

Sicurezza, amministrazioni locali sole. Il “brutto film” della nuova Questura



di **SIMONA CENCI**

Il Comune di Rimini ha recentemente cercato di mettere in fila l'andamento dei delitti denunciati in provincia di Rimini dal 1996 al 2013, per inquadrare il complesso tema della sicurezza e cercando di trovare spiegazione anche all'andamento crescente dei reati (nel 2013, il 31,0 per cento delle famiglie italiane dichiara la presenza di problemi di questo tipo. Il confronto con il 2012 mostra un aumento di quasi 5 punti nella percezione del rischio di criminalità – dato NoiItalia/Istat).

Il sindaco di Rimini, Andrea Gnassi, ha colto l'occasione per pronunciare una dichiarazione al riguardo, in data 16 febbraio 2015. Il Comune di Rimini rileva che sino alla fine degli anni novanta, non solo il numero assoluto di delitti denunciati ma

anche il rapporto tra questi e la popolazione residente, indicava una problematica più profonda rispetto agli anni successivi. Al termine di quel decennio si è avuta, infatti, la prima svolta in positivo, quando si è vista una diminuzione complessiva delle denunce intorno al 30% (l'Istat determina il quoziente di criminalità nel 2001 pari al 40% in meno di dieci anni prima). Quel risultato venne più o meno confermato per un quinquennio – afferma il Comune. Nel periodo successivo si nota un picco negativo nel 2007 e quindi una ridiscesa sino al 2010, prima stagione in cui statisticamente “entrano” i sette nuovi Comuni dell'Alta Valmarecchia. **Da quell'anno vi è una progressione in crescita di reati denunciati su tutto il territorio provinciale dal 2011 al 2013 (ma, a quanto pare, il 2014 registrerà un lieve segnale in controtendenza), molto probabilmente in stretta connessione con l'accentuarsi della crisi economica.**

Le preoccupazioni del sindaco Gnassi sono rivolte a questo 2015 appena cominciato che vedrà, per l'ennesima volta, le amministrazioni e le polizie locali occupate a salvaguardare la sicurezza del territorio senza un aiuto concreto dalle amministrazioni centrali, nei confronti delle quali si avverte una sorta di senso di abbandono, in particolare se vengono considerati due elementi: primo, i continui tagli alla spesa delle pubbliche amministrazioni, che in nome della spending review (due decreti per tutti: il D.L. 52/2012 e il D.L. 95/2012) si sono trovate talvolta prive dei mezzi necessari per svolgere la loro attività; secondo, per quel che riguarda Rimini, le difficoltà per arrivare alla conclusione della estenuante vicenda relativa alla nuova sede della Questura di Rimini, vicenda avvertita come sintomatica dimostrazione della mancata attenzione verso il territorio da parte del Ministero dell'Interno.

L'immobile di Via Ugo Bassi doveva ormai da molti anni (l'avvio della sua costruzione risale alla fine degli anni novanta) essere adibito a nuova sede della Questura di Rimini sostituendosi così alle tante sedi dislocate della medesima. Ma le cose non sono andate come previsto, visti i problemi

nati con la proprietà, che ha costruito un immobile destinato a essere sede della Questura in cambio dell'edificabilità di parti residenziali, commerciali e direzionali. Il Tribunale Amministrativo Regionale per l'Emilia Romagna con sentenza 60/2011 aveva definito favorevolmente per il Comune di Rimini i giudizi che vedevano l'Amministrazione comunale contrapposta alla società Da.Ma Srl in merito alla vicenda. Il TAR aveva, in particolare, rigettato il ricorso proposto da Da.Ma Srl contro la determinazione con cui il Comune di Rimini aveva disposto il diniego al rilascio del permesso di costruire richiesto dalla società Da.Ma S.r.l. nell'ambito delle ultime fasi di esecuzione delle opere relative al programma integrato "Nuova Questura di Rimini". Il TAR aveva inoltre accolto il ricorso presentato dal Comune di Rimini contro Da.Ma Srl, con cui l'Amministrazione chiedeva la risoluzione della convenzione del 1999 per gravi inadempimenti, da parte della società.

