



Confindustria

«Turismo, servono interventi straordinari immediati»

[Segue dalla prima]

... e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato. Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti, l'entroterra, l'arte, i parchi tematici e lo sport. Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E occorre essere uniti. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare una grande campagna comunicativa. E siamo convinti che occorrano più attenzione e grandi investimenti. Chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria, che ricordiamo importa persone e non esporta merci, continui ad essere elemento portante della nostra economia.

**Paolo Maggioli, presidente
Confindustria e Giuseppe
Costa, presidente
sezione Turismo**



Persone a passeggio e a cena lungo il porto canale di Cesenatico

Confindustria: «Un'alleanza per il turismo»

«Una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna è destinazione ideale»

CESENA

Confindustria Romagna, nel ribadire in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore turistico. Questa l'analisi del presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e di Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione: «Nella fase 2 bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel dna della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus. Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari».

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in pri-

mavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano: «Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale – aggiungono Maggioli e Costa - oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi. E siamo convinti che occorranza più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto».

Fase 2, Confindustria Romagna: operatori in limbo di incertezze "No ai campanilismi, sì a investimenti e campagna comunicazione"

Bologna, 25 mag. (askanews) – Nella fase 2 “bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d’impresa, a partire dal settore turistico che è nel Dna della nostra Romagna”, tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus. È l’auspicio di Confindustria Romagna, che chiede “più punti fermi” in un momento in cui da parte degli operatori si evidenzia una “legittima preoccupazione” perchè “lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche e adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari”.

“Per cercare di arginare – spiegano il presidente di Confindustria Romagna, Paolo Maggioli, e il presidente della sezione Turismo dell’associazione, Giuseppe Costa – i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell’immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza”.

Per questo “occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni”, con l’impegno a “lanciare subito una grande campagna comunicativa”. Per gli industriali occorre inoltre maggiore “attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore”.

CONFINDUSTRIA**«Occorre rilanciare presto il turismo»**

Confindustria Romagna chiede una maggiore attenzione per il settore turistico. «Bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel dna della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus – spiegano il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione - Per questo servono più punti fermi». Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato. «Siamo per vocazione attrattivi. Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. Siamo d'accordo con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa. Chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto».

Confindustria Romagna: subito un piano per il turismo

Maggioli: «Per essere attrattivi occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni»

RIMINI

Il turismo deve continuare a essere la locomotiva dell'economia. Servono quindi maggiore attenzione, risorse e investimenti. Lo afferma Confindustria Romagna.

«Nella fase due, definita quella della convivenza con il virus,

bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel Dna della Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus - spiegano il presidente Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione turismo dell'associazione -. Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche

ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari».

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, vengono suggerite azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la «protagonista del mercato turistico italiano» che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza.

«Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere e il termale - aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa -. Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo



Paolo Maggioli, presidente di Confindustria Romagna

d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri e attrattivi. Per questo

chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria continui ad essere elemento portante della nostra economia».

CONFINDUSTRIA**«Occorre rilanciare presto il turismo»**

Confindustria Romagna chiede una maggiore attenzione per il settore turistico. «Bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel dna della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus – spiegano il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione - Per questo servono più punti fermi». Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato. «Siamo per vocazione attrattivi. Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. Siamo d'accordo con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa. Chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto».

Confindustria Romagna: subito un piano per il turismo

Maggioli: «Per essere attrattivi occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni»

RIMINI

Il turismo deve continuare a essere la locomotiva dell'economia. Servono quindi maggiore attenzione, risorse e investimenti. Lo afferma Confindustria Romagna.

«Nella fase due, definita quella della convivenza con il virus,

bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel Dna della Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus - spiegano il presidente Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione turismo dell'associazione -. Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche

ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari».

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, vengono suggerite azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la «protagonista del mercato turistico italiano» che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza.

«Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere e il termale - aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa -. Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo



Paolo Maggioli, presidente di Confindustria Romagna

d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri e attrattivi. Per questo

chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria continui ad essere elemento portante della nostra economia».

