

Turismo: i russi i nuovi tedeschi

Quest'anno abbiamo registrato lo stesso flusso dell'anno passato, come è avvenuto anche per le Baleari. Soltanto che gli arrivi delle isole spagnole rappresentano le nostre presenze (circa 600.000 quest'anno). In assoluto, la voce stranieri è ancora insoddisfacente"

– Impareremo che "bolscioi" significa grande, bielo (bianco), da (grazie), ulizza (via), dobreviece (buona sera) e kak vas zavut (come ti chiami, sempre che la fanciulla sia carina), con risposta: ià mignà zavut... (mi chiamo...). Il futuro prossimo e medio del turismo della provincia di Rimini sarà il ricco mercato russo. Abbevereremo le loro giumente alle nostre fontane come turisti e non come soldati come si paventava durante la guerra fredda ai tempi dell'Unione Sovietica. Chi lo avrebbe mai detto.

Quest'anno, dati non definitivi, dovrebbero essere aumentati tra il 20 e il 30 per cento, ma più che gli alberghi della provincia di Rimini, preferiscono il lusso delle strutture di Milano Marittima. Anche in tanti si fermano in provincia. A Riccione preferiscono: "Sarti", "Des Bains", "Corallo", "De la Ville", "Atlantic". Non si calano nelle nostre mitiche pensioni a struttura familiare, neppure se l'accoglienza ed il mangiare sono a 999 stelle, come spesso ancora succede.

Massimo Gottifredi, cattolichino, uno che di turismo ne mastica e capisce, è appena stato a Mosca per una fiera. Ecco che cosa ne ha riportato: "I 4-5 maggiori tour operator russi prevedono una crescita del 20 per cento l'anno nei prossimi tre. Il balzo delle presenze russe è a due cifre e non soltanto più da Mosca, San Pietroburgo e dintorni, ma anche dalle periferie. L'Emilia Romagna è la prima regione per il mercato russo. Ci vedono come la porta dell'Italia e più in generale dell'Europa occidentale. Qualcuno se ne lamenta, ma

l'arrivo dei russi all'aeroporto di Rimini, è articolato. con la stragrande maggioranza che resta nel nostro territorio. E' qui che fa shopping, dove si gode per una parte il balneare, anche se in tanti poi si fanno un viaggio per le città d'arte italiane".

"Purtroppo - continua Gottifredi - perdiamo i tedeschi. Quest'anno abbiamo registrato lo stesso flusso dell'anno passato, come è avvenuto anche per le Baleari. Soltanto che gli arrivi delle isole spagnole rappresentano le nostre presenze (circa 600.000 quest'anno). In assoluto, la voce stranieri è ancora insoddisfacente. Avere più stranieri non è solo questione di numeri, ma di spessore: saremmo più cosmopoliti, più attrattivi, meno provinciali. Voglio rimarcare che negli anni d'oro, rappresentavano il 40 per cento delle nostre presenze e non il 22 come oggi: 3,3 milioni di presenze contro i 15,4 milioni di italiani nel 2006".

Marco Giovannini è il presidente degli albergatori di Riccione. "I russi dovrebbero essere sempre di più; lo dicono tutti. Hanno danaro e capacità di spesa. Non si accontentano di un alberghetto. Siamo aiutati dal grande fascino che ha il made in Italy su di loro. Vengono e comprano".

Giovannini getta luce anche sulla stagione turistica 2007: "Ha due versanti. Quello dei numeri e delle presenze è positivo. Rispetto all'anno precedente è stata migliore la primavera, luglio, i primi 10 giorni di agosto. Un discorso a parte merita settembre. Il Mondiale Master di atletica ha significato 50.000 presenze. Purtroppo il calo dei tedeschi è continuo: meno 3-4 per cento. Ma si è riscontrato un certo dinamismo da Svizzera, Belgio e un ritorno dei francesi. L'altro, quello del reddito non è buono. Mediamente i costi del lavoro sono aumentati tra il 10 ed il 15 per cento. Sono cresciute le tariffe dell'acqua, della nettezza urbana, dei prodotti energetici come gas e luce".

Patrizia Rinaldis, presidente degli albergatori riminesi: "E' un turismo di tipo diverso; in futuro potrebbero diventare i nuovi tedeschi. Hanno uno sviluppo economico impetuoso ed un territorio ricco di materie prime fondamentali come petrolio e

gas. Ora siamo il loro punto di passaggio in Italia”.

Il presidente alza lo sguardo sulla stagione 2007. “Rispetto ad altre regioni italiane abbiamo mantenuto arrivi e presenze, ma diminuito i fatturati. La competizione porta ad un abbassamento delle tariffe. I voli low cost ci potrebbero dare una mano. Il mezzo milione di passeggeri raggiunto dal nostro aeroporto è una piccola svolta; gli obiettivi sono il milione. Ma la politica ci deve dare una mano; fiera e palacongressi sono una buona risposta. La politica non può lasciare gli albergatori nell’incertezza”.

Se a Rimini e Riccione sono soddisfatti per la presenza dei nuovi paperoni dell’est, non è così a Cattolica, il sud della provincia. Maurizio Cecchini, presidente degli albergatori: “Per noi il turismo straniero è ancora quello classico, il tedesco, l’inglese, il francese, lo svizzero. Quello russo si percepisce poco; ha standard e richieste che non coincidono con le nostre. Loro non fanno sole. Cattolica ha un turismo condizionato dal clima e dal mare stesso, invece Riccione Rimini possono contare sul volano della fiera e tra poco anche dei due palazzi dei congressi. Cattolica deve avere un progetto di turismo per allungare la stagione. Lo sportivo potrebbe essere il filone da seguire.

