

FAMIGLIACECCHI

affaritaliani.it 
Il primo quotidiano digitale, dal 1996

AFFARITALIANI.IT – 5 AGOSTO 2019

La Versilia (con il mancato boom di Agosto) e le eccellenze del territorio

Polemiche per il mancato boom di agosto. A Forte dei Marmi l'eccellenza di “A Tavola sulla Spiaggia” che promuove il territorio ed i "giacimenti gastronomici"

di ANDREA CIANFERONI



L'editoriale di domenica 4 agosto “Ma i turisti dove sono?” della giornalista carrarese Agnese Pini, da pochi giorni nominata direttore de “La Nazione”, prima donna a guidare lo storico quotidiano fiorentino che sosteneva l’Italia risorgimentale, e che solo poche settimane fa ha festeggiato a Firenze il prestigioso traguardo dei 160 anni dalla sua fondazione, fa il punto sull’allarme lanciato dalle categorie economiche della costa versiliese: a pochi giorni ormai dal Ferragosto, manca il tutto esaurito. Una notizia che fino a dieci anni fa sarebbe stata impensabile. **Non è certo una novità che la classe media italiana, nel corso degli anni, abbia perso costantemente il suo potere d’acquisto, e che sempre più prediliga località turistiche più lontane, meno care, e decisamente più organizzate nell’accoglienza del turista, che ormai sceglie le sue vacanze on line e last minute.** E i turisti russi non bastano più a riempire i vuoti lasciati dagli italiani. Anche l’esclusiva Forte dei Marmi, che soffre certamente meno rispetto al resto della Versilia, vede un evidente calo, facilmente riscontrabile nella mancanza di file nei ristoranti, nel traffico che scorre veloce anche nel weekend, e