Rimini

L'estate che verrà

Spiagge, 18 metri per ombrellone E stabilimenti aperti fino alle 22

La nuova ordinanza dà la possibilità a tutti i locali della città di servire pranzi e cene sull'arenile. Tornano i divieti sulla plastica e il fumo, a breve le regole per i chiringuito e i cani in mare

Ombrelloni più distanti tra loro. Una spiaggia da vivere di giorno e di sera, dove pranzare e cenare sotto l'ombrellone, ma sempre a debita distanza. Alla fine, nonostante le critiche e le perplessità di non pochi operatori balneari, il Comune ha tirato dritto per la sua strada e confermato le scelte anticipate nei giorni scorsi dall'assessore al Demanio Roberta Frisoni. Si agli ombrelloni maggiormente distanti tra loro, si alla possibilità di tutti i locali (non solo quelli della spiaggia) di servire i pasti sotto l'ombrellone. L'altra novità è il fatto che i gestori degli stabilimenti balneari «devono garantire ai clienti la possibilità di permanere negli stabilimenti balneari e usare i servizi igienici almeno fino alle 22». L'ordinanza balneare è stata firmata ieri pomeriggio dal Comune di Rimini, dopo il lungo confronto (durato oltre tre ore) avvenuto al mattino tra l'assessore Frisoni e i rappresentanti dei bagnini. La principale novità riguarda proprio la possibilità di restare negli stabilimenti (e poter usufruire della toilette) fino almeno alle 22. In parecchi bagni di Marina centro e non solo, in realtà, questo avviene già da anni, specie in quelli dove sono presenti ristoranti aperti di sera e chiringuito. Il Comune, in un primo momento, voleva obbligare i bagnini a restare in spiaggia fino

L'ASSESSORE FRISONI

«Più spazi all'aperto e maggiori servizi per i bagnanti. Abbiamo cercato di accontentare tutti»



A Rimini si sta lavorando per essere pronti il prossimo fine settimana

alle 22. Alla fine si è trovato un accordo: l'ordinanza prevede di garantire il servizio in orario serale, solo nei casi in cui siano i bagnanti a richiederlo. Una norma introdotta per incentivare riminesi e turisti a fermarsi più a lungo in spiaggia, che «coniuga - osserva la Frisoni - l'esigenza di garantire più spazi all'aperto all'opportunità di incrementare l'offerta turistica e i servizi per i bagnanti, consentendo ad esempio la possibilità di fermarsi anche per cena». Va in questa

direzione la decisione, presa nonostante la contrarietà di parecchi bagnini, della Confesercenti e dei ristoranti e bar di spiaggia, di consentire a tutti i pubblici esercizi della città, dai ristoranti ai pub, dalle piadinerie alle altre attività alimentari artigianali, di consegnare pranzi e cene sotto l'ombrellone con il servizio di delivery. Andranno usati piatti, bicchieri o altro realizzati con materiale compostabile monouso, di carta, o altro materiale plastico lavabile. Confermata poi

la decisione, anticipata nei giorni scorsi, di tenere più distanti gli ombrelloni rispetto a quanto previsto dalle linee guida regionali e nazionali. Secondo il protocollo della Regione bastano 12 metri quadrati a ombrellone, per quello nazionale 10 sono sufficienti. A Rimini la superficie minima sarà di 18 metri quadrati. Nel dettaglio, la distanza tra le file parallele alla battigia non potrà essere inferiore a 5 metri, quella tra le file perpendicolari dovrà essere di almeno 3,5. Una

deroga è stata concessa ai bagni dall'1 al 10 di Marina centro, dove la spiaggia è meno profonda: qui basteranno 15 metri quadrati a ombrellone. Confermati anche per quest'anno il divieto di uso di bicchieri e cannucce in plastica usa e getta, così come il divieto di fumo sulla battigia e l'obbligo di tenere la spiaggia illuminata di notte (dal 13 al 13 settembre). Nei prossimi giorni si provvederà alle ordinanze per i chiringuito e per i cani al mare.

Manuel Spadazzi

LE REGOLE

La rivoluzione in tre punti

Ecco le principali novità contenute nel regolamento firmato dal Comune

1

La giusta distanza

Il Comune di Rimini ha deciso di ampliare la superficie minima destinata a ogni ombrellone: 18 metri quadrati, contro i 12 previsti dall'ordinanza regionale. Unica deroga per i bagni di Marina centro dall'1 al 10.

2

Delivery per tutti

Il provvedimento consente a tutti i pubblici esercizi della città (e non solo a quelli presenti sull'arenile) di consegnare pasti e cene sotto l'ombrellone.

