

Grande successo fin dalle prime battute per «Caravanning Show» alla Fortezza Un gran numero di biglietti staccati nei primi due giorni di esposizione

Convegni e performances arricchiscono il programma della rassegna fiorentina Soddisfazione dei produttori del settore: «Firenze è la sede ideale per la mostra»

Una partenza col piede giusto

Turismo
Un'annata con alti e bassi

Fin dai primi giorni di apertura «Caravanning Show» sta raccogliendo un grande successo. La mostra fiorentina quindi è partita col piede giusto. Ricco il programma di convegni e spettacoli che fanno da contorno. Presenti tutte le novità in fatto di camper e caravan. Di particolare importanza la presenza di numerosi Comuni che presentano le loro aree attrezzate multifunzionali.

FRANCO DARDANELLI LUCA MARTINELLI

FIRENZE. Nei padiglioni della Fortezza da Basso si trova tutto quanto serve per le vacanze in camper. E per rimanere in tema il direttore generale del ministero del turismo, Luigi Stefano Torda, l'assessore regionale al turismo, Carlo Gattai, e l'amministratore delegato della Sogese, Fabio Mazzanti, hanno animato una tavola rotonda sull'andamento della stagione turistica.

FIRENZE. È fatta. La mostra è aperta. Poco importanti le polemiche che soffiano da Torino. Il «Caravanning Show» di Firenze ha aperto i battenti alla Fortezza da Basso e trova i primi incoraggiamenti successi di pubblico. La prima cosa che salta agli occhi, in questa mostra del caravan e del camper che chiuderà lunedì, è la cura con cui è stata allestita l'intera manifestazione. Non una semplice mostra-mercato. Ma anche uno spettacolo. L'inaugurazione ufficiale, avvenuta giovedì pomeriggio, ha visto di scena i «Chille de la Balanza», teatranti di strada di grande livello, capaci di coinvolgere il pubblico come pochissimi sanno fare. E la compagnia diretta da Clau-

dio Ascoli ha replicato ieri pomeriggio nel magnifico scenario del Piazzale Michelangelo. Un'autogru, tanti camper disposti in cerchio e danzatrici, attori che hanno evocato il ricordo di una giostra. E ancora architetture gonfiate telecomandate a distanza che hanno riscosso tanto successo anche all'Expo di Siviglia. Performance dei «Chille» si ripeteranno stasera e domani sera alle 21 all'interno della Fortezza.

Gli eventi spettacolari sono la cornice, insieme ai convegni sul turismo, ad una manifestazione che si presenta al pubblico con caratteri di tutto inediti. Per la prima volta, infatti, i protagonisti della mostra sono gli stessi produttori ed operatori del settore. Produttori che rappresentano il meglio del settore in Italia e che in gran parte lavorano in Toscana.

Proprio i produttori, dicevamo, hanno chiesto alla Sogese la possibilità di organizzare una mostra del camper e del caravan che fosse adeguata alle loro esigenze. Una richiesta che ha trovato la risposta affermativa non solo della Sogese, la società che gestisce gli spazi espositivi della Fortezza da Basso, ma anche degli locali e della Regione Toscana.

Nei tre piani dei padiglioni della Fortezza, dunque, sono presenti la gran parte delle migliori marche di caravan, camper, motorcaravan, motorhome, tende e accessori da campeggio che hanno portato a Firenze il meglio della loro produzione e le ultime novità lanciate nel settore. Non mancano gli stand con le riviste specializzate del settore, le associazioni di coordinamento e promozione, rappresentanti e organizzazioni del campeggio. Non solo. Accanto a loro sono presenti anche molti operatori nel settore del turismo

all'aria aperta. In questo modo non solo è possibile far conoscere al pubblico la vasta produzione, ma i produttori possono incontrarsi direttamente con i concessionari e con i rivenditori ed organizzare con loro il lavoro.

