

Turismo: imprenditori fanno sinergia per promuovere Riccione

Attualità - 08 maggio 2021 - 17:23



Oltre 25 imprenditori locali appartenenti al mondo ricettivo ed extra ricettivo si sono incontrati presso il Cash & Drink By Superhoreca per lanciare il nuovo Club di Prodotto “**Riccione Intrattenimento**”, è intervenuto anche l’**Assessore al Turismo Stefano Caldari**.

Sono stati presentati gli obiettivi del Consorzio che lavorerà per dimostrare come la **forza imprenditoriale** e creativa della filiera dell'intrattenimento riccionese (eventi, sport, locali, parchi) verrà integrata alla scoperta del **territorio** ed il piano marketing 2021.

Quattro gli obiettivi di medio periodo di Riccione Intrattenimento: accendere nuova luce su Riccione come **destinazione glamour**; diventare **punto di riferimento** per l'intrattenimento; consolidare l'originalità dell'**offerta turistica** e rafforzare le **ali di stagione**; coinvolgere la **comunità** e le **istituzioni locali**. “Questo Consorzio – **dichiara Stefano Caldari** – è una scelta giusta nel momento giusto, l'intrattenimento deve essere ancora più al centro della nostra offerta turistica. Chi sceglierà Riccione troverà una città con un'offerta di intrattenimento diurna e notturna di qualità. Il mercato c'è.”

L'**investimento** del Consorzio è di **€ 150.000** per la creazione del portale, l'attività di web marketing, social media marketing senza trascurare i passaggi radio, le affissioni lungo l'asse dell'A14, la produzione di materiale per rafforzare il brand, l'attività di ufficio stampa e P.R. fondamentali per posizionare la destinazione ed il brand ma soprattutto per promuovere commercializzare il gruppo. “Riccione Intrattenimento è nato – **dichiara Mauro Bianchi, Presidente del Consorzio** – per dare una risposta imprenditoriale di medio periodo al sistema dell'intrattenimento. Intendiamo **mettere a sistema** tutta la filiera turistica connessa all'intrattenimento diurno e notturno partendo dalle strutture ricettive coinvolgendo i parchi per arrivare a bar, ristoranti, locali, spiagge, boutique. I turisti cercano sempre più un'**offerta di intrattenimento di qualità** e il Consorzio sarà l'interlocutore giusto per i Millennials, i “grandi” (35-44 anni) ma anche per nuovi partner e sponsor che credono nella vitalità di questa città. Basti pensare che quest'anno in Viale Ceccarini si potrà scegliere tra quattordici



diversi locali aperti tutto il giorno; tante spiagge, locali si stanno rinnovando o stanno nascendo, il Marano ritornerà ad essere un punto di riferimento con un'offerta eterogena pronta a soddisfare tutti i gusti mentre in collina le discoteche hanno i "motori già caldi" in attesa di poter riaprire in tutta sicurezza."