

# S.I.B. INFORMA

19 aprile 2017

## **ABRUZZO**

### **Pescara, arriva il prezzo a orario: 60 minuti per mare e piscina**

Per il 2017 i prezzi resteranno bloccati. E gli ombrelloni si prenotano via App.

Prezzi bloccati, nessun aumento. Le associazioni di categoria dei balneari rassicurano i bagnanti e garantiscono che nel 2017 le tariffe, in spiaggia, rimarranno le stesse dell'anno scorso, senza rincari. Anzi, c'è chi cerca di far pagare meno, per cui viene riproposta la tariffa dell'ombrellone condiviso, per consentire un risparmio, e vengono lanciate promozioni stile villaggio turistico, con 'all inclusive' che comprende mare e piscina per una sola ora di permanenza o per un giorno intero, e c'è anche la possibilità di soggiorno in hotel.

"Pur facendo un sacrificio notevole siamo rimasti fermi al 2016, per le tariffe. E ci potranno essere delle promozioni su cui stiamo lavorando", afferma Riccardo Padovano, che rappresenta i balneari aderenti a S.I.B. Confcommercio ed è delegato dal sindaco all'economia del mare. "Come Sindacato ci stiamo muovendo in collaborazione con Trenitalia e Tua per fare in modo che i bagnanti che arrivano a Pescara usando il trasporto pubblico ottengano una riduzione delle tariffe del 50 per cento quando raggiungono gli stabilimenti aderenti alla promozione. Riproponiamo un'idea invernale e ci lavoriamo nella convinzione che dobbiamo attrarre turisti da Roma e dintorni. Sarebbe opportuno anche far collaborare alberghi e stabilimenti balneari per organizzare week end pescaresi a chi arriva da fuori". Padovano elabora una serie di idee, forte del fatto che "il mare è tornato pulito". La città, dice, va promossa di più, come avviene altrove. "Manca, ad esempio, una festa di apertura della stagione balneare, e si potrebbe pensare alla tavolata più lunga mai imbandita, occupando tutto il lungomare". Sarebbe opportuno, aggiunge, trovare un accordo tra "Pescara, Montesilvano e Francavilla per il calendario estivo, evitando sovrapposizioni". Manca anche altro e cioè le risorse, da destinare al marketing, "e la Regione dovrebbe capire che servono più fondi", conclude Padovano.