

INCHIESTA



# L'Italia reagisce alla ROULETTE RUSSA

di *Stefano Bonini*

*LE PREOCCUPAZIONI  
GENERATE DAL CONFLITTO  
IN UCRAINA HANNO FATTO  
CROLLARE (MA NON AZZERARE)  
I FLUSSI DALLA RUSSIA.  
LE PROSPETTIVE PER L'ESTATE  
2022 RESTANO POSITIVE,  
ANCHE NELLE LOCALITÀ IN CUI  
I RUSSI RAPPRESENTAVANO  
UNA QUOTA IMPORTANTE DEL  
MOVIMENTO TURISTICO.*

**L**a crisi bellica scoppiata il 24 febbraio scorso ha cambiato radicalmente gli scenari, non solo socioeconomici ma anche quelli turistici. I russi che da anni, biennio pandemico a parte, erano soliti trascorrere le loro vacanze nella nostra Penisola sono destinati a scomparire da queste destinazioni turistiche. Ma l'ottimismo non manca e, pur consapevoli delle difficoltà, destinazioni e operatori turistici guardano avanti e lavorano per aggiornare le proprie strategie promozionali e commerciali, puntando a mercati alternativi alla Russia. Che non è comunque cosa di poco conto. In pre-pandemia, il turismo russo valeva nel nostro Paese circa sei milioni di arrivi, con un giro d'affari di oltre un miliardo di euro grazie a vacanzieri 'big spender' o 'high budget' abituati a mettere sul piatto cifre importanti per una vacanza di lusso, all'insegna del divertimento, del buon cibo e del relax. Per

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152754

cui, pur rimanendo positive le prospettive per l'estate 2022, ci sono località che più di altre devono affrontare i prossimi mesi prive di questo importante mercato. Tra queste la Versilia, la Riviera Romagnola e Cortina, la regina delle Dolomiti.

### OPERAZIONE SOSTITUZIONE

Fortunatamente l'Italia continua a piacere a tanti viaggiatori internazionali. Lo conferma **Giacomo Maschietto**, terza generazione di una famiglia che ha scritto la storia dell'ospitalità di Forte Marmi e CEO dell'**Augustus Hotel & Resort** un simbolo della località versiliana anche per l'esclusivo Augustus Beach Club. "Prima della pandemia all'Hotel Augustus – comincia Maschietto – gli ospiti russi rappresentavano il 40% della clientela. Oggi si sono ridotti al 10%, un crollo del 75% che aggrava la flessione che avevamo già riscontrato con il Covid per il vaccino Sputnik". Non si è quindi azzerata la clientela: "Abbiamo alcuni clienti russi fedelissimi che per quest'estate ci hanno già confermato la loro presenza

per i soliti 20-25 giorni nelle nostre ville". Il 'numero uno' dell'Augustus aggiunge che non ci saranno più i long stay, quando gli ospiti russi sceglievano le ville nel parco (sette per la precisione, tra cui Villa Agnelli e Villa Pesenti) per soggiorni anche di 30 giorni all'insegna della massima privacy. "Il processo di sostituzione di questa clientela era iniziato già due anni fa – continua – così oggi stiamo registrando una crescita della clientela italiana del 25% e un significativo ritorno di clienti dalla Svizzera, dalla Germania e soprattutto dal Regno Unito. Anche gli americani sono in accelerazione, arrivando a rappresentare il 10% della nostra clientela (erano il 6% nel 2019). Si tratta sia di clienti nuovi sia di repeater che tornano all'Augustus grazie al grande lavoro di fidelizzazione che portiamo avanti da anni garantendo sempre la massima qualità del servizio e dell'accoglienza offrendo più flessibilità, più elasticità e privacy assoluta". Dal Tirreno all'Adriatico. Sulla Riviera Romagnola qualche mese fa c'erano grandi progetti per la ripartenza e **Anex Tour**, tour



L'iconico Grand Hotel di Rimini, storico 5 stelle lusso

In apertura, Villa Agnelli, una delle ville storiche dell'Augustus Hotel & Resort di Forte dei Marmi (Lu)

INCHIESTA



Veduta panoramica di Cortina (BI) e della conca ampezzana. Ph Pixabay

operator sul mercato russo e ucraino, aveva scelto di investire sull'aeroporto di Rimini pianificando numerosi voli da Russia e Ucraina verso la costa romagnola. “Una volta scoppiato il conflitto – racconta **Claudio Abbadessa**, deputy general manager Italy di Anex Tour – abbiamo deciso di congelare tutta la programmazione in Italia. Ma i problemi li stiamo riscontrando in quasi tutte le destinazioni mondiali in cui operiamo, essendo noi il tour operator leader sui mercati russi ed ucraini. Restiamo comunque fiduciosi, consci che i tempi per una nuova normalizzazione non saranno brevi”.

In questo contesto da oltre 700mila presenze russe nel 2019 opera **Paola Batani** con **Batani Select Hotels**, gruppo alberghiero proprietario di diversi luxury hotel tra Rimini e Milano Marittima, su tutti l'iconico e felliniano **Grand Hotel Rimini**, per un totale di 1.000 camere e 800 dipendenti circa. “La guerra in Ucraina – osserva Batani – ha cancellato la ripartenza del mercato russo, già azzerato causa Covid. Nel breve termine credo che le tensioni internazionali porteranno ancora i turisti italiani a scegliere ancora una volta l'Italia, ma anche da alcuni mercati esteri, soprattutto quelli di lingua tedesca, stiamo registrando buoni risultati”. L'imprenditrice spiega che il

turista russo che frequenta gli alberghi a cinque stelle è abituato ad un servizio di altissimo livello per il quale è disposto a spendere adeguatamente. “Ci mancherà – conclude – la loro capacità di acquisto e la propensione alla spesa, ma non diminuiranno il livello della nostra offerta. Anzi, continueremo a proporla con differenti declinazioni sia ai nostri nuovi clienti che agli ospiti più fedeli”.

Situazione simile anche a Cortina, la più internazionale delle destinazioni dolomitiche, qui prima della pandemia il turismo russo valeva tra il 5% e il 10% del movimento e del giro d'affari. **Federalberghi Cortina** riconosce che “quella russa è una clientela che ha sempre dimostrato elevate capacità di spesa nelle nostre strutture più prestigiose, così come per tutti i servizi del lusso. I russi sono stati per molti anni ospiti importanti per la nostra località, d'inverno e soprattutto nel delicato mese di gennaio, quando loro festeggiano il Natale e il Capodanno ortodossi. Da noi il turismo russo è prevalentemente invernale, non è una clientela per l'estate”. Adesso anche per la Regina delle Dolomiti il tema sarà quello di sostituire il mercato russo con altri mercati internazionali, magari tornando a guardare ancora verso gli Stati Uniti o verso mercati di prossimità come la Germania.