

Osservatorio sul Turismo dell'Emilia-Romagna

ANALISI DELL'IMPATTO ECONOMICO DEL MOTOGP 2016 SUL TERRITORIO RIMINESE

Questo report ha l'obiettivo di analizzare in maniera scientifica i vantaggi, i benefici, gli effetti economici diretti generati dal Gran Premio motociclistico di San Marino e Riviera di Rimini sul territorio della provincia di Rimini.

La ricerca è stata realizzata durante e dopo il periodo di svolgimento del Gran Premio San Marino e Riviera di Rimini 2016 (9-11 settembre 2016), sulla base della metodologia utilizzata da Trademark Italia per lo studio effettuato per conto di Misano World Circuit nel 2015.

Al di là del valore della comunicazione e della pubblicità per il territorio generato dall'evento, che è stato in passato valutato in oltre 3 milioni di euro, l'analisi attenta e approfondita dei diversi elementi presi in esame (e le successive verifiche) consente di affermare che il Gran Premio motociclistico (ed in particolare la gara delle MotoGP) produce effetti virtuosi economicamente evidenti ed essenziali per l'industria dell'ospitalità del territorio riminese.

Il contesto territoriale

L'area di riferimento indagata è la costa della provincia di Rimini. Si tratta di un territorio tra i primi in Europa dal punto di vista della dotazione turistica e per questo particolarmente vocato ad ospitare eventi sportivi di grande dimensione e richiamo di pubblico. Un movimento di 15 milioni di presenze turistiche all'anno, 2.220 alberghi, 15.000 strutture ricettive extralberghiere, oltre 2.000 pubblici esercizi tra bar, ristoranti, pizzerie, etc. collegati ad una filiera di eventi nazionali ed internazionali, assicurano dimensioni e opportunità contestualmente uniche rispetto ad altri circuiti del Motomondiale.

L'impatto stimato (il primo calcolato professionalmente per questo particolare evento) è composto dal volume di **spesa diretta** attivata dal Gran Premio di San Marino e Riviera di Rimini sul territorio provinciale, dai volumi di spesa generati dai **soggetti erogatori** (pubblico, organizzatori, addetti ai lavori, etc.) e dai **soggetti che tale spesa raccolgono** (alloggio, ristorazione, shopping, etc.).

Ottenuta la ricaduta economica complessiva, viene poi quantificato il "moltiplicatore delle risorse", cioè la capacità dell'evento di amplificare nell'intera economia locale l'investimento effettuato per organizzare il Gran Premio di motociclismo.

IMPOSTAZIONE METODOLOGICA E STIME ECONOMICHE

La valutazione dell'impatto economico del Gran Premio San Marino e Riviera di Rimini, ovvero l'ammontare di "economia aggiuntiva" generata grazie all'evento, è stata ottenuta partendo da un'indagine sull'approccio alla spesa dei partecipanti e stimando gli importi relativi agli acquisti di beni e servizi effettuati sul territorio dalle diverse tipologie di visitatori presenti in Riviera nella settimana dell'evento.

In base all'impostazione classica prevista per questo tipo di analisi, sono state individuate le seguenti 2 categorie di spesa:

A) SPESE DIRETTE PER L'ORGANIZZAZIONE DELL'EVENTO

La sommatoria delle spese sostenute per l'organizzazione dell'evento nel 2015, degli eventi collaterali e della logistica sul territorio (traffico, ordine pubblico, trasporti, raccolta rifiuti, etc.) è stata ricavata sulla base delle indicazioni fornite dai diversi enti coinvolti (Misano World Circuit, Dicastero al Turismo della Repubblica di San Marino, Provincia di Rimini, Comuni di Misano Adriatico, Cattolica, Riccione e Rimini, comitati d'area, associazioni sportive).

Si tratta delle spese sostenute dall'ente organizzatore per l'allestimento dell'evento. Appartengono a questa categoria le spese tecnico-organizzative e quelle per l'acquisto di materie prime, materiali di consumo, beni, servizi, etc..

Questo dato racchiude in sé tutte le spese che il Misano World Circuit sostiene direttamente per l'organizzazione dell'evento: dal fee versato a Dorna (comprensivo delle quote di tutti gli enti che compartecipano con l'Autodromo per ospitare la tappa del Gran Premio motociclistico), alle spese per la sicurezza del circuito e del pubblico, per le assicurazioni, per le attività promozionali e le risorse umane impiegate.

Sono altresì considerate le spese supplementari sostenute dalle amministrazioni pubbliche locali per le modifiche ed il controllo della viabilità, per il rinforzo del trasporto pubblico urbano, per l'ordine pubblico, per la nettezza urbana e per l'organizzazione (insieme a comitati d'area e associazioni sportive) di tutti gli eventi di contorno che si svolgono nella settimana che precede il Gran Premio.

L'importo complessivo è stato stimato per il 2016 intorno ai **9.000.000 di euro**.

B) SPESE DIRETTE SOSTENUTE DA ADDETTI AI LAVORI, VISITATORI, SPETTATORI E ACCOMPAGNATORI

Sono le spese sostenute da tutti coloro che, a vario titolo, sono presenti sul territorio nei giorni dell'evento. Possono essere classificate in:

B.1) SPESE DEGLI ADDETTI AI LAVORI

Si tratta delle spese sostenute dalle persone coinvolte nell'allestimento dell'evento (tecnici, team, organizzatori, giornalisti e promotori in senso lato) al di fuori dall'Autodromo: per alloggio, ristorazione/bar/extra e shopping (stimate attraverso 25 interviste in profondità ad addetti ai lavori *durante* e *dopo* l'evento e ad operatori turistici direttamente coinvolti).

Il risultato è la spesa media giornaliera sostenuta (per vitto, alloggio, entertainment e shopping) dagli addetti ai lavori che quotidianamente hanno prestato servizio presso il Misano World Circuit per tutto l'arco dell'evento, e nel 2016 è stato stimato in circa **1.200.000 euro**.

B.2) SPESE DEL PUBBLICO NEL PERIODO DELL'EVENTO

L'ammontare delle spese del pubblico presente nel territorio in occasione delle 3 giornate del Gran Premio motociclistico è stato ottenuto mediante un'indagine campionaria di oltre 1.000 interviste condotte tra gli spettatori presenti all'interno e all'esterno dell'Autodromo nei 3 giorni dell'evento, con l'obiettivo di determinarne sia la composizione (escursionisti e turisti) che i comportamenti d'acquisto.

Il sondaggio ha consentito di stimare le spese medie giornaliere pro-capite nei seguenti capitoli:

- . spese per accedere all'evento;
- spese per alloggio (solo nel caso dei turisti);
- spese per ristoranti, bar e extra (nell'area dell'Autodromo e nel territorio);
- spese per shopping (nell'area dell'Autodromo e nel territorio);
- spese per trasporti locali (mezzi pubblici, navette, taxi, etc.) e parcheggi.

Tali spese medie sono state poi moltiplicate:

- nel caso dei turisti: per la loro numerosità, per il numero medio di giornate di soggiorno e per la numerosità del gruppo familiare/amicale;
- nel caso degli escursionisti: per la loro numerosità.

Attraverso le interviste realizzate in occasione delle tre giornate di svolgimento del MotoGP (indagine campionaria di oltre 1.000 interviste condotte tra gli spettatori presenti all'interno e all'esterno dell'Autodromo), durante gli eventi collaterali (120 interviste a partecipanti agli stessi eventi), il sondaggio effettuato presso un campione rappresentativo di strutture ricettive della Riviera Romagnola (502 strutture contattate) ed alcune interviste di riscontro ad operatori turistici locali (presso 20 esercizi di ristorazione, bar, shopping), è stato possibile:

- a. segmentare gli spettatori in quanto escursionisti ovvero turisti;
- b. calcolare quale e quanto sia stato il loro impatto economico sul territorio.

Questi dati sono stati verificati e supportati da numerose interviste agli stakeholders locali che hanno univocamente confermato che il Gran Premio motociclistico produce un impatto sulla ricettività, sulla ristorazione e sui servizi in un'area compresa nel raggio di circa trenta chilometri dall'Autodromo.

Nel complesso, questo importo ha raggiunto nel 2016 circa **59.500.000 euro**.

B.3) SPESE SOSTENUTE DAI VISITATORI PRESSO EVENTI COLLATERALI

Le spese sostenute dai partecipanti in occasione degli eventi collaterali nella settimana che precede il Gran Premio sono state stimate in parte attraverso le interviste condotte tra gli spettatori presenti all'interno e all'esterno dell'Autodromo, ed in parte attraverso 120 interviste effettuate direttamente ai partecipanti in

occasione degli stessi eventi e 20 interviste di riscontro ad operatori turistici locali (ristorazione, bar, shopping).

Ecco l'elenco degli eventi che hanno caratterizzato la MotoGWeek, la settimana che precede il Gran Premio motociclistico:

- Spurtléda 58
- Street art e MotoGP Pre-Event: Vieni oltre nella Rider's land
- Fondazione Marco Simoncelli: Posa prima pietra del "Centro diurno per disabili"
- I 20 anni del team Gresini Racing
- Bike fan's week: sport, music, food, passion, fun
- "I colori del Motomondiale" - Drudi Performance
- "Rimini Racing Shot" - International Photo Award
- "The Dream" - Massimo Tamburini
- Niccolò Antonelli: trenta maxi scatti
- Speedway e Flat track competitions - Arena 58
- Tuning performance - Arena 58
- Anteprima di "La regola di Marco" - Arena 58
- DediKato – Arena 58

Complessivamente si stima che a questi eventi **abbiano partecipato circa 180 mila visitatori, dei quali 30 mila circa supplementari** (escursionisti e turisti) rispetto ai flussi già stimati come gravitanti intorno all'evento principale, per una spesa stimata di circa **1.100.000 euro**.

VERIFICA INDIRETTA DELLE STIME OTTENUTE

Le singole voci di spesa sono state poi "validate" mediante le seguenti procedure di verifica indiretta:

- interviste in profondità ai rappresentanti dei diversi enti coinvolti (Dicastero al Turismo della Repubblica di San Marino, Provincia di Rimini, Comuni di Misano Adriatico, Riccione e Rimini, comitati d'area, associazioni sportive);
- stima delle presenze turistiche alberghiere ed extralberghiere registrate a Misano Adriatico, Cattolica, Riccione, Rimini e Bellaria-Igea Marina nel periodo considerato, sulla base dell'occupazione letti media del periodo nelle singole località in assenza di eventi, ipotizzando un graduale riempimento delle strutture aperte (l'80% circa) nella settimana del Gran Premio di San Marino e Riviera di Rimini, fino all'occupazione totale (100%) nel fine settimana delle gare (9-11 settembre 2016);
- interviste in profondità a 20 operatori turistici locali (strutture ricettive, ristorazione, bar, shopping) direttamente coinvolti;
- sondaggio su un campione di 465 operatori del sistema ricettivo (alberghiero ed extralberghiero) da Bellaria-Igea Marina a Cattolica;
- interviste di riscontro ad addetti stampa, comunicazione e relazioni pubbliche professionalmente impegnati nell'evento.

L'IMPATTO ECONOMICO SUL TERRITORIO

In base all'impostazione metodologica utilizzata per ottenere la massima scientificità dei risultati, la spesa aggregata diretta raccolta nel territorio riminese riconducibile al Gran Premio di San Marino e Riviera di Rimini, ammonta a **70,8 milioni di euro**.

La quota principale dell'impatto economico è costituita dalle **spese effettuate dal pubblico** (sia escursionisti che turisti) durante la permanenza nell'area: si tratta di **59,5 milioni di euro**, ossia l'84% della ricaduta economica complessiva, e riguarda le spese per la partecipazione all'evento sportivo, le spese per alloggio (relative ai soli spettatori turisti e accompagnatori), ristorazione/bar/extra, shopping e divertimento, trasporti e parcheggio. Dell'intero importo speso dal pubblico, **20,1 milioni di euro** (il 33,8%) sono relativi alle **spese per l'alloggio**, sia alberghiero che extralberghiero, effettuate ovviamente solo dagli spettatori ed accompagnatori turisti. La seconda componente di spesa in questa voce riguarda il food & beverage, ovvero i consumi per **ristorazione, bar e altri extra**, che ammonta a **12,4 milioni di euro** (il 20,8%). Altri **9,2 milioni di euro** (il 15,5%) vengono spesi per **divertimento e shopping** (dai prodotti e merchandising strettamente collegati al mondo del motociclismo, fino agli acquisti di souvenir e generici effettuati durante il soggiorno). Infine, **2,6 milioni di euro** (il 4,3%) riguardano i **trasporti e parcheggi** (pubblici e privati locali).

La seconda componente dell'impatto economico sul territorio è proprio la stessa **spesa effettuata per l'organizzazione dell'evento**. Si tratta complessivamente di circa **9 milioni di euro** (12,7% della ricaduta economica complessiva) che comprendono tutte le spese sostenute dal Misano World Circuit per ospitare il Gran Premio motociclistico, le spese delle amministrazioni pubbliche locali per rinforzare azioni e controlli su viabilità, trasporti urbani, ordine pubblico, nettezza urbana, le spese per l'organizzazione di tutti gli eventi collaterali del territorio, le attività promozionali ed infine il fee versato a Dorna, l'ente che gestisce l'organizzazione del Motomondiale.