Il mancato accordo, in seguito, tra la proprietà e il Ministero, nello stabilire un adeguato canone d'affitto, previa realizzazione dei lavori che dovrebbero rendere agibile e utilizzabile l'immobile per i fini specifici stabiliti e che non sono stati mai effettuati, ha portato al dilungarsi di questa situazione di impasse che potrebbe essere risolta probabilmente cercando una diversa struttura. Si è parlato di alternative, tra cui anche la palazzina ex sede dell'Inpdap, ente assorbito dall'Inps, già idonea, cablata e arredata, ma che sembra non essere in grado di accogliere tutti gli uffici della Questura che così continuerebbe a essere distribuita in diverse sedi.

Intanto la città attende invano un'opera che è lasciata all'incuria più totale, con le coltivazioni di marijuana sui tetti e i cortili completamente allagati. Possibile che non si sia stati in grado di stipulare accordi efficaci a raggiungere lo scopo? Possibile che il mancato raggiungimento dell'obiettivo non sia responsabilità di nessuno? Possibile che un'intera città, quella Rimini che aspira a rimanere la capitale del turismo, ammesso che ancora lo sia, debba subire

le vicissitudini di una qualsiasi società, che non dimostra nemmeno di avere interesse a rientrare dei capitali investiti? Si tratta di un "brutto film", come dichiara Gnassi, a cui bisogna decidere assolutamente di cambiare il finale.

Lavoro, la precarietà perdura: disoccupazione all'11,5%

Nel 1° trimestre 2014 in provincia di Rimini gli avviati (lavoratori che hanno instaurato almeno un rapporto di lavoro dipendente nell'anno) segnano un decremento, rispetto al 1° trimestre 2013 di -18,8%; così anche gli avviamenti (numero dei rapporti di lavoro dipendente instaurati nell'anno) che scendono di -15,5%. Rispetto alle tipologie contrattuali, è a tempo determinato, per il 60,9% e costituisce la tipologia più diffusa (+4% sul 1° trimestre 2013), mentre scende ancora il peso del lavoro a tempo indeterminato, attestandosi al 7,6% (contro l'8,4% del primo trimestre 2013). L'indicatore più drammatico è quello della CIG-Cassa integrazione guadagni: nel 1° quadrimestre 2014, infatti, in provincia di Rimini il suo utilizzo, rispetto al 1° quadrimestre 2013, è cresciuto: +30,4 (CIG ordinaria -29,5%, straordinaria +52,5%, in deroga +26,1%). I dati sono emersi il 6 giugno scorso in occasione della 12^ Giornata dell'economia in contemporanea a tutte le Camere di commercio italiane per divulgare il grande patrimonio di informazioni economiche e statistiche delle



Camere di Commercio.

Ad essere maggiormente colpita dalla crisi è l'imprenditoria giovanile sotto i 30 anni: -0,6% su marzo 2013; addirittura -17,7% negli ultimi cinque anni, essendo passati da 2.571 unità del 1° trimestre 2009 a 2.116 unità del 1° trimestre 2014. Resta ancora alto il **tasso di disoccupazione** attestatosi all'11,5% (era al 9,8% nel 2012) soprattutto per i giovani: in provincia di Rimini è senza lavoro il 25,0% nella fascia di età 15-29 anni e addirittura il 30,0% nella fascia di età 15-24 anni, con una forte crescita negli ultimi anni, sia con riferimento alla classe 15-29 anni (dall'11,8% nel 2011, al 15,8% nel 2012, al 25,0% nel 2013) sia con riferimento alla classe 15-24 anni (dal 15,5% nel 2011, al 20,5% nel 2012, al 30,0% nel 2013).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tra l'ascesa della rete e il declino dei media cartacei



di

ALBERTO BIONDI

Nessuno immagina quanto possa essere interessante un documento power point che riporta una batteria di grafici dal titolo: Temi e Fonti dell'Informazione Culturale. D'altronde lo sappiamo, le percentuali mancano da sempre di un certo appeal; e tuttavia quello che da fuori poteva sembrare il classico sciorinamento di dati statistici si è rivelato una perfetta radiografia antropologica della società in cui viviamo.

