

In gara sulla costiera amalfitana maglia nera e rosa degli alberghi

MILANO Terra piena di contraddizioni, l'Italia. Anche quando si parla di turismo. Spulciando fra i mille dati forniti dalla Bit (Borsa internazionale del turismo) si scopre per esempio che a poche decine di chilometri l'uno dall'altro si possono trovare il più brutto e denigrato e il più bello e ricercato fra gli alberghi italiani. Siamo nella costiera amalfitana. Per assegnare la maglia nera non serve una classifica.

"Vox populi" e di diritto l'ultima posizione in classifica è tutta per il Fuenti, soprannominato il «mostro» per la «grazia» con cui si inserisce nel panorama circostante. Sul mega-albergo abusivo, mai aperto al pubblico, pende da tempo un ordine di demolizione.

È sufficiente però spostarsi un poco a monte, nella splendida Ravello, per incontrare

uno dei «top» nelle classifiche dell'ospitalità. La prestigiosa American Academy of Hospitality Science ha infatti assegnato il proprio «Five star diamonds Award» (che potrebbe tradursi in «cinque stelle di diamante»), che equivale a dire «il miglior albergo del mondo nel 1998» ad un piccolo albergo, Palazzo Sasso, che ha superato in corsa decine di superlussuosi hotel americani, asiatici ed europei.

Scoprire che cosa abbia fatto pendere la bilancia per l'albergo di Ravello non è però facilissimo: al di là del costo non proprio alla portata di tutte le tasche, le camere - ma sarebbe meglio dire le «suite» - sono appena 40, e tutte rigorosamente con vista sul mare. E le prenotazioni, ovviamente fioncano in continuazione.

P.F.B.



Un gruppo di turisti in una piazza italiana, per il Giubileo sono previsti dieci milioni di stranieri. Sotto, uno scorcio del colonnato del Bernini in piazza San Pietro

Arte e turismo La Sistina sconfitta dal "gobbo" di Parigi

Per Notre Dame 10 milioni di visitatori, solo 3 milioni ad ammirare i Musei Vaticani

WALTER GUAGNELI

MILANO L'Italia turistica, fra sbalzi e contraddizioni, continua a crescere. Una recente ricerca riferisce di un giro d'affari complessivo di 131 mila miliardi di lire (52 mila fatturati con l'estero). Cifra che corrisponde al 6,7% del Pil. Se si considerassero interventi e infrastrutture del settore e ancora investimenti delle aziende in beni capitali e per tour d'affari all'estero, ecco che si raggiungerebbe quota 234 mila miliardi, corrispondenti al 12% dell'intero Pil nazionale.

Il turismo d'arte e cultura con un giro di quasi 40 mila miliardi (19 mila fatturati con l'estero) sembrerebbe uno dei segmenti più importanti dell'offerta turistica nazionale. Ma è così solo in parte. Nel senso che il trend d'incremento di arrivi, presenze e consumi, è ancora ridotto rispetto alla reale valenza del patrimonio artistico e monumentale dell'Italia. In poche parole, le bellezze di Roma, Firenze, Venezia, Bologna, Napoli, Palermo, Ravenna e anche delle città piccole e medie dovrebbero pesare di più sulla bilancia dell'economia turistica.

Pochi esempi per descrivere l'ancora inedito sfruttamento del patrimonio artistico-culturale italiano: nel '98 la cattedrale parigina di Notre Dame ha avuto 10 milioni di visitatori, il Centro Pompidou, sempre nella capitale francese, 7 milioni, il British Museum di Londra 5 milioni e 746 mila. In Italia invece i Musei Vaticani 3 milioni di visitatori e gli Scavi di Pompei poco più di 1 milione e 800 mila presenze. Se è vero che il consuntivo '98 registra un incremento complessivo del 5% sul '97, va però sottolineato che il trend positivo vale solo per le grandi «stelle» del panorama italiano: dunque Roma, Firenze, Venezia che sono poi quelle che lasciano il segno.

Da notare invece un sostanziale stallo per quel che concerne i centri minori troppo poco propagandati e spesso dimenticati dai tour operator soprattutto stranieri. Si arriva quindi al paradosso di continuare a proporre solo le grandi città e dimenticare sistematicamente piccoli-grandi tesori d'arte di provincia. Le iniziative messe in campo negli ultimi tempi dai governi Prodi e D'Alema (proiezioni e promozioni su città d'arte e patrimonio musivo) e la prospettiva dei grandi eventi del Giubileo del 2000, sembrano poter rilanciare in maniera definitiva il settore o comunque recuperare il gap rispetto ai «giacimenti artistici e culturali» degli altri Paesi.



Italia seconda in classifica e con in cassa 30 milioni di dollari

MILANO Il fascino esercitato dall'Italia sui turisti stranieri non accenna a calare. Anzi. Secondo una statistica stilata dal Wto (Associazione internazionale che raggruppa i Tour operator) nello scorso anno il Belpaese è balzato al secondo posto assoluto - dopo gli Stati Uniti - per gli introiti, e al quarto per il numero totale degli arrivi (oltre 34 milioni).