Le **spese dei partecipanti agli eventi collaterali** effettuate da turisti ed escursionisti durante la settimana che precede il Gran Premio per la partecipazione a manifestazioni di contorno all'evento che si tengono in diverse località della provincia di Rimini e a San Marino, ammontano a **1,1 milioni di euro** (l'1,6% del totale).

Infine, sono state stimate le **spese degli addetti ai lavori** per **1,2 milioni di euro** (l'1,7% del totale) effettuate durante la permanenza nel territorio riminese.

A) SPESE PER L'ORGANIZZAZIONE DELL'EVENTO	9.000.000
B) SPESE DIRETTE GENERATE DAL GRAN PREMIO	61.800.000
<i>B.1) SPESE DEGLI ADDETTI AI LAVORI</i>	<i>1.200.000</i>
<i>B.2) SPESE DEL PUBBLICO</i>	<i>59.500.000</i>
<i>B.3) SPESE PRESSO EVENTI COLLATERALI</i>	<i>1.100.000</i>
TOTALE (A + B)	70.800.000
MOLTIPLICATORE (A + B) / A	7,9

Una volta ottenuto l'ammontare della spesa aggregata riconducibile all'evento, è stato calcolato il "moltiplicatore" delle risorse, ovvero il rapporto tra l'ammontare degli investimenti necessari per l'organizzazione dell'evento e la ricaduta economica complessiva generata. Tale indicatore (7,9) va interpretato nel senso di "numero di euro di spese dirette attivate a fronte di un investimento di 1 euro per l'organizzazione del Gran Premio di San Marino e Riviera di Rimini".

GLI EFFETTI SULL'ECONOMIA TURISTICA LOCALE

Facendo riferimento alle varie voci sottoposte ad analisi e ai consumi presi in esame per stimare l'impatto diretto che il Gran Premio motociclistico di San Marino e Riviera di Rimini ha sul territorio provinciale, le cifre prodotte evidenziano il significativo impatto che tale evento ha sullo stato dell'economia e del benessere locale.

Si tratta di una manifestazione che per la sua programmazione, preparazione ed organizzazione impegna centinaia di persone per settimane, a fronte di soli 3 giorni di massimo carico antropico (venerdì e sabato per le prove, domenica per le competizioni) senza grandi disagi per il territorio.

Alla luce di questa scansione temporale delle attività, abbiamo suddiviso l'impatto sulle due componenti principali:

1. addetti ai lavori relativi al Gran Premio motociclistico (team e attività accessorie, addetti ai lavori, stampa, ecc.);
2. spettatori.

Per quanto riguarda l'affluenza al Circuito, dai dati forniti dal Misano World Circuit risultano 158.396 spettatori nei tre giorni. Considerati i biglietti multipli (valevoli per 2 o 3 giorni), il numero complessivo di visitatori è di quasi 120 mila. In questa cifra non sono compresi coloro che sono muniti di pass, il cui numero è di circa 38.000 nei 3 giorni.

Vengono considerata "dirette" le spese degli spettatori per l'ingresso al circuito, l'alloggio, la ristorazione, gli acquisti di beni non alimentari (merchandising legato all'evento, souvenir e shopping occasionale), i trasporti locali e il parcheggio.

Grazie alle interviste effettuate all'interno e all'esterno del Circuito durante lo svolgimento dell'evento e al sondaggio effettuato presso gli operatori turistici e gli stakeholders della Riviera Romagnola, è stato possibile calcolare che la quota di persone che si ferma per uno o più giorni presso le strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere è pari al 46%, mentre la quota restante (54%) è da ritenersi "escursionistica", ovvero residente in un raggio fino a circa 200 km., in grado di accedere all'evento in un tempo ragionevole.

In sintesi, le persone che durante le giornate di svolgimento del Gran Premio motociclistico hanno alloggiato in strutture ricettive del territorio sono circa 55 mila, considerando gli abbonamenti da 2 giorni e 3 giorni. Il movimento turistico supplementare prodotto dall'evento MotoGP è stato stimato in circa 145.000 presenze nelle strutture ricettive del territorio compreso tra Bellaria e Cattolica.

I RISCONTRI DI UN INDICATORE INDIRETTO (AUTOSTRADA)

Il movimento in uscita ai caselli autostradali della Provincia di Rimini e di Pesaro durante il week-end del MotoGP di Misano Adriatico (9-11 settembre 2016), ha registrato un'ulteriore crescita rispetto al boom del 2015, con un incremento medio del +3,4% rispetto alle giornate dello stesso evento dello scorso anno.

ANDAMENTO DELLE USCITE AUTOSTRADALI PER IL WEEK-END MOTOGP (9-11 settembre 2016 / 11-13 settembre 2015)

W.-E. MOTOGP	11/13-9-15	9/11-9-16	% 16/15
RIMINI NORD	26.191	28.044	+7,1%
RIMINI SUD	42.588	41.967	-1,5%
RICCIONE	36.026	39.117	+8,6%
CATTOLICA	35.184	35.622	+1,2%
TOTALE RIVIERA RN	139.989	144.750	+3,4%

Fonte: Elaborazioni TMI su dati Autostrade per l'Italia s.p.a.

Le positive previsioni meteo del fine settimana e le forti aspettative del pubblico per le performance dei piloti di casa, hanno prodotto un ulteriore incremento delle uscite complessive ai caselli della provincia di Rimini, con performance positive più accentuate nei caselli di Riccione (+8,6%) e di Rimini Nord (+7,1%).

L'andamento del movimento in uscita dai caselli nella **singola giornata del Gran Premio** (domenica 11 settembre), evidenzia un saldo sostanzialmente stabile per l'intera area (-0,3%), ma con un'accentuazione delle uscite ai caselli di Riccione (+6,8%) e di Cattolica (+4,8%), direttamente coinvolti dall'evento di Misano Adriatico.

ANDAMENTO DELLE USCITE AUTOSTRADALI PER IL MOTOGP DAY (11 settembre 2016 / 13 settembre 2015)

MOTOGP DAY	13/09/15	11/09/16	% 16/15
RIMINI NORD	8.430	8.052	-4,5%
RIMINI SUD	12.085	11.104	-8,1%
RICCIONE	11.132	11.884	+6,8%
CATTOLICA	10.150	10.636	+4,8%
TOTALE	41.797	41.676	-0,3%

Fonte: Elaborazioni TMI su dati Autostrade per l'Italia s.p.a.

Questi dati confermano le dichiarazioni degli organizzatori relative ad una affluenza record all'Autodromo "Marco Simoncelli" di Santamonica di oltre 100 mila spettatori nella sola giornata di domenica (+8,8% rispetto ai 92.000 del 2015) e di oltre 158 mila spettatori complessivi nelle 3 giornate di gare (+3,9% rispetto all'edizione 2015).

Osservatorio sul Turismo dell'Emilia-Romagna

ANALISI DELL'IMPATTO ECONOMICO DELLA NOTTE ROSA 2016 SUL TERRITORIO RIMINESE

Questo report ha l'obiettivo di stimare gli effetti economici diretti generati dall'evento "Notte Rosa" sul territorio della provincia di Rimini.

La ricerca è stata realizzata da Trademark Italia nell'ambito dell'Osservatorio regionale sul turismo dell'Emilia-Romagna durante e dopo il periodo di svolgimento della Notte Rosa 2016 (9-11 luglio 2016), sulla base della metodologia utilizzata per altri studi di valutazione dell'impatto economico di grandi eventi.

Al di là della comunicazione e della pubblicità per il territorio generate dall'evento, che hanno un valore molto importante in termini di passaggi televisivi, articoli stampa e online, presenza sui maggiori social media e (non ultimo in termini di importanza) passaparola fra i potenziali turisti/escursionisti, l'analisi attenta e approfondita dei diversi elementi presi in esame (e delle successive verifiche) consente di affermare che la Notte Rosa produce effetti economicamente rilevanti per l'industria dell'ospitalità del territorio riminese.

Il contesto territoriale

L'area di riferimento indagata è la costa della provincia di Rimini. Si tratta di un territorio tra i primi in Europa dal punto di vista della dotazione turistica e per questo particolarmente vocato ad ospitare eventi di grande dimensione e richiamo di pubblico. Un movimento di 15 milioni di presenze turistiche all'anno, 2.220 alberghi, 15.000 strutture ricettive extralberghiere, oltre 2.000 pubblici esercizi tra bar, ristoranti, pizzerie, etc. collegati ad una filiera di migliaia di eventi nazionali ed internazionali organizzati nell'arco annuale, ma in particolare durante la stagione estiva, assicurano dimensioni e opportunità contestualmente uniche rispetto ad altri territori turistici in Italia e in tutto il bacino del Mediterraneo.

IMPOSTAZIONE METODOLOGICA E STIME ECONOMICHE

L'impatto stimato in questa prima edizione dello studio è quello diretto, composto dal volume di spesa attivata dall'evento Notte Rosa sul territorio provinciale da parte del pubblico presente in occasione dei vari appuntamenti previsti dal calendario. Sono stati presi in considerazione:

1. **Turisti**, ovvero le persone che soggiornano per almeno una notte in una struttura ricettiva della provincia di Rimini nell'arco dei 3 giorni dell'evento;
2. **Escursionisti**, ovvero le persone che partecipano giornalmente all'evento, senza soggiornare nelle strutture ricettive.

La valutazione dell'impatto economico della Notte Rosa, ovvero l'ammontare di spesa generata grazie all'organizzazione dell'evento, è stata ottenuta partendo da un'indagine sull'approccio alla spesa dei partecipanti (Turisti ed Escursionisti) e stimando gli importi relativi agli acquisti di beni e servizi effettuati sul territorio dalle diverse tipologie di partecipanti presenti in Riviera nei 3 giorni dell'evento (1-2-3 luglio 2016).

Attraverso le interviste realizzate ad un campione rappresentativo di strutture ricettive della provincia di Rimini (210 risposte ottenute) ed alcune interviste di riscontro ad operatori turistici (effettuate presso 40 esercizi di ristorazione, bar, shopping) e stakeholders locali, è stato possibile:

- a. segmentare i partecipanti agli eventi in quanto turisti ovvero escursionisti;
- b. calcolare quale e quanto sia stato il loro impatto economico sul territorio.

E' stato stimato che la quota di persone che si ferma per uno o più giorni presso le strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere è pari al 43,6%, mentre la quota restante (56,4%) è da ritenersi "escursionistica", ovvero residente in un raggio fino a circa 3-400 km., in grado di accedere all'evento in un tempo ragionevole.

Questi dati sono stati verificati tramite numerose interviste agli stakeholders locali che hanno univocamente confermato come la Notte Rosa produca un impatto sulla ricettività, sulla ristorazione e sui servizi nella Riviera dell'Emilia-Romagna e dal 2015 anche sul litorale marchigiano fino a Senigallia, ma in particolare nel territorio della provincia di Rimini (da Bellaria-Igea Marina a Cattolica).

Complessivamente si stima che agli eventi del calendario della Notte Rosa 2016 nella provincia di Rimini **abbiano partecipato circa 1 milione 953 mila spettatori**, corrispondenti a **circa 360 mila Turisti** (il 43,6% dei partecipanti) che hanno soggiornato per almeno una notte durante i 3 giorni dell'evento producendo circa **658 mila presenze nelle strutture ricettive della provincia di Rimini**, ed a circa **465 mila Escursionisti** (il 56,4% dei partecipanti), stimati come gravitanti intorno agli eventi principali.

La stima delle presenze turistiche alberghiere ed extralberghiere registrate a Cattolica, Misano Adriatico, Riccione, Rimini e Bellaria-Igea Marina nel periodo considerato, è stata svolta sulla base dell'occupazione letti media del periodo nelle singole località in assenza di eventi, ipotizzando un riempimento delle strutture aperte (il 100% nella prima settimana di luglio), fino all'**occupazione media del 78%** nei 3 giorni dell'evento, risultante dalla seguente occupazione giornaliera:

venerdì 1 luglio	85%,
sabato 2 luglio	90%,
domenica 3 luglio	60%.

In base all'impostazione classica prevista per questo tipo di analisi, sono state individuate le seguenti 2 categorie di spesa:

A) SPESE DEL PUBBLICO DI TURISTI

L'ammontare delle spese dei turisti (che hanno soggiornato almeno una notte) presenti nel territorio in occasione delle 3 giornate della Notte Rosa 2016 (1-2-3 luglio) è stato ottenuto attraverso 250 interviste effettuate direttamente ai partecipanti in occasione di alcuni eventi in calendario e 40 interviste di riscontro ad operatori turistici locali (ristorazione, bar, shopping), con l'obiettivo di determinarne sia la composizione (turisti ed escursionisti) che i comportamenti d'acquisto.

Il sondaggio ha consentito di stimare le spese medie giornaliere pro-capite dei turisti nei seguenti capitoli:

- spese per alloggio;
- spese per ristoranti, bar e extra;
- spese per shopping e divertimento.

Tali spese medie, nel caso dei turisti sono state poi moltiplicate per la loro numerosità e per il numero medio di giornate di soggiorno.

Nel complesso, questo importo ha raggiunto nel 2016 circa **91.500.000 euro**.

B) SPESE DEL PUBBLICO DI ESCURSIONISTI

L'ammontare delle spese degli escursionisti presenti nel territorio in occasione delle 3 giornate della Notte Rosa 2016 (1-2-3 luglio) è stato ottenuto attraverso 250 interviste effettuate direttamente ai partecipanti in occasione di alcuni eventi in calendario e 40 interviste di riscontro ad operatori turistici locali (ristorazione, bar, shopping), con l'obiettivo di determinarne sia la composizione (turisti ed escursionisti) che i comportamenti d'acquisto.

