

TURISMO e VACANZE



Multi-proprietà Avanza la casa «a tempo»

Vantaggi e difetti della nuova formula di compravendita di immobili per le vacanze. Un mercato che «tira» - Interessate a tutt'oggi 34 mila famiglie

Multiproprietà: nome altisonante, dall'etimologia sofferta. Si potrebbe pensare che il multiproprietario sia un proprietario moltiplicato, e invece è una frazione di proprietario, è padrone di un appartamento solo per un certo periodo di tempo dell'anno. Con la multiproprietà la casa, ma anche il letto, la lavatrice, le stoviglie sono posseduti da tutti i giorni della sua vita, da capo per tutti i febbraio e così via. La scansione della proprietà temporale può anche non essere mensile, ma quindicinale, settimanale, a seconda del contratto. Questa formula di compravendita immobiliare è arrivata in Italia da pochi anni e si è appena formata a Milano l'Associazione Italiana multiproprietà (Aim) che raccoglie i principali soggetti (imprese) del settore. La presentazione della neocostituzione è stato un modo per fare il punto sui caratteri e l'estensione del fenomeno.

È chiaro il prevalente, anzi quasi esclusivo, interesse turistico da parte degli acquirenti. Anziché acquistare una seconda casa ed usarla solo un mese all'anno si acquista (per tutta la vita e lasciandola in eredità ai familiari) una sezione dell'anno, quella che interessa, in un immobile di solito costruito con criteri particolari. Nella maggior parte dei casi si tratta di residence, dove i proprietari provvedono a mantenere il personale di pulizia, portineria, lavanderia, ecc.

Un metro quadro costa al multiproprietario circa il 25% in più, se si moltiplica il periodo acquistato in modo da ottenere la media annuale. Ma in cifra assoluta il risparmio è notevole rispetto all'acquisto, in toto, di una seconda casa. Ognuno può avere i conti con le proprie finanze e con le proprie esigenze di vacanza.

Chiediamo a Oliviero Olivieri, presidente dell'Aim, cosa spinge un imprenditore a «vendere» multiproprietà. Forse il fatto che un appartamento molto lungo, di molti proprietari rende di più?

«Direi di no», risponde Olivieri — un edificio adatto alla multiproprietà è un edificio particolare, che costa di più. E vendere il 100% dei metri quadri e dei periodi è operazione molto lunga, durante la quale ci dobbiamo accollare i servizi, che i condomini assumono ad operazione conclusa.

Allora dove sta la convenienza? «Nel fatto che così si vende. Il mercato della seconda casa attraverso un periodo difficile. La multiproprietà invece tira, e si sviluppa ancora. Noi però, vogliamo sgomberare il terreno dai poco seri...».

Cosa fanno di male i poco seri? «Di solito promettono e non mantengono. Il cliente si trova di fronte a imprevisi, fregature. E questo nuoce a tutto il sistema».

E voi come potete impedirlo? «Creeremo un marchio di qualità, che assegneremo non alle imprese (come una sorta di fiducia imperitura) bensì ai singoli programmi, alle singole realizzazioni».

Ed ecco alcune cifre: sono 34 mila le famiglie italiane che hanno già acquistato in multiproprietà; le imprese del settore, offrono attualmente circa 115 mila periodi, il 45 per cento dei quali in località marine. Fra i mari il primato spetta al Tirreno, col 73% dell'offerta. In montagna alle Alpi, con l'85 per cento.

Fra i «meriti» indotti, orgogliosamente vantati dalla Aim, una stagionalità più lunga degli insediamenti. Non è come in albergo che si va solo in alta stagione: se è venduto tutto l'anno, per tutto l'anno vi saranno condomini (ovvio che i periodi meno ambito costano meno).

Fra i possibili demeriti la spinta ad operazioni speculative che deturperebbero il territorio in località (non dimentichiamolo) bellissime e quindi molto delicate: un rischio da evitare puntando sull'intelligenza degli imprenditori e sulla vigilanza rigorosa dell'ente pubblico.

Saverio Paffumi

Notizie

I bus turistici soffocano Firenze

Nel corso del 1984 sono arrivati a Firenze oltre 29 mila bus turistici, una massa di veicoli che stragola la circolazione della città. L'assalto dei torpedoni ha toccato il massimo in maggio, con 3833 mezzi, in giugno sono stati 3256 e in luglio 3237 (oltre 100 il giorno). Il Comune sta cercando altre aree di sosta, vista la tendenza all'aumento.

Calano i tassi del credito alberghiero

Con decreto del ministero del Tesoro, il tasso riguardante il credito agevolato nel settore turistico cala dal 19,35 per cento al 17,50.