3

Dall'alba alla sera

Una delle principali novità introdotte dal provvedimento riguarda gli orari: i bagnini devono garantire la possibilità di restare negli stabilimenti e usare i servizi almeno fino alle 22.

La novità

Bagni in mare, niente servizio di salvataggio fino al 13 giugno

I sindacati su tutte le furie: «Nessuna attenzione alla sicurezza sul lavoro. Offerta turistica carente»

Spiagge aperte a Rimini ma solo per prendere il sole, perché sventola bandiera rossa fino al 13 giugno. Significa che non si fa il bagno, o meglio, chi va in acqua lo fa a proprio rischio. «Manchiamo noi salvataggi - attacca Stefano Simoni, portavoce degli 'angeli rossi' -. Peccato

che il business non sia sempre compatibile con la sicurezza dei bagnanti. I bilanci economici puntano ai minori costi, ma abbassare le difese per la sicurezza non va bene. L'estate scorsa solo tra Rimini e Riccione abbiamo messo a segno 250 interventi di soccorso. Il nostro lavoro parte sempre qualche settimana dopo l'apertura della stagione indicata dall'ordinanza regionale. Quest'anno c'era l'occasione per fare coincidere le due cose, ma si è scelto diversamente». «L'ordinanza regionale -

spiega l'assessore a Turismo e Demanio Andrea Corsini - fa partire l'obbligo del servizio di salvataggio dal 13 giugno. Ciò non impedisce a singoli Comuni di anticipare quella data». Corsini conferma che «parte dei costi saranno sostenuti dalla Regione, attraverso il fondo di 5 milioni stanziato per gli stabilimenti balneari». «Siamo indietro di oltre un mese con l'allestimento delle spiagge - attacca il presidente della Cooperativa bagnini di Rimini sud, Mauro Vanni -. Comunque i nostri addetti so-

no già istruiti per il salvamento post Covid-19». Sul 'mancato ingaggio' dei salvataggi da parte delle cooperative bagnini si scatenano i sindacati: «Inascoltati gli appelli del mondo del lavoro nell'ordinanza. Nessuna delle richieste presentate è stata presa in considerazione. Mettere sulle torrette i marinai senza formazione specifica Covid-19 significa assumersi gravi responsabilità. Ci pare un'offerta turistica carente di un tassello fondamentale».

Mario Gradara

CORONAVIRUS L'ORDINANZA BALNEARE



Mezzi al lavoro per spianare le dune FOTO DIEGO GASPERONI

Le regole della spiaggia Covid

Stabilimenti aperti fino alle 22

Limite minimo di ombreggio di 18 metri quadrati. Nuovo impulso al pasto sotto l'ombrellone: consentita la consegna di cibo su ordinazione ai clienti della spiaggia

RIMINI

La nuova spiaggia inizia oggi: più spazio, servizi e qualità. E soprattutto tempo: ai bagnanti viene concesso di restare negli stabilimenti balneari fino alle 22 per consentire la cena sotto l'ombrellone. Tutto scritto nella nuova ordinanza balneare firmata ieri, i bagnanti non sono tutti contenti (altro articolo a pagina 3), ma il Comune non indietreggia: dopo la pandemia non si pensi di tornare al "tutto come prima".

Da un ombrellone all'altro

L'ordinanza fissa il limite minimo di ombreggio di 18 metri quadrati (contro i 12 stabilimenti dall'ordinanza regionale), ad eccezione della zona dal bagno 1 al bagno 10 di Rimini sud, in cui la superficie minima è individuata in 15 metri quadrati. In ogni caso, la distanza tra le file parallele alla battigia non può essere inferiore a 4,50 metri (4,30 per i numeri da 1 a 10 di Rimini sud e 5 metri dal bagno 11 al bagno 98 di Rimini sud) e tra le file perpendicolari alla battigia non può essere inferiore a 3,50 metri.

Si mangia al mare

Altra novità, gli stabilimenti balneari dovranno consentire la permanenza dei clienti e l'utilizzo dei servizi almeno fino alle 22, consentendo la possibilità di fermarsi anche per la cena. Si darà quindi nuovo impulso al pasto sotto l'ombrellone: l'ordinanza consente a pubblici esercizi, ri-

storanti, laboratori artigianali di generi alimentari di consegnare cibo su ordinazione ("delivery") ai clienti della spiaggia. Questo consentirà di ridurre i possibili assembramenti nei locali e favorire la permanenza all'aria aperta, nel rispetto delle norme igienico-sanitarie e di sicurezza.

