavoro che proviene dall'industria turistica.

Rimini e la Riviera romagnola hanno raccolto nuovi successi anche in Inghilterra, nonostante che gli inglesi, per la verità, abbiano quest'anno dimostrato di preferire la Spagna. Dopo la Spagna, comunque, sulla scala delle preferenze è venuta Rimini. Ogni notte grossi aerei sorvolano la Manica nei due sensi per portare a Rimini o riportare in patria centinaia di persone che hanno scelto l'Adriatico per trascorrervi le vacanze. Al punto che per la terza stagione consecutiva le autorità diplomatiche inglesi hanno deciso di aprire, qui, un «consolato turistico».

Rimini, spiaggia europea, sta davvero diventando in questo modo, sempre più, una capitale estiva. L'aeroporto, grazie al traffico internazionale diventa uno dei più importanti d'Italia; la stazione ferroviaria allestisce treni speciali di 15 vagoni ciascuno che la collegano direttamente con le stazioni di Zurigo, di Basilea, di Stoccarda, di Francoforte, di Monaco di Baviera e di Amburgo; nel porto fanno scalo molte imbarcazioni in viaggio di crociera. Al «consolato turistico» inglese si aggiungerà presto quello francese (aperto per la prima volta); e sono allo studio analoghi progetti della Repubblica Federale Tedesca e della Svezia, cioè di Paesi che d'estate trasferiscono su queste spiagge un grande numero di loro cittadini. Queste, ormai, non sono più neppure delle grandi novità. Nessuno si stupisce nell'apprendere che dei grandi Paesi aprano delle loro rappresentanze in un centro balneare. Semmai queste notizie servono solo a confermare la crescente importanza turistica che la città romagnola si va conquistando anno per anno, anche quando i tempi si fanno più difficili.



Diventa così per nulla strabiliante la notizia secondo cui in maggio, il primo dei cinque mesi della stagione, sono stati registrati 19.813 arrivi (111.816 presenze) con un aumento, per gli arrivi, del 34,75% e, per le presenze, del 36,58% rispetto al maggio di un anno fa. Come pure è normale apprendere che il mese di giugno sta concludendosi con successo.

Se le cose andranno secondo le previsioni, i riminesi accoglieranno quindi una massa di ospiti non inferiore alle quattrocentomila unità (ed il calcolo è ovviamente in difetto, poichè le denuncie delle presenze negli alberghi e nelle abitazioni private sono sempre, per ragioni fiscali, abbastanza inferiori alla realtà). Un successo, comunque, che non piove dal cielo sui riminesi perchè sono simpatici; ma che viene soltanto a coronare una fatica compiuta collettivamente, con pochi mezzi, senza aiuti, persino il più delle volte senza alcuna specifica esperienza. Fatica collettiva perchè non c'è nessuno a Rimini che non faccia qualcosa, direttamente o indirettamente, per il turismo. Le maggiori attività dell'Amministrazione comunale, dell'Azienda di soggiorno, di enti e organismi fino ai nuclei familiari, sono tutte concentrate verso l'obiettivo del turismo.

E' da questo sforzo collettivo che è sbocciata l'attuale «capitale delle vacanze» con i suoi 1.430 alberghi, 90 mila posti letto ed una spiaggia su cui si allineano quasi cinquemila cabine e più di 22 mila ombrelloni (le cifre si riferiscono, ovviamente, soltanto ai 15 chilometri di riviera del Comune di Rimini).

Se è vero che l'attuale ricchezza delle attrezzature impone Rimini sul mercato turistico (nessun altro centro balneare europeo può competere con la spiaggia romagnola), è pure vero che la garanzia del successo viene anche da altri fattori: intraprendenza, ospitalità, spirito d'iniziativa, atmosfera, buona cucina, divertimenti; ma, soprattutto, buoni prezzi. Nel momento in cui i romagnoli hanno compreso che le loro spiagge potevano imporsi in campo internazionale soltanto praticando delle tariffe economiche, il successo di Rimini è stato assicurato. Oggi si può venire al mare, nel mese di giugno o in settembre, pagando anche una pensione giornaliera di sole 1.300 lire, comprensiva di servizio, IGE e imposta di soggiorno. Sempre nello stesso periodo di *bassa stagione*, la pensione completa in un albergo di seconda categoria non supera le 1.900 lire al giorno, che diventano 2.400 in luglio ed agosto.