Belgrado: 3° congresso mondiale sulle terme

Si svolgerà a Belgrado nel maggio 1985 il terzo congresso mondiale sul termalismo. Nell'ambito della manifestazione, che si terrà presso il centro congressi «Sava», troverà spazio anche una borsa sul termalismo, alla quale parteciperanno, con stand, i principali Paesi operanti nel settore. La Jugoslavia presenterà soprattutto i suoi impianti della Serbia.

Mostra sulla pittura cremonese del '500

Dal 27 aprile sino a luglio in mostra nell'ex ospedale sforzesco di S. Maria della Pietà di Cremona 160 dipinti e 200 tra disegni, stampe e medaglie del Cinquecento lombardo. Attraverso 400 documenti inediti, la rassegna documenta la evoluzione della scuola cremonese. La mostra è a cura del Comune.

Maxi-rassegna turistica alla Fiera del Levante

Nell'ambito della Fiera di Bari, una maxi-rassegna dal titolo «Tour Info», (Informazioni sul turismo), sarà dedicata al tempo libero dal 23 al 31 marzo. L'iniziativa è della Regione Puglia che, insieme al turismo pugliese, presenta le offerte di tutte le regioni italiane.



Un libro sul «liberty» dell'800 a Sanremo

Su iniziativa del Comune di Sanremo è uscito presso l'editore Laterza il volume «Sanremo tra due secoli: arte ed architettura di una «Ville de Saison» tra 800 e 900», che ripercorre la storia turistica della città e della Riviera dei fiori.

Campeggi e villaggi turistici in Italia 1985

È uscito «Campeggi e villaggi turistici in Italia 1985», a cura del Touring Club Italiano in collaborazione con la Federazione campeggio. Di circa 500 pagine, il nuovo repertorio raccoglie ed elenca in ordine alfabetico e per regione 1982 campeggi, 271 villaggi turistici, 33 aziende dove praticare agiturismo, tutto corredato con tariffe, indirizzi e telefoni. Capitoli separati riguardano il lago di Garda, il lago Maggiore, l'Isola d'Elba, i campeggi aperti tutto l'anno e quelli «neve». La guida, redatta, oltre che in italiano, in inglese, francese e tedesco, costa 18 mila lire (12.500 per i soci).

Turismo di qualità lanciatisimo in Giordania

Una capacità ricettiva aumentata del 400 per cento in 13 anni, flussi turistici in continuo aumento, 147 agenzie riunite in un'associazione nazionale: questi i dati aggiornati del turismo giordano che è in fase di grande espansione (la voce turismo è già al secondo posto nella bilancia dei pagamenti). I due filoni seguiti sono il turismo culturale e quello marino; gli alberghi sono tutti di categoria medio alta. Ad Aqaba, sul Mar Rosso, paradiso dei re enorme complesso che risulterà di 50 mila posti letto.

Celebrata la Festa dell'Aeroflot

Celebrata la Festa dell'Aeroflot, la compagnia di bandiera sovietica. Secondo i dati diffusi, l'aviazione civile dell'Urss ha trasportato nel 1984 112 milioni di passeggeri, e tre milioni di tonnellate di posta e merci. Sempre nell'84 sono state aperte tre nuove linee internazionali.

Intervista al presidente Fiviet

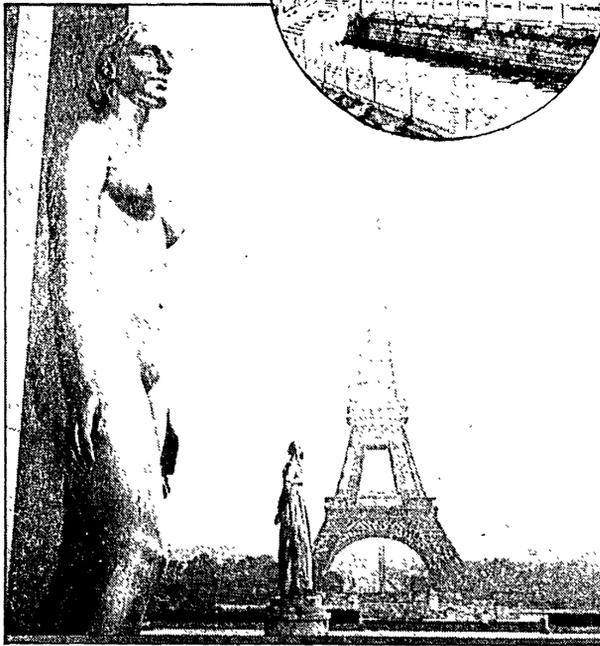
Rigillo: «Il dollaro ci preoccupa»

TORINO — Il rilancio del turismo nazionale è l'obiettivo al quale si sono richiamati i partecipanti al XXII Congresso della Federazione delle associazioni imprese viaggi e turismo, che si è svolto negli scorsi giorni a Torino. Facciamo un'ultra sintetica bilancia con Antonio Rigillo, presidente della Fiviet.

