

COMUNICATO STAMPA

MARCO LOMBARDI (PDL) rilascia la seguente dichiarazione in merito al giudizio della Guida turistica Lonely Planet:

“Il giudizio, tutt'altro che positivo, che la guida Lonely Planet attribuisce al turismo riminese, deve farci aprire una seria riflessione non tanto, secondo me, sul nostro prodotto turistico, quanto sulla capacità di promuoverlo, soprattutto all'estero. Se infatti, quella appioppataci dalla guida è ancora l'immagine che di noi hanno oltreconfine, significa che qualcosa non va per il verso giusto nella promozione.

Due premesse per sgombrare il campo da equivoci. La prima è che le guide turistiche non sono il Vangelo, e non rappresentano, a mio parere, il fattore che più di tanto può modificare i flussi turistici. Seconda premessa. E' vero purtroppo, qualche operatore pensa ancora di poter vivere di rendita, magari con locali fatiscenti e con un servizio al turista non all'altezza degli standard odierni, ma si tratta davvero ormai di pochi casi isolati.

Ciò detto, l'evidenza, sotto gli occhi di tutti (o quasi) è che il prodotto turistico della Provincia di Rimini si è, in questi anni, estremamente atualizzato, rinnovato, qualificato. Gli alberghi sono per la maggior parte ormai all'altezza delle più serie guide internazionali sia dal punto di vista strutturale sia quanto ai servizi offerti, mentre i pubblici esercizi restano di alto livello, con una varietà che soddisfa sia la famiglia, sia l'uomo d'affari, sia il giovane che vuole "tirare tardi".

Per non parlare poi della spiaggia, dove gli operatori, pur in un clima d'incertezza dovuto al contesto innescato dalle normative europee, si sono dati da fare cambiando faccia agli stabilimenti. Altro che "piccola fascia di sabbia" in cui si sta a contatto "carne a carne"... I nostri stabilimenti balneari sono dei piccoli villaggi turistici con i servizi più all'avanguardia, ed anche in questo caso per la famiglia, per il giovane appassionato di sport da spiaggia, per il turista di una certa età che, legittimamente, vuole poltrire al sole.

Ma, qui è il dubbio, se Rimini sta cambiando, perchè il Lonely Planet non se n'accorge?

Evidentemente la promozione sul prodotto turistico non è stata in grado di far cambiare l'immagine che di noi hanno le principali guide internazionali. E questo non è certo compito degli operatori, bensì delle istituzioni. Tralascio il fatto che nella promozione regionale Rimini non abbia, secondo me, il peso che merita. Ma anche la Provincia e le varie amministrazioni comunali fanno, a loro volta promozione, e questo episodio non mi pare che deponga per i buoni risultati del loro operato.

Credo quindi sia opportuno, in conclusione, aprire un confronto serio tra operatori ed Istituzioni, per fare il punto rispetto al reale ritorno ed alla reale efficacia della "promozione pubblica", valutandone le strategie passate così da programmare più adeguatamente le azioni future, magari pensando a sinergie tra enti che aiutino ad indirizzare meglio le risorse ottenendo risultati migliori per la nostra immagine internazionale".