E' dal 1962, oramai, che gli albergatori riminesi lasciano invariate le loro tariffe, nonostante i sensibili aumenti che il costo della vita ha subito anche in Romagna. Naturalmente ciò ha ridotto l'entità dei guadagni su ogni turista; però ha anche permesso a Rimini di non conoscere crisi nel vero senso della parola. La battaglia dei prezzi è stata decisiva. L'impegno preso collettivamente di offrire al cliente un buon soggiorno ad un prezzo equo ha fatto brillantemente superare agli albergatori i pericoli della *congiuntura* e della concorrenza. Non vi sono mai stati in questi ultimi anni sulla Riviera romagnola dei cali drammatici. Anche nei momenti più duri, la crisi per Rimini è in realtà consistita in un minor aumento degli arrivi e delle presenze e in minor incasso perchè la clientela dimostrava molta prudenza nelle spese non strettamente necessarie. Ma gli alberghi deserti nessuno ha mai potuto vederli.

Con ciò non si vuol dire che la spiaggia romagnola non abbia pure essa risentito della crisi generale. La fase d'espansione, per esempio, ha subito una battuta d'arresto che ancora non è stata superata. Le attività edilizie, costruzioni di nuovi alberghi, ampliamenti ecc., sono praticamente ferme. Quest'anno i nuovi alberghi sono soltanto due o tre in tutto il territorio del Comune e l'aumento dei posti-letto è di conseguenza irrilevante.

Non si trattava, inoltre, di superare solo i pericoli della congiuntura economica italiana; si trattava anche di rendere competitivi in campo europeo i prezzi di soggiorno e persino quelli dei divertimenti. Il singolo, isolato turista straniero va sempre più scomparendo. Sono le agenzie di viaggio che hanno preso nelle loro mani il mercato internazionale delle vacanze decretando la fortuna o la crisi di centri balneari anche attrezzati ed importanti. Anche a Rimini, le agenzie di viaggio portano i turisti «a vagoni o ad aerei», assicurando il pieno a centinaia di alberghi per tutta la stagione. Persino i divertimenti, dalle gite ai balli, sono organizzati dalle agenzie di viaggio. Gli albergatori che hanno stipulato convenzioni di questo tipo — pur dovendo concedere un'alta percentuale alle agenzie di viaggio — non debbono più rompersi il capo nella caccia al cliente; in maggio possono sapere con precisione quanti ospiti avranno in settembre.

In cambio debbono assicurare un buon trattamento a prezzi popolarissimi, perchè basti pensare che un qualsiasi cittadino inglese può *acquistare* dalle agenzie i suoi 15 giorni di vacanze a Rimini, compreso il trasferimento di andata e ritorno in aereo, per 35 sterline: cioè per 65.000 lire complessive.

Piero Campisi

Le due facce del turismo

L'ITALIA TURISTICA ha varcato le soglie della sua breve stagione: due mesi o giù di lì, certo la più corta dell'anno. E già da molte parti si fa un gran parlare dei frutti (in miliardi di lire) che essa ci porterà. Per primi ci auguriamo che ogni previsione ottimistica si avveri. Una buona stagione significa lavoro a pieno ritmo per milioni di persone, bilanci a pareggio o in utile per migliaia di piccole-medie imprese alberghiere e di altrettanti esercenti, maggiore circolazione monetaria, più larga conoscenza del nostro Paese (da parte di italiani e di stranieri) che in Europa è senza dubbio uno dei più suggestivi e ricchi di bellezze naturali e d'arte.