News Italia 2014 è una ricerca condotta dall'Università di Urbino e diretta da Lella Mazzoli e Giorgio Zanchini, organizzatori del Festival del Giornalismo Culturale [in programma in questi giorni a Urbino](#). Intervistando un campione rappresentativo di italiani maggiorenni per quattro anni, sono state individuate le tendenze di come nel nostro paese ci si rapporta con l'informazione (in generale) e più specificatamente con quella culturale. Noi abbiamo raccolto i dati più significativi dell'analisi News Italia 2014 ed,

estrapolandoli dai grafici, abbiamo dato loro vita. L'appeal che mancava.

Il primo aspetto a emergere è che la TV, regina incontrastata dei media "caldi" e "freddi", per dirla alla McLuhan, considera per la prima volta l'eventualità di abdicare. Pur mantenendo un saldo primato sul campione generale, con un 92,3% (2013) da elezioni bulgare nell'utilizzo, rispetto a vent'anni fa il mezzo televisivo ha subito una flessione del 5%. Ben poca cosa sui grandi numeri, si dirà, ma individuare il responsabile è tutt'altro che difficile. Ovviamente parliamo di Internet, che dall'iniziale 27% del 2001 ha registrato un'impennata di quasi venticinque punti piazzandosi al 54,8% di utilizzo. Una crescita, quella della rete, che non ha lasciato immutata la monarchia televisiva: si pensi soltanto al passaggio al digitale, alla proliferazione dei canali tematici e alla pay-per-view. Internet ha mutato il carattere della TV e contribuisce a minare l'oligopolio delle reti televisive nel diffondere informazione. Soprattutto tra i più giovani, come si vedrà in seguito.

Se però la TV è stata capace di resistere allo tsunami di nuove connessioni, le vere vittime di Internet sono i quotidiani cartacei. Una Caporetto: negli ultimi tre anni l'informazione veicolata in Italia dai giornali nazionali è passata dal 63% al 47%, mentre per la stampa locale dal 59% al 44%. Da questa mattanza la rete ha guadagnato un bottino di ben undici punti percentuali, schizzando dal 51% del 2011 al 62% del 2014. Complice l'utilizzo di smartphones e tablets, di cui otto utenti su dieci fanno regolarmente uso per navigare. Rimasta fuori dalla mischia, la radio se la passa decisamente meglio mantenendosi abbastanza stabile con un 57,3% di utilizzo tra gli intervistati, vuoi anche grazie alla sua onnipresenza nelle auto e nei locali pubblici.

Se questa era la prospettiva generale sull'informazione, la ricerca News Italia 2014 si è focalizzata sul consumo di notizie inerenti alla cultura in senso lato (libri, cinema,

teatro, arte, viaggi ecc.). Solo il 22% del campione dichiara di cercare notizie culturali più volte al giorno, mentre sale sensibilmente a 33% il numero di chi lo fa qualche volta a settimana. Numeri che, vista la portata del campo d'indagine, non lasciano spazio ad autocompiacimenti. Per quanto riguarda le piattaforme utilizzate per fruire d'informazione culturale, il 75% degli intervistati lo fa attraverso i TG delle reti nazionali (quindi passivamente, ndr), il 64% sempre seguendo approfondimenti televisivi, mentre prima di trovare un medium cartaceo bisogna scendere di qualche girone infernale fino ad arrivare al magro 45% di chi legge le pagine culturali sui quotidiani nazionali e dell'ancor più magro 42% di chi compra gli inserti (La Domenica del Sole 24 Ore, per fare un esempio). Decisamente meglio invece chi cerca cultura su Internet (57%), in cui il 32% si indirizza verso i siti dei quotidiani nazionali, il 30% sui portali e il 27% su siti specializzati. Ancora pochi quelli che seguono i profili Facebook e Twitter dei giornalisti (14%) anche se si registra una crescita considerevole delle visite ai blog (benchè qui rientrano tematiche non esclusivamente culturali). Analizzando i temi più cliccati al primo posto troviamo la categoria Viaggi, turismo e cibo (71%), seguita dal Patrimonio Culturale e l'Editoria (65-60%), Prodotti Audiovisivi (57%) e Spettacoli dal Vivo (55%). Interessanti anche i numeri sul "target" di utenti della rete, dove la fascia 18-29 si mostra più a suo agio con Internet rispetto alle categorie più mature (89% di utenze). Niente di nuovo sotto al sole, anche se il gap generazionale si sta riducendo progressivamente e tenderà col tempo a sparire. Dovendo tirare le fila, il dato che emerge in maniera preponderante è l'approccio diverso all'informazione tra chi utilizza più media e chi si appella ad un'unica voce (più spesso quella della TV). Gli italiani che utilizzano Internet dimostrano una minore assuefazione alla televisione, preferiscono muoversi su più piattaforme e si avvicinano a linguaggi diversi con più facilità. Se è vero che la TV ha inglobato la rapidità della rete e sta compiendo la sua metamorfosi, tutto il peso del cambiamento sembra cadere come