Le novità, organizzative e di produzione, insomma, non mancano. Tracciare un bilancio della manifestazione, però, è ancora azzardato. Quando il «Caravanning Show» è stato presentato i produttori, insieme alla Sogese, avevano sottolineato l'importanza di un ritorno a Firenze della manifestazione. Ma nessuno di loro si era sbilanciato sul fronte delle aspettative. Una mostra al suo esordio, del resto, è sempre un'incognita. Nonostante questo alla Fortezza da Basso si respira un certo ottimismo. «Siamo molto soddisfatti dell'afflusso che si è registrato nella prima giornata», afferma Ludovica Sanpaoloni P.R. della Laika di Tavarnelle Val di Pesa. «In due giorni fierali come giovedì e venerdì la mostra ha ottenuto un buon successo e non solo da parte di fiorentini e toscani in genere. Per fare un esempio



Una sala del «Caravanning show». In alto, l'ingresso della mostra

«Soddisfacenti» è stato definito l'andamento del mercato nei primi sei mesi del '92. Le presenze sono aumentate del 2,4% rispetto al 1990 e del 3,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Grazie a questi risultati l'Italia è risalita, secondo le stime dell'Organizzazione mondiale del turismo, al terzo posto assoluto. La sopravanzano solo Stati Uniti e Francia. Per quel che riguarda l'ammontare degli introiti valutarî, pari a 25 mila miliardi su un giro d'affari complessivo di circa 100 mila miliardi, l'Italia è risalita al secondo posto, piazzandosi alle spalle del colosso Usa.

Cattive notizie, invece, giungono dallo studio dei dati relativi ai mesi di luglio e di agosto, i due classici mesi delle vacanze. Rispetto al '91 in luglio le presenze sono diminuite del 5%, mentre in agosto la flessione è stata addirittura del 9%. Seconda Torda, però, è ancora presto per fare un consuntivo dell'intera stagione. Ma quali sono i mali che colpiscono il turismo? Senza altro la crisi economica generalizzata, i prezzi elevati e il fenomeno dell'esplosione della vacanza italiana all'estero.

Visto l'andamento alleneante della situazione si dovrà correre ai ripari. Gli operatori hanno espresso l'esigenza di una più «moderna promozione turistica» dell'Italia, un passo dalle caratteristiche naturali e artistiche che rappresenta un forte richiamo per il turismo. Attenzione particolare dovrà essere posta al rilancio del turismo congressuale. Intanto Gattai ha annunciato che nel '93 sarà promossa una consultazione regionale per il turismo per mettere a punto la promozione delle città d'arte e orientare «non finanziamenti a pioggia, ma aiuti mirati».

È polemica con i rivali torinesi

La guerra del camper

FIRENZE. Un'apertura con strascico polemico quella di «Caravanning Show» alla Fortezza da Basso. Appena aperti i battenti dell'esposizione gli organizzatori si sono ritrovati una sorpresa di pessimo gusto. Sul principale giornale pubblicitario di «Caravan Europa» 92, esposizione che si terrà a Torino la prossima settimana. Un colpo basso ricoperto dalla concorrenza che evidentemente non ha «digerito» il fatto che i produttori del settore abbiano individuato, quasi all'unanimità, l'ubicazione fiorentina come quella ottimale. In passato infatti, dopo la nascita della mostra a Firenze, 30 anni fa, c'era stata una emigrazione al Lingotto di Torino. Quest'anno si è tornati in riva all'Arno.

La pubblicità «incriminata» riguarda quella del Gruppo Ci, uno dei maggiori produttori nazionali che lancia un messaggio: «Se non siamo a «Caravanning Show» c'è una ragione grande come l'Europa». La risposta fiorentina non si è fatta attendere. «Ci temono e allora ci denigrano» è stato detto all'unisono appena si è sparsa la voce della pagina pubblicitaria. Più tagliente è stato l'amministratore delegato della Sogese Fabio Mazzanti che ha cominciato a sbeffeggiare i rivali di Torino. «Da che parlano a favore della rassegna fiorentina. In particolare Mazzanti ha puntato il dito sul fatto che Firenze e la Toscana vantano da sempre la leadership nazionale del settore», da noi si stanno introducendo nuovi servizi di marketing che offriamo ai produttori e del rapporto con ciò che si mostra e il momento culturale. Tutto questo a Torino, nonostante Agnelli e i loro soldi, se lo sognano. Per fortuna», conclude Mazzanti, «esiste il gran giurì della pubblicità ed esistono le azioni giudiziarie che stiamo valutando con i nostri legali». La «guerra camper» dalle pagine dei giornali è destinata a finire ad avere uno seguito in tribunale.