Lo scorso anno l'Italia ha accumulato introiti per 30 miliardi di dollari, contro i 20 del 1990. Gli Stati Uniti (43,7 miliardi) sono lontani, irraggiungibili, ma tutte le grandi concorrenti europee sono state superate. Terza in classifica è infatti la Spagna (18,5 miliardi di dollari),

seguita dalla Francia (20,1) e dalla Gran Bretagna. Con questi dati alla mano, si può affermare che il 6,69% delle spese turistiche mondiali finisce con il passare dallo stivale. Un buon risultato, soprattutto in vista del Giubileo che, nel 2000, porterà in Italia un flusso «extra» di milioni di pellegrini. L'Italia, del resto, è l'unico Paese al mondo che può contare su di un grande numero di località «autoreferenziate»: Roma, Venezia e Firenze non solo non hanno bisogno di pubblicità, ma al contrario necessitano di studi per ottimizzare l'arrivo dei turisti. Per gli altri il discorso è ovviamente diverso. In quest'ottica sono da segnalare

le promozioni mirate che molte Regioni italiane stanno effettuando su segmenti di mercato fino ad oggi quasi dimenticati perché considerati non abbastanza remunerativi: paesi dell'Est (soprattutto la Polonia), ma anche Russia e Giappone. La pubblicità, oltre che con i metodi tradizionali, si sta sviluppando in particolare sulla Rete delle Reti. Non c'è albergo, associazione o ente turistico che non abbia un proprio sito, consultabile in tutto il mondo.

Quando dalla quantità si passa ad analizzare la qualità, si scopre però che la telematica non ha fatto ancora breccia nel cuore degli operatori nazionali. «La maggior parte dei siti web - spiegano gli

operatori del settore - altro non è che una copia inanimata dei depliant di carta patinata. Mancano le idee e soprattutto una vera cultura interattiva. Presto tramite Internet dovrà essere possibile prenotare, oltre ai biglietti aerei e ferroviari, anche le stanze. Magari dopo averle visitate telematicamente e avere guardato le condizioni meteorologiche attraverso le telecamere ambientali. Senza contare che un operatore senza computer non potrà reggere la concorrenza. Il turismo vive di idee: dove meglio che in Internet si può studiare la concorrenza?»

Aggiornatevi, gente. Aggiornatevi. P.F.B.

Cuba "ultimo minuto" e voglia di Spagna

MILANO Ma gli italiani, quando scelgono una vacanza all'estero, dove vanno? Nel 1998 la classifica vede in testa la Spagna, con il 18,1% delle preferenze, seguita a ruota dalla Francia (12,0%, con Parigi a fare la parte del leone) e dalla Grecia (9,5%). Da segnalare il 6,9% che premia Cuba e i Caraibi. In particolare l'isola di Fidel sembra esercitare un fascino particolare sugli italiani. «Oggi Cuba è in grado di rispondere alle esigenze di una clientela eterogenea: dalla famiglia alla ricerca di sole e mare, dai giovani che sognano di evadere agli intellettuali», spiegano le agenzie che operano con il centro America. Senza dimenticare il costo decisamente contenuto della vacanza, sostenuto anche da una novità quasi assoluta per il mercato italiano: i voli «Last minute». Ci sono compagnie specializzate in questo settore: acquistano a prezzo stracciato i posti rimasti invenduti nei singoli voli, e poi li ripropongono - con sconti che toccano il 50% - nelle agenzie di viaggio. La scelta non è sempre vastissima, ma il risparmio è assicurato. A proposito di Cuba, una delle società nazionali che operano in stretto contatto con l'isola caraibica è «Halturis». Fondata nel 1957 dall'allora Pci per organizzare viaggi nei Paesi dell'est, dal 1974 è stata ceduta ad operatori privati. Curiosità: dal 1966 fino al giorno della cessione, la società è stata presieduta da un operatore turistico molto particolare: Armando Cossutta.

P.F.B.

tura» con un fitto calendario di eventi di grande richiamo. E Ravenna coi suoi tesori monumentali e la piccola-grande idea dell'attore Ivano Marescoti di allestire (e veicolare in molti luoghi d'arte e di fede) uno spettacolo teatrale sulla Divina Commedia di Dante, «fissata» dal poeta nella Pasqua del 1300.

Dunque la ricorrenza giubilare coincide col settecentesimo anniversario della Divina Commedia. Dei 20 milioni di italiani che si muoveranno per il Giubileo, almeno 16 punteranno su Roma. Di questi, 5 milioni dovrebbero arrivare in auto, 5 in pullman, 4 in treno e un milione in aereo. Gli altri coi mezzi più disparati: moto, bici, autostop. Dopo il soggiorno nella capitale, il lungo serpente di turisti giubilari prenderà d'assalto le città d'arte più importanti della penisola. Assai appetite almeno 2 milioni di visitatori (secondo una recente indagine), Pompei un milione, San Giovanni Rotondo 2 milioni, Pavia un milione e mezzo, Loreto

settecentomila, Caravaggio cinquecentomila.

Un'indagine Doxa sul comportamento del visitatore italiano dice che nella città di Roma i pellegrini si sposteranno soprattutto coi mezzi pubblici (10 milioni), dunque autobus e taxi, 2 milioni invece vorrebbero muoversi in auto e altri 4 milioni a piedi. Si calcola che nel 2000 arriveranno quotidianamente a Roma 6300 automobili, 12 treni, 220 pullman turistici e 18 aerei di visitatori italiani.

Pronto anche l'identikit del pellegrino italiano: il 50% degli intervistati appartiene a nuclei familiari con reddito mensile pro capite medio basso che spesso sta sotto il milione. Molti hanno intenzione di essere ospitati da parenti o amici. La maggioranza però alloggerà in case religiose o alberghi a una o due stelle. Il 42% dei pellegrini italiani vorrebbe spendere ogni giorno meno di centomila lire.

Per il Giubileo il Ministero dei Lavori pubblici ha predisposto un programma di interventi di restauro di monumenti e chiese, la realizzazione di strutture di accoglienza e infrastrutture. Sono arrivate oltre 7000 richieste di finanziamento provenienti da gran parte dei comuni della penisola. Alla fine l'intervento complessivo supererà i 2000 miliardi di lire.

