

Wurstel, piadina e treno dell'amore «Riconquisteremo la Germania»

Campagna in grande stile e iniziative per riportare i tedeschi in riviera

HERR Fritz, torna da noi! Al via la 'madre di tutte le campagne' promozionali: un milione di euro l'anno per i prossimi tre anni sui mercati di area tedesca. Obiettivo: ripopolare la Riviera di turisti provenienti da Germania, Svizzera e Austria, anche a fronte del dimezzamento dei russi, causa crollo del petrolio e del rublo, e i guai dell'aeroporto 'Fellini'. Apt regionale, Unione prodotta costa e Comuni rivieraschi lanciano (parte lunedì) una mega-campagna di promozione in collaborazione con televisioni, social e siti internet di area tedesca. Rispolverando pure il collegamento diretto in treno Monaco-Rimini, due volte a settimana da giugno a settembre, assente «da almeno vent'anni» e ribattezzato da Sergio Zavoli «Il treno dell'amore». Si punta a tornare ai fasti degli anni Ottanta, «quando abbiamo toccato i 5 milioni di tedeschi», dice l'assessore regionale al Turismo Andrea Corsini, che ha presentato l'iniziativa al Grand Hotel con il governatore dell'Emilia Romagna Stefano Bonaccini, il presidente dell'Unione costa Enzo Ceccarelli, il sindaco di Rimini Andrea Gnassi e il direttore dell'Apt Emanuele Burioni. Numerose le iniziative: voli Air Berlin da Duesseldorf su Bologna e Rimini, collegamenti con bus operator, collaborazione coi principali tour operator tedeschi, il treno delle Deutsche Bahn (sui quali i minori di 14 anni non pagano), spot sulle tv pubbliche con testimonial le famiglie tedesche che vengono in villeggiatura da anni, partecipazione alle fiere, un megaposter all'aeroporto di Dusseldorf con l'immagine di una famiglia impegnata in un selfie in spiaggia e lo slogan 'Ciao mamma, sono in Romagna'. «Per la prima volta saremo sulla televisione pubblica svizzera - continua Corsini - con uno spot, e torneremo dopo 20 anni sui network tedeschi». Collaborazione anche col sito meteo Wetter.com ma anche con Value Retail nell'outlet e col gruppo Corporate Benefit che mette insieme circa 400 Crai

aziendali e 1,3 milioni di dipendenti. Per dare il benvenuto ai tedeschi, domenica 22 maggio festa di Pentecoste, sottotitolo 'Mein Romagna' ('La mia Romagna'): lungo la costa (da Cattolica a Comacchio) una sorta di Expo all'aperto, con stand gastronomici da tutti i paesi europei e centinaia di eventi. Rimini si propone come 'epicentro' del *Germania Day*. Si punta a un esordio col botto per la stagione che potrebbe segnare il ritorno in massa dei tedeschi: «Sarà un evento fisso che ci accompagnerà per i prossimi anni», afferma Ceccarelli. «Sul lungomare di Rimini - conclude Gnassi - faremo una grande festa con lo Street Food europeo, dedicato a cibi e bevande tedeschi. Non mancheranno birre e prodotti alimentari bavaresi, della Westfalia e di altri Laender. Ma anche a quelli di altre nazioni europee e ai prodotti di qualità del nostro territorio».