

#spiaggiachepassione!

Lunedì 15 Agosto 2022 ORE 10.30 | Rimini | Bagno 62

SPIAGGIA CHE PASSIONE!

Gli operatori balneari presentano la campagna di comunicazione che promuove e valorizza le spiagge Made In Italy

L'ESORDIO DELLA CAMPAGNA CON IL FLASHMOB A RIVA

“Spiaggia che passione!”: è questo il nome della campagna di comunicazione che promuove e valorizza le spiagge italiane, svelata in conferenza stampa al Bagno 62 di Rimini. La campagna ha esordito con un grande flashmob a riva: **centinaia di persone, ospiti e operatori balneari, alle 11.00 si sono ritrovate con i piedi nell'acqua e un cuore nelle mani, a manifestare, tra brindisi di Ferragosto e simbolici “abbracci” alla categoria, il proprio amore per la spiaggia italiana.** L'ideale catena umana partita da Rimini si è replicata altrove, in Emilia-Romagna e nel resto d'Italia, coinvolgendo bagnanti e imprenditori su km di costa.

“Spiaggia che passione” conta su una comunicazione semplice ed incisiva, che punta ad incrementare la consapevolezza, nell'opinione pubblica, dell'essenziale ruolo dei bagnini nella filiera turistica italiana. Il progetto, sostenuto da **Confartigianato Imprese Demaniali e SIB Confcommercio Rimini**, affonda le sue radici nella spiaggia di Rimini che fa da capofila ad un folto gruppo di imprese italiane che da Nord a Sud dà voce a 30.000 famiglie.

OTTO SOGGETTI RAPPRESENTANO LE MICROIMPRESE BALNEARI A RISCHIO

Gli otto soggetti protagonisti della campagna sono veri bagnini, che, ciascuno con la propria storia e le proprie vocazioni, rappresentano il volto del comparto balneare di oggi - un settore composto da imprese storiche, con fortissimi legami con il territorio, capaci di innovarsi continuamente e di lavorare con successo all'inclusività, all'accessibilità, alla sostenibilità nelle spiagge italiane.

I volti segnati dal tempo rappresentano le imprese longeve che con anni di esperienza hanno saputo porre le basi e plasmare l'offerta turistica balneare italiana, gettando le fondamenta di **un modello gestionale d'eccellenza ed efficienza.** Figurano volti di bagnini e bagnine della generazione di congiunzione tra la storicità e il nuovo che avanza, operatori che trasformano le spiagge con un occhio di riguardo all'abbattimento di barriere architettoniche, all'inclusione e all'integrazione sociale, alle esigenze in costante cambiamento dei turisti di oggi. Ci sono i giovani, che con energia ed entusiasmo si prodigano per tenere la spiaggia pulita, servire gli ospiti, accoglierli con il calore tipico dello stile italiano. C'è la famiglia, con mamma e papà bagnini che tengono in braccio, simbolicamente, il futuro di quanto hanno costruito.

Il filo conduttore del visual è la *passione*, una parola che riassume la **dedizione**, il **sacrificio** e l'**impegno** che quotidianamente gli operatori balneari dedicano al proprio mestiere, il grande amore per la spiaggia e per l'accoglienza che rende le imprese luoghi di incontro e condivisione. "Passione" include anche la **profonda emotività** che, in un momento come questo, di grande **incertezza per il proprio futuro**, vivono migliaia di piccole imprese a conduzione familiare.

È la passione che prende voce nel video-teaser della campagna con una giovane bagnina di 28 anni che ha la sabbia nel suo DNA. *"È da bambini che abbiamo imparato, come un gioco, a setacciare la mattina presto la sabbia, centimetro per centimetro..."* esordisce il video. *"Abbiamo imparato a leggere il mare, interpretare i venti, prevedere una burrasca..."* Quello del bagnino è un lavoro che, chi non conosce, può sottovalutare. Ed è anche nella loro esperienza nel fare impresa, nel soddisfare il turista, nel prendersi cura della spiaggia, che mette le radici la reputazione della destinazione balneare Italia.

LA SPIAGGIA, COME L'ABBIAMO CONOSCIUTA FINORA, È UN PRODOTTO MADE IN ITALY

"I bagnini rappresentano tradizione, professionalità, futuro e visione del comparto turistico, a Rimini come in tutte le località balneari" - sottolinea il Sindaco di Rimini, Jamil Sadegholvaad, che ha presenziato alla presentazione della campagna.

"Chiediamo che venga riconosciuta la nostra professionalità e la qualità del lavoro costruito in decenni di storia della balneazione organizzata - una storia che nasce proprio qui, in Italia" - dichiara Mauro Vanni, presidente di Confartigianato Imprese Demaniali. *"Non vogliamo privilegi, né favoritismi: chiediamo che il nostro operato, prodotto d'eccellenza del Made In Italy, venga tutelato in virtù di un valore aggiunto che apportiamo, con dedizione e impegno, al sistema turistico italiano"*. A sentire il peso delle perplessità e dell'insicurezza del momento non sono solo gli operatori balneari, ma **gli ospiti stessi, i residenti e i turisti abituati a servizi cuciti su misura**, ad imprese a conduzione familiare di cui quasi diventano parte, nel tempo: la spiaggia, come l'abbiamo conosciuta finora, potrebbe lasciare il passo a servizi spersonalizzanti, industriali, lontani anni luce dal Made in Italy.