

Una rete di 100 strutture ricettive e 16 mila aziende per promuovere il territorio e i suoi eventi

Alberghi e imprese a caccia di turisti

Presentata la rinnovata società di Ascom, Bologna Incoming

Costruire motivi per portare più persone in città, per riempire ristoranti, stanze d'albergo, negozi: nasce "Bologna Incoming", nuova società di Ascom per il rilancio del turismo. «In un momento di particolare stagnazione dell'economia cittadina - spiega Enrico Postacchini, presidente dell'associazione dei commercianti - abbiamo voluto rispondere alle esigenze dei nostri associati che chiedono un soggetto aggregante che sappia promuovere il territorio e faciliti la veicolazione degli eventi. Insomma, un soggetto in grado di fare sistema». "Bologna Incoming" esisteva già in seno a Federalberghi, ma ora si unisce a tutte le componenti interessate, dai ristoranti alle agenzie di viaggi, dai negozi alle guide turistiche. «Si parla tanto della necessità di fare rete - sottolinea Postacchini - noi, al nostro interno, lo stiamo facendo».

La nuova società, formata da personale specializzato e con

sede a Palazzo Masetti di Strada Maggiore, servirà «per essere interlocutori forti con le istituzioni, con BolognaFiere, con l'Aeroporto». A questo proposito, il presidente dei commercianti anticipa che venerdì prossimo, 12 marzo, incontrerà il commissario Anna Maria Cancellieri: «Le mostriamo le nostre iniziative, perché il rapporto con l'amministrazione comunale è fondamentale per progetti e promozioni che abbiamo in mente - sottolinea il presidente dei commercianti - bisogna lavorare insieme. Mi auguro che quello che stiamo facendo, da privati, di nostra iniziativa, venga apprezzato e in qualche modo affiancato dalle istituzioni, come già avviene con la Camera di commercio e l'Apt. Ci auguriamo che succeda lo stesso con Provincia, Regione e tutti gli enti preposti». "Bologna Incoming" non nasce con un target di riferimento preciso: la volontà è infatti quella di trovare il giusto equilibrio tra il

turismo di massa, che riempie la città, e quello di prestigio, che può spendere di più. Celso De Scritti, presidente Federalberghi, annuncia che per fare conoscere Bologna all'estero, «la società lavorerà anche partecipando a fiere e workshop». I turisti con meta Bologna troveranno, tra l'altro, pacchetti con tariffe alberghiere convenienti, guide turistiche a disposizione, personal shoppers, gastronomia bolognese alla portata di tutti. «Questi pacchetti saranno disponibili 365 giorni l'anno - precisa Giancarlo Tonelli, direttore Ascom - mettiamo in campo, con questa società, forme concrete di convenzioni con la Fiera, con l'Università, con gli ospedali (il Sant'Orsola per primo), con le iniziative sportive, con chi organizza eventi». E per portare gente in città «sarà importante anche la collaborazione con l'Aeroporto di Bologna», conclude infine Postacchini, che pensa, in primo luogo, a una «valorizzazione dei voli low cost».