Camper-bus

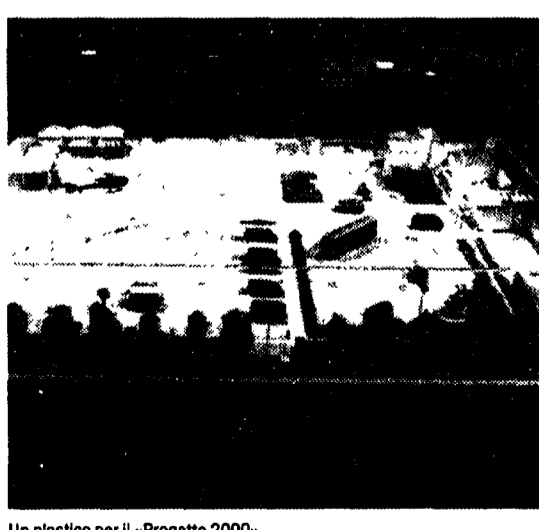
La proposta di una ditta di S. Marino

FIRENZE. I padiglioni del «Caravanning show» sono davvero una manna per i curiosi in caccia di novità, di produzioni all'avanguardia, di ultimi ritrovati della tecnologia per le vacanze all'aria aperta. E tra le novità presentate a Firenze, senza dubbio, spicca un veicolo attrezzato per le vacanze grande quanto un autobus il cui costo raggiunge i 380 milioni. Una bella cifra, ma, del resto, le dimensioni del mezzo non consentono un prezzo più basso. Ad aver portato a Firenze questo «gigante» dei camper è Gianni Minzoni, titolare dell'omonima ditta, che ha sede nella Repubblica di San Marino. Il camper-bus rappresenta la punta di diamante dei prodotti che la Minzoni offre ai suoi clienti un po' in Italia ed è stato portato in mostra per festeggiare i 25 anni di attività dell'azienda. In occasione di questo compleanno la Minzoni, da sempre specializzata nelle vacanze in libertà, ha deciso di offrire ai consumatori una speciale «carta-sconto». La si potrà ottenere pagando un minimo contributo e un'andolina, in occasione di queste nozze d'argento, si avrà diritto ad uno sconto del 25% sui prodotti distribuiti dalla Minzoni.

Aree attrezzate multifunzionali al servizio dei camperisti e, all'occorrenza, della Protezione Civile Sorgeranno in tutti i comuni e serviranno allo scarico dei rifiuti organici e al rifornimento di acqua potabile

La Regione presenta il «Progetto 2000»

A «Caravanning Show» è presente Progetto 2000. Si tratta di una iniziativa promossa e patrocinata dalla Regione Toscana che tende, fra l'altro, a favorire la creazione di giardini attrezzati multifunzionali in ogni comune o comprensorio. Si tratta di aree che possono essere usate all'occorrenza per smaltire acque reflue di caravan e bus e in caso di emergenze di protezione civile.



Un plastico per il «Progetto 2000»

FIRENZE. Lo hanno denominato Progetto 2000. Si tratta di una iniziativa promossa e patrocinata dalla Regione Toscana che tende a favorire il turismo itinerante e allo stesso tempo di adeguare i Comuni alle normative in fatto di protezione civile. Non solo. Nel Progetto 2000 si inseriscono anche tutte quelle tecnologie e apparecchiature tendenti ad un rispetto dell'ambiente e che funzionano a energia alternativa. A «Caravanning Show», in corso di svolgimento alla Fortezza da Basso, sono presenti numerose anteprime come ad esempio la prima auto a trazione elettrica a quattro posti (60 km di autonomia a 60km/h), apparecchiature anticendio, cartografie per lo studio del territorio, sistemi di monitoraggio, sistemi di vulcanologia, rilevatori di dati

meteo e di inquinamento e un piccolo eliporto, alimentato autonomamente da un carrello attrezzato con pannelli fotovoltaici.