I primi dati giustificano in parte, e soltanto per certi settori, una previsione ottimista. Si è già registrato un maggiore afflusso di turisti (+17%) e un notevole aumento della domanda extra-alberghiera (+25) rispetto al primo quadrimestre dello scorso anno; ci si avvia al già «tutto prenotato» nelle tipiche zone di villeggiatura, specie sulla Riviera romagnola che ha toccato in giugno punte altissime di presenze. Se ci fermassimo qui potremmo dire: tutto va bene, la stagione è assicurata.

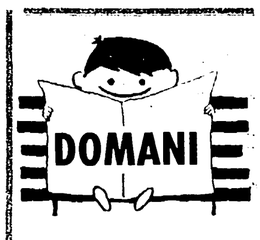
Ma l'altra faccia della medaglia turistica offre dati non meno significativi e per ciò stesso dovrebbe consigliare prudenza nel generalizzare le previsioni; suggerire correzioni a certe campagne propagandistiche che assai difficilmente puntano il dito su quel che va criticato o cambiato, e sollecitare la revisione dell'intero sistema fiscale. Vediamo da vicino alcuni esempi.

Lungo gli arenili della Campania vige un «caro bagni» che ci riporta ai primi discorsi sul boom turistico. La speculazione edilizia e dei terreni demaniali continua imperterrita, sebbene qua e là vengano adottati, contro le più brutali aggressioni al paesaggio, provvedimenti severi. Il cemento mangia poco a poco le Cinque Terre perchè al Comune di La Spezia è mancata la volontà politica di elaborare un piano intercomunale richiestogli, da ben 5 anni, dal ministero dei Lavori Pubblici. Il mare del Grossetano è quasi tutto ingabbiato e le spiagge libere figurano soltanto nelle cartoline di alcuni anni fa. La Calabria langue nell'attesa di provvedimenti ministeriali e dei fondi della Cassa del Mezzogiorno; i Parchi nazionali attendono una tutela che li salvaguardi dall'abbandono e dalle mire del capitale privato. Il movimento prezzi-vacanze sembra un gioco di Borsa: la domanda è più alta dell'offerta e, per giunta, concentrata in un periodo brevissimo. Da qui l'inevitabile rialzo dei prezzi, col quale devono soprattutto fare i conti le famiglie dei lavoratori.

Queste due facce del nostro turismo «produttivistico» non si discostano, beninteso, dal tradizionale discorso che sin qui è stato fatto e che ha trovato un suo punto d'approdo nella recente e criticata Conferenza indetta dal ministero del Turismo. Restano aperti problemi di dimensione nazionale, fra i quali citiamo soltanto quello del turismo sociale che convoglia su di sè le maggiori attenzioni e polemiche.

Alle buone previsioni che si annunciano se ne deve quindi aggiungere un'altra: nello stesso momento in cui si chiuderà il capitolo sulla «stagione '66», si aprirà quello sul turismo sociale che si fonda, essenzialmente, sulla applicazione dell'articolo 36 della Costituzione. Ciò comporterà scelte precise da parte del governo, impegno unitario dei sindacati, partecipazione attiva degli Enti locali, categorie turistiche, organizzazioni previdenziali e sociali. E le misure che si dovranno adottare per garantire il pieno godimento del diritto alle vacanze di tutti i cittadini non sono di ordinaria amministrazione: salario-ferie per le più importanti categorie di lavoratori, scaglionamento delle vacanze e revisione del calendario scolastico così da giungere gradatamente a una stagione-vacanze compresa fra il maggio e il settembre. Un discorso tutto nuovo, dunque, che soltanto una comune volontà può tradurre in una coraggiosa e moderna riforma del turismo italiano.

