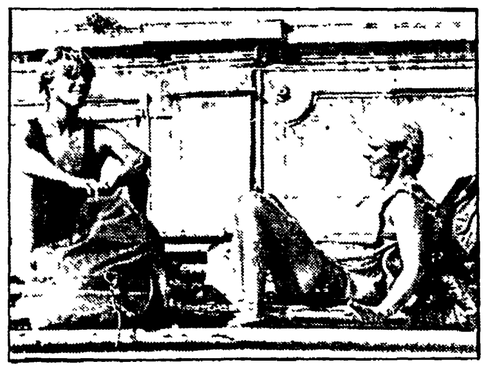
Turismo, gli stranieri amano la Capitale



Tra gennaio e maggio gli arrivi di stranieri sono aumentati del 66%

L'americano scopre Roma

Ma i negozianti sono delusi: «Pochi soldi»

Nei primi cinque mesi dell'anno più di un milione di turisti sono venuti dagli Stati Uniti - Numerosi anche i tedeschi e i francesi - Ottimistiche le previsioni per l'estate: la punta massima di presenze sarà raggiunta, come ogni anno, a settembre

«Pizza buona, molto buona. Italia *no* cara. Ieri sera grande mangiare pizza a Trastevere, io e mia signora. Restorante moltissimo pittoresco». Sembra un giocatore di *football* in disarmo, questo gigantesco americano di mezza età che si gode il sole di piazza di Spagna. Spalle enormi, stomaco straripante, capelli grigi radi a spazzola. Si muove senza sosta, puntando l'obiettivo di continuo sulla moglie, una donna minuta tutta sorrisi, collocata in punti strategici: spalle alla scalinata, alla fontana, alle palme.

Nel gigantesco *business* del turismo, gli americani rappresentano ormai una partita d'affari di tutto rispetto. Da soli forniscono un quarto delle presenze di stranieri nella capitale. Un flusso ininterrotto di arrivi, che abbraccia tutti i mesi dell'anno. Un'industria in espansione. Le cifre fornite dall'Ente provinciale per il turismo parlano chiaro: da gennaio a maggio, gli arrivi sono aumentati del 66% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Le presenze sono cresciute del 19,7%. In termini assoluti, ciò significa che in cinque mesi 1 097 000 stranieri hanno percorso in lungo e in largo la città eterna, facendo registrare 2 147.000 giornate di presenza: una media di due giorni circa di permanenza a testa.

E agli americani spetta la maglia rosa: 172.000 statunitensi (il 25,88% del totale degli ospiti) in cinque mesi, per 499.000 giornate di presenza (25% sul totale). Alle loro spalle, a grande distanza, ci sono i 64.000 tedeschi (in percentuale il 9,68%), che assommano 228.000 presenze (l'11,50%). Seguono la Francia, la Gran Bretagna, il Giappone, la Svezia, che guadagna posizioni, la Svizzera, la Spagna, l'Argentina, l'Australia, il Canada.

Ignaro di essere guardato alla stregua di un oggetto misterioso, l'americanone di piazza di Spagna continua ad imperversare con la sua macchina fotografica. In un quarto d'ora, avrà consumato un intero rollino. Per William Bradley e consorte, la signora Mary, è l'ora di libertà. Tra un po' risaliranno sul pullman che li porterà in un altro punto della città. In un linguaggio che ricorda i primi film di Sordi, William scarica valanghe di complimenti: S. Pietro è *wonderful*, il Colosseo è *beautiful*, Fontana di Trevi è *marvellous*; gli italiani, tutti *very good*. E poi, «Italia *no* cara».

Forse il cambio favorevole può fornire una prima spiegazione del massiccio afflusso di turisti. Ma è un dato non univoco. Secondo le stime più recenti, a livello nazionale si registra una fase di stagnazione; ma il fenomeno non sembra toccare le città d'arte, mete di un pellegrinaggio continuo. Un movimento che dovrebbe tradursi in moneta sonante per commercianti, ristoratori, albergatori, autisti di piazza.

A sentire i diretti interessati, però, non è proprio il caso di gridare al miracolo. «Il turismo di massa non è proprio una manna — spiega una commessa di un negozio di borse e pellami vicino a piazza di Spagna —. È di solito un turista che sta sulle spese. Certo, nei negozi entrano volentieri. Ma molti guardano, chiedono il prezzo e se ne vanno. I più spendaccioni sono i giapponesi e gli americani, specialmente i primi, che a volte comprano interi stock di borse, di valigie».