una ghigliottina sui quotidiani cartacei. I giornali sono per loro stessa natura più lenti, meno motili, conservativi fino al midollo, e in una società liquida come la nostra devono risolvere un indovinello edipico per continuare a sopravvivere. È possibile l'esistenza dei media cartacei nel XXI secolo? Quale dev'essere la loro funzione? Come garantirne (se è lecito) la tutela? Può la cultura continuare ad arroccarsi sugli elzeviri di terza pagina e snobbare la rete? Nella diffusione di contenuti di spessore, che sono "informazione pesante" come Augias l'ha definita, c'è da chiedersi se la rete con la sua rapidità sia in grado o meno di svolgere questa funzione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Vacanze al mare, agosto non è più il mese del boom

I dati provvisori riferiti ad Agosto e comunicati dell'Ufficio Statistica della Provincia di Rimini confermano un trend in corso da inizio anno. Per gli italiani fare vacanza è sempre più difficile. Va invece meglio per gli stranieri. In particolare i russi. Il mese di Agosto sulla Riviera di Rimini chiude con un **+ 3,9% di arrivi e - 0,3% di presenze**, confermando il trend dei primi otto mesi del 2013 che vede uno scostamento tra notti trascorse totali (- 2,9%) e arrivi totali (- 1,3%). Più nello specifico, Agosto registra una crescita sia degli arrivi italiani (+ 2,8%) che esteri (+ 9%) mentre sul fronte delle presenze all'aumento della quota straniera (+ 4,6%) si contrappone una contenuta diminuzione di

quella nazionale (- 1,4%).

Nei primi otto mesi dell'anno in corso emerge la maggiore difficoltà a 'fare vacanza' da parte del mercato interno: gli arrivi italiani calano del 2,8%, le presenze del 4,1%. Migliori notizie per la quota estera: + 4,2% di arrivi e + 0,9% di notti trascorse in Riviera di Rimini. Un dato quest'ultimo dovuto soprattutto all'aumento del turismo russo (+ 19,4% arrivi e + 12,8% presenze) e tedesco (+ 5,4% arrivi e + 4,9% presenze). In contrazione invece quello svedese (- 3,2% sia di arrivi che presenze) che olandese (- 11,4% in presenze).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pil, Forlì-Cesena "stacca" Rimini



Secondo i dati diffusi da Unioncamere nell'ultimo bollettino "Scenari di sviluppo delle economie locali italiane" nel 2012 la provincia di Rimini correrà meno rispetto alle vicine

Forlì, Cesena e Ravenna per la produzione di ricchezza pro capite. Nella speciale classifica elaborata a prezzi correnti, su 103 province, **Rimini occupa il 33° posto con 25.675 euro di valore aggiunto per cittadino**, preceduta da Forlì-Cesena, diciottesima in classifica, con 27.078 euro e Ravenna che si colloca appena sopra al 32° posto con 25.764 euro. Nelle prime tre posizioni troviamo **Milano (34.797)**, **Bologna (31.464)** e **Bolzano (31.173)**. Nelle ultime **Agrigento (13.193)**, **Crotone (13.078)** e **Caserta (13.002)**. Rimini va bene rispetto al dato medio nazionale (23.280). Pesante invece la situazione tendenziale di medio termine. Nel 2007, ai valori pre-crisi, il Pil pro capite locale era di 27.498 euro. Produciamo 1.823 euro in meno. Se si considera la stima la stima di 2.000 euro a famiglia per l'aumento dei prezzi nell'anno corrente è facile intuire la drammaticità di questa fase per molte famiglie.

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), dobrevece (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 italiani 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