Plastica e fumo

Rimini prosegue inoltre il suo impegno per una spiaggia plastic free: sull'arenile è confermato il divieto di vendita di bevande in bicchieri di plastica usa e getta, così come la distribuzione ai clienti di bicchieri e cannucce in plastica usa e getta. Si potranno utilizzare invece bicchieri di carta e di materiale compostabile monouso o di materiale plastico lavabile in lavastoviglie e riutilizzabile.

È previsto per i prossimi giorni un aggiornamento delle linee guida per il servizio di somministrazione dei bar di spiaggia e dei chiringuito, che sarà al centro di uno specifico provvedimento e che servirà per allineare il servizio alle indicazioni igienico sanitarie a prevenzione del contagio

da Covid-19.

Confermato il divieto di fumare sulla battigia. Un provvedimento studiato per garantire il benessere dei non fumatori e allo stesso tempo ridurre la presenza di mozziconi sulla battigia.

Sia fatta la luce

Così come lo scorso anno, l'ordinanza prevede l'obbligo di illuminazione notturna delle spiagge, allo scopo di aumentarne la sicurezza e la fruibilità. I concessionari che non ne sono già dotati, sono chiamati a installare impianti che garantiscano l'illuminazione e la videosorveglianza degli stabilimenti. Nel periodo compreso tra il 13 giugno e il 13 settembre gli impianti dovranno restare accesi dal tramonto all'alba, negli stessi orari previsti per la normale illuminazione pubblica.

Fido, l'amico fedele

La balneazione per gli animali sarà consentita negli stabilimenti che ne fanno richiesta e gli animali potranno entrare in acqua solo in fasce orarie definite (dalle 6 alle 8 di mattina e dalle 19 alle

21) e in specchi d'acqua individuati dai titolari degli stabilimenti che già dispongono di aree attrezzate per gli animali d'affezione. L'accesso ai servizi di spiaggia e alla balneazione è consentito solo agli animali registrati presso lo stabilimento balneare.

Confermate le altre prescrizioni, così come previste dall'ordinanza regionale: dal divieto di accesso alla spiaggia dall'1 alle 5 del mattino, all'ampiezza delle fasce di battigia destinate al libero transito (5 metri nella zona di Rimini nord, 20 metri nella zona di Rimini sud).

Il commento

«Con questa ordinanza - chiosa l'assessora al Demanio, Roberta Frisoni - Rimini disegna le nuove coordinate di un futuro che è già ora. Sappiamo che ciò comporterà un impegno ancora maggiore da parte degli operatori ma proprio perché siamo di fronte a una stagione mai vista prima, tutti siamo chiamati a uno sforzo straordinario. Comprendiamo le ragioni di tutti ma non si può pensare che il tema sia il "tornare com'era prima"».

DALLA PARTE DELL'AMBIENTE

Confermato il divieto di vendita di bevande in bicchieri di plastica usa e getta e quello di fumare sulla battigia

LA POSIZIONE DEL COMUNE

L'assessora Frisoni:

«Comprendiamo le ragioni di tutti ma non si può pensare che il tema sia il "tornare com'era prima"»

Economia

Rimini

«La crisi cancellerà 5mila posti di lavoro»

Intervista a Alberto Zambianchi, presidente di Unioncamere Emilia-Romagna: «Alloggio e ristorazione sono i settori più colpiti»

Alberto Zambianchi, presidente di Unioncamere Emilia-Romagna, come il territorio riminese ha affrontato l'emergenza?

«A Rimini il personale sanitario e i rappresentanti delle istituzioni hanno gestito molto bene la grave situazione. Qui le cose ad un certo punto si erano messe davvero male».

Come vede la situazione economica?

«Il Pil italiano è del -9%, a Rimini del -14,7%, l'export -12,3%. Al 31 dicembre la previsione è che il calo sarà del 3,6%. La conseguenza è che 5.400 posti di lavoro sono ad alto rischio».

I settori più colpiti?