Stessa musica con Vittorio, 34 anni, vetturino da dieci. «Per le botticelle l'epoca d'oro è tramontata. Le richieste si fanno più rare anno dopo anno. Trovi sempre la famiglia, o il gruppo, che vuole passeggiare in carrozza per il centro, qualcuno si spinge fino all'Appia antica. Ma la domanda si riduce, ed ogni volta perdi un sacco di tempo a contrattare il prezzo. Questi vogliono spendere sempre di meno».

Malgrado le note stonate, il turismo resta un grande affare per molti. Ci sono negozi, soprattutto nei pressi della stazione Termini, che lavorano quasi esclusivamente con gli stranieri. Spesso ci sono accordi sotto banco tra accompagnatori e commercianti: il turista, durante la sua visita, viene espressamente pilotato verso certi negozi.

William e la gentile consorte si allontanano a grandi falcate da piazza di Spagna. La loro «due giorni» romana si avvia alla conclusione. Domani partono per Napoli; dopodomani saranno a Capri. Altri americani prenderanno il loro posto. I mesi estivi sono una gallina dalle uova d'oro per il turismo, che a settembre, confidano gli esperti, raggiungerà le punte più alte.

Dietro l'andirivieni di americani, tedeschi, giapponesi, una gigantesca industria, che pianifica, programma, senza più lasciare nulla al caso, e che tutela anche gli interessi del visitatore. Così, secondo un accordo in via di definizione tra l'Ept e l'associazione dei ristoratori, dovrebbero sparire dal menù le voci «servizio» e «coperto»: gli stranieri, infatti, vi sentono puzza di imbroglio. Così, a novembre, stagione solitamente morta, Roma ospiterà un raduno dell'Asta (associazione internazionale di operatori turistici), con otto-diecimila presenze assicurate. Sono gli uomini che controllano il mercato mondiale del turismo. Per Roma, questo raduno rappresenta anche una solida ipoteca sul futuro.

Giuliano Capecelatro

CATEGORIE DI ESERCIZI	N. ESERCIZI	CAMERE	LETTI	BAGNI
ALBERGHI				
Categoria Lusso	8	2 053	3 793	2 022
Categoria I	62	10 175	18 116	10 136
Categoria II	123	6 995	11 859	6 179
Categoria III	115	3 564	5 854	2 472
Categoria IV	34	741	1 085	229
Totale	344	23 518	40 707	21 039
PENSIONI				
Categoria I	7	301	496	296
Categoria II	119	2 334	3 881	1 544
Categoria III	240	3 319	5 268	1 687
Totale	366	5 923	9 645	3 527
LOCANDE	195	1 391	2 342	519

E per i pullman è sempre «licenza di parcheggiare»

Spina nel fianco di ogni automobilista romano: i pullman turistici con licenza di eludere ogni regola. Centinaia ogni giorno girano per la città, per i tour (sono sette le compagnie che lavorano «su piazza») o anche solo per «caricare» o «scaricare» i turisti negli alberghi. Per questi mezzi sono stati creati due grandi parcheggi, vicino a San Pietro e dietro piazza Venezia. Ma per i giganti della strada ogni piazza, ogni vicolo e un buon parcheggio. Di notte stazionano a Colle Oppio, ma il pericolo di una banda di tagliaggiatori, che chiedeva una mazzetta per non forare i pneumatici, ha spinto il Comune a creare un parcheggio custodito vicino al villaggio Olimpico. Troppo scomodo per gli autisti, però, che si ostinano a lasciare gli automezzi ovunque.

«Lo so bene che i pullman sono un intralcio al traffico — spiega Paolo Galli — dell'Appian Line, 32 mezzi in funzione sette giorni su sette — ma sono una componente indispensabile per l'industria turistica». (L'Appian Line noleggia bus per l'intera giornata a 100 mila lire per Roma, comprensive di guida. La tariffa sale leggermente se si lascia la città e si va fuori porta).

I pullman trasportano ogni anno circa mezzo milione di persone, una fetta vasta e importante, cioè quasi la metà del turismo romano. Finora è stato quello del turismo «bus-trasportato», un settore senza regole. Ora è arrivato il momento, dicono all'Appian Line, di stabilire doveri e diritti, per poter essere in grado di offrire un buon servizio, senza intasare il traffico urbano.