Dina Rinaldi



- Viabilità - pericoli - sicurezza
  Scatta su quattro ruote la «grande invasione»
- **Le crociere d'estate nell'Unione Sovietica, in Romania, in Grecia**
- **Terni: festeggiano l'acqua che causò una guerra**

Nei prossimi giorni

Le vacanze degli italiani: dove e come le fanno

JUGOSLAVIA

ESTATE ALL'ESTERO

Nel paese delle mille isole il soggiorno costa la metà

Vantaggioso cambio monetario - Quanto si spende negli alberghi e nelle pensioni - Positive combinazioni nelle case private - In Dalmazia, a «due passi da casa» gli italiani sono quasi raddoppiati dal 1963

DALL'INVIATO

SPALATO, giugno

Abbiamo visitato decine di alberghi, pensioni, campeggi, case private, motels jugoslavi, pronti ad accogliere l'«invasione» turistica che è già iniziata. Abbiamo esaminato e confrontato i prezzi nei ristoranti, i prezzi per viaggiare lungo la costa dalmata sui pullman da gran turismo; i prezzi per soggiorni brevi e per quelli di 10-20-30 giorni in piccole e grandi località, nei villaggi dei pescatori e nelle città più note della costa dalmata, quella più a portata di mano del turista italiano. La conclusione è che le vacanze in Jugoslavia sono di una convenienza straordinaria. In pochi altri Paesi, ormai si offre tanto a così buon prezzo. Con 1000 lire si hanno — al cambio attuale — 2000 dinari. Ciò significa che per gli italiani, il soggiorno in Jugoslavia costa esattamente la metà del valore del mercato interno jugoslavo.

Qualche esempio? In un ristorante si può fare un pranzo completo, con antipasto pesce, dolce e caffè, per 700-1000 lire; la pensione completa all'Hotel «Marjan», il più bello e il più moderno di Spalato (quattordici piani di cemento e vetro, a pochi metri dal mare, camere con bagni e terrazze; piscine e attrezzature a livello internazionale) costa 7500 dinari; in una casa privata, considerata per il turista come camera di prima categoria, si può «fare» pensione completa, mangiando e vivendo insieme ad una famiglia dalmata per poco più di 1000-2000 lire al giorno; dormire al campeggio costa circa 200 lire per notte a persona, mentre un pacchetto di sigarette jugoslave, il turista italiano le paga dalle 60 alle 125 lire italiane. Gli esempi potrebbero continuare.

La Jugoslavia, sul piano turistico, non è una scoperta recente; è però da appena due o tre anni che su tutta la costa, che si stende per circa 700 chilometri dal Nord al Sud, il turismo è diventato così importante da modificare la vita di interi paesi nei quali sono sorti in pochi anni pensioni, supermercati e piccole ville per ospitare i turisti costruite con le sovvenzioni dello Stato.

La Dalmazia è un esempio significativo, di ciò che sta accadendo in Jugoslavia nel campo del turismo. Qui i pernottamenti degli stranieri nel periodo estivo, sono passati dal milione e novecentomila del 1963 a più di tre milioni dello scorso anno. I turisti, che erano 322 mila, sono divenuti; nel 1965, oltre mezzo milione. La Dalmazia, oggi, assorbe il 30% di tutto il turismo estero in Jugoslavia e le sue attrezzature comprendono 53 campeggi per un totale di circa 20 mila posti letto; 3 motels, 140 alberghi per un totale di 20 mila posti letto e con 60 mila camere private, delle quali circa 24 mila di prima e seconda categoria.

L'isola di Mljet, sulla costa meridionale dalmata. L'antica costruzione, che risale al XII secolo, è oggi un moderno albergo.

Ma la richiesta è tale che i posti letto, nel periodo di alta stagione, non bastano mai, nonostante gli sforzi e la buona volontà degli Enti turistici jugoslavi, delle varie organizzazioni locali e centrali. E' per questo che si costruisce a ritmo serrato sotto la spinta delle esigenze turistiche cercando tuttavia di mantenere il più intatto possibile il bellissimo paesaggio, salvaguardando la costa e le caratteristiche di città come Zara, Spalato, Dubrovnik che pure, in questi anni, si sono considerevolmente ingrandite. Bisogna riconoscere che, fino ad ora, la costa e le mille isole sparse nell'Adriatico davanti alla Jugoslavia, conservano inalterate le bellezze naturali e la pulizia del mare, non inquinato dagli scarichi delle grandi città, mentre il paesaggio non è rovinato da costruzioni speculative nei posti più tipici, nelle piccole insenature e negli «angoli» suggestivi che il turista può ancora provare il piacere di scoprire.