Il sondaggio ha consentito di stimare le spese medie giornaliere pro-capite degli escursionisti nei seguenti capitoli:

- spese per ristoranti, bar e extra;
- spese per shopping e divertimento.

Tali spese medie, nel caso degli escursionisti sono state poi moltiplicate per la loro numerosità.

Nel complesso, questo importo ha raggiunto nel 2016 circa **80.300.000 di euro**.

VERIFICA INDIRETTA DELLE STIME OTTENUTE

Le singole voci di spesa sono state poi "validate" mediante le seguenti procedure di verifica indiretta:

- interviste in profondità ad alcuni rappresentanti dei diversi enti pubblici coinvolti (Comuni di Cattolica, Misano Adriatico, Riccione, Rimini e Bellaria-Igea Marina, comitati d'area, associazioni);
- interviste in profondità a 40 operatori turistici locali (ristorazione, bar, shopping) direttamente coinvolti;
- sondaggio su un campione di 210 operatori del sistema ricettivo (alberghiero ed extralberghiero) da Bellaria-Igea Marina a Cattolica;

- interviste di riscontro ad addetti stampa, comunicazione e relazioni pubbliche professionalmente impegnati nell'evento.

L'IMPATTO ECONOMICO SUL TERRITORIO

In base all'impostazione metodologica utilizzata la spesa aggregata diretta raccolta nel territorio riminese riconducibile al calendario di eventi organizzati per la Notte Rosa, ammonta a **171,8 milioni di euro**.

Dell'intero importo speso dai partecipanti, **41,5 milioni di euro** (il 24,2%) sono relativi alle **spese per l'alloggio**, sia alberghiero che extralberghiero, effettuate ovviamente solo dai turisti partecipanti agli eventi e gli accompagnatori, che nei 3 giorni hanno prodotto un movimento nelle strutture ricettive pari a circa 360.000 arrivi e 658.000 presenze.

La più importante componente di spesa riguarda il food & beverage, ovvero i consumi per **ristorazione, bar ed extra**, che ammonta complessivamente a **93,2 milioni di euro** (il 54,2% complessivo), di cui 31,0 milioni spesi dai Turisti (il 18% della spesa totale) e 62,2 milioni spesi dagli Escursionisti (il 36,2% della spesa totale).

Altri **37,1 milioni di euro** (il 21,6%), infine, sono stati spesi per **divertimento e shopping** (dai prodotti e merchandising strettamente collegati all'evento, fino agli acquisti di souvenir e generici effettuati durante la permanenza nel territorio).

A) SPESE DEL PUBBLICO DI TURISTI	91.500.000	53,3%
A.1) SPESE PER ALLOGGIO (ALB. + EXTRALB.)	41.500.000	24,2%
A.2) SPESE PER RISTORAZIONE + BAR + EXTRA	31.000.000	18,0%
A.3) SPESE PER SHOPPING + DIVERTIMENTO	19.000.000	11,1%
B) SPESE DEL PUBBLICO DI ESCURSIONISTI	80.300.000	46,7%
B.1) SPESE PER RISTORAZIONE + BAR + EXTRA	62.200.000	36,2%
B.2) SPESE PER SHOPPING + DIVERTIMENTO	18.100.000	10,5%
TOTALE (A + B)	171.800.000	100%
SPESE PER ALLOGGIO (ALB. + EXTRALB.)	41.500.000	24,2%
SPESE PER RISTORAZIONE + BAR + EXTRA	93.200.000	54,2%
SPESE PER SHOPPING + DIVERTIMENTO	37.100.000	21,6%

GLI EFFETTI SULL'ECONOMIA TURISTICA LOCALE

In sintesi, si stima che complessivamente agli eventi del calendario della Notte Rosa 2016 nella provincia di Rimini abbiano partecipato circa 1 milione 953 mila spettatori, dei quali circa 360 mila Turisti (il 43,6% dei partecipanti) che hanno soggiornato per almeno una notte durante i 3 giorni dell'evento producendo circa 658 mila presenze nelle strutture ricettive della provincia di Rimini, ed inoltre circa 465 mila Escursionisti (il 56,4% dei partecipanti), stimati come gravitanti intorno agli eventi principali.

Se si considera l'intero territorio di svolgimento del calendario della Notte Rosa 2016, dai Lidi di Comacchio (FE) fino a Senigallia (AN) e tenendo conto che la maggioranza degli eventi e degli spettatori si è concentrata nella provincia di Rimini, il numero dei partecipanti raggiunge ragionevolmente i 2,5 milioni complessivi.

Le persone che durante le giornate di svolgimento della Notte Rosa 2016 hanno alloggiato in strutture ricettive del territorio della provincia di Rimini sono circa 360 mila. Il movimento turistico prodotto dall'evento Notte Rosa è stato stimato in circa 658.000 presenze nelle strutture ricettive del territorio compreso tra Bellaria e Cattolica nei 3 giorni di venerdì, sabato e domenica 1-3 luglio.

Facendo riferimento alle varie voci sottoposte ad analisi e ai consumi presi in esame per stimare l'impatto diretto che la Notte Rosa ha sul territorio provinciale, le cifre prodotte evidenziano il significativo impatto che tale evento ha sullo stato dell'economia e del benessere locale.

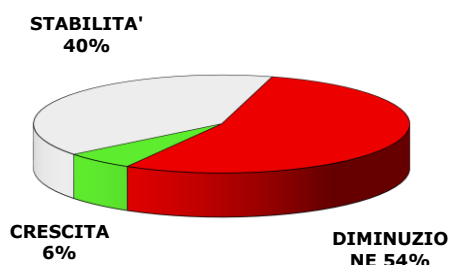
Si tratta di una manifestazione che per la sua programmazione, preparazione ed organizzazione impegna centinaia di persone per settimane, a fronte di soli 3 giorni di massimo carico antropico, senza grandi disagi per il territorio.

SONDAGGIO NOTTE ROSA 2016 – RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

L'Osservatorio sul Turismo di Unioncamere Emilia-Romagna ha elaborato un approfondimento per gli addetti ai lavori sull'andamento della Notte Rosa 2016, giunta alla sua undicesima edizione.

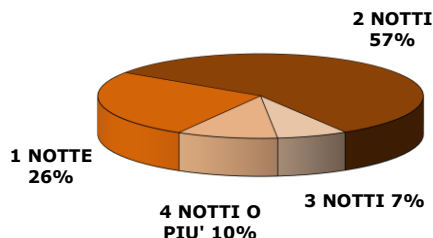
Attraverso un sondaggio sul panel di operatori della Riviera effettuato tra il 27 giugno e il 4 luglio, a ridosso del cosiddetto Capodanno dell'estate, si voleva verificare quali fossero gli output (in senso positivo o negativo) e delineare un quadro realistico e oggettivo dell'evento.

RISPETTO ALL'ANNO SCORSO, COME STANNO ANDANDO LE PRENOTAZIONI PER LA NOTTE ROSA?

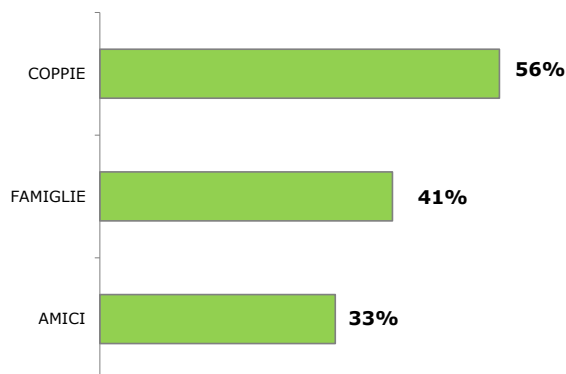


Il sentiment complessivo rispetto all'andamento dell'edizione 2016 è negativo, con il 54% degli operatori interpellati che registra una diminuzione delle prenotazioni (e dunque delle presenze) rispetto allo scorso anno.

QUAL È LA DURATA MEDIA DEL SOGGIORNO DEI SUOI OSPITI PER IL WEEKEND DELLA NOTTE ROSA?

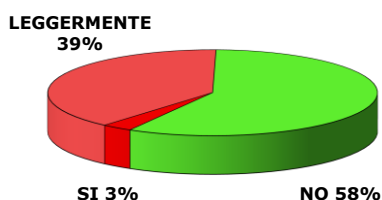


QUALE TIPOLOGIA DI CLIENTELA È ATTRATTA DALLA NOTTE ROSA ?



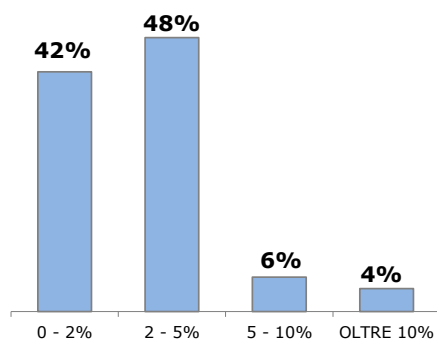
La Notte Rosa si conferma un evento trasversale, in grado di attrarre le coppie così come i gruppi di amici e le famiglie.

RISPETTO ALL'ANNO SCORSO, HA AUMENTATO I PREZZI PER LA NOTTE ROSA?



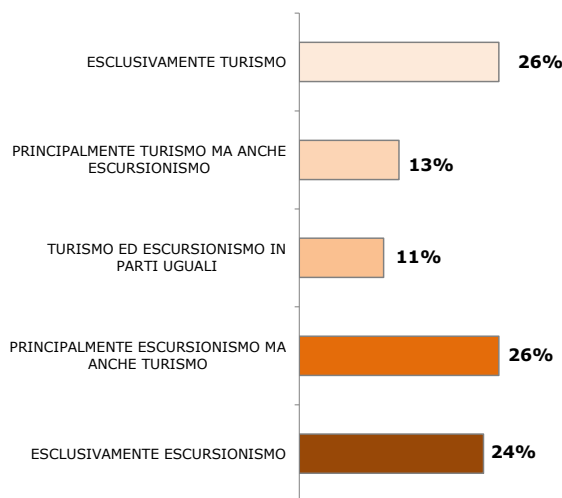
Come sempre accade gli operatori non ammettono facilmente di avere ritoccato o aumentato i loro prezzi. L'effetto ottenuto è quello che segue.

DI QUANTO HA AUMENTATO I PREZZI ?



Dalle verifiche emergono numerosi aumenti random anche del 6-7%.

SECONDO LEI LA NOTTE ROSA PRODUCE TURISMO O ESCURSIONISMO?



Le risposte degli operatori del Panel sulla distinzione tra turismo ed escursionismo generato dalla Notte Rosa propendono in maniera evidente sul movimento escursionistico, evidenziando come la *catchment area* dell'evento sia prevalentemente locale e regionale di prossimità e dunque all'interno di un'area che consente ai fruitori degli eventi di rientrare a casa la notte stessa, senza soggiornare nelle strutture ricettive.

Il movimento registrato ai caselli autostradali (presentato nel capitolo successivo) sembra confermare il pendolarismo di una quota maggioritaria di fruitori.

NOTA METODOLOGICA

Il sondaggio è stato realizzato tra il 27 giugno e il 4 luglio 2016 sui circa 3.000 operatori alberghieri del Panel Riviera dell'Emilia-Romagna dell'Osservatorio Turistico Regionale (di cui il 63% nella provincia di Rimini). La rilevazione è stata condotta con metodologia cawi (computer assisted web interviewing); il campione, dopo il primo contatto, è stato successivamente sollecitato il 29 giugno. Al 30 giugno 2016 risultavano ritornati **327** questionari debitamente compilati (di cui **210 di operatori della provincia di Rimini**), per un tasso di risposta complessivo del **10,9%**. Al campione di rientro è stata applicata una procedura di ponderazione in base al volume di presenze registrate nel 2015 presso ciascuna località. La distribuzione dei ritorni per località e tipologia alberghiera è la seguente:

Lidi di Comacchio	3%	4 stelle	9%
Lidi di Ravenna	4%	3 stelle	65%
Cervia - M. Marittima	10%	1-2 stelle	26%
Cesenatico	14%		
Gatteo Mare - San Mauro Pascoli	6%		
Bellaria Igea Marina	12%		
Rimini	23%		
Riccione	17%		
Misano Adriatico	2%		
Cattolica	9%		

I RISCONTRI DI UN INDICATORE INDIRETTO (AUTOSTRADA)

Il movimento di autoveicoli in uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna in occasione della **Notte Rosa 2016** ha registrato complessivamente (**intero week-end**) un incremento medio del **+2,6%** rispetto al 2015.

USCITE AI CASELLI DELLA RIVIERA PER IL WEEK-END DELLA NOTTE ROSA (3-5 luglio 2015 / 1-3 luglio 2016)

W.-E. + NOTTE ROSA	3/5-7-2015	1/3-7-2016	% 16/15
FERRARA SUD	35.791	34.347	-4,0%
RAVENNA	33.610	31.663	-5,8%
FORLÌ	19.074	20.062	+5,2%
CESENA NORD	24.906	26.785	+7,5%
CESENA	24.411	24.664	+1,0%
VALLE RUBICONE	12.680	14.070	+11,0%
RIMINI NORD	30.733	31.655	+3,0%
RIMINI SUD	41.801	43.306	+3,6%
RICCIONE	34.534	35.341	+2,3%
CATTOLICA	29.396	32.559	+10,8%
TOTALE RIVIERA	286.936	294.452	+2,6%

Elaborazione TMI su dati Autostrade per l'Italia S.p.A.