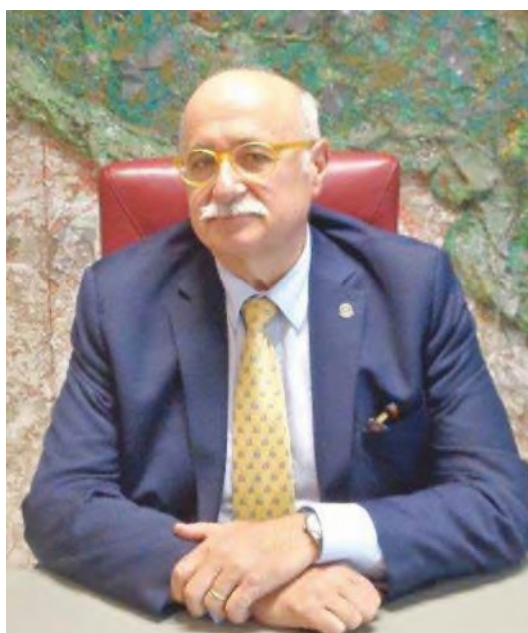
«Alloggio e ristorazione, la perdita di fatturato per il primo è di 350milioni, il secondo 370».

Ci sarà bisogno di soldi.

«Per l'alloggio e la ristorazione il 96% delle imprese avrà bisogno di liquidità, mentre per quanto riguarda la manifattura il 25%».

E il turismo?

«E' il momento in cui il settore turistico diventi un autonomo e non una branca del commer-



Alberto Zambianchi, presidente di Unioncamere Emilia-Romagna

cio».

Cosa serve?

«Un grande progetto, come per l'industria. Facciamo il turismo 4.0 con una visione europea: linee di credito dedicate, più investimenti, rafforzamento del digitale».

Il peggio è passato?

«Mentre la fabbrica riaccende i motori e ricomincia a funzionare, per il turismo non è così. Servono azioni mirate che dicano ai turisti che la Riviera è un posto sicuro dove tutti possono divertirsi: dalle famiglie ai giovani».

Ce la faremo a risollevarci?

FUTURO

«Pensiamo a un turismo 4.0 con una visione europea»

«Ne sono sicuro, grazie alla capacità dei nostri imprenditori. Ma servono provvedimenti rapidi, forti e ben mirati. Deve esserci un piano nazionale che preveda un rilancio del turismo».

Un anno fa c'è stato il record di presenze, quest'anno sarà ben diverso.

«L'anno scorso in Emilia Romagna abbiamo registrato 64milioni di presenze. Quest'anno saranno diversi i numeri. Ma vogliamo gettare le basi per il rilancio».

Cosa ha fatto la Camera di Commercio in concreto?

«Il sistema camerale ha tirato fuori 25milioni di risorse per venire incontro alle imprese. I funzionari non hanno tenuto chiuso un minuto lavorando in smart working».

Serve una campagna promozionale ancora più mirata per la Riviera?

«Certo, soprattutto in Germania, Francia, Inghilterra e Russia, dove è più facile che la sirena della Romagna faccia breccia».

Carlo Cavriani

Vertiginoso calo di presenze a causa del virus: un duro colpo per il turismo

A marzo, quando è iniziato il lockdown, diminuzione del 76% rispetto al 2019

Lo scoppio dell'epidemia ha dato e continuerà a dare un durissimo colpo al turismo della Riviera.

A marzo, quando è cominciato



il lockdown, gli arrivi si sono quasi azzerati (-96,5%) e le presenze hanno subito un calo del 76,6%.

I dati - assolutamente provvisori, va detto - li ha elaborati e pubblicati il servizio di statistica della Regione in questi giorni. Pensare che i primi due mesi dell'anno avevano regalato un bel se-

gno più alla nostra provincia: a gennaio presenze in crescita del 7,6%, a febbraio del 9,8% nonostante fosse già iniziato l'allarme per la pandemia. Poi a marzo è accaduto l'inevitabile.

A pagare maggiormente dazio, in numeri assoluti, sono stati i comuni di Rimini e Riccione. Tornando ai dati generali, da genna-

io a marzo gli arrivi nella provincia di Rimini sono stati complessivamente 196.270 (-37%) e i pernottamenti 626.229 (-23,2%), con un calo generalizzato sia dei turisti italiani che di quelli stranieri. Gennaio è stato il mese migliore, con 117.338 arrivi (+4,8%) e 347.151 presenze (+7,6%).