All'Hassler costa più di un milione, dalle suore 20 mila

Tra alberghi e pensioni 60 mila posti letto «Il servizio è peggiorato, ma il cliente non ha sempre ragione» - Parla Angelo Bettoja, presidente degli albergatori italiani

Roma 1892. Dopo la prima di «Cavalleria rusticana» al Costanzi — così si chiamava il Teatro dell'Opera — Mascagni fu portato in trionfo fino all'albergo Massimo D'Azeglio, per l'occasione illuminato da centinaia di fiaccole e dove fu allestito un principesco banchetto dal proprietario, Angelo Bettoja, il capostipite di una lunga dinastia di albergatori. Quell'hotel, come gli altri della capitale, era appena uscito dalla sua condizione di locanda, in cui era rimasto fino all'unità d'Italia, e si accingeva a trasformarsi in grande albergo secondo i cliché ideati e perfezionati dal Ritz.

Oggi di hotel di lusso in città ce ne sono otto. Seguono a ruota tutti gli altri, di tutte le categorie, fino giù alle pensioni e alle «case del pellegrino» gestite dalle congregazioni religiose, per un totale di circa 60 mila posti letto. Le tariffe possono variare da un milione e 100 mila per una suite all'Hassler di Trinità dei Monti (soggiorno, salotto, camera da letto doppia e doppi servizi, senza piccola colazione e senza Iva), in giù, fino alle 20 mila per la pensione completa in uno degli alloggi gestiti dalle suore (sono gelosissime, non vogliono raccontare nulla, precisano solo che il servizio è buono, ancor più è il vitto, c'è solo una restrizione: che bisogna rientrare entro le 24).

A Roma dunque c'è un'ampia scelta di alberghi che però vengono mediamente sfruttati al 50%. Spiega Angelo Bettoja, presidente della federazione degli albergatori e discendente della dinastia: «Il nostro problema in città è quello di trasformare il turismo da stagionale in annuale, favorendo le iniziative per la bassa stagione». Ma per questa operazione ci sono alcuni ostacoli. Per esempio, si lamenta da più parti, mancano gli incentivi della Regione per la trasformazione e l'ammodernamento degli impianti. «Non chiediamo l'elemosina — continua Bettoja — ma invece per esempio il credito agevolato che ci permetterebbe di diventare competitivi al massimo sul mercato». Dello stesso parere è l'assessore uscente al turismo, Bernardo Rossi Doria che durante il suo mandato ha avuto una grande attenzione per un settore che occupa più di ventimila addetti e che costituisce una voce rilevante, di circa il 61% nel capitolo delle entrate della nostra regione. Il Comune, spiega l'assessore, quanto incamera con la tassa di soggiorno che copre il 10% del prezzo di una stanza, lo investe nel settore, ma ciò non basta. La tassa di soggiorno — il 4% va all'esattore che è l'Aci, l'86% al Comune — fornisce un introito annuo che si aggira sui 6 miliardi, troppo pochi anche solo per realizzare i progetti per un turismo popolare e di massa, finora troppo sacrificato. In questa direzione va, per esempio, l'acquisto del motel sulla Pontina che, con adeguate ristrutturazioni, dovrebbe divenire quanto prima un ostello con 150 posti letto, che possono anche raddoppiare.

Per i campeggi la situazione è ancora più caotica, essendo quasi tutti illegali: il piano regolatore del 1962, infatti, non ne prevedeva alcuno nella nostra città. Si sta cercando di predisporre un progetto per sanare gli abusivismi di quelli esistenti, ma per regolamentare il settore sarebbe necessaria una legge speciale della Regione».

Sono gli alberghi di prima e seconda categoria, comunque, ad assorbire gran parte della domanda, mettendo a disposizione circa trentamila posti letto, la metà del totale dell'offerta romana. Dislocati in tutte le zone della città, questi alloggi hanno visto mutare la qualità del turismo. Sempre più, infatti, i clienti arrivano in comitiva, e sempre più soggiornano per brevi periodi. I più rumorosi pare che siano i sudamericani, i più silenziosi i giapponesi, i migliori: francesi e inglesi, quando non sono in trasferta calcistica. I clienti che viaggiano da soli preferiscono gli alberghi più appartati, quelli delle stradine silenziose possibilmente del centro storico. Oppure sono congressisti che scendono nei grandi prestigiosi hotel all'americana, o americani davvero, come lo Sheraton, specializzati in sale per convegni.