Come è andata l'annata turistica 84? «I dati continuano ad indicare una discontinuità stagionale e un'alternanza di arrivi e presenze non sempre in armonia fra loro. Comunque sono arrivati in Italia 47 milioni di stranieri, con un leggero aumento rispetto all'anno precedente».

Che previsioni per l'85? «Ci sono aspetti in parte preoccupanti, innanzitutto per la rivalutazione del dollaro che influenzerà negativamente le economie europee sia per quanto riguarda l'inflazione che per i costi del trasporto».

E quali sono i problemi, i punti deboli del nostro turismo? «Al primo posto, i prezzi e le tariffe. I ricorrenti aumenti decisi dalle autorità penalizzano in modo eccessivo il turismo. Inoltre soffriamo di una promozione non organica, a causa della mancata emanazione da parte di quasi tutte le regioni delle norme di applicazione della legge-quadro sul turismo».



Dalla nostra redazione

TORINO — «La vacanza rappresenta il risparmio, in soldi o in tempo, di tutto un anno, e a differenza dell'auto non si può provarla prima: dice l'amministratore delegato di Ventana, Carlo Prati. È il discorso della qualità come scelta dei comportamenti aziendali, che assume un particolare significato di esigenza, se si guarda alle prospettive del futuro. Siamo paese turistico per antonomasia, e tuttavia non ancora una terra di grandi viaggiatori: gli italiani che vanno all'estero sono percentualmente meno della metà degli scandinavi, meno della metà dei tedeschi. Dipende da una certa propensione a fare le vacanze in casa nostra, nel paese del bel sole, ma anche da una minore disponibilità media di denaro, che a sua volta rende più difficile il decollo di una economia di scala per gli

operatori turistici.

Per una «grande firma» del settore come Ventana, capogruppo della Fiat nel turismo, far diventare «popolare» il viaggio all'estero è una sfida necessaria. Spiega l'ingegner Prati: «Tendiamo a servire un mercato medio e medio-alto, piccoli imprenditori, professionisti, commercianti, con prodotti adeguati. Ma, per usare una immagine automobilistica, non produciamo solo la Thema e le vetture sofisticate: c'è anche il turismo della Panda e della Uno, al quale rivolgiamo la nostra prima attenzione».

Parte importante dei programmi dell'azienda sono i grandi itinerari europei, in bus e in auto. Li ha inventati Ventana dandogli un forte connotato di «risoperta» della storia e della civiltà del vecchio continente. Il giro della Polonia, Parigi e la Champagne, i Castelli della

Loira, la Spagna, le tre capitali del Nord, il «panorama balcanico», un «panorama rosso» dell'Urss, Vienna e Budapest, l'Ovest e l'Est. Tutti sotto il milione di lire quando il viaggio non supera i dieci giorni, tutti con l'assistenza di accompagnatori esperti.

«L'Europa che abbiamo imparato ad amare leggendo i libri di storia», commenta Prati. Cambiano i tempi, il «turismo liberatorio», il viaggio d'evazione che avevano avuto il loro momento d'oro negli anni passati restano, ma si trovano ora a convivere con un turismo più selettivo in termini di emozioni e di curiosità culturali, di conoscenza, che è in continua espansione. E ci sono itinerari di quindici giorni attraverso l'Unione Sovietica (ci gioiamo dell'immagine di cui il marchio Fiat gode in quel paese) meno nota e più suggestiva, dal Caucaso a

Samarkanda, a Tashkent, ad Alma Ata. E c'è una settimana a New York, «la città che non si può non vedere», che, anche in questa fase di dollaro galoppante, sta al di sotto del milione e trecentomila lire.

Un tempo l'asse del mondo correva tra l'Europa e l'America. Non è più così, comunque non lo è più in modo esclusivo, da quando in Oriente sono esplose inedite realtà politiche e formidabili potenze industriali. Il «nuovo mondo» degli anni duemila si è spostato per molti versi tra le isole del Giappone e le coste di quello che fu il Celeste Impero.