Il dettaglio dei singoli caselli evidenzia valori negativi nell'area nord della Riviera ed incrementi superiori alla media nei caselli di Forlì (+5,2%), Cesena Nord (+7,5%), Valle del Rubicone (+11,0%), Rimini Nord (+3,0%), Rimini Sud (+3,6%) e Cattolica (+10,8%).

Per quanto riguarda il movimento registrato in occasione della **singola giornata** della **Notte Rosa 2016** (**venerdì 1 luglio**), le uscite ai caselli della costa registrano nel complesso un incremento medio del **+6,5%**, con una performance negativa nell'area nord della Riviera e con variazioni superiori alla media ai caselli di Valle del Rubicone (+12,0%), Rimini Sud (+9,1%), Riccione (+12,6%) e Cattolica (+24,3%). I dati in queste ultime due località sono accentuati grazie a gran parte degli arrivi per il concomitante evento World Ducati Week, che ha ospitato oltre 80.000 motociclisti nei tre giorni, prevalentemente a Misano Adriatico, Cattolica e Riccione.

**USCITE AUTOSTRADALI AI CASELLI DELLA RIVIERA PER LA NOTTE ROSA
(3 luglio 2015 / 1 luglio 2016)**

NOTTE ROSA	03/07/15	01/07/16	% 16/15
FERRARA SUD	12.653	12.455	-1,6%
RAVENNA	12.004	11.656	-2,9%
FORLI'	8.181	7.694	-6,0%
CESENA NORD	9.135	9.729	+6,5%
CESENA	9.247	9.714	+5,1%
VALLE RUBICONE	4.753	5.325	+12,0%
RIMINI NORD	10.748	11.427	+6,3%
RIMINI SUD	15.683	17.104	+9,1%
RICCIONE	12.131	13.663	+12,6%
CATTOLICA	10.536	13.101	+24,3%
TOTALE RIVIERA	105.071	111.868	+6,5%

Elaborazione TMI su dati Autostrade per l'Italia S.p.A.

Riguardo al movimento nel solo week-end della Notte Rosa (sabato 2 e domenica 3 luglio), converrà approfondire l'aspetto quantitativo "opaco" del traffico 2016.

**USCITE AUTOSTRADALI AI CASELLI DELLA RIVIERA PER IL SOLO WEEK-END
(4-5 luglio 2015 / 2-3 luglio 2016)**

W.-E. NOTTE ROSA	4/5-7-2015	2/3-7-2016	% 16/15
FERRARA SUD	23.138	21.892	-5,4%
RAVENNA	21.606	20.007	-7,4%
FORLI'	10.893	12.368	+13,5%
CESENA NORD	15.771	17.056	+8,1%
CESENA	15.164	14.950	-1,4%
VALLE RUBICONE	7.927	8.745	+10,3%
RIMINI NORD	19.985	20.228	+1,2%
RIMINI SUD	26.118	26.202	+0,3%
RICCIONE	22.403	21.678	-3,2%
CATTOLICA	18.860	19.458	+3,2%
TOTALE RIVIERA	181.865	182.584	+0,4%

Elaborazione TMI su dati Autostrade per l'Italia S.p.A.

Le uscite ai caselli della costa registrano in questo caso un leggerissimo incremento medio del **+0,4%**, la conferma della performance negativa nell'area nord della Riviera, ma anche dati in rosso o di lieve crescita in alcuni caselli dell'area sud. Nonostante una condizione meteo favorevole, l'afflusso turistico nel fine settimana della Notte Rosa non è stato all'altezza dei classici week-end di luglio ed anche inferiore al trend medio di crescita del traffico complessivo del periodo.

IL CALENDARIO DELLA NOTTE ROSA 2016 IN PROVINCIA DI RIMINI

Il ricco e corposo calendario degli eventi programmati nelle singole località della Riviera della Provincia di Rimini comprova il significativo movimento in termini di turisti (alloggiati nelle strutture ricettive) ed escursionisti (pendolari in giornata).

RIMINI

30 GIUGNO – 2 LUGLIO Rimini, Castel Sismondo e centro storico Notte Rosa al Castello con le WINX, MIA & ME e REGAL ACADEMY Tre notti fatate all'insegna della magia, del Rosa scintillante e dei sogni di principi e principesse. Tre serate a misura di famiglia con le magiche fatine Winx che saranno le protagoniste indiscusse del castello, eroine della serie animata "Winx Club" – insieme alla coraggiosa e avventurosa Mia, protagonista del liveaction fantasy "Mia & me". Novità per il 2016: "Regal Academy", una scuola speciale i cui insegnanti sono gli eroi delle favole e dove la teenager Rose (nipote di Cenerentola) vive le sue fantastiche avventure. Ingresso gratuito. PROGRAMMA: Giovedì Mia & Me: dalle 18.30 alle 20.30 Laboratori creativi, make up magici / ore 20.30 proiezioni con Mia & Me Venerdì Regal Academy: dalle 18.30 alle 20.30 Laboratori creativi, make up magici / ore 21.30 Grand Ballet, un ballo in costume degno di principi e principesse Sabato Winx Club: ore 21.30 Winx Club Pink Night Dream: spettacolo live esclusivo con le Winx! Ufficio IAT Informazioni Turistiche tel. +39 0541 56902 - www.riminiturismo.it

GIOVEDÌ 30 GIUGNO Arco d'Augusto (punto d'incontro e di partenza) ore 21.00 - Rimini centro storico Notturmo d'Arte Passeggiata serale tra le vie e le piazze del centro storico Tra luci e notturni fascinosi, Discover Rimini propone tutte le settimane d'estate una passeggiata culturale in compagnia di una guida esperta e dalla narrazione accattivante per godere della bellezza dei più importanti edifici riminesi: l'Arco d'Augusto, il Tempio Malatestiano, i Palazzi Comunali, la Vecchia Pescheria e il Ponte di Tiberio. Verranno inoltre ricordate le vicende di personaggi illustri legati alla città: da Giulio Cesare a Francesca da Rimini, da Sigismondo Pandolfo Malatesta a Palladio, fino a Federico Fellini. Il percorso guidato sarà condotto in italiano e (su richiesta) in inglese. Prenotazione obbligatoria entro il giorno precedente: 333 7352877 michela.cesarini@discoverrimini.it Incontro alle 21. Tariffa d'ingresso: € 8 a persona (sono previsti sconti per bambini e famiglie); sconto € 1 per i possessori card Riminicitàmica e Romagna visit card.

Miramare

Giovedì 30 giugno dalle ore 21.00 Spiaggia Bagni 149 - 150 (dietro l'hotel Ascot) Spettacolo Mago Jimmy Telethon Venerdì 1 luglio dalle ore 18.00 Lungomare Spadazzi Art. Ingegno – Fiera dell'artigianato e collezionismo Musica e spettacolo Venerdì 1 luglio dalle ore 20.00 Stabilimenti balneari dal n. 139 al n. 140 Cabaret sulla spiaggia

Sabato 2 luglio Spiaggia di Miramare, dal bagno 138 al bagno 144 - dalle ore 14.30 alle ore 19.30 Aquilonata Rosa sul Mare Un pomeriggio in spiaggia con aquiloni di ogni forma e colore che voleranno in cielo assieme agli aquiloni rosa dei bambini. Laboratori di aquiloni per bambini per costruire il proprio aquilone. Dalle ore 17, tutti gli aquiloni in volo. A cura di Pro Loco Miramare da Amare www.miramaredamare.it in collaborazione con RiminiVola

Rivazzurra

Dalle ore 21.00 Piazza dei giardini antistante gli stabilimenti balneari dal n.120 al n.128 Spettacoli di musica, danza, arte per adulti e bambini. Venerdì 1 luglio dalle ore 20.30 Stabilimenti balneari dal n.112 al n.113 Musica e divertimento Sabato 2 luglio dalle ore 20.30 Stabilimenti balneari dal n.114 al n.115 Musica e divertimento

Marebello

Giovedì 30 giugno dalle ore 20.00 Parco Laureti Serata Show per bambini Venerdì 1 luglio dalle ore 20.00 Parco Laureti Serata Cabaret

Bellariva

Giovedì 30 giugno P.le Gondar - dalle ore 20.00 Art. Ingegno – Fiera dell'artigianato e collezionismo Musica e spettacolo con Onda Sonora (anni 60/70) Domenica 3 luglio dalle ore 20.00 P.le Toscanini Art. Ingegno – Fiera dell'artigianato e collezionismo Musica e spettacolo con Amarcord

Lagomaggio

Venerdì 1 luglio ore 16.30 zona bagni 69 – 70 di Rimini sud Aperitivo sul mare al chiringuito BaraOnda con animazione e zucchero filato

dalle ore 21.00 Rientranza Lungomare antistante bagni n.70/74 di Rimini sud DJ Set e ballerine Sabato 2 luglio dalle ore 21.00 Rientranza Lungomare antistante bagni n.70/74 di Rimini sud Partita Italia-Germania su maxi-schermo. Cabaret con personaggi e artisti di Zelig: serata con Norberto Midani.

San Giuliano

Venerdì 1 luglio dalle ore 21.30 Piazza Balena Happy Circus Spettacoli per famiglie e bambini a cura della Compagnia Medini. Musica, animazione e giochi con acrobati provenienti dall'accademia circense italiana, clown, maghi e giocolieri. Specialità con menù gastronomici in rosa c/o tutti i ristoranti di San Giuliano mare a prezzi speciali. Sabato 2 luglio dalle ore 18.00 viale Ortigara Festa caraibica Live Band e dj set dal tramonto all'alba per ballare tutta la notte. Animazione con "In Danza Show" sul Lungomare di San Giuliano, mercatini di artigianato e street food. A seguire dj set.

Domenica 3 luglio dalle ore 21.00 Piazza della Darsena Serata Sganassau Cabaret con Luca Elias Spettacoli, magia e risate per grandi e bambini

Rivabella

Venerdì 1 luglio dalle ore 20.30

Piazzale Adamello Mercato artigiano Hand made Ballo e spettacolo con orchestra Renzo il rosso Sabato 2 luglio dalle ore 20.30 Piazzale Adamello Ballo e spettacolo con Casadei Danze Domenica 3 luglio dalle ore 20.30 Piazzale Adamello Ballo e spettacolo con I Marinai

Viserba

Giovedì 30 giugno dalle ore 19.00 Piazza Pascoli "Mercatino dei Bambini" - hobbistica e collezione

Venerdì 1 luglio dalle ore 21.00 Piazza Pascoli # Theshowmustgoon con CASADEI DANZE Si balla con...I Maestri Marco e Valentina Casadei il gruppo spettacolo che fa varietà

Sabato 2 luglio dalle ore 21.30 Piazza Pascoli Concerto Rangzen "The Summer of Love" 15 Years of Rock

Domenica 3 luglio dalle ore 21.00 Piazza Pascoli Neri a Metà Tribute Band Tributo Riminese "dal Cuore napoletano" al Grande Pino Daniele. Uno spettacolo dal sound intenso e di grande intensità espressiva.

Viserbella

Giovedì 30 giugno dalle ore 20.00 Piazza Dè Calboli e Via Pagliarani Mercatino dell'artigianato

Venerdì 1 luglio dalle ore 20.00 Piazzale della Chiesa in via Porto Palos dalle ore 21.00 Serata musicale e di intrattenimento con I Marinai Sabato 2 luglio dalle ore 20.00 Piazzale della Chiesa in via Porto Palos dalle ore 21.00 Serata musicale e di intrattenimento con le Sirene Danzanti

Torre Pedrera

Giovedì 30 giugno Piazza Sacchini - dalle ore 21.00 Notte Rosa baby Serata dedicata ai nostri piccoli ospiti con musica dal vivo e street food Venerdì 1 luglio Stabilimento balneare n. 60 di Rimini Nord - dalle ore 21.00 Concerto con Musica dal Vivo

Marina Centro

Giovedì 30 giugno viale Vespucci - dalle ore 20.00 "L'Antico e il Vintage" Sagra estiva di cose di una volta con una ampia offerta di oggetti come mobili, libri, dischi e accessori vintage da tutta Italia.

