

IL DUELLO: I «partigiani» del turismo

Gianfranco Spadoni

Consigliere provinciale di Ravenna

VS

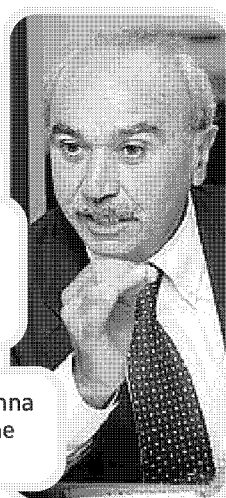
Maurizio Melucci

Assessore regionale al Turismo



«Dalle sue dichiarazioni sull'andamento della stagione ho colto un'eccessiva attenzione nei confronti di Rimini»

«Melucci indica Rimini come simbolo di turismo per autonomasia ritenendo marginali i lidi di Ravenna e Ferrara»



«Dalle mie parti mi accusano di trascurare Rimini a favore delle altre località: questo conferma il mio equilibrio»

«E pensare che proprio a Ravenna hanno chiesto la mia mediazione sul caso degli happy hours»

TURISMO L'INDOTTO CREATO DALLA MANIFESTAZIONE DI CL

Il Meeting, affare da 30 milioni

Stimate da Trademark almeno 260mila presenze negli hotel

QUANTO vale il Meeting per Rimini? Tanto, sicuramente, in termini di visibilità e di immagine. Ma da tanti anni la kermesse di Cl è anche una 'manna' per gli alberghi e le altre attività economiche, che grazie al Meeting riescono a fare il pienino di fine stagione. E secondo le stime di Trademark, anche quest'anno la manifestazione farà sorridere molti operatori. Per l'edizione 2011 infatti la società di esperti del turismo prevedono un incremento delle presenze al Meeting, con un movimento complessivo che «supererà quota 800.000». Un movimento che avrà importanti ricadute sul turismo in Riviera. Secondo Trademark Italia sono già oltre 11mila le camere prenotate in circa 450 hotel, in particolare a Rimini ma non solo. Questo si tradurrà in alme-

no 260mila presenze alberghiere, per un giro d'affari che supera i 4 milioni di euro. A questa cifra va poi aggiunta quella dell'indotto, molto consistente, che sarà generato da volontari, visitatori e partecipanti al Meeting. «Si parla almeno 25,5 milioni di euro», tra ristoranti, servizi, trasporti, assicura Trademark. Il Meeting dunque porterà al territorio riminese

una 'dote' di 30 milioni di euro. «Questi numeri — osservano il presidente e l'amministratore di Apt Servizi, Liviana Zannetti e Andrea Babbi — ci confermano ancora una volta come il Meeting di Rimini faccia bene al nostro turismo. Non solo in termini di presenze turistiche e fatturati generati, ma anche grazie alle centinaia di ore di promozione grazie

ai servizi televisivi e alle migliaia di pagine sulla stampa quotidiana e periodica». Il Meeting si conferma anche quest'anno una delle manifestazioni che può vantare maggior 'appeal' sulle aziende. Nonostante il bilancio si sia ridotto a 8 milioni e 475mila euro, per quest'edizione saranno oltre 200 le aziende sponsor, tra cui in particolare Enel, Finmeccanica, Banca Intesa San Paolo e Wind (che debutta per la prima volta alla manifestazione di Cl). E a proposito di numeri, è davvero imponente la macchina logistica messa a disposizione del pubblico e dei volontari. Oltre ai 9mila posti auto disponibili a Rimini Fiera ci saranno tre linee della Tram, che condurranno al Meeting da Marina centro (piazza Marvelli), Viserba e dall'aeroporto Fellini. Durante i giorni della manifestazione sarà poi in funzione la stazione interna alla fiera, con 15 treni al giorno per tutta la settimana.

ma.spa.

I NUMERI

Già 11mila camere prenotate negli alberghi. Per la kermesse di Cl oltre 200 aziende sponsor