

# Oggi la concorrenza mondiale

– Il turismo del sole, secchiello ed ombrellone si è globalizzato, come la produzione delle scarpe, delle magliette, dei pantaloni, degli orologi o delle penne a sfera. Insomma, non c'è un settore privo di concorrenza. E sarà sempre peggio. Ogni giorno che passa arriveranno nuovi protagonisti, con la natura più attraente del Riminese. Come dice Massimo Gottifredi, assessore al Turismo della Provincia di Rimini: "Lavorare per un turismo durevole". Per poterlo fare ci vogliono le istituzioni: il Comune, la Provincia, la Regione, lo Stato. Senza il sistema paese la competizione diventa molto più difficile. Ad onor del vero, i nostri operatori economici sono abituati. L'Enit, l'istituzione che si occupa di promuovere il turismo italiano all'estero, ad esempio, spende poche lire sui mercati. La Francia quattro volte tanto e la Spagna il doppio.

In questa "storica" tabella a fianco si può notare che tutto sommato l'andamento degli stranieri non è disprezzabile rispetto allo slogan: "Una volta era pieno di forestieri".

Il Riminese per continuare ad essere protagonista sul mercato internazionale deve vendere la sua storia, fatta di simpatia, cibo, monumenti, tipicità, atmosfere. Rincorrere il mare dei Caraibi vuol dire uscirne con le ossa rotte: l'originale è sempre meglio della scimiottatura.

E sulla "storia" va detto che le istituzioni sono più sensibili degli albergatori e delle associazioni di categoria. Ad esempio a Misano lo slogan "Mare e sport" pensano di allungarlo con "natura e cultura".

**di Claudio Saponi**