Ma la novità più importante è rappresentata dal giardino attrezzato multifunzionale. Si tratta di una emanazione della Legge Fausti che prevede l'utilizzo da parte dei Comuni di queste aree attrezzate dotate di impianti igienico-sanitari atti ad accogliere i residui organici e le acque luride prodotte dalle autocaravan. Tutto parte appunto da questa esigenza che è un problema per coloro che praticano un turismo su quattro ruote. Fino adesso, purtroppo, questi scarichi venivano espulsi in ogni luogo con evidente danno ambientale e igienico. La realizzazione di queste aree permetterà, attra-

verso un pozzetto autopulente posizionato a terra e opportunamente collegato a fosse biologiche o fognature, a caravan, autocaravan e bus turistici di vuotare i serbatoi di recupero senza inquinare e deturpare l'ambiente.

Il pozzetto autopulente è il punto fondamentale per il quale vengono realizzate queste aree, che possono avere forma e dimensioni le più varie e variabili. Si parla infatti di un «modulo» cui ne possono venir aggiunti altri a seconda delle caratteristiche del territorio. Oltre al pozzetto non devono mancare una fontanella per acqua potabile, dei servizi igie-

nic, la raccolta differenziata dei rifiuti. «Il giardino attrezzato multifunzionale», afferma l'architetto Nino Solazzi che ha elaborato il progetto, «oltre ad essere utilizzato per questa importante necessità, può essere a sua volta una area destinata ad emergenze di protezione civile, a mercati e manifestazioni di vario tipo, raduni, attività sportive. Può essere anche un'area comprensoriale per più comuni. Anche da un punto di vista ambientale l'impatto è gradevole. Il verde è il tema dominante in cui sono opportunamente inserite, a seconda dell'ampiezza dell'area, tutta una serie di infrastrutture multilivello. Tutto la zona è priva di barriere architettoniche e prevede percorsi per non vedenti con delle istruzioni in «braille» sui corrimano e con una pavimentazione speciale per evitare gli ostacoli. Inoltre per evitare che queste aree diventino dimora permanente per nomadi o altre persone, è fatto divieto di sostare per più di 72 ore. In Toscana sono già molti i Comuni che si stanno attrezzando in tal senso. Il primo regionale spetta a Lucca che fin dal 1986 ha allestito un'area simile.

Nei Piani Comunali di Protezione Civile occorre l'indi-

Porte aperte ai turisti itineranti

La scommessa della Toscana

FIRENZE. Come era prevedibile è stato il «Progetto 2000» a fare la parte del leone durante lo svolgimento del 2° convegno dei sindaci dei comuni della Toscana sulla legge Fausti. Il tutto, ovviamente, riferito al bisogno di ridisegnare e sviluppare la vocazione turistica della Toscana. Una vocazione determinata dalla presenza di tante città d'arte, di centri minori di grandissimo rilievo storico e di un patrimonio naturale tra i più belli del mondo.

Tutti elementi che sembrano fatti apposta per attirare in questa regione quello che è il turismo emergente di questi anni: il turismo itinerante. L'esercizio del caravan e del camper, insomma.

«Questo», ha detto l'assessore regionale al turismo, Carlo Gattai, «è il secondo appuntamento in pochi mesi assieme ai sindaci della nostra regione. Adesso è l'ora di trarre le conclusioni e di decidere». Il turismo, del resto, rappresenta per la Toscana un grande fattore economico. Il turismo, infatti, smuove in Toscana un giro d'affari annuo di circa 5 mila miliardi. Le presenze sono stimate in 32 milioni. Ma il futuro non si prospetta roseo. «Dobbiamo attrezzarci subito», ha spiegato Gattai, «per affrontare