Purtroppo non abbiamo potuto raggiungere ogni piccola località di vacanza dell'intera Dalmazia. Per questo sarebbero occorse settimane di soggiorno, di viaggi continui. Abbiamo così scelto, insieme ai dirigenti degli Enti turistici dalmati, una «zona campione» che consentisse di informarci sui prezzi e sulle particolari combinazioni che vengono offerti ai turisti: la zona è quella che va da Zara a Podgora con le città di Sebenico, Spalato e Makarska e tutta una serie di piccole e grandi località: Biegrad, Pirovac, Pakostane, Primosten, Rogoznica, Trogir, Kastela, Solin, Omis, Brela, Baska Veda, Tucepi oltre a moltissimi villaggi di pescatori dove è possibile trovare ospitalità a prezzi modestissimi alloggiando nelle case degli stessi pescatori.

Tutte queste località, dopo l'apertura della strada panoramica che raggiunge sempre lungo la costa la città di Dubrovnik, sono collegate tra di loro da un servizio di autobus che in alcuni centri raggiungono anche il ritmo di 90 al giorno.

Quest'anno, secondo le previsioni degli esperti jugoslavi, il numero degli italiani che visiteranno la Dalmazia, supererà quello degli anni passati. Molti faranno uso, per raggiungere le diverse zone della costa, dei traghetti che collegano la costa italiana e quella jugoslava. Com'è noto, non è più necessario il visto per entrare in Jugoslavia e la traversata da Ancona a Zara, una delle più facili ed abituali, non dura più di sette ore. Si può ben dire che la costa dalmata è, per gli italiani, a due passi da casa.

Wladimiro Settimelli

Una grande porta si apre verso il Sud

La Riviera del Conero ha rotto le vecchie frontiere del turismo

Un documentario in Germania: «Sotto il mio cielo la tua vacanza» - I tedeschi trasferiscono a Senigallia la famosa festa della birra - La moda-mare '66 come a Tahiti e alle Canarie - Le linee marittime ed aeree

DALLA REDAZIONE

ANCONA, giugno

All'aeroporto di Falconara Marittima, da un aereo della linea Itavia (Milano - Ancona), scendono sinuose e disinvolte — una dietro l'altra come in una sfilata di moda — splendide ragazze. Sono le fotomodelle di Parigi e di New York. Le accompagnano giornalisti e fotografi di una rivista femminile italiana. Sono tutti diretti alla riviera del Conero.

Così il ciak della stagione turistica in provincia di Ancona: con la troupe della rivista femminile ed i primi gruppi di bagnanti. La moda mare 1966 avrà dunque per sfondo la riviera del Conero: lo «scoglio» più selvaggio dell'Adriatico, domato e reso accessibile da poco. Le strade, l'acqua, la luce sono qui realizzazioni di un pionierismo moderno, degli anni '60. Prima era un'impresa da scoiattoli arrivarci. Ma sono rimasti il verde, l'intrico del sottobosco, le capanne dei pescatori con i muri cariati dalla salsedine, un mare limpidissimo, tante, solitarie, spiagge libere, e piccole insenature scavate dal mare nella roccia.

Adesso sono sempre in più ad accorgersi del Conero. Lo abbiamo detto: i costumi a rete del 1966 hanno questa riviera per marchio naturale. Ed è un bel successo propagandistico. Ad iniziative del genere hanno fatto da scenario Tahiti, le Canarie, Taormina, Capri, i posti più stupendi del mondo. Non è cosa da poco per il Conero.

E a venti chilometri di distanza, sempre in provincia di Ancona, da Senigallia una notizia squillante: tutti gli alberghi hanno le stanze prenotate sino a fine stagione. Senigallia è l'altra faccia del turismo anconetano: qui la natura è dolce ed accogliente; un arenile spazioso lungo 12 chilometri; i fondali sono bassissimi sino a centinaia di metri dalla riva.