Spina nel fianco dell'intera categoria di albergatori romani sono gli hotel che «ammanigliati» con gli operatori americani, rastrellano una grossa domanda d'oltreoceano, senza mantenere quanto promesso: cioè un servizio di alto livello. E soprattutto praticano una politica dei prezzi fuori dalle regole dell'associazione, grazie al lavoro nero dei dipendenti. Ma su questi episodi nessuno si pronuncia. Se ne parla solo a mezza bocca.

Il cliente non ha sempre ragione, sostiene Angelo Bettoja. Tuttavia la qualità del servizio prestato dal personale d'albergo — un tempo all'avanguardia — è sicuramente scaduta negli ultimi anni. L'appiattimento salariale — è opinione di tutti — ha portato alla disincentivazione. Bisogna quindi da un lato offrire stimoli a far meglio il lavoro, ma dall'altro è necessario che i clienti riconoscano la professionalità del personale d'albergo. Stesso discorso vale per gli imprenditori: per fare questo mestiere ci vuole una grande qualificazione. Un esempio, conclude Bettoja: Il miglior albergo del mondo, secondo me, è lo 'Standorf court' di San Francisco. Il direttore, di origine greca, è laureato ad Harward, i capi camerieri sono tutti italiani, usciti dalle migliori nostre scuole».

r. la.

didoveinquando

Eddie Palmieri e, sotto, il gruppo «Marfil»

E sul Tevere arriva «odore di strada» per capire (ed amare) la musica Salsa

«Olor a calle» vuole dire odore di strada. «Olor a calle» è diventato ora il titolo del Festival di musica Salsa che il club Ziegfeld ha organizzato presso lo spazio del «Ballo. Non solo...» sul Tevere, al Foro Italico. Il tutto comincia stasera con i gruppi «Yemayà» e «La Manigua» e va avanti domani e giovedì. Le tre serate sono state presentate ieri mattina da Ziegfeld presso il delizioso cortile interno della libreria «La Chiave», in via Sora. Francesca Brasi, Nieves Zenteno e Francesca Noè, della direzione artistica, e Marcella Testa, dell'ufficio stampa e relazioni pubbliche, hanno piacevolmente ricevuto giornalisti, musicisti e amici.

«Olor a calle» non è solo un omaggio ad uno dei primi dischi di salsa pubblicati alla fine degli anni 60. Odore di strada - è scritto nella presentazione — perché, contrariamente alle immagini di isole nel sole e di palmizi che evoca, la salsa è nata tra i palazzoni della «Spanish Harlem», dei ghetti «spagnoli» di New York, dove si è maggiormente concentrato il flusso migratorio proveniente da Cuba, Portorico, Messico, da tutto il Centro America e dalle isole dei Caraibi, soprattutto a partire dalla fine degli anni 50.

Tra i nuovi arrivati, tanti musicisti che iniziano a lavorare insieme e a fondere ritmi e tradizioni diverse. Il denominatore comune a tutti è lo spagnolo. Nonostante i diversi apporti ritmici e anche culturali, le caratteristiche della salsa sono però, in primo luogo, quelle cubane: le radici possono essere individuate in ritmi come il «Son» e il «Guaguanco».

All'inizio la nuova musica latina è quasi esclusivamente di quartiere, nient'affatto presa in considerazione dall'industria discografica e dai mass-media. Alla fine degli anni 60, quasi inaspettatamente, diventa di moda. Nascono locali dove si balla solo su questi ritmi. E all'inizio degli anni 70 il nuovo stile newyorkese trova finalmente il nome: Salsa. Il successo è enorme e permette una diffusione straordinaria di questa musica. Musica che si fa «consumare» ma non bruciare o snaturare, perché è molto di più di un fenomeno di moda. Il Festival vuole offrire un panorama per capire ciò che accade oggi sulla scena «Salsa».

Stasera si esibiscono «Orquesta Yemayà», gruppo composto da musicisti latino-americani e italiani che esalta con canzoni primitive e jazzistiche il contributo dato dalla razza nera e dagli altri popoli dell'America centrale alla musica moderna e allo sviluppo del teatro musicale, e «La Manigua», formazione salsa considerata la migliore in attività a Parigi. Domani il notissimo gruppo italiano «Serpiente Latina» (fusione con le sonorità jazz e rock) e «Marfil», tra i gruppi centroamericani quello che si è messo più in evidenza negli ultimi anni. Il loro è un «act» scintillante ed eccitante, dove al suono si accompagnano danza e movimento. Infine giovedì Eddie Palmieri, uno dei musicisti più rappresentativi (e noti) della musica latina, quello che più di altri ha rivoluzionato la Salsa di New York, costruendo un sound divenuto il marchio della cosiddetta «bougalou-generation». Palmieri si è trasferito recentemente a Portorico, dove ha costituito una formazione che lo accompagna in questo primo tour italiano.