Venerdì 1, Sabato 2 e Domenica 3 luglio Piazzale Kennedy - dalle ore 17.30 Street food e dj set. Associazione Nuova Marina Centro cell. +39 3332301167

VENERDI' 1 LUGLIO Ore 21,30 - Piazzale Fellini Carmen Consoli in concerto tour 2016 Unicità canora, compositiva e interpretativa e un suono in continua evoluzione valorizzato dalla sua verve di performer grintosa e passionale, fanno di Carmen Consoli un'artista fuori da ogni etichetta. Reduce dai successi del suo ultimo disco "L'abitudine di Tornare", la cantantessa sarà sul palco della notte Rosa per offrire grande spettacolo ai suoi fan riproponendo quelli che sono stati i suoi più grandi successi, come L'ultimo bacio, Amore di plastica, Confusa e Felice, Per niente stanca. Ingresso libero. Info: Ufficio IAT Informazioni Turistiche tel. +39 0541 56902 - www.riminiturismo.it

dalle ore 22.00 alle ore 4.00 Piazzale Benedetto Croce, ex Piazzale Pascoli Notte Rosa in Piazza Pascoli Alcuni tra i dj più conosciuti e rinomati della riviera si susseguiranno sul palco per regalare al pubblico uno spettacolo unico. I dj scelti sono: * DJ Alessandro Mami – Oversize / Desigual * DJ Coco Heroes * DJ Vix - Desigual * DJ Candoli Stefano – Oversize / Desigual * DJ Pakkio Sans – Darsena / Narciso. A cura di Comitato di spiaggia "R... Estate a Rimini". Primo Olivieri: cell. +39 348 2649379 Stabilimenti dal n.28/A al n.44 di Rimini sud Dalle ore 9.00 animazioni bambini, caccia al tesoro e tornei di calcetto Dalle ore 16.30 alle ore 18.00 c/o il Bagno Nettuno esibizione banda città di Oslo Dalle ore 20.00 c/o i bagni 38/39 intrattenimento musicale e street food A cura di Comitato Turistico E MEER IN FESTA tel. +39 333 82799461

Giardino del Seminario Vescovile di Rimini "Don Oreste Benzi" via Covignano 259 – San Fortunato Tramonto sul colle: Carl Orff Carmina Burana Pianofortissimo Percussion Ensemble in collaborazione con i professori dell'Accademia di S. Cecilia Direttore: Giorgio Leardini Solisti: Maristella Mariani Soprano, Angelo Bonazzoli Controtenore, Carlo Riccioli Baritono Coro Lirico Città di Rimini "Amintore Galli" Maestro del coro: Matteo Salvemini Coro di voci bianche: Le Allegre Note Maestro del coro: Fabio Pecci Un evento in collaborazione con Rimini AltRa Ufficio IAT Informazioni Turistiche tel. +39 0541 56902

alle ore 24.00

GRANDE SPETTACOLO DI FUOCHI D'ARTIFICIO in diversi punti spiaggia

Palacongressi di Rimini Digitale Rosa L'evento social da non perdere. Le 16 massime esperte di digital marketing con la partecipazione speciale di Aleyda Solis, SEO consultant internazionale, condividono segreti e consigli della Rete. Insieme a lei Mafe De Baggis, Giulia Bezzi, Francesca Borghi, Arianna Chieli, Anna Covone, Maria Pia de Marzo, Veronica Gentili, Sabina Montevergine, Futura Pagano, Flavia Rubino, Valentina Sala, Valentina Vandilli, Simona Zanette, Carlotta Silvestrini e ancora le ospiti speciali Viola Berti e Giovanna Hoang, fondatrici di Fuudly il social network per food lovers, e la partecipazione di Rete al femminile, con case history reali di donne che ce l'hanno fatta, grazie alla rete. Condurrà la giornata Francesca Mortaro di Tgcom 24. Una giornata di formazione dedicata alle donne che vivono il mondo digitale con passione e che ne hanno fatto una professione. Case-history ed esperienze pratiche per avvicinarsi alle nuove professioni del web. Info: www.digitalerosa.it

Orario: dalle 18 alle 24 - Rimini, Piazza Cavour e Vecchia Pescheria Venerdì sera in centro con i Venerdì dell'Arte mercato di antiquariato, modernariato, vintage, artigianato artistico Il tradizionale mercatino serale estivo anima il centro storico di Rimini con le sue curiose bancarelle di oggetti d'arte, antiquariato, cose usate, modernariato, vintage, artigianato artistico, curiosità del passato, collezionismo. L'iniziativa è realizzata dal Consorzio Operatori Commercio su Aree Pubbliche.

Ore 21. Chiostrò della Biblioteca Gambalunghiana Voci nei Chiostrò La Rassegna di concerti estivi organizzata (sin dal 2006) dalla delegazione provinciale AERCO di Rimini presenta il Concerto del Coro Polifonico "LA BOTTEGA DELLE VOCI" di Cattolica. Ingresso libero. www.vocineichiostrò.it

Stabilimento balneare 106B Coco Beach – Marebello dalle ore 21.00 alle ore 24.00 PINK BEACH PARTY Intrattenimento musicale con i dj della discoteca Carnaby Club e degustazione di prodotti tipici locali in collaborazione con il Bagno Coco Beach. Info: www.carnaby.it

Luogo di ritrovo: Visitor Center - Corso d'Augusto 235 - ore 21.30 Vieni a conoscere il Visitor Center! In occasione della Notte Rosa, visita guidata notturna alla Rimini Romana attraverso il percorso multimediale e interattivo del Visitor Center "ARimini Caput Viarum", realizzato dalla Provincia di Rimini in Corso d'Augusto, nel cuore del centro storico. Una guida esperta illustrerà i monumenti e i luoghi dell'antica Ariminum in un percorso che si svilupperà all'interno e all'esterno del Visitor Center. La vista è gratuita, ha una durata di 90' ed è curata dalla guida Silvia Monetti. Posti limitati a 25, è consigliata la prenotazione: t. 054129833 – info@riminiromana.it - Progetto IPA-HERAAdriatic

1-2 LUGLIO Bellariva / Marebello Lungomare di Vittorio, altezza Bagni 98-99 dalle ore 20.00 alle 05.00 VELVET ARENA Una finestra sul mondo musicale e artistico del Velvet!

A 5 anni dalla prima partecipazione alla Notte Rosa e in occasione della recente chiusura del club a Santa Aquilina, il Velvet approda sul Lungomare di Vittorio in versione long play con tutti i suoi staff per due notti di musica e divertimento. Venerdì 1 luglio Live Cosmo Sabato 2 luglio RETROPOLIS@LANOTTEROSA con i Bluebeaters

Passeggiata Belvedere - Spiaggia bagni 26, 27 e 28 dalle 21 di venerdì alle 8 di sabato e dalle 21 sabato alle 8 di domenica BELVEDERE BEACH FESTIVAL Musica e intrattenimento lungo la nuova passeggiata sulla spiaggia di Piazzale Kennedy. Stands Culinari a cura di: Lella, Pizzeria la Bufala, Terrasamba, Tiki, Kantera. Bar: Terrasamba e Chiringuito BeachBar. Guests: Pimp Dj, Mandrelli, Gaap. Special Guest: Gabe, Pakkio. Powered by: Kennedy Cake ----- Dalle 22 alle 02.00. Rimini, Lungomare Murri, area antistante il pub Rose & Crown: musica, mare e birra Serate di musica con concerti live al Rose & Crown, British pub a Rimini dal 1964. Info: www.roseandcrown.it

1-2-3 LUGLIO dalle ore 18.00 Spiaggia di Rimini Feste e animazione nei Chiringuito Serata rosa con musica, intrattenimento, aperitivi e dj set in riva al mare ai chiringuito degli stabilimenti balneari di Miramare (n. 142), Marina Centro (n.3, 7, 26, 44, 46, 52, 63, 67 e 69), Viserba (Marina Grande n.26), Torre Pedrera (n.66).

Spiaggia libera Piazzale Boscovich - dalle ore 18.30 alle ore 21.30 L'OVOVIA DI CANAZEI DIVENTA CONSOLLE PER IL DJ SET... La montagna va al mare e ci va a bordo di un'ovovia che la magia della Notte Rosa trasforma in una inedita consolle. Esposizione ed esibizioni dedicate al divertimento sulla neve. Canazei arriva a Rimini con un dj set a più mani, carico di energia musicale. A cura di Canazei Event www.canazeievents.com

FINO AL 10 LUGLIO Rimini, varie sedi Biennale Disegno Rimini - seconda edizione Profili del mondo, da Guido Reni a Francis Bacon da Andrea Pazienza a Kiki Smith Circa duemila disegni di artisti di fama, dal secolo XVI alla contemporaneità, provenienti da importanti collezioni private italiane e straniere e da prestigiose raccolte pubbliche confluiranno in questa importante kermesse che vedrà la città di Rimini protagonista di un'iniziativa unica nel suo genere. 27 mostre sono allestite lungo un itinerario di luoghi, espositivi (e non), tra i più belli di Rimini a partire dal Museo della Città 'Luigi Tonini', Far, Palazzo del Podestà, Foyer del Teatro Galli, Istituto musicale Lettimi, Castel Sismondo, Oratorio di San Giovannino e altri luoghi nell'entroterra. Anche in questa edizione è attivo il Circuito open,

partner della Biennale del Disegno con mostre in librerie, negozi di antiquariato, gallerie d'arte. Matite attive anche per Cantiere Disegno con quaranta artisti che animeranno le oltre quaranta stanze dell'Ala Nuova del Museo, già ex ospedale cittadino. Orario: dal mercoledì al venerdì 11-19. Sabato, festivi prefestivi 11-21. Lunedì e martedì chiuso. Biglietto cumulativo intero € 10,00; ridotto € 8,00. Ingresso gratuito alle mostre di Palazzo Gambalunga, Galleria dell'Immagine, Complesso degli Agostiniani, Oratorio di San Giovannino. Visite guidate alle principali mostre della Biennale: Castel Sismondo, FAR e Museo della Città il sabato e la domenica ore 17.00. Prenotazioni e Info: 0541.53399 (uffici lat). Info www.biennaledisegnorimini.it

VENERDI' 1 LUGLIO ore 11, **SABATO 2** e **DOMENICA 3 LUGLIO** ore 17.30 Rimini, piazza Ferrari, via L.Tonini 1 Museo della Città e Domus del Chirurgo

La domus del Chirurgo e il Museo della Città invitano a visitare l'area di scavo che ha restituito la taberna medica con il più ricco corredo chirurgico di epoca romana giunto fino a noi e conservato negli spazi del Museo. Qui, oltre alla sezione Archeologica, si possono ammirare le opere del Medioevo e Rinascimento con i dipinti degli eccellenti pittori della Scuola riminese del Trecento, la celebre Pietà del Bellini e ancora opere di Agostino Di Duccio, del Ghirlandaio, di Cagnacci e del Guercino. La creatività del '900 domina nella sezione dedicata a René Gruau, mito della grafica mondiale e nella sala del "Libro dei sogni" di Federico Fellini. Ingresso: € 6 intero, € 4 ridotto. L'ingresso ai Musei e alla domus del chirurgo è gratuito il mercoledì e ogni prima domenica del mese. Sono previste visite guidate al sito archeologico (comprese nel biglietto d'ingresso): Domus in Fabula - Accompagnati da uno degli assistenti del medico "Eutyches", grandi e piccoli scoprono gli angoli insoliti della Domus e aneddoti della vita del medico che vi abitava. Venerdì ore 11; sabato e festivi ore 17.30; mercoledì ore 22.30. Chiuso il lunedì non festivo. Info: 0541.793851 (Museo) 347 4110474 (prenotazione visite guidate)

SABATO 2 LUGLIO Alba della Notte Rosa Alberto Fortis – Con te tour 2016 Pianoforte e voce Sedici album realizzati tra Italia, Stati Uniti e Inghilterra, un disco di platino, due d'oro e oltre un milione e mezzo di dischi venduti, collaborazioni con artisti illustri. Torna a Rimini a proporre le nuove canzoni dell'EP "Con Te" e tutti i successi del suo grande repertorio nella formula pianoforte e voce. Ingresso libero. Ufficio IAT Informazioni Turistiche tel. +39 0541 56902 - www.riminiturismo.it

Ore 19-24- Spiaggia di Rimini, dal bagno 1 al 50 Un mare di sound: 3 km di dj set e band sulla spiaggia Una notte dedicata alla musica sul mare con 3 km di spiaggia che si trasformeranno in una dance floor al ritmo di jazz, house, rock, rithm and blues, ethnic, world music, cover, live, dj-set. Tutto in una notte carica di sound con 15 band e 30 dj che si alterneranno sotto un mare di luci, per regalare l'onda e il brivido che raccoglie tutti i sound del mondo. Ingresso libero. Info: 0541.389308 Rimini Spiaggia Network

dalle 18.30 a notte, Rimini, Piazzale Fellini Carnevale Rosa – Unione tra i popoli Musica e percussioni brasiliane per scoprire l'anima e la magia del Brasile. Ore 16.00: Apertura Stand Ore 18:00: Corsi sportivi "OPEN" (aperti a tutto il pubblico) di zumba e capoeira Ore 20,00: Dj set brasiliano in piazzale fellini e partenza della "Banda Pipoca" dal porto (street band di percussioni) Ore 23,00: OPS live - AfroBrazilian Music Ore 01,30: Dj set

Ore 18.30 - Partenza da Rimini, Arco d'Augusto 33esima gara podistica Rimini – Verucchio Gara podistica "in rosa". Mezza Maratona agonistica sulla distanza di km 21,097. Partenza alle ore 18.30 da Arco d'Augusto e arrivo a Verucchio in piazza Battaglini. Medaglia rosa a tutti i finisher della competitiva. Programma e regolamento su: www.rimiverucchio.it - Info: +39 328 4659162

SABATO 2 e **DOMENICA 3 LUGLIO** Partenza ore 4.30 dalla Nuova Darsena Alba Rosa e Dorata ... di Benessere Salpano le barche per le magiche e dorate Albe Rosa, viaggi emozionali sull'acqua al sorgere del sole sull'orizzonte marino. Un'iniziativa di Le Spiagge del Benessere. Rientro previsto per le ore 8.00. Prenotazioni: Turisport 335 5419107. Iniziativa a pagamento costo 25€