Il bollettino

Pochi contagi e nessun decesso a Rimini e San Marino

Attualmente sono 203 i malati di Covid-19 nella nostra provincia. Venerdì al via i test sierologici

Pochi contagi e nessun decesso. Continua a restare sotto controllo la curva dell'epidemia a Rimini come a San Marino. Nella nostra provincia sono stati diagnosticati soltanto 4 nuovi casi



di positività (3 donne e un uomo), che portano così il totale dei contagiati a 2.138 dall'inizio dell'epidemia. Non si registrano fortunatamente nuovi decessi, fermi a quota 238, mentre continuano a crescere i guariti (altri 8). Attualmente i malati di Covid-19 nel Riminese, secondo le stime dell'Ausl, sono 203. Di questi, sono circa una sessantina i ricoverati all'ospedale Infermi.

Anche a San Marino non ci sono state vittime del virus nel weekend, e nelle ultime 48 ore è stato diagnosticato appena un nuovo caso di contagio, a fronte di 28 tamponi refertati. Sono soltanto 2 i malati di Covid-19 ricoverati nell'ospedale di San Marino, nessuno dei quali nel reparto di terapia intensiva, mentre restano in isolamento domiciliare 352 sammarinesi. Buone notizie che confermano

il trend delle ultime settimane, e dimostrano come il virus stia rallentando drasticamente la sua diffusione.

Dal 29 maggio anche a Rimini, come già sta avvenendo a San Marino, inizieranno i test sierologici di massa sulla popolazione: in questa prima fase l'Ausl chiederà a fare l'esame oltre 57mila riminesi. Sono già migliaia coloro che si sono sottoposti volontariamente al test.

Il tavolo anti-crisi

Per le piccole e medie imprese finanziamenti per 25 milioni

A beneficiarne sono state 1.157 aziende del Riminese: oltre metà delle richieste da negozi, hotel e ristoranti

Finanziamenti alle imprese e sostegno ai lavoratori in cassa integrazione. Sono i due temi affrontati ieri a tavolo convocato dal prefetto, Alessandra Camporota, che ha visto la partecipazione dei direttori di Inps e Banca

d'Italia a Rimini, nonché di rappresentanti dell'Abi, di Comune e Provincia di Rimini, di sindacati e categorie, delle forze dell'ordine e dell'associazione Libera. Dall'incontro è emerso un primo quadro positivo, stando ai dati forniti da Bankitalia, mentre il dirigente dell'Inps ha assicurato il massimo impegno per superare le criticità e i ritardi riscontrati fin qui nel pagamento della cassa integrazione in deroga. Ri-

tardi accumulati anche per l'elevato numero di istanze da istruire.

Tornando alle aziende, solo nel mese di maggio (fino al 19 compreso) risulta siano stati concessi finanziamenti a 1.157 piccole e medie imprese della nostra provincia, per un totale di 24,6 milioni di euro. Le richieste sono arrivate nella maggioranza dei casi dalle attività del commercio (il 30%), dagli hotel e dai ristoranti (23%), e ancora dalle imprese del settore costruzioni (12%) e da quelle manifatturiere 9%. Secondo il prefetto Camporota «sono state fin qui apprezzabili le risposte delle banche alle richieste di finanziamento del tessuto imprenditoriale. I segna-



Il prefetto di Rimini, Alessandra Camporota

li sono interessanti, considerando l'impegno degli attori che si sta progressivamente intensificando. Tutto questo nella consapevolezza del rispetto delle regole, che costituisce un'irrinunciabile garanzia nell'ambito delle misure emergenziali per favorire l'accesso delle imprese al credito per una sana ripresa delle attività». Il tema dell'accesso al credito, è stato ribadito ieri al tavolo, è quindi fondamentale in questo momento di forte crisi di liquidità per le aziende. «La coesione sociale nel territorio di Rimini, messo a dura prova dall'emergenza Covid, è assicurata anche dalla solidarietà che il sistema economico sta dimostrando».

Rimini. Confindustria Romagna: "necessario accelerare per il rilancio del turismo"



"Confindustria Romagna, nel ribadire in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore turistico.

