

«Cin cin» o «prosit»
ma mai dire spumante



«È un termine che non è riportato sulle etichette. È più corretto usare il nome del prodotto»
MAURIZIO ZANELLA
CONSORZIO TUTELA FRANCIACORTA

I tour operator usano
meno Linate e Bergamo



«Volare da Malpensa spesso è un fattore che fa da freno a chi sta via per pochi giorni»
GIANBATTISTA MERIGO
GRUPPO AMERIGO VIAGGI



LONTANO DA CASA. Invece della settimana quattro o cinque giorni ma fatti bene

Capodanno in viaggio: la qualità e il relax accorciano i soggiorni



Relax e massaggi, al mare ma anche in montagna

La crisi incide sulle prenotazioni ma non su quelle dei turisti vip
Gli altri prima ancora della meta «comprano» il prezzo



Tengono le mete calde, ma con un occhio al portafoglio

IL BRINDISI. Il presidente del consorzio fa il punto sul mercato

Le bottiglie di Franciacorta protagoniste a mezzanotte

Maurizio Zanella: «Passata di moda la parola spumante. È banalizzante, meglio usare le denominazioni»

Lo spumante «è una parola morta, non esiste più. Perché è banalizzante; non si può fare di tutta un'erba un fascio, con dentro il dolce Asti, il fresco Prosecco e il più complesso Franciacorta. Meglio parlare di denominazioni».

A sancire il de profundis dell'espressione spumante è il presidente del Consorzio di Tutela del Franciacorta Maurizio Zanella, in un appello-provocazione che trova già sponda nell'iniziativa «Brindo italiano» promossa dal ministro delle Politiche agricole Luca Zaia.

Centinaia di magnum da tre litri, con il nome dell'iniziativa

va e il logo del Mipaaf impresso sull'etichetta, sono state prodotte e messe a disposizione dai Consorzi, per la distribuzione alle principali trasmissioni televisive delle reti televisive nazionali e regionali per brindare in Tv con bollicine Made in Italy. Con «Brindo italiano», sottolinea Zanella, «si è sdoganato lo stop allo spumante, espressione che non compare nelle etichette dove invece si parla di denominazione. E si chiama finalmente per nome il prodotto, dando priorità all'identità, piuttosto che all'esigenza di fare massa critica».

Tra Natale e la prossima Epifania le bottiglie vendute di Franciacorta ammontano a 4,5 milioni, prevalentemente ordinate al ristorante e in enoteca o scelte per i pacchi-dono. Per il Franciacorta i consumi a

fine anno sfiorano appena il 30 per cento mentre per altre denominazioni può rappresentare quasi metà fatturato. Mentre le vendite 2009, commenta il presidente del Consorzio «sono soddisfacenti, in linea con l'anno precedente. E in tempi di crisi mantenere le quote di mercato (all'88 per cento con vendite in Italia e 12 per cento quota export) e i prezzi, che mediamente al pubblico si aggirano sui 16-17 euro, è un bene. Con la vendemmia appena conclusa la produzione si attesta sui 13 milioni di bottiglie che andranno in commercio nel 2011.

Ma Franciacorta - conclude Zanella - ha capacità potenziale di superare i 20 milioni di esemplari. Il 2009 si chiude con l'importante esperienza di impiego stagionale offerto ai cassintegrati della zona».

La voglia di vacanza non cede il passo ad una recessione con cui però deve fare i conti. Non sono pochi i bresciani che stasera brinderanno fuori città, al caldo o nella neve, spinti dal bisogno di staccare la spina per qualche giorno prima. Ma come succede per cenoni, veglioni e shopping anche l'opzione vacanza mette il veto allo sperpero di denaro.

E ANCHE il paradigma delle mete predilette per il Capodanno fuori casa cambia leggermente identikit. «Le prenotazioni si sono contrattualmente del 10 per cento, rispetto al 2008», rileva Ettore Mainetti, presidente dell'Abivt (Associazione bresciana imprese viaggi e turismo). Ma dove vanno i bresciani che hanno preparato le valigie? «Le capitali europee tengono sempre: Parigi, Berlino e Praga soprattutto. Non da meno le mete calde: niente Caraibi, troppo cari, meglio Tunisia e Mar Rosso, sempre il linea con la flessione globale del settore». Chi non sembra risentire della crisi è quella fascia in cui, stando al gergo degli addetti ai lavori,

rientrano i turisti vip: «Quel 2/3 per cento di bresciani che per Natale o Capodanno partiva per le Maldive, lo fa anche ora», e spende anche 3 mila euro per una decina di giorni.

Nonostante il momento economico non proprio favorevole, i tour operator non hanno optato per un abbassamento indiscriminato delle tariffe: «Eventualmente si corre ai ri-

Chi sceglie i climi caldi scarta i Caraibi perché troppo cari. Meglio Tunisia e Mar Rosso

C'è il boom delle beauty farm e delle spa anche in montagna. Gli agriturismi prenotati online

pari con i classici last minute in base all'andamento delle prenotazioni, e i bresciani, alle offerte, stanno più attenti di prima, soprattutto i giovani». Ma c'è anche chi, senza aspettare l'ultimo secondo, si rivolge agli operatori, ma mettendo subito le cose in chiaro: «In non pochi casi il cliente arriva in agenzia e compra il prezzo, questa è la novità dell'ultimo anno - spiega Mainetti -. Mette sul piatto il budget e chiede dove possiamo mandarlo, senza concedere margini di flessibilità sulla cifra a disposizione».