La grande novità Ventana per il 1985 è la Cina, con tre itinerari diversi (da tre milioni ottocentomila lire a un massimo di quattro milioni e ottocentomila per 17, 20 o 22 giorni) attraverso il paese nuovo che si apre all'Occidente («siamo sempre stati

sensibili alle nuove internazionali») e quello più legato alla tradizione, più carico di storia, più ricco d'arte: Pechino, Canton e Shanghai, la «Civiltà sul Fiume Giallo», le tombe degli imperatori Song di Gongxian, le statue di Buddha, gli ottomila guerrieri di terracotta di Xian, la città della pace d'occidente».

Azienda che spalanca la finestra sul mondo del turismo, Ventana vuole restare fedele al suo slogan anche quando propone la vacanza di evazione, l'ozio da tintarella. Spiagge e scogliere del Mediterraneo, Tunisia e Ibiza (otto giorni con volo diretto da Milano tutti i lunedì per trecentotrentamila lire), Malta e Palma di Maiorca sono altrettante occasioni di un riposo senza noia. Ma la tentazione dell'esotico, il fascino dei grandi mari trabocca incontentabile dai programmi di lungo raggio, da un continente all'altro. L'iso-

la di Cayo Largo, di fronte alla costa cubana (una esclusiva di Ventana, un milione e quattrocentomila lire per otto giorni con volo diretto a L'Avana), le spiagge dorate delle Maldive, le Seychelles si offrono a prezzi ancora accessibili. E c'è anche la lontana Polinesia dei quadri di Gauguin, sospesa tra sogno e realtà, per «la vacanza di chi vuole il massimo».

Altro rilevante settore del mercato servito dalla qualità Ventana è quello degli «incentives», l'organizzazione dei viaggi di gruppo delle industrie, che «nuovono» il loro personale per lavoro. «Siamo in grado — dice Carlo Prati — di fare delle offerte tagliate su misura perché conosciamo bene le esigenze di questa clientela. Per dirla in una parola, applichiamo una metodologia industriale per prodotti di grosso artigianato».

Pier Giorgio Betti

Ventana, programmi e novità 1985

La Grande Europa in bus e la «Civiltà sul Fiume Giallo»

Colloquio con l'amministratore delegato Carlo Prati. Il lancio della Cina e delle sue città storiche. Il Vecchio Continente «rivisitato» in chiave culturale. L'Urss meno nota, New York, il Giappone e la Polinesia «per chi vuole il massimo»

Ventana, azienda del gruppo Fiat, è fra le maggiori aziende turistiche. Nata nel '76, ha raccolto in sé l'esperienza di altre imprese del gruppo che già erano attive in questo specifico settore. Dal 1982 è «Tour operator» puro, con sede a Torino; organizza viaggi e ne affida la vendita alle reti esterne. Nel 1984 Ventana ha fatturato complessivamente duecento miliardi (compresa la Divisione Cargo), con un incremento del cinquanta per cento. Il «Tour operator» centrale è suddiviso in quattro linee di prodotto: medio raggio (grandi itinerari in bus e

jet-Europa); lungo raggio (viaggi-soggiorno con destinazioni intercontinentali e nel bacino del Mediterraneo); paesi socialisti e Egitto; prodotto Italia (organizzazione di soggiorni in hotels e residences nelle migliori località balneari e nautiche). Direttore generale della Divisione Turismo è il dottor Marino Quadrino. Ventana opera attività di biglietteria commerciale presso i centri di Roma Fao e Torino Corso Marconi. Utilizza centri di prenotazione a Milano e Roma con sistemi computerizzati che consentono la prenotazione in tempi reali.

Italia minore - MONTERCHI

La grande Madonna del piccolo paese

È quella del Parto, il bellissimo affresco di Piero della Francesca. Molti i visitatori ma inesistenti i pur urgenti restauri. Un vero tesoro abbandonato



troceano. Fortunata, perché qualche risultato ha prodotto: gli amministratori hanno dovuto subire le ingiurie di docenti, critici d'arte e giornalisti, ma hanno anche conteso e numerosi turisti in più. Mentre infatti nel 1982 si erano registrate 2.500 presenze, queste nel 1983 erano salite a 10.000. Un aumento del 400%.

La fortuna comunque è stata limitata. Se i turisti si sono moltiplicati, gli interventi dei restauratori non ci sono stati. «Noi non abbiamo visto nessuno — dice il vicesindaco Checchagnini —. E se qualcuno è venuto, non è passato a noi».

La strampalata idea del-

l'affitto non ha quindi, almeno per ora, conquistato il suo obiettivo più importante: far avviare i lavori di restauro. A Monterchi sperano molto che le celebrazioni del cinquecentesimo di Piero della Francesca non siano puro rito, ma concreto lavoro. Sperano quindi nel restauro dell'affresco e nel rifacimento della cappella che lo ospita.