DOMENICA 3 LUGLIO Ore 21 Corte degli Agostiniani UN EVENTO SGR PER LA CULTURA - COME STANNO LE COSE Conferenza spettacolo di Piergiorgio Odifreddi. Un commento illustrato del capolavoro di Lucrezio De rerum natura, alla ricerca delle connessioni ideali o fattuali con l'intera cultura, umanistica e scientifica. Info IAT Ufficio Informazioni Turistiche tel. +39 0541 56902

ore 10.00 appuntamento sotto la tendostruttura di BluSea all'interno del Marina di Rimini Pinky Cup Veleggiata aperta a tutti, i team saranno costituiti con a bordo almeno una donna. Saranno sorteggiate le barche e gli skipper che accompagneranno gli equipaggi a bordo. Una volta in mare i giudici ed il Comitato di Veleggiata daranno lo start e rileveranno gli arrivi per decretare una classifica, al termine della veleggiata premiazione e buffet. Costo: €30 a partecipante. Iscrizioni su www.blusea.com - a.nobile@blusea.com - 3356520125

ore 15.30, Tempio Malatestiano, via IV Novembre (punto d'incontro) - Rimini centro storico Piero e Sigismondo nella Rimini del Rinascimento Passeggiata culturale sulle orme di Piero della Francesca e Sigismondo Pandolfo Malatesta, un percorso guidato sulle tracce della straordinaria pittura prospettica di Piero della Francesca, a cura di Michela Cesarini, storica dell'arte. Il percorso parte dal Tempio

Malatestiano, progettato da Leon Battista Alberti per il signore di Rimini. La seconda tappa è Castel Sismondo, raffigurato nell'affresco di Piero della Francesca, per proseguire al Museo della Città, dove le preziose medaglie malatestiane sveleranno il ruolo primario di Sigismondo Pandolfo nello scacchiere politico-militare italiano del Rinascimento. Le visite si svolgono la prima domenica di ogni mese e sono inserite tra gli eventi del progetto "Le Terre di Piero". Costo: 9 € a persona, comprensivo di ingresso alle mostre. Prenotazione entro il giorno precedente al 333.7352877 o a michela.cesarini@discoverrimini.it

Museo della Città Il fondo di Adolphe Noël della Biblioteca Gambalunga Esperienza Biennale. Esploratori riminesi... una mappa Laboratorio per ragazzi da 8 anni, a cura di Cinzia Domizi. Dopo aver osservato le mappe esposte e averne carpito i messaggi, le tecniche e le funzioni, i partecipanti, introdotti nella Rimini dell'800 grazie alla proiezioni di immagini d'epoca, tracciano una mappa della città di quel secolo utilizzando l'iconografia per raccontare usi, costumi, mezzi di trasporto, monumenti... L'attività prevede l'impiego di tecniche miste: dal disegno a china e acquarello, alle spugnature, al collage. Ore 16.30. Costo di partecipazione: € 8 (fino a esaurimento posti - max 20). Info: 0541 793851 (Museo)

Ore 21 - Piazza Cavour, Rimini centro storico 9° Gran Premio di Ballo Liscio Città di Rimini - Edizioni Musicali Casadei Sonora Una serata in onore del ballo liscio, per tornare a vivere un'atmosfera d'altri tempi nel cuore di Rimini, ma soprattutto una serata di divertimento aperta a tutti nel nome della tradizione romagnola. Si ballerà sulle note dell'Orchestra spettacolo "la Vera Romagna Folk" e i vincitori della serata saranno scelti tra tutti i partecipanti da una giuria selezionata. Ospiti d'onore la scuola di ballo "le Sirene Danzanti di Mirko e Sandra Ermeti". Lo Spettacolo è a cura dell'Associazione Parco Marecchia e dei centri sociali per anziani di Rimini.

Ore 21. Chiostro del Convento Frati Cappuccini - Chiesa delle Grazie Voci nei Chiostrì La Rassegna di concerti estivi organizzata (sin dal 2006) dalla delegazione provinciale AERCO di Rimini presenta il Concerto dell' "ENSEMBLE TOTO CORDE" di Rimini. Ingresso libero. info: www.vocineichiostrì.it

RICCIONE

GIOVEDÌ 30 GIUGNO Viale Gramsci e Viale San Martino dalle ore 21.00 Aspettando La Notte Rosa L'allegria, la simpatia, il fascino delle ballerine brasiliane nei loro coloratissimi e sfavillanti costumi sfileranno lungo i viali Gramsci e S.Martino regalando al pubblico momenti di piacevole spensieratezza. A cura di Comitato Riccione Abissinia - www.riccioneabissinia.it

VENERDÌ 1 LUGLIO Riccione CinéMax. Buon compleanno Marilyn! L'arena di piazzale Ceccarini ospita una maratona di film dedicata a Marilyn Monroe, in occasione del suo 90esimo compleanno. (Marylin avrebbe compiuto 90 anni il 1° giugno). Alle ore 21 si inizia con il film Gli uomini preferiscono le bionde, seguito da Come sposare un milionario, Quando la moglie è in vacanza, A qualcuno piace caldo. Tutte le informazioni alla pagina dedicata. Sabato 2 luglio a Villa Mussolini inaugura la mostra fotografica di Alessandro Giunta in collaborazione con Premium Cinema, una ventina di scatti della diva a cui l'autore, attraverso la tecnica del collage, ha aggiunto alcuni suoi versi. La mostra resterà esposta nella galleria Bepi Savioli del Palazzo dei Congressi fino al 31 luglio. A cura di Comune di Riccione tel. +39 0541 426050 - www.riccione.it

Piazzale Roma - dalle ore 22.30 Radio2 Social Club: la Social Band con Luca Barbarossa e Andrea Perroni. Una notte di musica con special guest del cinema italiano. In occasione del capodanno dell'estate il palcoscenico di Piazzale Roma avrà per protagonista il programma radiofonico di culto Radio2 Social Club con Luca Barbarossa, Andrea Perroni e la Social Band con special guest dal mondo della canzone e del cinema, tra cui Greg & The Frigidaires, la band di Claudio 'Greg' Gregori, pilastro di '610' insieme a Lillo, con il meglio delle sonorità anni '50, e Annalisa, che dopo la partecipazione alla 66ª edizione del Festival di Sanremo con Il Diluvio Universale, è tornata in radio con Se Avessi Un Cuore, secondo estratto dall'album omonimo. Un'altra giovane cantante sarà tra i protagonisti della Notte Rosa, la trionfatrice del programma The Voice edizione 2016 Alice Paba, che ha saputo subito distinguersi dagli altri concorrenti in gioco grazie alle indubbie abilità canore e alla sua personalità spiccata, aggiudicandosi così un contratto esclusivo con la Universal. Inoltre, come da tradizione, durante la serata è previsto lo spettacolo pirotecnico. La festa prosegue con il djset a firma Radio2 con Raffaele Costantino, dj e seguitissimo conduttore del canale. L'intera serata sarà trasmessa in diretta radiofonica da Radio2. Comune di Riccione tel. +39 0541 426050 - www.riccione.it SCRAMBLER PARTY!! Siete pronti a scatenarvi al World Ducati Week?!

Venerdì 1 Luglio, h 21.00, vi aspettiamo allo Schiuma Party anni '90 all'Aquafan di Riccione!! Se non avete il biglietto del WDW, iscrivetevi per partecipare qui: www.scramblerducati.com/it/scr-party Ricordatevi il costume da bagno!! #scramblerReunion #WorldDucatiWeek#scramblerducati

VENERDÌ 2 LUGLIO

REAL TIME PRESENTA I CONSIGLI DI STILE DI CARLA GOZZI ED ENZO MICCIO In occasione dei dieci anni del programma cult "Ma come ti vesti?!", in onda a settembre su Real Time (canale 31), i due esperti di look, Carla Gozzi e Enzo Miccio, si prodigheranno nel dare i loro preziosi consigli di moda e bon ton al pubblico. L'appuntamento è il 2 luglio in Piazzale Ceccarini alle ore 19. Vista la concomitanza con la partita dell'Italia, nella stessa piazza alle 21.00, sul maxischermo sarà trasmessa la partita. Comune di Riccione tel. +39 0541 426050 - www.riccione.it

DOMENICA 3 LUGLIO

dalle ore 21.00 - Piazzale Ceccarini BIKINI IN SCENA Altro imperdibile appuntamento targato Premium Cinema nel programma di CinéMAX sarà la serata evento di domenica 3 luglio, Bikini in scena - costumi storici dal 1950 ad oggi. L'appuntamento che celebra i settant'anni del Bikini, inizierà con la sfilata dei più celebri costumi indossati dalle attrici che ne hanno decretato il successo negli ultimi settant'anni, fedelmente riprodotti dalla Sartoria Ferana. Si potranno ammirare, tra i tanti, le riproduzioni dei bikini indossati da Marisa Allasio in Poveri ma belli, Ursula Andress in 007 Licenza d'uccidere, Sue Lyon in Lolita, Mariangela Melato in Travolti da un insolito destino nell'azzurro mare di agosto, fino al più recente costume indossato da Angelina Jolie in Tomb Raider. La sfilata sarà seguita dalla proiezione, in anteprima assoluta, del corto Bikini diretto da Oscar Bernacer e interpretato da Carlos Areces, Sergio Caballero, Rosario Pardo. Il corto riproduce lo storico incontro, realmente accaduto, tra il dittatore spagnolo Francisco Franco e il sindaco della cittadina balneare di Benidorm, Pedro Saragozza, che chiese al dittatore di poter legalizzare l'uso del bikini sulle spiagge pubbliche. www.riccione.it

DA DOMENICA 3 a SABATO 9 LUGLIO

FESTIVAL DEL SOLE Il lungo week-end della Notte Rosa chiude con il galà di apertura del Festival del Sole, giunto quest'anno alla 13° edizione. Il Festival è la più grande rassegna internazionale di ginnastica del bacino del Mediterraneo. Dal 3 al 9 luglio si trasforma in un grande palcoscenico dove oltre 5.000 atleti provenienti da tutto il mondo (22 le nazioni rappresentate) si esibiscono dando il loro meglio. Corpo libero e aerobica, acrogym e acrobatica, ginnastica ritmica e artistica, danza classica e moderna, hip-hop e funky...queste sono solo alcune delle discipline rappresentate al Festival del Sole. Il 3 luglio alle ore 21 in piazzale Roma cerimonia di inaugurazione.

DA VENERDI' 1 a DOMENICA 10 LUGLIO

CINE'ARENA Dopo il successo del 2015 si replica con il cinema all'aperto nell'arena di Piazzale Ceccarini. In collaborazione con Giometti Cinema il programma prevede dieci giorni – dall'1 al 10 luglio - di proiezioni, anteprime, eventi speciali in collaborazione con i più importanti istituti cinematografici come la Cineteca di Bologna e le principali società di distribuzione. Tra i film in programmazione: New York Academy, pellicola che racconta amori, rivalità e amicizie nella più prestigiosa scuola di spettacolo di New York; The Student, film di Kirill Serebrennikov presentato a Cannes nella sezione Un Certain Regard e il documentario di Morgan Neville The Music of Strangers: Yo-Yo Ma and the Silk Road Ensemble. Le proiezioni dell'Arena saranno introdotte da alcuni cinegiornali dell'archivio storico dell'Istituto Luce girati a Riccione: dall'elezione di Miss Romagna ai set cinematografici, passando per le invasioni di turisti in Riviera. Nella serata evento del 5 luglio Piera Detassis, direttore di CIAK e presidente della Fondazione Cinema per Roma, consegna i premi CinéCiak d'Oro a titoli e a interpreti che hanno lasciato il segno nel genere cinematografico più popolare. La serata si chiude con una conversazione-spettacolo con un grande protagonista della commedia italiana. A cura di Comune di Riccione tel. +39 0541 426050

DA VENERDI' 1 LUGLIO Lungomare e viali del centro città MOVIE ART FESTIVAL Il primo luglio prende il via anche il Movie Art Festival, il primo festival al mondo che lega la street art al cinema e che trasformerà luoghi pregiati della città in un museo a cielo aperto. Quattro artisti internazionali lavoreranno su diversi soggetti cinematografici e su maxi pannelli dando vita ad un vero e proprio percorso artistico e interattivo. Le creazioni saranno realizzate dagli street artist sul posto, sotto gli occhi dei passanti, e lo spettacolo del live paint sarà di per sé un evento esclusivo. Vedremo all'opera Gomez, Mr. Klevra, Diamond e Flavio Solo. Comune di Riccione tel. +39 0541 426050 - www.riccione.it

HAPPY CINEMA Oltre che dai set, dai costumi e le scenografie, dalla movie street art, dalla musica e dai film, dal 1 luglio Riccione sarà invasa da installazioni, animazioni, performance a sorpresa legate ai prossimi film in uscita in collaborazione con le più importanti case di distribuzione. www.riccione.it

GHOSTBUSTERS I Ghostbusters arrivano a Riccione con tutta la loro potenza di fuoco! Dal 1° luglio gli acchiappafantasma si metteranno all'opera sulla riviera per debellare i fantasmi della Notte Rosa, affrontare lo Stay Puft, il gigante di marshmallow alto sette metri che invaderà Piazzale Roma, e si aggireranno con la loro spettacolare Ecto-1 per le strade della città, alla caccia degli angoli più bui e misteriosi. Ghostbusters sarà dal 27 luglio al cinema e dal 1° luglio a Riccione! www.riccione.it

L'era glaciale – In rotta di collisione Il luglio glaciale di 20TH CENTURY FOX: una maratona di cinema, gigantesche statue di sabbia e Scrat “in pelo ed ossa” a disposizione di grandi e bambini su Viale Ceccarini sono solo tre dei tanti appuntamenti che la Distribuzione 20th Century Fox Italia ha programmato in collaborazione con Ciné a partire dalla Notte Rosa e per tutto il mese di luglio in vista dell'uscita de “L'era glaciale – In rotta di collisione”, nei cinema dal prossimo agosto. Un piano di attività mirato all'intrattenimento delle famiglie e ispirato alla simpatia dei personaggi che hanno reso celebra la saga.

