

Promhotels: «Grazie a sport ed eventi il nostro turismo è tornato a correre»

Il presidente Cesare Ciavatta: «A giugno risultati incoraggianti, siamo abbastanza soddisfatti. Il vero problema sono gli stranieri: abbiamo perso i russi e buona parte di ospiti del nord Europa»

RICCIONE
CARLA DINI

«La stagione, che è ormai a metà dell'opera, si è svolta secondo le attese. E le attese nella primavera scorsa erano alte». A tracciare un bilancio dell'estate sotto il sole di Riccione è il presidente di Promhotels, Cesare Ciavatta. «Tutto sommato – esordisce – possiamo essere moderatamente soddisfatti. Anche considerando che il turismo degli eventi e quello sportivo hanno ripreso a correre». Diseguito mette le presenze sotto la lente, rilevando che «le sensazioni sono sicuramente positive».

Primi bilanci

Così il mese di giugno «ha dato risultati incoraggianti tra iniziative sportive e vacanze nel senso più emotivo del termine, con la variante del meteo che di solito ha giocato a nostro favore». Stesse considerazioni per luglio «che ha portato numeri interessanti di famiglie quasi totalmente italiane». Senza dimenticare, continua «una discreta apertura tanto del mercato tedesco, anche se privo di numeri esaltanti, quanto di quello svizzero».

E parlando di stranieri, Ciavatta nota che le cifre meno confortanti sono quelle «del nord Europa per motivi contingenti alla pandemia e altri interni al loro territorio». Perciò il presidente di Promhotels svela che «il peso maggiore è rappresentata ancora dalla clientela nazionale, con prevalenza di villeggianti dal nord-est della Penisola». Presenze forti anche perché certe regioni anelavano a una boccata di ossigeno «dopo il travaglio vissuto per il Covid». Il che si è tramutato in «voglia di sole, di mare e di spensieratezza». Buone in tal senso anche le risposte «dall'Umbria e dal Lazio, mentre



Una veduta della spiaggia di Riccione FOTO DIEGO GASPERONI

IL TURISMO È INTERNO MA NON BASTA

«Le presenze sono spinte dagli italiani soprattutto da quelli del Nord Est; bene Umbria e Lazio mentre manca il Sud»

LA RIPRESA C'È STATA

«Le manifestazioni sportive ci hanno consegnato una vetrina nazionale importante a partire dai Roller Games»

mancano all'appello in modo considerevole i turisti dal sud Italia». Sul fronte delle manifestazioni, Ciavatta aggiunge poi che «sono tutte partite in sordina, ma hanno avuto buon successo, anche per risonanza nazionale. Basti pensare all'*Italian roller games*, ma non solo». Perché ogni evento, precisa, «ha dato grande linfa non solo ai nostri albergatori, ma anche ai concittadini impiegati nei vari segmenti del commercio, del settore balneare o dell'ospitalità».

E se parliamo di ripartenza dopo la pandemia, il presidente nota che «per certi versi c'è già stata, perché l'inizio di stagione 2021 si è dimostrato stimolante ed abbiamo misurato la voglia dei turisti di venire in Romagna.

Con un'urgenza che si è palesata in modo concreto» chiarisce. Ed ora «se il Covid sarà meno aggressivo, le cose dovrebbero migliorare ancora».

L'incognita stranieri

Ma il tema che resta da affrontare è quello dei turisti stranieri, perché «gli italiani da soli fanno fatica a sostenere i numeri di cui abbiamo bisogno per riempire le nostre strutture. Un filo che va da Cattolica fino a Milano Marittima, con le stesse volontà e necessità». In ogni caso la ripresa, secondo il numero uno di Promhotels «c'è stata e lascia ben sperare per il prosieguo dell'estate, nonché per il futuro – puntualizza – sempre che il Covid ci lasci in pace, senza interferire

con i nostri bisogni e desiderata». I grandi assenti in questa giostra turistica? «Anche i russi che negli ultimi anni hanno rappresentato per mille motivi una quota di mercato estremamente importante». E aggiunge: «Dalla fine degli anni Sessanta agli anni Settanta in Riviera erano rappresentate ben 12-13 nazionalità. E era una sorta di gioco di squadra quello che serviva per far risultato». Ora recuperarle «non sarà forse facile, ma – incalza – è questa la scommessa che tutti noi, istituzioni comprese, dovremo fare per ricompattare il mercato». Perché «quello esclusivamente italiano, per le cifre che esprimiamo, da solo farà sempre più fatica a bastare».