

GLI EFFETTI DELLA PANDEMIA E DELLA SITUAZIONE INTERNAZIONALE

C'era una volta il turismo dell'Est: quando listini e commesse parlavano russo

Fino alla crisi del 2014 della Crimea (con sanzioni e boicottaggi) i flussi erano molto importanti. Il ricettivo era solo la punta dell'iceberg rispetto al giro d'affari dell'ambito commerciale

Turisti all'arrivo nelle località della riviera romagnola. Prima della pandemia dall'area di Russia e Ucraina arrivavano nel Riminese tra i centoquaranta e i centocinquanta mila pernottamenti a stagione più le decine di migliaia che si orientavano sul bacino di Milano Marittima. Nella pagina a destra, Patrizia Rinaldis e Claudio Abbadessa

Trademark Italia: «Non dipende solo dalle sanzioni»

ROMAGNA

«Il turismo russo è meno presente già da anni, in Riviera. I motivi però non sono da ricondursi solo alle crisi internazionali». Aureliano Bonini è realista. La dimensione del fenomeno russo-ucraino, nelle sue conseguenze sul mercato turistico, è ancora impossibile da valutare. Lui però, che da presidente di Trademark Italia analizza da 40 anni gli andamenti di un settore che vede nella sua Rimini un riferimento storico, legge la realtà del mercato russo oltre la geopolitica. «Sicuramente la fase della crisi in Crimea, nel 2014, ha avuto il suo peso. E questa guerra ne avrà uno ulteriore, e più importante. Ma per quello che riguarda gli spostamenti di un target peculiare come quello russo – approfondisce Bonini – ci sono altri aspetti da considerare».

L'analista riminese infatti rileva come «in maniera simile alla Riviera Romagnola la presenza della parte più danarosa del turismo russo sta progressivamente calando anche in Costa Azzurra. E dalle indagini che abbiamo compiuto, per noi come per la realtà francese non pesano solo gli aspetti legati alle sanzioni». Bonini parla di un target che «sta evolvendo, anche culturalmente. Ha imparato l'inglese e, spostandosi con voli privati, ora scopre le spiagge americane, le isole. Appare sazio dello shopping sui grandi brand europei, che lo calamitava in Italia e dai nostri cugini Transalpini. Certamente però rimane insostituibile per la ricaduta economica che ha dove decide di passare la vacanza».

Sulla strategia legata al lungo periodo, pertanto, il presidente di Trademark vede come elemento attrattivo «non le bellezze naturali, ma gli alberghi di lusso, la piscina esclusiva – conclude il suo ragionamento Bonini -. Il magnate russo cerca l'ambito dove scambiare sguardi, perché ciò che gli interessa è vedere e farsi vedere».



RIMINI

ANDREA TARRONI

Tra i centoquaranta e i centocinquanta mila pernottamenti, che ora andranno perduti con la guerra russo-ucraina. Era questo il volume di mercato che interessava il solo Riminese, a cui vanno aggiunte le decine di migliaia che ruotavano su Milano Marittima, altro fondamentale riferimento dell'Est. Un mondo che in parte ridottissima aveva raggiunto la Riviera nei due anni di pandemia e col quale sarà necessario rimandare, ulteriormente, l'appuntamento. Per circostanza ancora una volta drammatiche: dopo il Covid, la guerra.

«Ancora una volta – analizza la situazione Patrizia Rinaldis, presidente di Aia-Federalberghi Rimini – dovremo fare perno sulla diversificazione dei mercati che abbiamo col tempo saputo conquistare. A preoccupare però non è solamente la consapevolezza che da Russia, Ucraina e Bielorussia non arriveranno turisti. L'interrogativo più grosso che hanno le imprese è relativo alle conseguenze economiche della guerra».

Sono lontani i fasti del 2014, quelli precedenti alla crisi in Crimea. Le sanzioni che giunsero in quella fase e anche gli appelli di Putin al boicottaggio dell'Europa per le vacanze avevano ri-

stretto una realtà che era importantissima per molti versi: «Quello del ricettivo era solo la punta dell'iceberg rispetto al giro d'affari – ricostruisce Rinaldis -. La presenza dei turisti russi incideva soprattutto sull'ambito commerciale. E aiutava molto a destagionalizzare». La presidente dell'Associazione italiana albergatori riporta alla mente «la fase in cui si aprivano outlet su quest'onda, che dopo la guerra in Crimea si ridimensionò ulteriormente per la crisi del rublo e anche per le problematiche che investirono il nostro scalo. Ogni negozio aveva commesse che parlassero russo. I listini comparivano in quella lingua, prima ancora che in inglese».

La dimensione di un attore fondamentale nel contesto del turismo romagnolo aveva poi perso posizioni, ma rimaneva ancora molto importante: «Nel 2019 erano ancora 112 mila i pernottamenti relativi al mercato della Federazione russa. Una fetta più importante di quella tedesca, su cui abbiamo attese per la stagione in arrivo. Dalla Germania arrivarono 141 mila pernottamenti», esemplifica ancora l'albergatrice riminese.

Significativi anche i flussi delle altre realtà interessate dal conflitto: «L'Ucraina rappresentò nel 2019 un totale di 22 mila pernottamenti. E dalla Bielorussia ne arrivarono 5450». E se dal