RICCIONE Cinémax è un grande contenitore con mostre, eventi musicali e spettacoli, proiezioni, anteprime e incontri, Studios, Movie art Festival e Arena, installazioni e momenti di intrattenimento, pensato dalle case cinematografiche ad hoc per Riccione, per tutto il mese di luglio.

MISANO ADRIATICO

VENERDI' 1 LUGLIO Piazza Della Repubblica - ore 21.30 NOMADI in concerto Esibizione live di una delle band italiane più amate in una data del loro nuovo tour “Come Potete Giudicar”.

Area Parco Mare Nord - ore 24.00 In contemporanea in tutta la riviera romagnola, uno spettacolo indimenticabile di fuochi d'artificio.

A cura del comune di Misano Adriatico Ufficio IAT tel. +39 0541 615520 - www.amisano.net

DA VENERDI' 1 a DOMENICA 3 LUGLIO Misano World Circuit, via Daijiri Kato - tutto il giorno LA NOTTE ROSA SI TINGE DI ROSSO DUCATI Attività sportive, spettacolo e intrattenimento accompagnati dall'inconfondibile rombo delle moto Ducati. Ingresso a pagamento. I biglietti sono acquistabili sul sito www.ducati.it A cura di DUCATI e MISANO WORLD CIRCUIT www.misanocircuit.com - www.amisano.net Ufficio I.A.T. Informazioni Turistiche Misano tel. +39 0541 615520

DOMENICA 3 LUGLIO Lungomare - dalle ore 21 CARNEVALE ROSA Allegra sfilata di carri allegorici accompagnati da gruppi mascherati; lungo il percorso saranno allestiti punti musica e ballo con differenti generi musicali. A cura del Comune di Misano Adriatico [ww.amisano.net](http://www.amisano.net) - Ufficio I.A.T. Informazioni Turistiche Misano tel. +39 0541 61552

CATTOLICA

VENERDI' 1 LUGLIO Piazza Primo Maggio - dalle ore 21.30 MOKA CLUB in concerto Musiche Anni 80 e 90. Special Guest IVANA SPAGNA Comune Cattolica tel. +39 0541 966699 - www.cattolica.net

Acquario di Cattolica, Piazzale delle Nazioni - dalle ore 21.00 alle ore 22.30 LA BABY NOTTE ROSA A CATTOLICA La Notte dei Coralli rosa Serata vietata agli adulti e tutta gratuita per i bambini. Tutta la festa è dedicata al mondo marino che si tingerà di rosa, la Baia di Sharky diventerà la Baia dei coralli rosa e delle barriere coralline dove sarà possibile divertirsi e diventare pesci, tartarughe e squali nell'isola dei pesci lessie, in un mare di divertenti giochi rigorosamente tutti vestiti di rosa... La sorpresa finale sarà il “faccia a faccia” con lo Squalo Bianco che per l'occasione diventa rosa. La serata è realizzata in collaborazione con la Scuola Musical Academy Riccione, e il Laboratorio Geniale del Carnevale di Fano che metterà a disposizione i grandi allestimenti, gli abiti e le sagome di tutti i pesci in gomma piuma realizzati per la sfilata durante la scorsa edizione del Carnevale di Fano. Acquario di Cattolica tel. +39 0541 8371 - info@acquariodicattolica.it

SABATO 2 LUGLIO Piazza Mercato - dalle ore 21.30 alle ore 24.30 CASABIANCA 60 e le GOCCE live Il frenetico ritmo degli anni 60/70. Comune di Cattolica tel. +39 0541 966699 – www.cattolica.net

BELLARIA IGEEA MARINA

VENERDI' 1 LUGLIO Piazza Matteotti - Pomeridiano e spettacolo dalle serale dalle ore 20.00 LA NOTTE ROSA DEI BAMBINI L'ESTATE DI MASHA E ORSO ARRIVA A BELLARIA IGEEA MARINA Vi aspettano nuove fantastiche avventure, laboratori creativi, giochi, un imperdibile appuntamento con Masha e Orso e divertenti momenti d'animazione da gustare tutti insieme! Ingresso gratuito Fondazione Verdeblu tel. +39 0541 346808 - www.bellariaigeeamarina.org

Dalle ore 21.45 Isola dei Platani, Bellaria LA NOTTE ROSA DEI BAMBINI Talento in “Carillon” animazione itinerante con pianoforte e ballerina Lo spettacolo che ha reso celebri ITALENTO in tutto il Mondo: un pianoforte a coda, munito di ruote e motore, vaga per le strade guidato da un mimo, mentre una eterea ballerina compie dolci evoluzioni su di esso. Lo spettacolo itinerante è unico al mondo ed ha una sola pretesa: lasciare un romantico ricordo nel cuore dello spettatore. Ingresso gratuito. Compagnia dei Ciarlatani cell. +39 339 8972742 - www.lanotterosadeibambini.it

Portocanale, Bellaria Igea Marina - dalle ore 24.00 FUOCHI ARTIFICIALI Una coreografia tutta rosa colorerà il cielo dell'Adriatico, uno spettacolo mozzafiato davvero imperdibile. Ingresso gratuito. Fondazione Verdeblu tel. +39 0541 346808 - www.bellariaigeeamarina.org

Piazzale Capitaneria di Porto, Portocanale lato Igea Marina - dalle ore 22.00 "IL NASTRO ROSA" Concerto La Compagnia Tributo Lucio Battisti Un concerto che farà rivivere le emozioni dei più grandi successi nati dalla collaborazione tra Lucio Battisti e Mogol Brani come Acqua Azzurra Acqua Chiara, Anna, La canzone del Sole, Emozioni, La Luce dell'Est ci accompagneranno fino allo spettacolo dei fuochi artificiali. Ingresso gratuito. Fondazione Verdeblu tel. +39 0541 346808 - www.bellariaigearmarina.org

LA NOTTE ROSA DEI BAMBINI più di 25 spettacoli per tutta la famiglia! Bellaria Igea Marina diventerà per l'occasione un parco giochi vivace e animato con una kermesse ricca di appuntamenti e animazione in ogni angolo della città. Torre Saracena, Bellaria, ore 21.15: Luigi D'Elia in "La grande foresta", teatro d'attore Viale Ennio, Igea Marina, dalle 21.15: Marta Mingucci in "Valda, venditrice di sogni e briciole di pane", clown poetico e segui-persona Piazzale Santa Margherita, Igea Marina, ore 21.30: Teatro Dodici Lune in "Le penne dell'Orco", burattini e teatro d'attore

Piazzale Perugia, Bellaria, ore 21.30: Gambeinspalla in "Il sogno", bolle di sapone e clowneria Isola dei Platani, Bellaria, dalle 21.45: Italeto in "Carillon", animazione itinerante con pianoforte e ballerina Ingresso gratuito Compagnia dei Ciarlatani cell. +39 339 8972742 - www.lanotterosadeibambini.it

Piazza Matteotti, Bellaria - dalle ore 22.30 alle ore 22.31 LA RISATA PIU' GRANDE DEL MONDO in 1 minuto Il BuonUmore è la nostra vera ricchezza. Condividerlo tutti insieme è il dono più bello che possiamo farci reciprocamente. Insieme a Punam Cristiana Ardito, Ambasciatrice della Cultura del BuonUmore nel Mondo, ad un trainer professionista dell'Associazione Laughter Yoga 4Kids, famiglie e bambini lanceranno nell'aria la loro risata per candidarsi al "Guinness World Record" della Risata più Grande del Mondo. Partecipa anche tu: pubblica il video della tua risata dal vivo alle 22.30 su fb #risatadarecord, da un'idea di Marco Mariani. A cura di Associazione Laughter Yoga 4Kids www.laughteryoga4kids.com - info@laughteryoga4kids.com

SABATO 2 LUGLIO Piazzale Capitaneria di Porto, Portocanale Igea Marina - ore 21.30 HIT PARADE Concerto di DEMO MORSELLI e MARCELLO CIRILLO con BIG BAND. Con una big band diretta dal maestro Demo Morselli e la voce di Marcello Cirillo rivivremo le tappe più importanti della musica italiana e internazionale. Una carrellata di successi per uno spettacolo da non perdere, coinvolgente, unico e divertente. Ingresso gratuito. Fondazione Verdeblu tel. +39 0541 346808 - www.bellariaigearmarina.org

La Notte Rosa dei Bambini - più di 25 spettacoli per tutta la famiglia! Bellaria Igea Marina diventerà per l'occasione un parco giochi vivace e animato con una kermesse ricca di appuntamenti e animazione in ogni angolo della città. Piazzale Perugia, Bellaria, dalle 21.00: Formula Servizi in "Artebus", pittura libera - Molino Rosenkranz in "Spatacchio", palle di colore Torre Saracena, Bellaria, ore 21.15: Gek Tessaro in "Il circo delle nuvole", teatro disegnato Viale Ovidio, Igea Marina, dalle 21.15: Marta Mingucci in "Valda, venditrice di sogni e briciole di pane", clown poetico e segui-persona Viale Italia, Bellaria, ore 21.30: Pupi di

Stac in "Cappuccetto Rosso", burattini Piazza Matteotti, Bellaria, ore 21.45: Gli Alcuni in "Specchio, servo delle mie brame...", teatro d'attore e pupazzi. Ingresso gratuito. Compagnia dei Ciarlatani, cell. 339 8972742 - www.lanotterosadeibambini.it

Piazzale Kennedy, Bellaria - dalle ore 20.30 POMPIEROPOLI diventa pompiere per un giorno! Campo base e addestramento per bambini. Ingresso gratuito. A cura di Comando Provinciale e Associazione Nazionale Vigili del Fuoco di Rimini - Ufficio IAT tel. +39 0541 343808 - www.bellariaigearmarina.org

Piazzale Santa Margherita, Igea Marina - dalle ore 20.30 LA NOTTE ROSA DEI BAMBINI. TOUR DELLE NINJA TURTLES I bimbi potranno vivere un'esperienza fantastica nella casa delle Tartarughe Ninja. Si cimenteranno nella arti marziali delle Tartarughe, giocheranno con il kit delle Armi ninja, con il playset e con tutti i personaggi, ma soprattutto incontreranno, in via esclusiva, le TARTARUGHE NINJA. Ingresso gratuito. Ufficio IAT tel. +39 0541 343808 - www.bellariaigearmarina.org

TRENINO ROSA L'animazione itinerante che attraverserà ogni angolo della città per cantare e ballare tutti insieme. Ingresso gratuito. Salsapassion Dance School www.salsapassion2.it - info@salsapassion2.it

DOMENICA 3 LUGLIO Polo Est 3.0, Igea Marina - ore 21.00 BIM MUSIC UNDER Prima serata live del Bim Music Network 2016, il webfestival musicale di Bellaria Igea Marina. Serata tutta dedicata ai piccoli che si sfideranno a suon di canzoni per vincere le borse di studio in premio. Scegliete e votate il vostro preferito su www.bimmusic.it. Ingresso gratuito. BIM Imprese - Confcommercio Bellaria Igea Marina con la direzione artistica di Monia Angeli info cell. 328 4599812 - music@bimimpresenetwork.com

Piazzale Santa Margherita, Igea Marina - ore 21.30 LA NOTTE ROSA DEI BAMBINI Teatrino dell'Es in "La fiaba di Linda e Polverone" In una famiglia d'oggi vivono i fratellini Linda e Simone, detto Polverone. Se la bimba è abbastanza ligia alle regole igieniche, Polverone ha un debole per i giochi a

terra e le pozzanghere. Uno spettacolo con saggi pupazzi e dispettosi burattini. Ingresso gratuito. Compagnia dei Ciarlatani cell. +39 339 8972742 - www.lanotterosadeibambini.it

Torre Saracena, Bellaria - ore 21.15 LA NOTTE ROSA DEI BAMBINI Teatro dei Pazzi in "Pinocchio cantastorie" - burattini, animazione, cantastorie Pinocchio canterà le sue gesta come i cantastorie e per narrare le sue avventure utilizzerà un carretto che produce suoni e immagini, srotolando così i personaggi e i luoghi del libro davanti a voi. Ingresso gratuito Compagnia dei Ciarlatani cell. +39 339 8972742 - www.lanotterosadeibambini.it

Biblioteca A. Panzini, Bellaria - ore 21.45 e 22.45 LA NOTTE ROSA DEI BAMBINI Le Baccanti in "Variazioni di fuoco" - performance aeree su tessuto e fuoco Lo spettacolo nasce da un cerchio, un grande cerchio di fiamme che segna il confine all'interno del quale i guizzi infuocati cominceranno a danzare...le Baccanti, interpreti di questo indomito elemento, non faranno altro che assecondarlo e seguirlo nei suoi capricciosi quanto affascinanti vortici. Ingresso gratuito. Compagnia dei Ciarlatani cell. +39 339 8972742 - www.lanotterosadeibambini.it

Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Il movimento nei Parchi di divertimento della Riviera dell'Emilia-Romagna nell'estate 2016

1

Sono 35 i parchi di divertimento presenti nel territorio dell'Emilia-Romagna. Si tratta, nel dettaglio di 10 parchi tematici, 3 parchi marini, 11 parchi acquatici e 11 parchi avventura. Sulla Riviera si concentrano 20 parchi di divertimento (di cui 7 acquatici), alcuni dei quali hanno ormai acquisito un ruolo di attrattori autonomi di movimento turistico.