FAMIGLIACECCHI

negli stabilimenti balneari che definire poco popolati è usare un eufemismo. Per gli esperti, cioè per coloro che studiano e cercano di capire le cause del malanno e porvi rimedio, si tratta di una mancanza di marketing adeguato (in pratica ognuno cura solo il suo orticello) accompagnato dalla mancanza di investimenti su tutto il territorio della Versilia. Intanto infuriano le polemiche nei confronti del TG2, che i balneari minacciano addirittura di querele (pare però già rientrate) per un servizio “al vetriolo” in cui si parla di prezzi troppo alti degli ombrelloni e per l’assenza di spiagge libere. Gli operatori, a mezzo del loro portavoce, puntualizzano che la media degli ombrelloni è di 15 euro al giorno, mentre basta spostarsi agli ombrelloni sociali vicini al pontile di Tonfano (Marina di Pietrasanta) per consentire anche a chi è in difficoltà economica di vivere la spiaggia. Rientrate per il momento le polemiche, pare ormai inutile continuare a lamentarsi senza rimboccarsi le maniche e lavorare duramente per cambiare un destino volto, altrimenti, al declino. Due persone che certamente non stanno con le mani in mano, ma che promuovono il territorio della Versilia con il loro lavoro, andrebbero prese ad esempio e chiamate a parlare nei convegni sul rilancio del turismo e dell’economia. Se da un parte Andrea Bocelli, che ormai da venti anni ha deciso di trasferire la propria residenza principale a Forte dei Marmi, nel quartiere di Vittoria Apuana, riuscendo a far parlare della propria città di elezione in tutto il mondo con la Celebrity Fight Night, portando persone con alta capacità di spesa che certamente contribuiscono all’economia locale, a pochi metri di distanza dalla residenza di Bocelli, esattamente nel suo “ufficio estivo” che è lo storico Bagno Silvio (da pochi giorni ha festeggiato i 100 anni di vita con la pubblicazione di un libro) c’è un signore fiorentino che di marketing se ne intende davvero. Si tratta di Gianni Mercatali, titolare dell’omonimo Studio di pubbliche relazioni internazionali, che da quasi trenta anni porta sulle “nobili spiagge” della Versilia il fior fiore dell’enogastronomia italiana, attraverso il concorso culinario “A Tavola sulla Spiaggia”. Se Flavio Briatore (che alterna i suoi weekend tra il Twiga di Montecarlo e il Twiga di Marina di Pietrasanta insieme alla socia Daniela Santanchè) lo scorso anno fece parlare di sé con il *turismo delle ciabatte che non dà niente al territorio né basta a trasformare un Paese o una regione in una destinazione appetibile*, Gianni Mercatali ha puntato tutto sui giacimenti gastronomici del nostro territorio, come li definisce il suo amico *Gastronauta* Davide Paolini. La new entry di "A tavola sulla Spiaggia" quest’anno è ‘Fiore 1827’, azienda quasi bicentenaria che racconta le dolcezze di Siena con i suoi prodotti. E poi ancora, Savini Tartufi e l’Aceto Balsamico del Duca. Tra le aziende che contribuiscono alla riuscita della manifestazione che si svolgerà giovedì 22 al Bagno Roma di Levante e venerdì 23 agosto con la premiazione in Capannina, c’è anche quest’anno Cassetti (con lo scolapasta d’oro di Petruzzi), la catena Unaway Hotels con i suoi week-end donati ai premiati, Dr. Vranjes con i profumi. **Ma la novità forte dell’edizione 2019 è il tema del recupero e della solidarietà, attraverso una donazione che le aziende faranno direttamente al Banco Alimentare della Toscana, importante organizzazione che da 23 anni contribuisce ad alleviare le sofferenze di chi non riesce a nutrirsi.** E in questo si sposa perfettamente il tema del recupero, della cucina del riciclo, della sublime arte di preparare pietanze buone e salutari senza buttar via niente. I concorrenti di “A tavola sulla Spiaggia”, tutti rigorosamente non professionisti, sono chiamati a contendersi il “Piatto Forte”, ovvero lo “scolapasta d’oro” in questo originale talent mondano-gastronomico. Una curiosità: fra questi sono state accettate 2 richieste di Rubina Panatta e Virginia Botta. La madre di Rubina, Rosaria, partecipò alla manifestazione nel 1999, giusto 20 anni fa. Mentre la madre di Virginia, Velleda Tommei, partecipò nel 1998. In abbinamento ai piatti alcuni vini che raccontano il terroir italiano ma soprattutto della Toscana: **Val delle Rose** in Maremma, Donne Fittipaldi da Bolgheri, Colle di Bordocheo dalle Colline Lucchesi, Podere Monastero da Castellina in Chianti e Testamatta di Bibi Graetz a Fiesole, Arnaldo Caprai dall’Umbria e Bellavista dalla Franciacorta e poi dalla Champagne, Perrier Jouet. **Fra i vini, per la prima volta, sarà presente l’azienda vinicola “La Tognazza”, guidata Gian Marco Tognazzi, figlio del grande Ugo Tognazzi che trascorse un’estate al Forte con Gianni Mercatali al Bagno Silvio mentre girava a Firenze il film “Amici Miei Atto III”.** Per i dolci è stato proposto un nuovo e moderno abbinamento con le grappe venete del mastro di Roberto Castagner. Il servizio catering sarà curato

FAMIGLIACECCHI

da Guido Guidi Ricevimenti che servirà con la sua squadra a 40 giurati 12 proposte gastronomiche cambiando 480 piatti e 12 vini sostituendo 480 calici da degustazione, mentre la manifestazione, che ha il Patrocino del Comune di Forte dei Marmi, sarà presentata dall'esperta conduttrice Anna Maria Tossani. L'edizione 2019 coincide con una ricorrenza straordinaria: i 90 anni della Capannina, guidata dal 1977 dal Grande Ufficiale Gherardo Guidi, famosa a livello internazionale anche per il proprio sufflè e dove il conte Camillo Negroni volle portare il suo cocktail inventato a Firenze, definito *un Americano sbagliato alla maniera del conte*.