

Aeroporto e turismo. Cinque compagnie interessate ai fondi del “brand Abruzzo”

PESCARA «Credo al matrimonio con Ryanair e a un rapporto di amante con tutte le altre società. L'aspettativa è che la Regione attivi una potente poligamia con Ryanair e tutti gli altri soggetti. Le opportunità, le condizioni ci sono tutte». Il governatore Luciano D'Alfonso presenta così il bando pubblico, rivolto alle compagnie aeree, per la promozione turistica del “brand Abruzzo” e tiene a sottolineare che il nuovo strumento non è rivolto solo alla compagnia irlandese, perché se «Ryanair è il primo grande amore, quello che ha consentito a regione e aeroporto di avvicinarsi alle grandi distanze del mondo, noi vogliamo identica intensità con chiunque, con l'unico obbligo di fare bene gli interessi dell'Abruzzo». Il bando - 12,5 milioni di euro, in cinque anni, con finanziamenti alle compagnie che attivano un collegamento, lo promuovono tra i viaggiatori, pubblicizzando contestualmente anche l'Abruzzo - arriva a 45 giorni dalla scadenza della norma che ha cancellato l'aumento della tassa d'imbarco, questione che aveva spinto Ryanair a restare in Abruzzo dopo l'addio. «Abbiamo fatto un matrimonio giuridico riuscito con Ryanair, adesso vogliamo una poligamia giuridica con tutti quei vettori che possano aiutare l'Abruzzo ad avere collocazione internazionale e raggiungimento di distanze internazionali», ribadisce il presidente della giunta regionale, che, affiancato dal direttore della Saga (la società regionale aeroportuale), Luca Ciarlini, e dal dirigente del settore Turismo, Francesco Di Filippo, chiede a tutti di farsi «corruttori della pigrizia», affinché «accorran operatori economici che vogliono partecipare a questo piano per la collocazione turistica dell'Abruzzo attraverso vettori aerei». Il governatore, annunciando che sono pronte le lettere per le compagnie, a partire da EasyJet, affinché siano messe a conoscenza delle opportunità, sottolinea come sia la prima volta che vi sia un avviso pubblico del genere per la promozione e l'internazionalizzazione del “brand Abruzzo”, per il lancio ulteriore dell'aeroporto e della sua connettività. Nel soffermarsi poi sulla «platea potenziale vastissima» - 20 milioni di persone che transitano sulle autostrade, i 70mila passeggeri del porto, le altre centinaia di migliaia che utilizzano le ferrovie e le 700mila dell'aeroporto - D'Alfonso parla di bando che «rappresenta la migliore risposta a quanti hanno provato a ostacolare o insabbiare l'attività dell'aeroporto d'Abruzzo». Dal canto suo, Ciarlini sottolinea che a livello internazionale si ragiona su EasyJet e Vueling e su Berlino, Amsterdam e Parigi, mentre a livello nazionale si punta a catturare Volotea e MistralAir. «E' stato creato l'interesse in sei, sette o otto gruppi», conclude il direttore Saga, «dovremmo riuscire ad ottenere qualcosa». Intanto AirVallée, compagnia che volava anche dall'Abruzzo, ha annunciato che da gennaio tornerà operativa: non da Pescara, ma da Roma Fiumicino, con l'esclusiva dell'unico volo diretto Italia-Libia.