

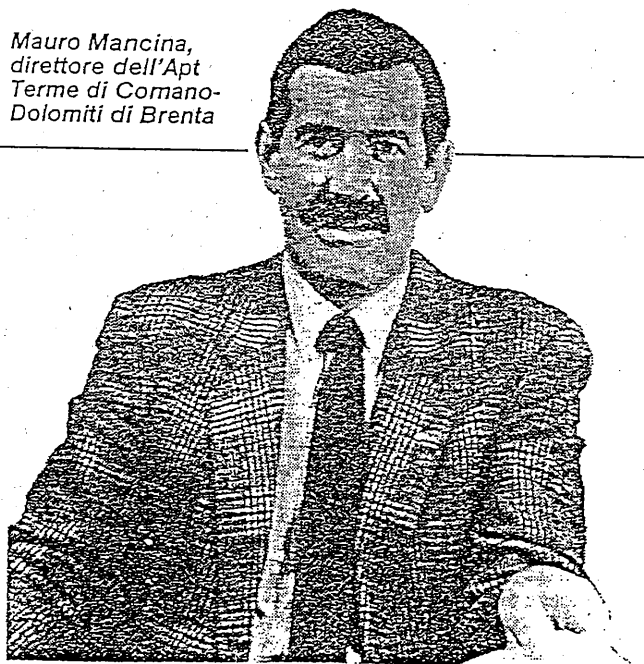
di FRANCO BRUNELLI

L'analisi di Mauro Mancina, direttore dell'Apt Comano-Brenta

# «Ma qui le terme non bastano più»

Stagione turistica così così  
«Servono strategie combinate»

Mauro Mancina,  
direttore dell'Apt  
Terme di Comano-  
Dolomiti di Brenta



Non sarebbe proprio questo il momento di tirare delle somme, visto che la stagione turistica non è ancora finita. Ma tant'è! Non passa giorno che a livello nazionale non si parli del calo di presenze turistiche alberghiere registrato quest'anno e la questione vale ovviamente anche per una piccola zona come le Giudicarie Esteriori. I segnali di polemica, ad esempio quelli degli albergatori contro il progetto dell'albergo termale, potrebbero benissimo essere interpretati come una conseguenza di queste difficoltà.

Riflettiamo su questa crisi del turismo con chi ogni giorno è abituato a ragionare sui dati del turismo nostrano, il direttore dell'Apt Terme di Comano-Dolomiti del Brenta, Mauro Mancina.

«Ci sono in effetti una serie di elementi che hanno condizionato il nostro turismo quest'anno: i provvedimenti governativi verso il termalismo; le difficoltà economiche nazionali; i nuovi modi di fare vacanza, più spezzettati e ricorrenti nel corso dell'anno; la concorrenza agguerrita tra zona e zona; e per ultimo mettiamoci anche l'aspetto meteorologico che in luglio ha influito, ma che da solo non può spiegare una stagione».

D'accordo, ma poi è andata così male? Le chiacchiere che si colgono in giro parlano di cali consistenti, magari del 20 o 30%. È vero? «I dati ufficiali dicono che a luglio, nella zo-

na termale, si è perso tra il 5 e il 6% delle presenze alberghiere; che in giugno si è perso un altro 6%, ma che in maggio si è registrato un positivo +7% e che in aprile si è guadagnato un +4%. C'è pu-

re da tenere presente che fino a giugno, considerando tutto l'ambito delle Giudicarie Esteriori, si registra un incremento positivo, +2%, trascinato da S. Lorenzo in Banale che ha fatto registrare un au-

mento sostanzioso».

Dette così le cifre non paiono dover allarmare più di tanto, anche se è ovvio che un operatore debba prestare attenzione ad ogni segnale di difficoltà. E tutte le voci che parlano di cali molto più sostanziosi? Il direttore dell'Apt pensa che ci siano molte chiacchiere ed enfattizzazioni sulla crisi in zona, che per lui dovrebbe realisticamente aver comportato al massimo un calo del 10%, ma è anche possibile per noi prestare fede alle voci più allarmate e spiegare la contraddizione con i dati ufficiali, molto meno pessimisti, pensando che negli anni precedenti ci fosse una pronunciata evasione e mancata denuncia delle presenze, soprattutto nelle aziende meno imprenditoriali e più basate sulla conduzione familiare.

Mauro Mancina sottolinea invece una cosa: «Le crisi hanno sempre in sé qualcosa di salutare perché ci obbligano a degli esami di coscienza sul nostro modo di fare turismo. Per esempio ci fanno capire che per tenere il passo, non dico per aumentare, occorrono strategie combinate tra amministratori pubblici e operatori economici. E poi obbligano anche questi ultimi ad un riesame serio della situazione del turismo. Un tempo per fare turismo bastava trovarsi in una zona bella, oppure vicini all'acqua termale, e offrire una ricettività accogliente. Oggi non basta più, visto che il cliente queste cose le dà per scontate. C'è bisogno per esempio di urbanizzazione, di un ambiente ben tenuto. Non basta pensare che la gente alla fine venga ugualmente. Il cliente

ha una sua capacità critica di giudizio, analizza meglio le spese, è capace di scelte. Un tempo andava tutto bene: magari ci si lamentava un po' all'inizio di stagione, perché non si era partiti col piede giusto, ma poi alla fine si taceva visto che il cassetto comunque si era riempito.

La nostra offerta turistico-termale inoltre non si può rivolgere solo ai bisognosi, a quelli che per forza, visti i problemi di salute, devono venire alle terme; dobbiamo espandere gli stessi servizi termali per allargare l'area degli utenti.

È poi necessario ripensare tutta la cultura dell'ospitalità, visto che le strategie future si giocano tutte sulla qualità dei servizi turistici che si sapranno offrire; e la qualità riguarda tutti, gli hotel a 5 stelle come le pensioni a 1 stella; e la qualità la si vede anche da come viene servito il caffè o viene data un'informazione.

Nei momenti di crisi i nodi vengono un po' tutti al pettine, peccato che il momento di crisi non renda facile il risolverli».

Insomma, pare di capire, se i momenti di crisi servissero a rimeditare, in questo caso, il modo e la qualità di fare turismo, non sarebbero poi stati così disastrosi, alla fine.

Servirebbero a gettare basi solide per il futuro. A meno che un agosto pieno di caldo, di presenze e di affari ben conclusi non abbia riempito le tasche e tacitato le riflessioni.