«Nella fase 2, definita quella della convivenza con il virus, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel DNA della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus – spiegano il presidente di Confindustria Romagna **Paolo Maggioli e Giuseppe Costa**, presidente della sezione Turismo dell'associazione - Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari».

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza.

«Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale – aggiungono **Paolo Maggioli e Giuseppe Costa** - Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi. E siamo convinti che occorranza più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria, che ricordiamo importa persone e non esperta merci e che coinvolge un vasto indotto, continui ad essere elemento portante della nostra economia»".

Confindustria Romagna: "Gli operatori turistici sono nel limbo, vanno aiutati"

Maggioli e Costa sono convinti "che occorranza più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore"



L'industria del turismo romagnola vive ancora "in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari". Quindi "servono più punti fermi", e anche una "grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perchè siamo affidabili, sicuri ed attrattivi", come ha già fatto presente il presidente di Visit Romagna e sindaco di Rimini, Andrea Gnassi, chiedendo un investimento di 3 milioni. A chiedere dunque più attenzione, certezze e investimenti, sia a livello regionale che nazionale, oggi sono il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione.

"Nella fase 2, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel Dna della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus", spiegano. E per "arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione" in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, aggiungono, "è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano". La Romagna, ricordano, è "attrattiva per vocazione", grazie alla spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale. Ma "oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni". Quindi bene la proposta di Visit Romagna per una campagna comunicativa "che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perchè siamo affidabili, sicuri ed attrattivi".

Confindustria Romagna: serve più attenzione al turismo

[n newsrimini.it/2020/05/confindustria-romagna-serve-piu-attenzione-al-turismo/](https://newsrimini.it/2020/05/confindustria-romagna-serve-piu-attenzione-al-turismo/)



Confindustria Romagna, ribadendo in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore turistico.

“Nella fase 2, definita quella della convivenza con il virus, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel DNA della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus – spiegano il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione – Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari”.

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza.

“Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale – aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa – Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi. E siamo convinti che

occorrano più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria, che ricordiamo importa persone e non esperta merci e che coinvolge un vasto indotto, continui ad essere elemento portante della nostra economia".

© Newsrimini.it 2020. Tutti i diritti sono riservati. Newsrimini.it è una testata registrata Reg. presso il tribunale di Rimini n.7/2003 del 07/05/2003,
P.IVA 01310450406
"newsrimini.it" è un marchio depositato con n° RN2013C000454

Fase 2, Confindustria Romagna: "Grande campagna comunicativa per salvare il turismo"

Paolo Maggioli evidenzia la necessità che la Romagna sia protagonista del mercato turistico italiano



Confindustria Romagna, nel ribadire in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore turistico. *«Nella fase 2, definita quella della convivenza con il virus, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel DNA della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus – spiegano il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione - Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari».* Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza. *«Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale – aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa - Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi. E siamo convinti che occorran più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra*

industria, che ricordiamo importa persone e non esperta merci e che coinvolge un vasto indotto, continui ad essere elemento portante della nostra economia».

Fase 2, Confindustria Romagna: “Serve più attenzione per il turismo”



Confindustria Romagna, nel ribadire in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore turistico.

“Nella fase 2, definita quella della convivenza con il virus, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel DNA della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus – spiegano il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione – Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari”.

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza. *“Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale – aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa – Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi. E siamo convinti che occorrono più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria, che ricordiamo importa persone e non esperta merci e che coinvolge un vasto indotto, continui ad essere elemento portante della nostra economia”.*

CONFINDUSTRIA: ACCELERARE PER IL RILANCIO DEL TURISMO IN ROMAGNA



Confindustria Romagna, nel ribadire in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore turistico.

“Nella fase 2, definita quella della convivenza con il virus, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel DNA della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus – spiegano il **presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione** – Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari”.

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza. “Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale – aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa – Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi. E siamo convinti che occorranza più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria, che ricordiamo importa persone e non esperta merci e che coinvolge un vasto indotto, continui ad essere elemento portante della nostra economia”.

Confindustria Romagna: serve più attenzione al turismo



Confindustria Romagna, ribadendo in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore...