Intanto, nel mezzo delle due riviere, a Falconara Marittima, giungono e sono in programma i primi voli-charters. La foto del «Boeing» della Lufthansa, carico di turisti stranieri è una foto «storica» per lo scalo di Falconara. Lo obiettivo non lo nascondono all'Ente provinciale del turismo di Ancona: Falconara Marittima come Miramare a Rimini. Certo, non sono propositi che si attuano in un mese e nemmeno nel giro di una stagione. Ma i requisiti non mancano. Non difettano le opere, le iniziative, le scadenze confortanti. Ormai sono avanti i lavori del tronco autostradale Bologna - Ancona; le linee marittime turistiche collegano lo scalo dorico con tutti i porti dell'Adriatico, italiani e jugoslavi, e con la Grecia, Cipro, il Medio Oriente hanno raggiunto, in mezzi ed organizzazione, livelli invidiabili.

A Marcelli di Numana sta sorgendo un nuovo complesso alberghiero capace di ospitare 10 mila persone. Sempre sulla riviera del Conero, una frazione, Sirolo con una spiaggia ancora «vergine», e pochi chilometri di distanza si stanno allestendo quattro campi da tennis.

Gli specialisti dicono che qui si fermerà gran parte del turismo sempre più proteso verso il Sud. Per quest'anno le previsioni danno un minimo di aumento dei turisti stranieri pari al 10%. Il fatto è che nelle Marche, ed in provincia di Ancona in particolare, si è in un periodo di transizione e sul piede delle innovazioni. La rottura con il passato è già avvenuta. Milanesi e romani verranno a fare la «cura solsoiodica» a Senigallia ed a Numana quando i costumi delle donne erano lunghi sino alle caviglie era, dopo la guerra, il turismo è divenuto «industria». E sulla esperienza abbastanza clamorosa dei cugini romagnoli ci si è accorti che non basta più avere uno splendido panorama, avere monumenti storici, gente simpatica ed ospitale, il brodetto di pesce, il Conero e tutto il resto per fare del grande turismo. Oggi, bisogna fare i conti con le agenzie di viaggio, i prezzi, la ricettività, lo stato delle attrezzature e così via. E questa è stata la scelta. Una scelta recente che, tuttavia, ha in parte già trasformato il turismo anconetano avviandolo a un rapido sviluppo di turismo sociale.

Problema grosso che non si può certo risolvere abbassando il «tono» del turismo, come alcuni credono. Ci spieghiamo: anche una vera e propria industria, può realizzare una produzione in serie pur salvaguardando la qualità, il gusto, la tipicità del prodotto. Standardizzare non sempre significa rendere il tutto più ordinario e improvvisato. Dipende con quali prospettive si lavora. Prendiamo, ad esempio, la gastronomia, una delle più importanti componenti del turismo. Si possono fare piatti anonimi, pensando che, in fondo, la «massa» si accontenta. Ma chi fa simili calcoli, di turisti (di massa e non) ne vedrà pochi.

Qui, della questione se n'è parlato e difficilmente si troveranno piatti senza gusto: con cento lire in più a pasto, sulla retta del Conero ti servono prosciutto stagionato, condito secondo l'arte dei norcini e pastasciutta alla contadina; più sotto, a Portonovo, ti danno gli spaghetti con i moscioli appena tirati fuori dalla scogliera.

Dicevamo delle iniziative. Lo scorso inverno ed in primavera i dirigenti dell'EPT sono andati in Germania per allacciare rapporti con i responsabili delle organizzazioni turistiche tedesche. A Dusseldorf è stato proiettato un documentario: «Sotto il mio cielo la tua vacanza».

Dal raid in Germania sono sortiti molti contratti con le agenzie di viaggio e non poche iniziative. La prima si è realizzata ad Ancona nei giorni scorsi con la partita di calcio Italia-Germania (dilettanti).

In agosto il colpo grosso, senz'altro il più grosso della stagione in tutta la riviera adriatica, da Trieste sino a Brindisi: la famosa Oktober Fest (Festa della birra) di Monaco si trasferirà a Senigallia. Non c'è bisogno di parlare della Oktober Fest, una delle manifestazioni più spettacolari e popolari della Germania, nota in tutto il mondo e, soprattutto, nell'area europea della birra, quella che trasferisce più turisti all'Italia.

