

MONTAGNA PISTOIESE

# Turismo: la ricetta degli operatori

di Silvio Lenzini

La nomina di Arturo Grillenzoni a direttore della Agenzia per il Turismo «Abetone-Pistoia-Montagna Pistoiese» è stata accolta dagli operatori del settore montano con interesse e simpatia. Un'apertura di credito, non priva di condizioni, che sicuramente farà piacere a Grillenzoni di cui sono apprezzate le capacità, la cordialità e la bonomia dimostrata nei confronti di chi ha avuto a che fare con lui, dirigente del settore turismo della Provincia.

**Italo Cinini** (gestore del complesso Boscolungo e dell'Hotel Pionieri all'Abetone) auspica che Grillenzoni, lasciato il suo lavoro in Provincia, sappia calarsi davvero nel ruolo di manager e modifichi l'attuale modo (per lui obsoleto) di fare il turismo in montagna. «Dobbiamo partire dal presupposto — dice — che la montagna intera sta morendo nonostante le roboanti affermazioni di chi si ostina a non vedere questa realtà. A dirlo sono gli incassi del Multipass che anche con la nuova ovovia sono rimasti gli stessi dell'anno scorso, la preannunciata chiusura a breve di altri due alberghi e due impianti di risalita. La montagna pistoiese, cenerentola della Toscana, non è



**Simone Breschi**

più conosciuta perché non si fa pubblicità e se viene fatta lo è con forme antidiluviane. Bisogna lasciare in un cantuccio burocrazia e politica e stare a sentire chi il turismo lo fa sul campo. E convincersi che puntare tutto (come fanno gli impiantisti) sul weekend altro non fa che danneggiare il territorio».

Sul fatto che non si possa vivere di sola neve è d'accordo **Carluccio Ceccarelli** (uno dei titolari dell'Hotel Sichi di Piano degli Ontani) il quale propone di «curare tutte le possibili forme di turismo (dai soggiorni alle iniziative naturalistico-culturali) la cui gestione dovrà pienamente tornare nelle mani dell'Apt, ente specializzato, e non lasciata in mano di altri enti o ad associazioni che, privi di adeguate

«Si fa poca promozione e male. E' sbagliato puntare tutto sul fine settimana. Occorrono dinamismo e strategie moderne. E una migliore viabilità»  
Accolta positivamente la nomina di Grillenzoni



**Giancarlo Marracci**

professionalità, quando si sono mossi hanno fatto più danni della grandine».

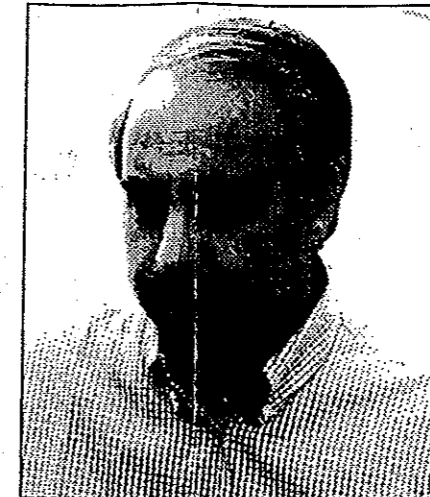
Dello stesso avviso è **Tiziana Petrucci** (titolare dell'Hotel Bellavista di Abetone) che, rammentando il flop del consorzio Apm di cui è stata presidente e la scarsa coesione tra gli associati, vorrebbe che fosse l'Apt a riappropriarsi del ruolo di promotore turistico. Un accenno al rigetto dei vincoli burocratici viene da **Simone Breschi** (co-titolare



**Giuliano Tonarelli**

dell'Hotel Miramonti di Cutigliano), uno dei pochi giovani che ha scelto di continuare la tradizione di famiglia e che chiede di poter essere messo in condizione di ampliare la propria struttura alberghiera aumentando le camere e di vedere aperti gli uffici informazioni turistiche nei giorni festivi.

**Piero Franceschi** (titolare dell'Albergo Franceschi di Gavinana), mentre critica l'amministrazione comunale di San Marcello che giudica «to-



**Italo Cinini**

talmente assente da tutte quelle attività da cui non può trarre profitto ostacolando con applicazione di leggi assurde e deleterie per ogni iniziativa delle Pro Loco o gruppi sensibili al problema», auspica che si possano valorizzare le tradizioni tipiche della montagna costruendo su di esse vere e proprie manifestazioni impostate sul trekking, percorsi ippici, manifestazioni culturali e via dicendo. Segnala però l'esigenza che gli enti pubblici «si decidano una buona volta ad affrontare il problema della viabilità, unico modo per arginare l'abbandono della zona da parte dei giovani con l'inevitabile arresto di tutte le attività economiche».

**Paolo Ferrari** (patron dell'agriturismo Il Volpino, il locale che avrebbe ospitato la riunione conclusiva Chiti-

Ventura per il lancio della candidatura Martini a presidente della Regione) afferma: «Mi aspetto una rivoluzione turistica che attendo da molti anni impostata su dinamismo, presenze attive a fiere turistiche con impiego diretto di operatori del luogo che, in luogo di fare gite turistiche, vendano turismo. Escludere quindi promozioni passive e male organizzate, fare in modo che gli operatori si documentino sulle nuove strategie di mercato».

**Giuliano Tonarelli** (co-titolare dell'Hotel Villa Patrizia di Cutigliano) propone ricerche mirate su ben precisati mercati per la successiva promozione del «verde-bianco»; la realizzazione di tutta una serie di manifestazioni sportive (minibasket, tennis, mountain-bike, calcio, scherma) e l'installazione in luoghi strategici (uscite dalle autostrade) di idonea cartellonistica pubblicitaria. Anche lui punta sul miglioramento della viabilità e dei collegamenti con le zone sciistiche. Concordano con i colleghi **Riccardo Lenzini** (co-titolare dell'Hotel Il Cacciatore di San Marcello) e **Giancarlo Marracci** (titolare dell'Hotel Miramonti di Abetone), con l'obiettivo del rinnovamento delle aziende alberghiere, segnala l'assoluta necessità di allungare - con accorte politiche dei prezzi - l'offerta-vacanza a tutto l'anno.