

## IL BILANCIO DELLA BIT

Gli operatori riminesi tornano ottimisti per l'estate 2009 in riviera

# «Turismo, la crisi ci rilancia»

*Gottifredi (Apt) e Rinaldis (Aia) puntano su qualità e convenienza*

di Simone Mascia

**RIMINI.** Torna a casa con una certezza: i prezzi contenuti di Rimini giocheranno un ruolo determinante in questo periodo di crisi. Massimo Gottifredi, numero uno dell'Apt servizi Emilia Romagna, traccia un bilancio dopo la chiusura di ieri della Borsa internazionale del turismo: quattro giorni di appuntamenti dove «la riviera è risultata la zona di mare meglio attrezzata per affrontare le ristrettezze economiche che colpiranno i turisti, la prossima estate». Una «sfida», questa, raccolta anche dal presidente dell'Associazione italiana alberghi di Rimini, Patrizia Rinaldis, che rilancia: «Con le nostre offerte "chiavi in mano" trasformeremo questa crisi in un momento di rilancio per

il nostro settore. Siamo pronti a sfruttare l'occasione».

Di certo non manca l'ottimismo per la bella stagione che sta arrivando, almeno a sentire le parole cariche di entusiasmo di Gottifredi, reduce dal prestigioso appuntamento della Bit, chiusasi ieri a Milano. «Il nostro obiettivo sarà ripartire da questo momento di difficoltà - spiega -, per questo motivo punteremo alle caratteristiche che da sempre contraddistinguono il nostro turismo: qualità e convenienza.

Una miscela, questa, che avrà un peso determinante, soprattutto ora che le tasche dei potenziali turisti restano abbastanza vuote». Tra gli assi nella manica da calare sul tavolo della crisi c'è anche «una campagna di comunicazione aggressiva, forte di una molteplicità di offerte, che vanno dal

mare, all'entroterra, passando per i parchi tematici, i percorsi culturali, e i sin-

goli eventi come i beach games e la notte rosa», spiega ancora Gottifredi, che precisa: «Siamo attrezzati per regalare alle persone una parentesi di relax, soprattutto a quelle che hanno attraversato un periodo difficile dal punto di vista economico, e non hanno alcuna intenzione di dissanguarsi per avere il loro, meritato, momento di vacanza».

Sulla stessa frequenza di pensiero è anche la Rinaldis, che sulla difficile congiuntura attraversata dai mercati ha una precisa serie di contromosse: «Riconquistare il mercato italiano, che rappresenta l'80% dei nostri introiti, e puntare a un target formato da dipendenti pubblici e fami-

glie a cui dare dei pacchetti di convenienza, che comprendano veramente tutto.

A partire dalla prossima estate, infatti, i turisti guarderanno anche i centesimi che usciranno dalle loro tasche: i nostri clienti appartengono a quelle fasce veramente colpite dalla crisi, ed è per questo che dovremo superarci nel binomio qualità-convenienza. Se saremo capaci, sono certa che potremo avere molte soddisfazioni».

Ottimismo per il futuro è

anche quello mostrato dal consigliere regionale del Partito della libertà, **Marco Lombardi**, soddisfatto per «il ritorno degli spot televisivi sui parchi tematici e sulla promozione turistica della nostra riviera, dopo che la nefasta strategia promozionale che la Regione aveva portato avanti l'anno scorso, ignorando proprio le destinazioni turistiche romagnole».

