Presi in esame ventiquattro esercizi della città: solo tre superano il test

Gli hotel, grandi ammalati

Agenzia di rating boccia le strutture alberghiere con un rapporto imbarazzante rimasto riservato

Inchiesta

GIULIO GAVINO
SANREMO

Neppure il Festival ha portato il tutto esaurito

Strutture alberghiere di livello deficitario». Si chiama così la malattia più grave di Sanremo che neppure oggi vede il tutto esaurito negli hotel, nonostante il 59° Festival sia arrivato al gran finale. La diagnosi è stata scritta da uno dei massimi esperti italiani in materia di rating turistico, la «JFC - Join Feruzzi Cartelli». La notizia? E' su Internet, sotto gli occhi di tutti, ma la si doveva cercare. Lo studio è stato commissionato all'inizio dell'anno scorso da Sanremo Promotion, la società che oltre a gestire SanremoLab, il concorso che ha portato due Proposte all'Ariston, si dovrebbe anche occupare di congressistica. Il condizionale è d'obbligo perchè, e lo dimostra lo studio di «JFC», nel suo complesso gli hotel di Sanremo non permettono di ospitare eventi che sarebbero degni del nome della città e delle esigenze dell'indotto. Insomma, Sanremo è fuori mercato. In modo molto diplomatico la «mission» nella città delle canzonette di «JFC» ha portato a questo risultato: «Report finaque a parlare bene della tua vacanza. In alcune, fortunatamente rare occasioni, la società di rating si è anche trovata con bagni e sale per colazioni e ristorante in condizioni igienico sanitarie precarie. Per la cronaca «JFC» ha preso in esame 24 strutture alberghiere. La classifica ha visto primeggiare il cinque stelle lusso di Sanremo, il Royal Hotel (e ci mancherebbe altro!), seguito, con la sufficienza, da Hotel Londra e Nazionale. Poi altri quattro alberghi ancora «accettabili» e a seguire lo sconforto. Il report conterrebbe albergo per albergo il verdetto degli esperti (con segnalazioni positive in particolare per Europa e Paradiso). L'ultima «chicca» riguarderebbe i proprietari intervistati. Secondo «JFC» quasi tutti confonderebbero interventi di restyling con ristrutturazioni, prendendosela soprattutto con le Istituzioni per la crisi in atto. Un quadro poco incoraggiante.

Società leader nel settore del turismo

L'indagine affidata alla JFC di Faenza

«JFC - Join Feruzzi Cartelli», nata nel 2006, è una società leader per i servizi turistici, eccellenza italiana in materia di rating, valutazioni, strategie e organizzazione in materia di congressi e vacanze. La sede centrale è a Faenza e gli esperti incaricati da Sanremo Promotion hanno effettuato personalmente i sopralluoghi negli hotel procedendo ad incontri con direttori e proprietari. Tipi «tosti» visto che tra i clienti della «JFC» figurano il ministero per le Attività Produttive (per il quale ha realizzato un progetto di marketing territoriale con priorità turistica), Banca Intesa San Paolo, Ducati Holding, la Regione Emilia Romagna, la Fiera di Rimini, il Meeting per l'Amicizia dei Popoli di Rimini, il Comune di Cattolica e molti altri ancora. [G.GA.]

I promossi
Gli alberghi che risultano primi in classifica sono il Royal Hotel, in altro a sinistra, l'Hotel Londra, di corso Imperatrice (sopra), e l'Hotel Nazionale di via Matteotti (a destra)