Fiero della Francesca dipinse la Madonna del Parto nel 1450 nella chiesa di Santa Maria a Momentana di Monterchi, nella città natale della madre. Nel 1785 la chiesa corse il rischio di essere demolita e in realtà per circa due terzi della sua lunghezza

lo fu realmente. La parte posteriore fu adattata a cappella e l'affresco rimase così al suo posto sulla parete di fondo, sopra l'altare maggiore. Nel 1910 l'opera fu staccata e dopo quasi un anno di lavori di restauro ricollocata al suo posto. Gli esperti parlano oggi di «integrazioni arbitrarie» in riferimento ai lavori di oltre settant'anni fa.

Nel 1956 la cappella subì alcune trasformazioni. L'ingresso fu spostato sul lato esterno del cimitero e l'affresco, «trasferito» sulla parete di fronte all'entrata. Le sue condizioni attuali non destano negli esperti particolari preoccupazioni, ma gli amministratori locali sono convinti della necessità di una maggiore attenzione da parte del ministero dei Beni culturali. La cappella non è certo, nelle sue condizioni attuali, il luogo migliore per l'affresco. L'umidità filtra ovunque, le misure di sicurezza inesistenti, il pericolo di questa civiltà. Per dirla sull'affresco non è scongiurato. «Ci hanno impedito di affittarlo, dicono a Monterchi. Ma allora che pensino a conservarlo».

Claudio Repet

La Gialtour (Roma, viale Giulio Cesare 92, tel. 06/384741) propone alcuni attraenti programmi per viaggi in aprile e maggio, interessanti sia sotto il profilo dei luoghi che sotto quello dei prezzi.

GIRO DELLA CORSICA — Dura sei giorni. Si parte in pullman per Livorno, e da lì imbarco per la Corsica, non per nulla definita «l'isola della bellezza». Il tour tocca i più bei centri della terra di Napoleone, da Capo Corso, coi caratteristici paesini disseminati da costruzioni genovesi del XII e XIII secolo, a Saint Florent, con la città vecchia e la cattedrale di Nibbio, Ile Rousse, fondata dall'eroe nazionale Pasquale Paoli, dalle rocce rossastre, Calvi, infine Porto, incantevole, fra la folissima vegeta-

zione e le rocce rosse. Il giro comprende anche il capoluogo Ajaccio, con visita alla casa di Bonaparte; Filittosa, centro della Corsica preistorica, le Bocche di Bonifacio (con le celebri Grotte) e infine Bastia.

Le partenze sono fissate il 3 (Pasqua) e il 29 (ponte 1° maggio) di aprile. La quota di partecipazione: lire 575.000 (supplemento came-

ra singola 80.000).

PASQUA IN CAMPANIA — Dal 5 all'8 aprile. Partenza in pullman privato per San Marco di Castellabate, con cocktail di benvenuto all'hotel Castelsandra. I tre giorni prevedono: escursione a Paestum e visita degli scavi e gita ad Agropoli. Il giorno di Pasqua, pranzo speciale in albergo, gita lungo la costa sino a Falmuro, serata in di-

scoteca. Il lunedì dell'Angelo, prima e seconda colazione in hotel e quindi partenza per Roma. Quota individuale di partecipazione: lire 185.000 (supplemento singolo: lire 40.000). Il viaggio, con lo stesso programma, sarà ripetuto il 25-26-27-28 aprile e il 28-29-30 aprile e 1° maggio.

PRIMAVERA AL SOLE — Dal 1° al 5 maggio. In pul-



GIALTOUR
il viaggio di qualità

ressanti soggiorni in Italia e nelle capitali europee.

PARIGI — Dal 4 all'8 aprile, dal 24 al 28 aprile L. 685.000, dal 1° al 5 maggio L. 615.000.

LONDRA — Dal 4 all'8 aprile, dal 24 al 28 aprile L. 605.000, dal 1° al 5 maggio L. 555.000.

VIENNA — Dal 4 all'8 aprile, dal 24 al 28 aprile, dal 1° al 5 maggio L. 565.000.

MADRID — Dal 4 all'8 aprile, dal 24 al 28 aprile, dal 1° al 5 maggio L. 565.000.

ATENE — Dal 4 all'8 aprile, dal 24 al 28 aprile, dal 1° al 5 maggio L. 595.000.

CAVALCATA SARDA — Dal 16 al 23 maggio - Traghetto + pullman. Alberghi di seconda categoria con trattamento di pensione completa - Escursione L. 490.000.