

## Cicloturismo: "Una realtà in crescita per promuovere Riccione"

**Attualità** - 09 ottobre 2019 - 16:43



Al termine della stagione estiva a Riccione è stato intenso il dibattito politico legato alle strategie turistiche. Si sono levate voci critiche da parte di alcuni albergatori, parlando di scarso indotto dalle manifestazioni sportive tra cui il "Challenge Riccione", evidenziando anche i problemi connessi alla viabilità. Nel dibattito è intervenuta anche l'albergatrice Maria Grazia Nicoletti, titolare dell'Hotel Gambrinus, che sostiene invece l'importanza strategica del cicloturismo e del turismo sportivo e rimarca che *"tutti gli schieramenti politici hanno capito che gli eventi ciclistici e sportivi sono fondamentali per promuovere e vendere il territorio, soprattutto all'estero"*.

### Di seguito la nota

Come sempre, il periodo di inizio autunno è propizio per le letture dell'andamento della stagione turistica, analizzata da tanti operatori del settore sotto vari profili. Non mi sottraggo, nell'auspicio che la mia valutazione personale possa portare un contributo.

Come imprenditrice alberghiera sono molto contenta dell'impegno messo in campo, sia dalla mia città che dalla mia regione, nell'ambito delle manifestazioni sportive.

In particolare credo che l'aver investito nella cronometro del Giro d'Italia sia stata la migliore iniziativa di Riccione negli ultimi anni, così come la Grande Partenza lo è stata per la regione Emilia-Romagna. A Riccione lo stesso percorso di avvicinamento, battezzato Primavera del Giro, è stato condotto con impegno e partecipazione dall'intera città, a partire dal Sindaco fino ai bimbi nelle scuole, in sinergia con l'ufficio marketing di RCS. Questo ha consentito a Riccione di finalizzare l'investimento economico con più efficacia rispetto ad altre destinazioni e di ricevere i complimenti dei vertici dell'Uci per la capacità creativa posta in essere. Mi limito a sottolineare come la portata mediatica dell'evento Giro d'Italia e della crono Riccione - San Marino (198 paesi collegati, record a cui contribuiscono 18 diversi network televisivi), avrà ricadute considerevoli, con effetti positivi, in termini di immagine e di promozione, di cui potremo beneficiare negli anni a venire. La stessa crono Riccione - San Marino rimarrà per sempre.

E' chiaro che avere investito in un evento del genere ha sottratto risorse ad altro, ma è altrettanto ovvio che nel 2020, anno che vedrà per fortuna il Giro arrivare nella vicina Rimini, le stesse risorse si renderanno disponibili.

Che la via intrapresa nel 2019 sia stata quella giusta, lo dimostra il fatto che la stessa partenza del Giro d'Italia Under 23, nonostante il desiderio di fidelizzarla per un paio di anni, sia stata così ambita da scivolare nel 2020 a Urbino, grazie all'intervento deciso della città marchigiana.

Tutti gli schieramenti politici hanno capito che gli eventi ciclistici e sportivi sono fondamentali per promuovere e vendere il territorio, soprattutto all'estero, come spiegato recentemente a Rimini al seminario del Sole 24ore, alla presenza del nostro Assessore Regionale e del Direttore della nostra Apt.

Credo che in un quadro regionale Riccione e Rimini non siano troppo confrontabili, in quanto hanno peculiarità diverse: Rimini finalmente si sta riprendendo il ruolo che le spettava nell'ambito del turismo culturale, accanto a Ravenna e ad altre città d'Arte e storiche, aspetto che le consentirà di aumentare il flusso di ospiti stranieri.

Riccione, come anche altre realtà, per esempio Cervia, potrà attraverso il cicloturismo e il turismo sportivo essere competitiva nel mondo.

Un errore che non si deve fare è considerare il Cicloturismo "cosa" dei Bike Hotels. Questo ci farebbe rischiare di perdere il vantaggio competitivo che Riccione e l'Emilia-Romagna hanno acquisito in questi anni. Se il Trentino per vendersi al mondo ha sposato il cicloturismo e lo sport (vedi il prossimo Festival dello Sport), non è certo per premiare "una singola fetta di mercato". E lo stesso vale per le vicine Marche. Il cicloturismo è leader a livello mondiale nel settore della vacanza attiva, e porterà benefici nelle sue varie declinazioni, anche molto remunerative, a tutti gli hotels, specializzati e non specializzati.

Per cui, quando si dice che la stagione è andata bene "a macchia di leopardo", forse è meglio aumentare le macchie, piuttosto che preoccuparsi di non favorire "una singola fetta di mercato".

Mi dispiace constatare che mentre gli amministratori, anche di schieramenti politici diversi, convergono su questi temi - la nostra Città e la nostra Regione a mio avviso si stanno muovendo nella direzione giusta - incredibilmente alcune voci che rappresentano la mia categoria, per ragioni che non mi sono chiare, criticano questo processo virtuoso.

In ogni caso, per fortuna, non si ferma l'attività dei consorzi nati in questi anni per promuovere il turismo sportivo.

Dopodichè, è ovvio che si possa e si debba sempre migliorare. Ben vengano quindi nuovi stimoli e nuove proposte per sviluppare al meglio il nostro futuro turistico.