

LE REAZIONI Camere piene: i titolari di alberghi e ristoranti gongolano, mentre alcuni negozianti e agenzie di viaggio storcono un po' il naso

# «Turismo e commercio: che occasione»

Ma c'è chi si lamenta per il poco coinvolgimento:  
«La gara guarda a se stessa più che alla città  
Il centro non sia solo il contenitore dell'evento»

**Magda Biglia**

●● Felici sono gli albergatori e i ristoratori, meno i commercianti e le agenzie. Non tutto il comparto turistico viene abbracciato dalla «corsa più bella del mondo», da alcuni vista come grandissimo evento e per questo salutata con affetto ma chiuso in se stesso dal punto di vista economico e organizzativo. La felicità di una edizione quasi normale, col solo spostamento di data, è comune. È tornata l'allegria nelle strade ma forse, come per tutte le manifestazioni importanti, c'è la fatica di intrecciarsi fino in fondo con la trama del tessuto cittadino.

**Al netto** di questioni che ogni anno si ripresentano, il dato è che gli alberghi sono strapieni. «Dopo le ultime due edizioni in ottobre 2020 e in giugno 2021, la 1000 Miglia è ancora più splendida e gloriosa. Siamo di nuovo alla serenità, al piacere di lavorare, finalmente - esclama Alessandro Fantini, vice presidente vicario di Federalberghi dall'Hotel Ambasciatori - Per noi è sempre stato il momento più importante dell'anno, e ora il segnale è forte e positivo. Un primo assaggio di cosa accadrà con Brescia-Bergamo capitale della Cultura e un seguito del successo del Salone del mobile di Milano che ha avuto strascichi ottimi

per l'accoglienza anche a Brescia. Milano era sold out e più cara».

**Marco Poletti** è presidente di Visit Brescia e albergatore sul Garda con Piccola Vela di Desenzano. «La gara è un appuntamento di alto livello, presenze ottime - ricorda - Come Visit cercheremo di sostenere occasioni di qualità come questa, con tutta l'attenzione internazionale su di noi». La stagione benacense è già partita alla grande, unico neo, già più volte denunciato su Bresciaoggi, è la mancanza di personale. «Non solo per il Covid, che ci ha fatto perdere professionalità, siamo arrivati impreparati al cambiamento; occorre sedersi a un tavolo e programmare, cercare soluzioni strutturali», sottolinea Poletti.

È proprio il carattere «elitario» della manifestazione che viene rimarcato come controproducente invece da Marco Copeta, presidente di Assoviaggi, titolare di Arnaldo Viaggi. «Sono più felice impegnato con gli alpini a preparare la festa di San Pietro in Castello - ammette - . Quello della 1000 Miglia è un altro giro, non ci tocca, a noi nemmeno le briciole, è un giro chiuso, non c'è incoming nelle agenzie bresciane».

«Come bresciano amo la 1000 Miglia incondizionatamente. Come operatore com-

merciale sono perplesso - si lamenta Carlo Massoletti, presidente Ascom - C'è movimento, ma poca influenza sul lavoro dei negozianti, nessun peso particolare sulla vita delle imprese commerciali, mentre credo ne abbia su ristorazione e ospitalità. Rispetto a parecchi anni fa, è tutta un'altra cosa, non solo c'è meno gente, ma la gara guarda a se stessa più che alla città, sento molti dubbi fra i colleghi. Paradossalmente abbiamo avuto più riscontro con la Fiera del mobile di Milano».

**Barbara Quaresmini**, presidente di Confesercenti, rimanda il bilancio nel concreto ai prossimi giorni. Però esprime qualche preoccupazione «per le scelte organizzative, a cominciare dalla data e dalla durata», osserva. «Il centro storico non può essere un contenitore dell'evento senza farne parte» è la frase un po' sibillina che si lascia scappare.

Secondo Quaresmini «l'opportunità c'è tutta ma accanto ci stanno i rischi, rischio di caos e basta, del mordi e fuggi, delle mille persone a passeggio e finita lì, senza una programmazione integrata con commercianti e ristoratori». Allargando il discorso la presidente invita a «un turismo con cautele intelligenti, a un consumo che non si faccia travolgere e che tenga conto delle modalità diverse che stanno emergendo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3022





**Le auto d'epoca** al loro ingresso in piazza Vittoria per le ultime verifiche



**La punzonatura**, dopo due edizioni condizionate dalla pandemia, ha riportato in piazza Vittoria centinaia di persone