Sino all'anno scorso le cartine geografiche delle agenzie di viaggio tedesche terminavano a Pesaro, 10 chilometri più a sud di Cattolica. Nel resto dell'Italia arrivavano solo gli «isolati», una percentuale minima, rispetto a quella organizzata dalle varie agenzie di viaggio.

Quest'anno, le cartine geografiche si sono modificate: giungono sino alla Riviera del Conero. Ed i nomi di località turistiche di Sirolo, Numana, Portonovo, Senigallia sono scritti in evidenza quanto Rimini, Riccione, Cattolica e Cesenatico. E credeteci, si tratta tutt'altro che di una questione di prestigio, di innovazioni formali: chi è citato in quelle cartine vuol dire che è entrato nel grande giro del turismo. Problemi, polemiche, contraddizioni non mancano e su ciò ritorneremo. Ma sin d'ora si può dire che le cifre, a fine stagione, daranno in gran parte ragione alle scelte che si sono fatte.

Walter Montanari

Tende e mare per Oditte

La danese Oditte Stephenson che trascorre le sue vacanze fra le tende di un campeggio di Marina di Ravenna e il mare.

Campeggi per 30 chilometri

PUNTA MARINA (Ravenna).

Sulle spiagge di Ravenna il campeggio è diventato un elemento fondamentale del turismo locale: su 30 chilometri si snodano le tende di ben dieci campeggi. Nel 1965 si sono registrate 1.031.407 presenze complessive, di cui ben 707.019 di italiani che, per la prima volta, hanno superato il numero degli stranieri (330.338) nella vita in tenda.

Il fenomeno trova origine soprattutto nella scelta di un sempre maggior numero di persone che preferiscono questo tipo di vacanza, ma anche dalle scarse possibilità economiche di non pochi italiani i quali, pur di fare qualche giorno di villeggiatura, si adattano alla vita in campeggio. Una vacanza non semplice per tante ragioni, specie a causa delle zanzare, e dell'acqua potabile che spesso scarseggia.

GIORNO È NOTTE

A Tirrenia rassegna del cinema d'amatore

Il Cine club Fedic di Pisa, in collaborazione con l'Associazione turistica pro Tirrenia, organizza una manifestazione a carattere internazionale, dedicata al cinema d'amatore. Ad essa parteciperanno opere di cineamatori francesi, tedeschi, inglesi, americani, russi, spagnoli e di Paesi dell'Europa orientale e dell'America latina. Le proiezioni al pubblico inizieranno il 29 luglio e continueranno il 30 e 31 al pomeriggio e alla sera. Nella serata conclusiva del 31 luglio, avrà luogo la premiazione e la proiezione delle opere vincitrici.

Soccorso ACI sulla Trieste-Mestre

L'Automobile Club d'Italia ha stipulato una convenzione con la Società Autovie Venete per la istituzione del soccorso stradale ACI anche sull'autostrada Trieste-Mestre, il cui primo tratto verrà aperto al traffico il 1° luglio prossimo.

Concorso fotografico città di Siena

L'Azienda Autonoma di Siena ha indetto il «Premio città di Siena» consistente in un concorso nazionale di fotografia artistica suddiviso in due sezioni: una a tema libero, l'altra sul tema «Siena e il Palio». Le opere concorrenti dovranno essere inviate non oltre il 15 ottobre prossimo. La premiazione delle migliori opere avverrà in occasione della mostra delle stesse che avrà luogo dal 19 novembre al 4 dicembre 1966.

Prezzo fisso per i pranzi turistici

L'Ente Provinciale per il Turismo di Vercelli in collaborazione con le Associazioni dei commercianti di Vercelli e di Biella e con le organizzazioni degli albergatori rinnoverà anche per l'estate 1966 la iniziativa del pranzo turistico a prezzo fisso «tutto compreso»: l'iniziativa ha raccolto il favore di tutti i turisti e degli stessi albergatori.