[Leggi tutta la notizia](#)

[NewsRimini.it](#) 25-05-2020 17:37

Fase 2, Confindustria Romagna: operatori in limbo di incertezze



Bologna, 25 mag. (askanews) - Nella fase 2 "bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel Dna della nostra Romagna", tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus. È l'auspicio di Confindustria Romagna, che chiede "più punti fermi" in un momento in cui da parte degli operatori si evidenzia una "legittima preoccupazione" perché "lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche e adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari".

"Per cercare di arginare - spiegano il presidente di Confindustria Romagna, Paolo Maggioli, e il presidente della sezione Turismo dell'associazione, Giuseppe Costa - i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza".

Per questo "occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni", con l'impegno a "lanciare subito una grande campagna comunicativa". Per gli industriali occorre inoltre maggiore "attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore".

Confindustria Romagna: “accelerare il rilancio del turismo in Romagna, terra affidabile, sicura ed attrattiva”

Lunedì 25 Maggio 2020



Confindustria Romagna, nel ribadire in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore turistico.

“Nella fase 2, definita quella della convivenza con il virus, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel DNA della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus - **spiegano il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione** - Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari”.

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è **necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano** che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza.

“Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale - **aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa** - Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit

Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che **la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi**. E siamo convinti che occorrano più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria, che ricordiamo importa persone e non esperta merci e che coinvolge un vasto indotto, continui ad essere elemento portante della nostra economia".

Confindustria Romagna: "Interventi straordinari per il turismo"

Parlano Maggioli e Costa. Ok a una imponente campagna comunicativa



25 Maggio 2020 Confindustria Romagna chiede un intervento straordinario a sostegno del turismo. "Nella fase 2, definita quella della convivenza con il virus, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d'impresa, a partire dal settore turistico che è nel DNA della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal coronavirus - spiegano il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione Turismo dell'associazione - Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari".

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza.

"Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale" aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa. "Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi. E siamo convinti che occorrono più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria, che ricordiamo importa persone e non esperta merci e che coinvolge un vasto indotto, continui ad essere elemento portante della nostra economia". 

L'appello di Confindustria: "Necessario accelerare per il rilancio del turismo"



"Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti"

Confindustria Romagna, nel ribadire in questa delicata fase di ripartenza la priorità della salute e l'importanza di osservare le regole di sicurezza, chiede una maggiore attenzione per il settore turistico.

“Nella Fase 2, definita quella della convivenza con il virus, bisogna allargare in fretta lo sguardo su tutte le attività d’impresa, a partire dal settore turistico che è nel dna della nostra Romagna e tra i più colpiti dalla crisi causata dal Coronavirus – spiegano il presidente di Confindustria Romagna Paolo Maggioli e Giuseppe Costa, presidente della sezione turismo dell’associazione - Per questo servono più punti fermi, mentre oggi raccogliamo ancora la legittima preoccupazione degli operatori lasciati in un limbo di incertezze su diversi aspetti, come responsabilità giuridiche ed adeguati sostegni, economici, fiscali, finanziari”.

Per cercare di arginare i danni delle perdite accumulate in primavera e in questo inizio di stagione in termini di mancate prenotazioni e cancellazioni, è necessario adottare azioni strategiche nell'immediato facendo in modo che la Romagna sia la protagonista del mercato turistico italiano che deve rispondere in modo efficace alla voglia di ritornare in vacanza. “Siamo per vocazione attrattivi: abbiamo la costa, la spiaggia, il mare, hotel e stabilimenti balneari con vari tipi offerta, l'entroterra e i borghi, le città d'arte e la cultura, i parchi tematici e lo sport, il benessere ed il termale – aggiungono Paolo Maggioli e Giuseppe Costa - Oggi dobbiamo esserlo ancora di più. E per farlo occorre essere uniti, senza campanilismi o inutili contrapposizioni. Siamo d'accordo, come già proposto da Visit Romagna, con la necessità di lanciare subito una grande campagna comunicativa che ricordi a tutti che la Romagna c'è ed è la destinazione ideale perché siamo affidabili, sicuri ed attrattivi. E siamo convinti che occorranza più attenzione e grandi investimenti per sostenere gli operatori del settore. Per questo chiediamo interventi straordinari immediati sia a livello governativo sia regionale in modo da potere avere un sostegno concreto affinché la nostra industria, che ricordiamo importa persone e non esperta merci e che coinvolge un vasto indotto, continui ad essere elemento portante della nostra economia”.