

Viaggio tra i bar, gli alberghi e i ristoranti che hanno avuto una buona stagione: la loro ricetta

## Turismo, c'è anche chi sorride

Qualcuno punta sull'ambiente esclusivo, altri sull'abbattimento dei prezzi

Innovazione, ricerca di nicchie, qualità sono le parole d'ordine

Alloggiano negli hotel "Tre Stelle" e "Cortina"  
**Premiati ieri dal vice sindaco**  
**diversi turisti fedeli a Rimini**



**RIMINI** - Il vice sindaco di Rimini e assessore al Turismo Maurizio Melucci ha consegnato ieri attestati di fedeltà a diversi turisti. All'hotel "Tre Stelle" (di via Lagomaggio) sono state premiate le nozze d'oro con la Riviera dei signori Piero e Ione Ceccherini di Firenze e della signora Albertina Bizozzero di Seveso che dal 1954 scelgono Rimini e lo stesso albergo. All'Hotel Cortina (via Cormons a Marina Centro) sono stati premiati i turisti norvegesi Ranveig e Kyell Helgevold che, da ben 40 anni, ogni estate da Stavanger vengono a Rimini.

**RIMINI** - Sono squarci di azzurro nel cielo plumbeo dell'estate 2004. Sono imprenditori turistici che non hanno badato a fare polemica sul calo dei turisti, sulle percentuali, sui mal di pancia, ma hanno dedicato ogni energia ad innovare la propria offerta, fidelizzare i clienti acquisiti, intercettare nicchie di mercato vecchie e nuove. Sono bar, alberghi, ristoranti, stabilimenti balneari, locali notturni, che hanno accettato la sfida dell'innovazione e si sono rimboccati le maniche e che adesso, alla fine di una stagione dura, possono comunque sorridere. Ecco qualche esempio, non certamente esaustivo ma significativo, di chi si ritiene soddisfatto del lavoro fatto nell'*annus horribilis* del turismo romagnolo.

Chi non si lamenta è, ad esempio, il **Grand Hotel Des Bains** di Riccione. Cinque stelle e 300 euro di media il costo di una stanza, mica roba da tutti. Eppure, spiegano dalla reception, si è lavorato bene, giugno ha fatto faville, agosto pure, non fosse stato per quel maledetto luglio che non si "schioda" la crescita sarebbe stata su tutta la linea. Il segreto del successo? "Servizio sempre al massimo, molto passaparola e investimenti continui per migliorare", spiega il vicedirettore. Nell'ultimo anno almeno mezzo miliardo di lire per rifare un terzo delle settanta stanze più qualche ritocco alle parti comuni. E a partire dal prossimo autunno si replica con il resto dell'hotel. Pagare (i muratori), insomma, ha pagato. Non è però solo questione di stelle. Prendiamo ad esempio due alberghi che di blasoni ne hanno poco, il **Morfeo** di Rivazzurra e il **Carolina** di Miramare, ma che sorridono ugualmente. Rappresentano due casi di hotel di nicchia, che hanno puntato il loro unico obiettivo, i giovani, e l'hanno centrato: portiere 24 su 24, colazione fino a tardi, bi-



Un hotel "mirato" sui giovani: gli alberghi di nicchia come questo hanno avuto un buon successo nell'estate 2004

liardo all'ingresso, pacchetto con bevute e discoteche compresi, niente famiglie. Risultato: pieno tutta l'estate. Dagli hotel ai ristoranti. Anche qui due esempi agli antipodi, ma accomunati dal successo. Lungomare di Rimini, ristorante **Lo Squero**. Dai 35 ai 50 euro a testa per un pranzo di pesce, tavoli esauriti e bella gente. Per il 2 giugno c'è stato anche Montezemolo. Come si vince la sfida della crisi? "Noi puntiamo da sempre su due elementi - spiega uno dei gestori -: la qualità nel piatto, quindi l'attenzione alla freschezza e alla genuinità delle materie prime; e l'attenzione ad ogni singolo cliente". Così, chi resta contento torna, lo dice anche agli amici e la "famiglia" si allarga. Tavoli di legno, tovagliette di carta, servizio familiare e pochi fronzoli hanno fatto il successo, invece, del **Beach Bar** di Riccione. Che si può anche permettere di vendere pizza e birra a 5 euro. Una bestemmia in tempo di caro-euro? "No, una necessità di fronte alla crisi - spiega il gestore, Mirco Fabbri -. Abbiamo una

gestione familiare, che ci risparmia un bel po' di costi di personale, abbiamo i tavoli di legno e le tovagliette di carta, così non facciamo pagare il coperto, poi ci siamo inventati formule nuove, come il menù per i bambini a 4 euro e 99 centesimi: si mangiano una margherita, una porzione di patatine fritte e una bibita. Insomma, ci diamo tutti da fare e cerchiamo di inventarci sempre qualcosa di nuovo per attirare clienti. I risultati sono buoni, direi che nella situazione generale non ci possiamo lamentare". E non si lamentano nemmeno a **San Giuliano**, nonostante in pochi mesi abbiamo sborsato la bellezza di un milione e mezzo di euro e si preparino a pagarne quasi altrettanti l'inverno prossimo. "Soldi spesi bene - commentano dal consorzio di tredici operatori che ha dato vita all'operazione -. Certo, il calo si sente, ma sappiamo di aver investito per il medio periodo, chi viene a vedere la spiaggia resta a bocca aperta e già per il prossimo anno abbiamo ottimi riscontri. In più c'è la soddisfazione di

avere fatto qualcosa di bello per noi e per la città". Insomma, per una volta tanto contenti di aver speso un sacco di soldi. Il "tour della soddisfazione" si chiude con un luogo *sui generis*, rimasto sconosciuto ai più per volontà stessa della proprietà. Non tutti lo sanno, ma questa estate, di domenica sera, la spiaggia del **Grand Hotel di Rimini** si è animata non poco. La formula è tanto semplice quanto efficace: l'esclusività di appartenere ad un "club" di pochi privilegiati (per entrare ci vuole la tessera *friends* distribuita a discrezione dell'hotel), la libertà che solo la spiaggia sa dare, un buffet ricco, la musica giusta e *voilà*, nel giro di due mesi la spiaggia più "ingessata" della riviera diventa uno dei ritrovi più *chic*, quello insomma da gastrite se non riesci ad entrare. Pochi esempi ma significativi, si diceva, di imprenditori veri, che hanno aggredito la crisi prima che lei se li mangiasse. E adesso sorridono, fuori dal coro delle Cassandre, tutte lamenti e poca fantasia.

**Luigi Angelini**



MARINA DI RIMINI



**MOLO 22**  
RISTORANTE - LIVING BAR

All'interno della nuova darsena di Rimini  
in Via Ortigara 80 - Telefono 0541 29.637  
Ingresso anche con auto dai cancelli darsena

www.molo22.it - E-mail: info@molo22.it

**Un posto unico, come il ponte di una nave, avvolti dalla magica atmosfera del mare.**

**Il Ristorante "Molo 22" propone:** pesce e crostacei dell'Adriatico, carni selezionate, paste fresche, pane e dolci della casa.

Pranzo a partire da 27 euro\*  
Cena completa di pesce a partire da 47 euro\*  
\*vini esclusi

**Il Living Bar "Molo 22" propone:** aperitivi, cocktail, pre-dinner al tramonto, after dinner.