

Pironi con 80mila euro mantiene l'ufficio stampa nazionale, oltre all'interno

Il turismo passa per Bologna

La felsinea **Ommia** al posto della milanese Novelli

RICCIONE - Essere presenti su testate nazionali ed internazionali per promuovere la propria immagine è una scelta strategica che il sindaco Massimo Pironi ha voluto nel suo programma amministrativo. L'incarico sarà affidato all'agenzia **Ommia** Relations di Bologna che per un anno, con l'opzione di rinnovo dell'incarico, seguirà l'attività di ufficio stampa e strategie di comunicazione nazionali e internazionali del Comune di **Riccione** con un compenso annuo di 80mila euro. L'agenzia incaricata dovrà fungere, cioè, da tramite tra l'azienda **Riccione** e i professionisti dei media. Turismo, moda, arte, cinema e wellness alcune delle aree di intervento del gruppo bolognese. Fra i suoi clienti ci sono località e marche come Cortina Turismo, Louis Vuitton e la Fondazione Fellini. Due anni fa tale incarico era stato affidato all'agenzia Report Porter Novelli di Milano che ha collaborato per qualche anno con l'assessorato al Turismo di **Riccione** e con la Palariccione



Con **Giardini D'Autore** inizia il lavoro del nuovo ufficio stampa

con un contratto scaduto il 3 giugno 2009 e prolungato al 30 settembre dello stesso anno. L'agenzia **Ommia** Relations è già al suo primo incarico con l'evento "Giardi-

ni d'autore", l'appuntamento per gli amanti del giardinaggio dal 20 al 21 marzo all'interno del parco Giovanni Paolo II, a Villa Lodi Fè. Il sindaco Pironi ritie-

ne che sia fondamentale la scelta di professionisti del settore che siano in grado far passare messaggi a livello nazionale di una città dinamica ed attenta e dare un'anima ad una serie di eventi. "Considero molto importante per una città turistica una mirata strategia di comunicazione - ha esordito il sindaco -. L'opzione di professionisti del bolognese non è casuale. Sono stati valutati diversi aspetti tra cui la scelta di avvalersi di una realtà che è quella di un'area punto di riferimento della nostra realtà turistica con la quale instaurare relazioni di garanzia, serietà e un rapporto fiduciario che ci sentiamo di condividere fortemente. Saremo così in grado scegliere e valutare con competenza in quali ambiti promuovere e comunicare gli eventi da realizzare nel nostro territorio. Come del resto, con la scelta di Maurizio Catenacci all'ufficio stampa vorremmo ricominciare a lavorare in un ambito di comunicazione interna".

Marina Giannini

