

«Palacongressi ricaduta economica e visibilità mediatica»

La presidente della New Palariccione: «Oltre 20 mila presenze da gennaio a marzo»

RICCIONE

«Ci hanno scelto non solo aziende e associazioni mediche, ma anche importanti scuole di formazione di marketing, web marketing e crescita personale, che prevedono notevoli ritorni anche in termini di immagine della destinazione. Quindi non solo ricadu-

ta economica ma anche visibilità mediatica, quale occasione di promozione del territorio. Per una città come Riccione significa consolidare il proprio brand». Così il presidente della New Palariccione Eleonora Bergamaschi sottolinea i numeri dell'ultimo trimestre del palazzo dei congressi «con 24 eventi ospitati (2 eventi a settimana con una media di 500 partecipanti l'uno) che hanno generato 12 mila partecipanti/arrivi e oltre 20 mila presenze».

«E questo solo per i primi 3 mesi dell'anno. A renderci orgogliosi è

un calendario 2019 fitto di appuntamenti, con un maggio occupato in maniera pressoché continuativa. Con questa programmazione—sottolinea la Bergamaschi—confermiamo un'ottima prima parte dell'anno, con un numero di congressi superiore alle attese. Fondamentale sarà, sulla scia dell'incremento delle presenze del Palas, l'accoglienza della città ad un turista, come quello congressuale che sceglie non solo la struttura che ritiene migliore, ma la città intera in termini di servizi e ospitalità». Dal canto suo Rodolfo Albicocco, presidente dell'Associazione Albergatori, commenta: «Di particolare interesse sono stati gli eventi formativi che si sono svolti a marzo, sia per la durata dei soggiorni alberghieri, anche 4/5 giorni, che per il target coinvolto che ha interessato anche alberghi di categorie non sempre inserite nel circuito congressuale come 3 e 2 stelle».



Eleonora Bergamaschi, presidente della New Palariccione