L'offerta turistica regionale può contare su 10 parchi tematici, 3 parchi marini, 11 parchi acquatici e 11 parchi avventura (oltre ad altri 2 fuori regione ma facilmente raggiungibili).

Di questi 35 parchi complessivi, 20 parchi di divertimento (di cui 7 acquatici) si concentrano sulla Riviera, ed alcuni di questi, con il loro formidabile appeal sulle famiglie e sui giovani, hanno acquisito ormai il ruolo di attrattori autonomi di movimento turistico.

Per quanto riguarda i 20 parchi della Riviera, si tratta di strutture che, a regime, impiegano oltre 2.500 addetti e che nel 2016, grazie alle temperature elevate che durante l'altissima stagione hanno favorito l'affluenza in particolare nei parchi acquatici, hanno ospitato oltre 3,6 milioni di visitatori.

I Parchi di Divertimento TEMATICI in Emilia Romagna

PARCO	LOCALITA'
Mirabilandia	Savio (RA)
Safari Ravenna	Savio (RA)
Italia in Miniatura	Rimini (RN)
Fiabilandia	Rimini (RN)
Museo dell'Aviazione	Rimini (RN)
Casa delle Farfalle	Cervia-Milano Marittima (RA)
Parco delle Fiabe	Gropparello (PC)
Indiana Golf	Riccione (RN)
River Green Golf	Rimini (RN)
Belafonte Tropical Golf	Pinarella di Cervia (RA)

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

I Parchi di Divertimento MARINI in Emilia Romagna

Acquario – Le Navi	Cattolica (RN)
Oltremare	Riccione (RN)
Leoni Marini (ex Delfinario)	Rimini (RN)

I Parchi di Divertimento ACQUATICI in Emilia Romagna

BoaBay	Rimini (RN)
Aquafan	Riccione (RN)
Beach Village	Riccione (RN)
Atlantica	Cesenatico (FC)
Auai Auai	Lido Adriano (RA)
Mirabilandia Beach	Lido di Savio (RA)
Acquamania New	Morciano di Romagna (RN)
AcquaJoss	Conselice (RA)
Acqualand	Riolo Terme (RA)
Aquatico	Reggio Emilia (RE)
River Park	Rivergaro (PC)

I Parchi di Divertimento AVVENTURA in Emilia Romagna

Triton's Park	Monghidoro (BO)
Montepizzo Adventure Park	Lizzano in Belvedere (BO)
Saltapicchio	Camugnano (BO)
Adventure Park Cimone	Sestola (MO)
Esploraria	Le Lame-Zocca (MO)
Cerwood	Cervarezza-Busana (RE)
Parmaland	Tabiano Bagni (PR)
Forestavventura	Pratospilla (PR)
CerviAvventura	Cervia-Milano. Maritt. (RA)
Indiana Park	Fratta Terme - Bertinoro (FC)
SkyPark	Monte Aquilone (RN)
San Marino Adventures *	Santa Mustiola - San Marino (RSM)
Carpegna Park *	Carpegna (PU)

* questi parchi non sono localizzati sul territorio regionale, ma sono facilmente raggiungibili dalla Riviera Romagnola

Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

WELLNESS VALLEY 2016

LO STATO DELL'ARTE DEL PROGETTO

Dopo le attività realizzate nel 2015 nell'ambito del progetto EXPO, tese a far conoscere e a diffondere il marchio Wellness Valley tra il pubblico generico in un'ottica di *brand awareness*, nel 2016 il progetto ha puntato decisamente la propria attenzione in direzione di attività b-2-b (business-to-business). Si è trattato di una scelta strategica che gli operatori turistici coinvolti nel progetto, attraverso il Consorzio di promozione e commercializzazione, hanno fatto in stretta collaborazione con APT Servizi dell'Emilia-Romagna.

La scelta è stata implementata attraverso la realizzazione di una serie di educational tour per la stampa estera e per i tour operator internazionali, con l'obiettivo di ampliare la percezione del brand Wellness Valley e diffonderne la conoscenza coinvolgendo giornalisti specializzati e operatori del turismo organizzato e trasformandoli in "moltiplicatori".

Parallelamente il progetto Wellness Valley ha visto crescere esponenzialmente i propri contenuti di vacanza fino ad arrivare alla realizzazione, con il contributo dei GAL operanti nei territori coinvolti, di ben 30 percorsi bike e trekking con relativa tracciatura gps, infografiche e materiali offline dedicati. Ne è scaturito un prodotto davvero innovativo che offre la possibilità ai suoi fruitori di "downloadare" i percorsi anche sui propri device mobili (tablet e smartphone).

Gli interventi inseriti nel progetto e realizzati dagli operatori del Consorzio turistico, come l'organizzazione dei press tour per la stampa internazionale proveniente dagli Stati Uniti, dal Regno Unito e dalla Germania, i fun trip per i tour operator di Scandinavia, Belgio e Russia o la partecipazione alla Wellness Week con un'offerta di vacanza costruita ad hoc per far vivere ai turisti un'esperienza all'insegna del wellness, sono stati fondamentali per rendere ancor più comprensibile il messaggio e ancora più suggestiva la proposta di vacanza della Wellness Valley.

Con queste azioni la Wellness Valley punta a rafforzare l'immagine di un territorio come la Romagna emblematica di vacanze, short break e weekend all'insegna del benessere, dell'attività fisica, del mangiar bene e di "luoghi nei quali si sta bene". Una sintesi perfetta di quell'Italian lifestyle che tutto il mondo vorrebbe vivere e condividere.

Realizzato col contributo di Trademark Italia



Il prodotto Wellness Valley si conferma dunque anche nel 2016 come uno dei prodotti regionali di punta, in grado di contribuire al riposizionamento dell'Emilia-Romagna sui mercati turistici internazionali. Fondamentale in tutto questo il ruolo dell'industria dell'ospitalità romagnola che, attraverso il Consorzio turistico di riferimento della Wellness Valley, manifesta tutta la propria voglia di eccellenza, accettando anche un codice di qualità condiviso e sottoponendosi a rigidi criteri di selezione.

Il Consorzio della Wellness Valley, con il supporto anche della Wellness Foundation e del know-how di cui questa si fa portatrice, può rivestire un ruolo di primo piano nel quadro dello sviluppo turistico regionale di medio e lungo periodo.

A supportare gli sforzi del Consorzio e dell'APT regionale in questa direzione intervengono anche i dati a livello internazionale, che sottolineano come la domanda turistica a livello mondiale sia sempre più attenta e interessata alle nuove offerte, alle proposte innovative, ai luoghi che emozionano, alle destinazioni dove si sta bene.

PROSPETTIVE DELLA WELLNESS VALLEY

L'innovativa offerta turistica della Wellness Valley propone un approccio esplorativo del territorio, rivolta a chi desidera sperimentare i vantaggi del benessere e cerca proposte che comprendano dotazioni e servizi collegati al benessere, al riposo, all'entertainment, fino a proposte enogastronomiche. In sostanza, la Wellness Valley si rivolge ad una domanda turistica che ha aspettative di comfort e servizi superiori a quelli ordinari.

Oggi puntare sul wellness, vista la crescente domanda e accertata la positiva tendenza dei turisti a scegliere questo tipo di ospitalità, rappresenta una scelta imprenditoriale con elevate probabilità di successo, tanto in Italia quanto in Romagna. Accertato, infatti, che milioni di *wellness consumers* e intere generazioni di viaggiatori cercano destinazioni, infrastrutture e hotel dove è possibile unire benessere e vacanza, ozio e riposanti soggiorni, è indiscutibile che per il cliente wellness il "fuori casa diventa premium", ovvero pretende di stare meglio che a casa.

Non sono solo stime e trend ad evidenziare l'aumento della domanda di wellness, ma le cifre confermate da indagini internazionali, che dimostrano la crescita esponenziale della domanda di benessere indipendentemente dai trend economici in essere.

Si rileva una crescente richiesta di soggiorni-benessere, specie in hotel con SPA, anche quando redditi e consumi non crescono, anche se le persone sono più

parsimoniose, anche se l'Europa raccomanda, anzi impone, "austerità".

In Italia, dove le conseguenze della crisi continuano a penalizzare i ceti medi, la domanda di trattamenti, soggiorni, periodi di benessere, è aumentata anche nel 2016, generando un giro d'affari superiore ai 2 miliardi di euro secondo le più recenti ricerche di settore.

Se l'analisi si sposta sul piano internazionale, vediamo che la domanda mondiale di turismo collegato al benessere sta facendo registrare aumenti del movimento nell'ordine del 10-12% su base annua, soprattutto nei mercati del Nord America e dell'Europa.

A guidare i flussi del turismo benessere internazionale outgoing, secondo Global Spa e Wellness Summit, sono oggi cinque Paesi: Stati Uniti, Germania, Giappone, Francia e Austria, che rappresentano i 2/3 del mercato globale.

Sui 3.400 miliardi di dollari generati dal turismo nel mondo (2015) il "turismo del benessere" ha prodotto un valore stimato circa 494 miliardi di dollari, classificandosi al secondo posto dopo il turismo culturale (valutato tra gli 800 e i 1.000 miliardi di dollari). Questo segmento ha un'incidenza del 14,5% sul totale delle entrate turistiche a livello mondiale.

In un territorio come la Wellness Valley, nel quale il wellness viene declinato in diverse componenti, gli elementi necessari per il successo turistico sono in gran parte già "espressi", dalle vocazioni locali alle inedite sinergie di sistema per accentuare ulteriormente l'attrattività di aree più vaste sui mercati nazionali ed internazionali. Questi elementi consentono alla Wellness Valley di svolgere un ruolo prioritario nel rafforzamento del brand Emilia-Romagna sui mercati turistici internazionali, e l'internazionalizzazione è l'obiettivo principale del sistema turistico regionale che punta a passare da una quota del 20% circa di clientela internazionale a una quota vicina o superiore al 30% nei prossimi 2-3 anni.

Del resto gli esperti interpellati da Trademark Italia per l'Osservatorio sul Turismo condividono il principio per cui la vacanza all'insegna dello star bene già si trova nella Wellness Valley con i contenuti più adatti e gli attori più idonei. E tra i cosiddetti turismi motivazionali (arte e cultura, sport, enogastronomia, natura, etc.) negli ultimi anni quello legato al benessere-wellness è cresciuto in maniera esponenziale suggerendo l'idea che l'offerta turistica integrata della Wellness Valley, tra strutture ricettive di eccellenza (rigorosamente dotate di spa e centro benessere), stabilimenti termali, stabilimenti balneari, aziende dell'agroalimentare e dotazione territoriale (piste ciclabili, parchi naturali, etc.) ha in se tutte le qualità e le caratteristiche utili ad intercettare e soddisfare i desideri e le richieste della domanda turistica più vocata e attenta a trascorrere una vacanza *wellness oriented*

e dunque in grado di regalare benessere psico-fisico a tutto tondo.

CONCLUSIONI

Grazie al progetto Wellness Valley l'identità dell'Emilia-Romagna può uscire rafforzata anche perché il riferimento wellness ha già una sua "cifra" a livello nazionale. Se questo progetto è strategico nell'ottica dell'internazionalizzazione dei flussi turistici regionali allora il brand ha bisogno di una forte, continua ed efficace campagna di comunicazione e promozione.

Inserirlo al pari di Motor Valley e Food Valley all'interno del progetto di sistema "Via Emilia" e riconoscerne l'importanza anche nella nuova legge regionale 4/2016, rappresenta un grande successo per tutti gli stakeholders e gli operatori turistici che ci hanno creduto e continuano a crederci, accettando un codice di qualità condiviso e collaborando proficuamente in nome di quell'eccellenza tanto sostenuta anche dalla Wellness Foundation.

In estrema sintesi, la Wellness Valley e il Consorzio degli operatori turistici che la rappresenta, si sta ritagliando un ruolo di primo piano nel quadro dello sviluppo dell'immagine regionale e della qualità dei suoi territori.

Se non si interrompe questa fase di concordia, coesione, generosità, consenso e operosità, la congiuntura 2016 della Wellness Valley può rappresentare un trampolino di lancio per un ulteriore proficuo sviluppo anche nel 2017.

Anche se dati precisi non sono stati ancora elaborati, dell'Osservatorio sul Turismo confermano che il giro d'affari diretto della Wellness Valley a regime può essere stimato in 82,5 milioni di euro. Mentre per quanto riguarda la ricaduta indiretta, ossia le spese effettuate dai turisti e dagli escursionisti nelle aziende extra-ricettive, tenuto conto della disponibilità economica e della propensione ai consumi del target di riferimento (clientela potenziale), è ipotizzabile un giro d'affari indiretto superiore ai 150 milioni di euro.