Con i tedeschi abbiamo dei grossi problemi; oramai sotto i 40 anni non ci conoscono. Con i voli low cost siamo riusciti a tamponare, ma ci vorrebbero altri benefit, come autostrade gratis, benzina. In giro per il mondo ci sono offerte che ci schiacciano con prezzi che la nostra gestione familiare non si può permettere. Ma a livello politico verso il turismo c’è una sensibilità pari allo zero. Ad esempio, la Spagna ci ha surclassato; il suo governo crede al prodotto turismo. Dall’altra parte, i nostri governanti hanno sempre pensato che chi fa turismo se la sarebbe cavato da solo”.

Lo scenario futuro che emerge dai numeri e dagli uomini è che il territorio si deve rimboccare le maniche ed essere imprenditori. Tirare su la serranda non basta più. Occorre un’anima commerciale, che sottintende investimenti e idee.

Gottifredi, presidente regionale Apt: "I 4-5 maggiori tour operator russi prevedono una crescita del 20 per cento l'anno nei prossimi tre"

Giovannini, presidente albergatori di Riccione: "Hanno danaro e capacità di spesa. Non si accontentano di un alberghetto. Siamo aiutati dal grande fascino che ha il made in Italy su di loro"

Cecchini, presidente albergatori di Cattolica: "Per noi il turismo straniero è ancora quello classico, il tedesco, l'inglese, il francese, lo svizzero. Quello russo si percepisce poco"

Rinaldis, presidente albergatori di Rimini: "E' un turismo di tipo diverso; in futuro potrebbero diventare i nuovi tedeschi. Hanno uno sviluppo economico impetuoso"

SERVIZIO

Qualificazione alberghi, 4 milioni per i mutui

Domande entro febbraio

– La Regione Emilia Romagna dovrebbe mettere sul piatto 4 milioni per la riqualificazione alberghiera; un terzo giungeranno a Rimini. Sembra che altri 4 milioni debbano giungere da Roma. Serviranno ad abbattere il tasso di interessi. Le domande devono essere effettuate entro il prossimo febbraio.

L'AZIENDA TURISTICA

Mobygest, quella catena del lusso riminese ma senza alberghi a Rimini

E' un gruppo con una quindicina di strutture di livello medio alto con un'identità ben precisa che ha il centro operativo a Rimini. Venti milioni di euro di fatturato. Dietro c'è Stefano Ugolini

– E' un gruppo alberghiero medio-alto con un'identità ben precisa per non confondersi con la concorrenza delle grandi catene e si chiama Mobygest. Ha la direzione commerciale e creativa a Rimini, ma eccetto il castello di Montegrolfo (proprietà Aeffe) non ha una sola camera nella provincia di Rimini. Dietro c'è Stefano Ugolini, 50 anni, uno che richiama al telefono: una rarità.

Nato 17 anni fa, possiede una quindicina di strutture in Italia (8 in Sardegna e 3 in Sicilia) e una all'estero. E l'anno prossimo saranno presenti, con i City Hotels, anche a Milano, Roma e Firenze; hanno appena aperto a Venezia: Palazzo Barbarigo sul Canal Grande in San Polo. Esclusivo lussuoso ed affascinante spazio affiliato al gruppo design hotels.

Nel 2008 il gruppo aprirà il "Black Marlin", in Kenia a Kilifi, un resort con 20 suite.

Il gruppo ha due tipologie di offerte: la piccola dimensione curatissima e il grande resort. Nel 2006 ha realizzato un fatturato di 20 milioni di euro, al netto delle commissioni e delle imposte; chiuderà il 2007 con un incremento dei ricavi del 10 per cento.

Famiglia di albergatori, per piacere e stimoli, Ugolini inizia fuori dalla famiglia: in montagna (Valtellina) e in Sardegna. Poi è un crescendo Dice: "Rimini è un bellissimo posto dove vivere, ma non per il lavoro. Ha una tipologia non modificabile: Rimini è Rimini. Le scelte non dipendono dalle nostre generazioni ma da quelle dei genitori. Si fa molta quantità, con una qualità così così. Ha un suo target particolare non facile da cambiare. Capisco che gestire tutto da Rimini è un lusso; dovrei stare a Milano. Ma da noi si vive bene. della Romagna mi sono portato l'organizzazione".

Presenze 2006

(stranieri)

3,3 milioni

Presenze 2006

(italiani)

15,4 milioni

CURIOSITA'

Tedesco: in giardino bandiera italiana, fico e caco

Carlo (Karlheinz) viene a Misano da quando era un bambino. Oggi, ha una sessantina di anni e la stessa strada la stanno percorrendo i nipoti

– In Germania, Ruhr profonda, nel giardino di casa in cima ad un palo fa sventolare il nostro tricolore. E vi ha anche piantato un fico ed un caco (feige und kaki, piante più mediterranee che non si può): regali del suo amico-albergatore, il misanese Bruno Fabbri.

I due sono coetanei; hanno una sessantina d'anni e si conoscono da quando erano poco più che bambini. Carlo (al secolo Karlheinz) veniva in vacanza a Misano insieme ai genitori. Ora il suo testimone di gioventù lo ha passato ai nipoti che continuano a scendere in Italia insieme ai genitori. Carlo conosce tutti i misanesi di Misano Mare. Ha solo un piccolo neo: capisce ma parla poco in italiano. Non si può essere tedeschi perfetti.

di Francesco Toti e Francesco Pagnini