

## L'estate della crisi Il turismo



»» **Cetona**

## Bicchiere a metà E settembre (forse) lo riempirà

**CETONA** (Siena) — Per un bilancio turistico definitivo è ancora troppo presto, ma a Cetona, caratteristico borgo incastonato nell'estremo sud della provincia di Siena, il bicchiere è mezzo pieno, sebbene nel primo trimestre dell'anno le presenze abbiano fatto registrare un -47,84% mentre gli arrivi si attestano a un -14,22%. Per completare il quadro si può aggiungere che la crisi ha influito anche sulla tipologia di soggiorno, con la permanenza media che è passata da 3,19 giorni nel 2011 a 1,94 nel 2012. Numeri da prendere con le molle, perché non si tratta del classico periodo turistico. A controbalanciare la tendenza negativa dell'inizio anno, c'è una sostanziale ripresa nel secondo trimestre, nonostante i dati relativi non siano ancora stati registrati. Possono servire però le parole di Stefania del «Potere Lammaccia»: «Le presenze degli ultimi tre mesi ci inducono a credere in una stagione positiva. Soprattutto ci piace il fatto che sia un turismo giovane e italiano, concentrato prevalentemente nel fine settimana». Trend registrati anche alla «Locanda di Cetona»: «Non ho un raffronto con lo scorso anno — afferma Emanuele —. Ma questo giugno è stato abbastanza positivo. Gli italiani stanno iniziando di nuovo a muoversi, anche se per brevi periodi. Speriamo che non sia solo un fuoco di paglia, perché a luglio, per il momento, si va a rallentatore».

Che dal punto di vista turistico il settimo mese dell'anno per Cetona non sia un periodo fortunato lo si capisce anche dai dati del 2011, chiuso con un -2,94% di presenze rispetto al 2010. Un passaggio a vuoto controbalciato soprattutto da settembre e ottobre dove si registrarono rispettivamente nelle presenze un +12,67% (+31,36% negli arrivi) e un +20,74%. «Generalmente da queste parti soffriamo i mesi centrali dell'estate — afferma Sergio del ristorante «Toscunami» —. Il turismo, soprattutto quello nostrano, privilegia l'offerta balneare, mentre ci difendiamo alla grande da maggio a giugno e da settembre a ottobre. Dalle indicazioni ricevute fino a ora, non credo che il 2012 farà eccezione».

**Aldo Tani**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# In vacanza, in vacanza Ma con le ore contate

Inizio d'estate: qualche buon segnale, anche se l'italiano latita



»» **Forte dei Marmi**

## Viva il top, e abbasso il mordi e fuggi

**FORTE DEI MARMÌ** (Lucca) — Un'estate sul mare di Madonna Versilia seduce ancora?

Dalla pineta della zona più elegante di Forte dei Marmi, su viale Morin, Vittorio Meschietto, proprietario dell'Augustus Resort & Hotel, commenta così quest'estate di crisi: «Rispetto allo scorso anno abbiamo mantenuto le stesse cifre, sia di presenza che di produzione. In realtà per noi la crisi è finita lo scorso anno, quando abbiamo registrato un calo del 5%. Per quanto concerne i costi li abbiamo mantenuti invariati. Quello che ci aiutato molto è stato investire sulle nostre strutture e sull'evoluzione dello stare a Forte dei Marmi, in particolare rendendo accogliente la nostra struttura per i bambini. Come clientela registriamo sempre una forte presenza di tutto il Mittel Europa, qualche americano, i russi

(nella foto sopra due turiste russe in spiaggia al Forte). Mentre gli italiani per lo più sono clienti affezionati che continuano a venire qui di generazione in generazione, anche se più che altro si tratta di viaggiatori del week

end. Per quanto riguarda il nostro ristorante sul mare, non abbiamo avvertito cali, anche se per l'80% la clientela non è italiana. In generale comunque credo che offrire l'eccellenza nei servizi possa fare la differenza».

Parla di turisti che si fermano solo per il fine settimana anche Roberto Fedrigi, titolare dell'omonima agenzia immobiliare a Forte dei Marmi e con fessa una forte preoccupazione: «Per le vendite la situazione è bloccata. E gli affitti nel mese di luglio hanno registrato quest'anno un calo del 35%. La nostra è un'agenzia storica che da oltre cinquant'anni cerca di offrire ai clienti i migliori servizi ai propri clienti,

ma il problema principale è che il villeggiante è ormai praticamente scomparso, si parla per lo più di un cliente che resta al massimo per il venerdì, il sabato e la domenica».

Gherardo Guidi titolare del bagno Roma di Levante e patron della «Cappannina di Franceschi», ribadisce l'importanza di offrire particolari riguardi alla propria clientela e accogliendola sempre con un sorriso e con i migliori servizi e una particolare cura per i dettagli, offrendo uno stabilimento balneare che si presenta come un elegante teatro sulla spiaggia di cabine verniciate di bianco e giallo, tende in ordine geometrico e sabbia pettinata. Il bagno, dove ama fare la sua pausa estiva Adriano Galliani, amministratore delegato del Milan, portandosi la bicicletta e i nipotini, combatte la crisi anche con iniziative divenute famose, come l'importante concorso gastronomico che si svolge ad agosto «A tavola sulla spiaggia», quest'anno è giunto alla sua XIX edizione.

**Beatrice Fornaciari**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**-47,84%**

**Le presenze**

Cetona nel primo trimestre 2012, ma il bilancio si sta riposizionando

**-35%**

**Il calo** degli affitti nel mese di luglio a Forte dei Marmi. Va meglio per alberghi e ristoranti, dove però la clientela è principalmente straniera e predilige soggiorni rapidi