

Verso il congressuale, Montanari Tour ci crede

di ALBERTO BIONDI

Città che vivono di turismo devono poterlo fare dodici mesi all'anno. E se vogliamo che il binomio Rimini-Turismo continui a valere, prendere coscienza delle sfide presenti diventa un passo fondamentale per proiettarsi nel futuro. Come mai però negli ultimi anni abbiamo visto la Riviera perdere terreno, arrancare? Tutta colpa della crisi? O forse l'industria dei viaggi e delle vacanze sta cambiando rapidamente pelle, mentre i romagnoli restano ancora saldamente radicati -fossilizzati?- nella propria offerta turistica?

Dalla conferenza stampa (nella foto il tavolo dei relatori) organizzata da Montanari Tour per promuovere la recente pubblicazione *"Ospitare il Mondo. Prove di turismo per il terzo millennio"* (Panozzo Editore, 119 pagg. 10



euro) emergono realtà cozzanti: da una parte il segno più che registra il tour operator Montanari con le comitive della terza età in forte crescita; dall'altra una frangia di settore che lamenta non solo problemi di carattere burocratico e d'incentivi, ma una sequela di aspetti penalizzanti (gli arcinoti) che vanno dallo scarso decoro urbano alla sicurezza sulle spiagge, dall'abusivismo ad una poca attenzione per chi investe in buoni progetti.

Se il turismo sociale degli over-65 trova ancora nell'ottimo

comparto infrastrutturale le prerogative per trascorrere un buon soggiorno in Riviera, è chiaro però che in questo momento di generale asfissia economica chi può permettersi di andare in vacanza “sceglie” con più accortezza di un tempo e Rimini rientra sempre meno tra le favorite. A livello nazionale il nostro Paese si colloca tra il quinto e il sesto posto nella classifica dei più visitati al mondo (dopo la Cina...) e già di per sé il dato non collima con il primo posto che occupiamo per siti Patrimonio dell’Umanità e meraviglie museali. Ma allora, cosa ci manca? Se noi abbiamo più degli altri, gli altri cos’hanno in più di noi?

La risposta l’ha data l’ex sindaco di Rimini e docente di economia del turismo **Giuseppe Chicchi**: “Viviamo di rendita di posizione, cioè siamo convinti che per la ricchezza del nostro patrimonio, senza dubbio vera, ci basti aspettare affinché arrivino i turisti. Questo atteggiamento ci affossa. Non solo, ma così facendo lo Stato dirotta le proprie risorse verso altre destinazioni, senza che il settore turismo veda degli effettivi investimenti. In più rimane il problema della “governance”: la competenza del settore spetta oggi alle regioni e, mentre dovremmo preoccuparci della concorrenza estera, siamo bloccati da rivalità e conflitti territoriali. Per un vero rilancio turistico sono necessarie direttive unitarie. Rimini ne gioverebbe”. A seguire **Bianca Bezzi**, dirigente e curatrice della pubblicazione Montanari Tour, ha aggiunto che: “Le esigenze degli over-65 sono cambiate, l’aspetto fondamentale è viaggiare in comitiva, creare gruppo. Come tour operator gestiamo un flusso di 30mila clienti all’anno e abbiamo capito quanto la promozione e la valorizzazione del territorio siano elementi imprescindibili. I turisti vogliono decidere liberamente cosa fare e scoprire da soli la cultura, le tradizioni e la cucina del posto che visitano, così abbiamo iniziato con una pubblicazione su Fellini e le gite nel Borgo San Giuliano, poi Secondo Casadei, Pascoli e Villa Torlonia... Accompagnare il visitatore con dei libri che spiegassero Rimini e la Romagna si è dimostrata una

soluzione vincente e grazie anche all'uso di internet e all'alfabetizzazione digitale gli over-65 hanno scoperto un nuovo modo di comunicare anche a vacanza finita".

Giovannino Montanari ha concluso spiegando il perché del libro "Ospitare il Mondo" e annunciando una novità: "Nel '99 partecipai ad una trasmissione televisiva e per promuovere il nostro territorio parlai di Fellini. Al che la giornalista mi fece: "cosa c'entrate voi con Fellini?". Questo perché il Maestro veniva ancora visto come un simbolo e un "cittadino" di Roma. Da quell'aneddoto nacque la nostra prima pubblicazione (Guida alla Rimini di Fellini, ndr) e da allora ci siamo affidati puntualmente all'editoria per pubblicizzare la Romagna lanciando la collana "Francamente – nuove guide per gli ospiti". Novità di quest'anno, invece, è allargarci al settore dei convegni con la nascita di "Romagna Congressi", nel tentativo di destagionalizzare sempre più i soggiorni in Riviera e renderla un polo attrattivo anche in inverno".

© RIPRODUZIONE RISERVATA