

Rimini oltre l'estate: non solo mare e sole ma anche arte, cultura, buon cibo ed entroterra

Attualità - 16 ottobre 2020 - 08:23



L'estate è già finita da un pezzo, ma un pretesto per fare le vacanze a Rimini c'è sempre, anche fuori stagione. Mare ed entroterra hanno molto da offrire anche dopo l'estate, con collegamenti ed eventi che si distribuiscono lungo tutto l'arco dell'anno. Arte, cultura, wellness, borghi antichi, tipicità enogastronomiche, divertimento, mare, sport, negozi di qualità e ampi spazi a contatto con la natura fanno da scenario alle esperienze più autentiche. Con le novità più recenti, il **museo d'arte contemporanea Part** inaugurato il 24 settembre, la **piazza sull'acqua**, ricavata dalla riqualificazione dell'area attorno al bimillenario ponte di Tiberio, la realizzazione del **parco del Mare**, il nuovo waterfront di 15 chilometri (ancora in parte in fase di realizzazione), e poi ancora per chi non l'avesse visto il **restauro filologico dell'ottocentesco teatro Galli**, l'**estensione delle piste ciclabili** fino a contare 120 chilometri che collegano la città all'entroterra, la tutela del mare con il piano di salvaguardia della balneazione ottimale (Psbo) che è stato inserito tra le best practise dell'agenda 2030 dell'Onu, la **celebrazione della figura di Federico Fellini** in occasione del centenario della nascita con il recupero del Cinema Fulgor, il museo internazionale a lui dedicato che sarà inaugurato nei prossimi mesi nel medievale-rinascimentale castel Sismondo e la piazza dei Sogni in fase di realizzazione.

Ecco allora la scelta di VisitRimini, Dmc locale, di raccontare direttamente al pubblico tutto questo attraverso suggestioni di viaggio per suggerire brevi vacanze da vivere tutto l'anno. Risposte concrete al "cosa fare a..." che viene digitato tanto assiduamente nei motori di ricerca. Perché il nodo è proprio questo: dare le risposte giuste alle domande che il turista pone, per valorizzare adeguatamente le ricchezze della destinazione. **La campagna promozionale è stata anticipata da un'iniziativa speciale** che è il Foto contest online #Riminilifestyle, aperto da agosto a fine ottobre, in cui i partecipanti (oltre 600 per ora) stanno ritraendo Rimini con le luci dell'autunno, per restituire le immagini fresche e spontanee che potranno essere riproposte nel corso della campagna. Ma la prima vera azione oltre l'estate è stata la **campagna stampa e social media sullo smart working**, una modalità inedita di vivere Rimini, dal titolo quantomeno evocativo: *workation* (work+vacation). Altri progetti speciali saranno le visit card, divise in Art card con i percorsi museali e le esperienze culturali, Country

card con le visite alle rocche e grotte dell'entroterra e Style card (di cui oggi offriamo un'anteprima), con un circuito di sconti presso negozi di abbigliamento e oggettistica, ristoranti, bar, pasticcerie, librerie, profumerie e le terme cittadine selezionati tutti per la loro tipicità.

Particolarmente innovativo è "**Tu che Rimini Sei?**", Un format di promozione turistica costruito su una strategia di matching tra i viaggiatori e la destinazione che si basa sulle leve motivazionali del gioco a quiz e della condivisione del risultato sui social, che sarà lanciato attraverso una strategia di influencer marketing che durerà un anno. Il progetto Rimini oltre l'estate, si protrarrà fino alla prossima primavera e incrocerà la realizzazione del nuovo portale visitrimini.com. La partnership con VisitRomagna costituisce un valore aggiunto al progetto, garantendo completezza e unicità alla proposta turistica da vivere tutto l'anno.

Gian Luca Brasini, assessore al bilancio, sottolinea: «Oggi abbiamo tutti gli elementi per lavorare sulla destinazione perché abbiamo ampliato la gamma di prodotti: i nuovi contenitori culturali, gli impianti sportivi, il quartiere fieristico e il Palacongressi. Siamo pronti a fare quello che avevamo in animo da tanti anni, ovvero destagionalizzare. Non è solo un tema di competitività, è una questione di diluire nel tempo e nello spazio le presenze per rendere più strutturale l'offerta, creando valore anche per i lavoratori del settore. Il dato da cui partiamo è che il sistema per ora ci ha creduto e ha reagito».