TURISMO
Rimini

C'è tanta voglia di viaggi e vacanze «Adesso dobbiamo alzare i prezzi»

Ottime le previsioni per Pasqua e per l'estate prossima, gli albergatori fanno il punto della situazione: «Rimini è una destinazione di prestigio e la qualità si misura anche con le tariffe di vendita»

Se il buongiorno si vede dal mattino, sarà un'estate boom. Dati alla mano, previsioni in crescita per la stagione balneare rispetto a quella precedente. L'occupazione delle camere nel mese di giugno è ad oggi al 31% rispetto al 20% di un anno fa: un incremento di ben 11 punti percentuali. Prenotazioni in crescita anche a luglio e agosto. È quanto emerge dall'analisi del primo anno di attività della piattaforma di data-intelligence HBenchmark che raccoglie le informazioni da 50 hotel di Rimini. Sempre a giugno, ad oggi i picchi di camere d'albergo occupate arrivano al 42% per il ponte del giorno 2, festa della Repubblica nonché data zero del tour 2023 di Vasco Rossi, allo stadio. E al 24-25 giugno, in concomitanza con i campionati di ginnastica. Per il 2 giugno 2022 un anno fa, il riempimento osservato era al 18%. Occupazione di camere in aumento del 5,7% nel mese di luglio, del 3,1% (ma siamo ancora lontani) ad agosto: prenotazioni sempre leggermente superiori rispetto un anno fa. «Quanto alla provenienza c'è un sensibile aumento di richieste soprattutto da Svizzera e Germania, dove i turisti sono abituati a prenotare con buon anticipo», spiega Antonio Carasso, presidente di Promozione alberghiera.

GIUGNO

I picchi di camere d'albergo occupate arrivano al 42% per il ponte del 2 giugno, festa della Repubblica

L'amministratrice delegata di Visit Rimini, Marina Lappi: «Dobbiamo avere il coraggio di fare delle tariffe adeguate alla nostra prestigiosa offerta turistica»

Che insieme a Marina Lappi per Visit Rimini, Aia e al partner finanziario Riviera Banca, rappresentata da Andrea Montanari, ha fatto il punto, all'Open Hotel di Marina Centro sul primo anno dall'avvio del progetto di raccolta dati degli hotel della destinazione, grazie alla condivisione di database e informazioni attraverso la piattaforma H-Benchmark. «Entrare in possesso delle informazioni – osserva Carasso – è utile per il singolo imprenditore alberghiero che può programmare il personale, le tariffe, ma nello stesso tempo queste informazioni permettono di programmare la promozione di Visit Rimini, e dall'altra parte dare al Comune le informazioni giuste per decidere dove e quando posizionare eventuali eventi». Controllare i dati delle prenotazioni permette agli albergatori «di avere coraggio nell'aumentare i prezzi», ha aggiunto il direttore Aia Roberto Cenci. «Rimini è una destinazione di qualità» e la qualità «si misura anche con il prezzo di vendita». «Dobbiamo alzare le tariffe alberghiere nei periodi indicati dal nostro data base già molto gettonati – ha concluso l'amministratrice delegata di Visit Rimini Marina Lappi – perché noi abbiamo dei 'signori alberghi, una 'signora città, dal mare al centro storico, e quindi dobbiamo avere il coraggio di fare delle tariffe adeguate a quello che siamo».

Mario Gradara