ALTRA NOVITÀ, che diventa un'assodata tendenza del turista bresciano in partenza per Capodanno, l'assenza di spirito avventuriero in cambio di sano riposo. «Meno giorni e più relax: questo cercano i bresciani per le festività fuori città»: a confermarlo è Gianbattista Merigo, titolare del gruppo Amerigo-Viaggi, che conferma un calo di prenotazioni, fino al 15 per cento in linea generale. Ed è boom di spa, beauty farm e centri benessere, cenone compreso. «Slovenia, Istria, la stessa Tunisia, propongono

strutture di questo tipo ad alto livello - sottolinea Merigo - e non anche per quelle in montagna, dove i turisti uniscono sci e benessere: e per una vacanza del genere si arriva a spendere fino a 100 euro al giorno, ma, appunto, restringendo il periodo, non più la settimana, ma 4-5 giorni purché fatti bene». Meno ottimista sulla tenuta delle capitali europee, Merigo, secondo cui «magari per soli due o tre giorni si deve volare da Malpensa, dal momento in cui i tour operator hanno ridotto i voli da Bergamo e Verona, e per molti diventa pesante».

Bene anche gli agriturismi, una soluzione relativamente economica che consente di passare un week end lungo a cifre ragionevoli, sui 150 euro. Ma per soggiorni del genere, nella maggior parte dei casi, i bresciani prenotano on-line: «Internet funziona ma non è una minaccia - commentano gli operatori -: si rivolge a target diversi rispetto a quelli d'agenzia, e dopo le truffe emerse in questo periodo, la gente sta molto attenta».

♦ M.R.

LA STANGATA. Mediamente il pedaggio sarà più caro del 2,7 per cento

Autostrada, aumenti da domani

Aumenti in media del 2,7%, ma con punte oltre il +15%, da domani, primo gennaio, per i pedaggi autostradali. Così - insorgono le associazioni dei consumatori - dopo gas e acqua, rifiuti, rc auto e tariffe aeroportuali, l'impatto per le famiglie italiane dei rincari per il 2010 sale a 600 euro di spesa media in più l'anno.

Per Autostrade per l'Italia, la principale concessionaria italiana (gruppo Atlantia), che ge-

stisce oltre 2.800 chilometri di autostrade, l'aumento è del 2,40%.

PER ADUSBEF e Federconsumatori è «ennesimo via libera del Governo ad aumenti del tutto ingiustificati, che vanno ad aggiungersi a quelli scattati nel maggio scorso, e che contribuiranno ad aggravare ulteriormente le condizioni delle famiglie, già duramente provate da una terribile annata all'in-

segna della crisi», portando a 600 euro le spese in più da sostenere nel 2010.

Per Adiconsum, che chiede alle società autostradali un tavolo negoziale sui diritti degli automobilisti, si tratta di aumenti che «non hanno nessuna motivazione, né inflazionistica né dettata da investimenti strutturali su un sistema autostradale fermo agli anni '60».

Secondo i calcoli dell'Aiscat,

l'associazione delle società che gestiscono autostrade, in media l'aumento «su base nazionale è pari al 2,71%». Sul tratto Brescia-Padova è previsto un aumento del 6,56%; Centropadane 0,74%.

Come previsto dalle convenzioni con le società autostradali, che prevedono aumenti annuali legati a piani di investimento e realizzazione di infrastrutture e manutenzione, l'adeguamento dei pedaggi è stato varato con decreto dai ministri delle Infrastrutture e dell'Economia dopo una istruttoria dell'Anas. ♦

Antico Mattone
fornitura, posa, trattamento
materiali di recupero per restauri
Specializzati in demolizioni
edili anche ad altezze elevate

bacco renzo
Via Galileo Galilei, 5 (Zona art.) Codevigo
tel. 049/5817013 - tel/fax 049/5817616
www.baccorenzo.it - e-mail: info@baccorenzo.it

Antico Mattone è un prodotto che richiama la tradizione e la cultura italiana, grazie alla forte identità che ci restituisce intatti i particolari dell'arte costruttiva dei secoli scorsi. Unico, straordinario, questo materiale di recupero proviene dalle tipiche costruzioni dei secoli scorsi e per questa esclusività la disponibilità è limitata. La bellezza e l'originalità dell'Antico Mattone deriva dai segni del tempo che ha plasmato, con l'esposizione alle intemperie, forme e colori. Il risultato è un materiale che, grazie all'intervento di artigiani esperti, conserva le sfumature di colore e la porosità originaria. Proprio per l'indiscussa identità, oltre che per i restauri conservativi, è indicato anche per nuove e originali idee architettoniche.