Margherita Parrilla nel «Don Chisciotte»

'Don Chisciotte' stasera con i grandi 'acuti' di Margherita Parrilla

La nostra è una città «pazza». Vai per la Passeggiata Archeologica, e ti trovi il passo sbarrato da un trenino di vagoncini tirati via da una macchina arrancante. I vagoncini, cioè le bancarelle che si apriranno a Porta Portese. Non fai in tempo a svoltare l'angolo, e ti capita a tiro qualcosa che rassomiglia ad un aeroplano, con tanto di elica. Ma ti accorgi che è piuttosto un mulino a vento. Poi arriva un bel cavallo bianco, con dietro un asinello, ma non c'è pascolo nei dintorni. Spariscono, però, oltre il cancello che porta alle Terme di Caracalla. E realizziamo: arriva *Don Chisciotte*, il balletto che inaugura, stasera, la stagione estiva del Teatro dell'Opera. Buona idea. Si è, infatti, perduto il gusto di combattere per qualcosa, e l'eroe di Cervantes potrebbe ancora darci qualche lezione. Quale lezione? Piomba dal cielo, con un bel salto, Margherita Parrilla, eccitata, contenta.

— *Dove vai, Margherita?*

Alla lezione. Alla lezione per *Don Chisciotte*. Noi diciamo così, «lezione», per dire mettersi alla sbarra, faticare, riscaldarsi, buttar via il primo sudore, prepararsi allo spettacolo. *Don Chisciotte* esige «lezioni» continue, severe, tantissime...

— *Ma che sarà mai un balletto?*

E lo chiedi? È come scalare una montagna, anzi, smuoverla addirittura. È una tensione, oltre che una fatica. E, poi, la coreografia di Prebil che ha lavorto moltissimo con tutto il corpo di ballo — vedrai che ancora una volta è stato capace di spuntarla — è «micidiale», tremenda, con grandi salti, ariose sventagliate, protesa a dare il massimo risalto alle «convenzioni» del balletto. È così, penso, anche con le opere, con i grandi assoli, i duetti, gli «acuti». Bisogna farli bene.

— *E negli «acuti», chi sarà il tuo partner?*

Salvatore Capozzi. In anni passati ho spesso avuto lui al mio fianco. È bravissimo. Mi piace fare questo balletto e mi piace il partner. Ho con lui dei «passi a due» molto ricchi, che si susseguono in un crescendo. Nel finale, c'è proprio un grande passo a due. Sì, molti sorridono col *Don Chisciotte*, ma tutte le grandi ballerine sono rimaste «stregate» da questo balletto che impegna la protagonista dall'inizio alla fine, facendola anche diventare Dulcinea nel sogno di Don Chisciotte. A me piace. Ho debuttato nel ruolo protagonistico, qui, al Teatro dell'Opera nel 1979, e sono lieta di riproporre alle Terme di Caracalla un *Don Chisciotte* con il corpo di ballo pieno di grinta e di puntiglio.

— *E dopo?*

Dopo ho un lungo giro che incomincia a Genzano il 14 luglio: *Carmen* e *Schiaccianoci*. Porterò questi due balletti in Versilia, a Bolzano, a Novara, in Puglia e in Sicilia, nei templi greci. Andrò poi a Mosca, a Leningrado con spettacoli anche in altri centri dell'Urss.

La lezione l'abbiamo presa noi. Pensiamo: Margherita, se ti fa male un piede?

— Non mi fa male, ma si balla lo stesso.

e. v.

● **TEVERE EXPÒ** — Inaugurata sabato scorso, ha già registrato 50 mila visitatori tra romani e turisti. Oggi, alle ore 21, in programma Gran galà di arti marziali: «karate» e «viet-vo-dao». Alle ore 23 concerto della Roma Blues Band. Domani sfilata di moda e poi concerto di Emilio Di Già.

● **BRASIL '85** — È il tema della conferenza stampa che si tiene domani alle 21 a «Ballo. Non solo...». Si presenta, in concreto, la musica brasiliana, in programma dal 7 al 10 luglio. Non è un viaggio, non è una crociera, ma una ricostruzione minuziosa delle atmosfere di questo fantastico paese. Per 4 giorni il Brasil a «Balle Não So'...».