

INTERVISTA AL PRESIDENTE DI COSTA EDUTAINMENT

«Dopo 25 anni di vita c'era bisogno di un lifting Ma la crisi è alle spalle»

Beppe Costa: ora gli ospiti sono davvero al centro della scena e sempre più gente si sposa tra gli squali

«NON È SOLO un grande "lifting", ma proprio una nuova partenza». Beppe Costa riceve nel suo ufficio dopo un viaggio nel "cantiere" che diventerà il nuovo Acquario. L'amministratore delegato di IEN e presidente di Costa Edutainment appare soddisfatto ma speranzoso: il tempo stringe, meno sette all'inaugurazione. «Non abbiamo badato a spese», dice, come il John Hammond di Jurassic Park.

Ma pesci e delfini per fortuna sono meno pericolosi dei dinosauri.

Costa, cosa vi ha spinto a fare questo imponente re-

styling?

«Venticinque anni sono parecchi per tutti, anche per l'Acquario. Abbiamo capito che il prodotto andava un po' rinnovato in particolare nell'esperienza del visitatore: più coinvolgente e "avvolgente". In tutti questi anni abbiamo lavorato soprattutto per migliorare gli ambienti e la qualità degli animali, con investimenti imponenti come la nuova vasca cetacei da 30 milioni. Ora abbiamo messo al centro il vi-

sitatore, dalle luci alla musica al cibo e persino al parcheggio».

L'anno scorso è stato il peggiore dalla fondazione come pubblico per l'Acquario, un brutto segnale?

«Abbiamo avuto due anni difficili, prima l'alluvione di Genova e poi l'Expo di Milano che ci ha fatto parecchia concorrenza sulle scuole. Ma da novembre a marzo segniamo un più 30% di presen-

ze sull'anno prima, direi che ci stiamo riprendendo. Comunque l'esigenza di rinnovarsi c'è sempre e con i nuovi soci abbiamo fatto un investimento importante. Anche perché arriva a meno di tre

anni di distanza dalla costruzione della grande vasca dei delfini, che ci costò trenta milioni».

A proposito dell'esterno: l'acquario resta una grande attrazione ma cosa po-

trebbe fare di più il Comune per aiutarvi?

«Devo dire che il problema che avevamo sollevato dei parcheggiatori abusivi e venditori abusivi è drasticamente diminuito anche per l'azione dei vigili. Ora dobbiamo lavorare per dare un po' di rilancio alla galleria commerciale sotto l'Acquario e anche per la segnaletica che porta le auto al Porto antico, da migliorare».

Come farete per comunicare a tutti questo sforzo?

«Beh, abbiamo raddoppiato il budget pubblicitario. Faremo anche una inaugurazione in grande stile con un ospite d'eccezione come Linus. (Mercoledì sera, su invito, ndr) Ma l'Acquario ormai è una location-simbolo anche per le trasmissioni te-

levisive, gli spot, i matrimoni»

Tanta gente si sposa tra gli squali?

«Sempre di più. E adesso rifaremo anche la sala eventi per i congressi».

E. ROS.

DATI POSITIVI

«Da novembre a marzo +30% di presenze rispetto all'anno prima»



PIÙ MOMENTI DI "SHOW" CON GLI ANIMALI

LA VISITA prevederà sempre più momenti di interazione tra il pubblico, gli animali e gli operatori dell'Acquario: oggi c'è soprattutto l'addestramento dei delfini, nel prossimo futuro saranno sempre di più.



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato