

Promozione turistica 2023: mare, divertimento, cultura, tradizione e tanto sport

Corsini: “Balneare, Sport Valley e valorizzazione dell’entroterra per attrarre ancora più visitatori nazionali e internazionali”



16 Dicembre 2022 Non solo mare, relax e divertimento. Che sia sulla spiaggia o in collina, la vacanza attiva è sempre più di casa in Romagna.

Nel ricco ventaglio di proposte tra le tante conferme e alcune novità, la Sport Valley emiliano-romagnola sarà protagonista nel 2023 dell’offerta turistica delle province di Rimini, Forlì-Cesena, Ravenna e Ferrara. A partire dagli appuntamenti del Mondiale Superbike, della Moto GP e dell’Italian Bike Festival al Misano World Circuit, e l’Ironman a Cervia (Ra), oltre al ricco calendario di maratone e granfondo di ciclismo, fino al Mondiale di Dragon Boat che sarà ospitato a Ravenna nel Bacino della Standiana.

E poi l’entroterra da scoprire e riscoprire con i tanti borghi e le rocche disseminati tra la Romagna e il ferrarese, senza dimenticare l’offerta culturale (i mosaici, i percorsi danteschi, il castello estense, la Ferrara rinascimentale, per citare solo alcuni esempi) e paesaggistica (dal Delta del Po alle saline di Cervia), con la convivialità garantita dalle eccellenze enogastronomiche proposte dai territori.

Ruota attorno a questi assi il piano di promozione turistica 2023 di Apt Servizi Emilia-Romagna messo a punto con Visit Romagna e approvato dalla Regione presentato oggi al Museo della Marineria di Cesenatico dall’assessore regionale a Turismo e Commercio, Andrea Corsini, insieme al presidente di Visit Romagna e sindaco di Rimini, Jamil Sadegholvaad, e alla direttrice, Chiara Astolfi, al coordinatore della Cabina di regia di Visita Romagna, Gianfranco Vitali, e al direttore di Apt, Emanuele Burioni.

Tre le parole chiave che caratterizzano il piano: “capitalizzare” la nuova clientela che ha frequentato per la prima volta o è ritornata dopo una lunga assenza in Emilia-Romagna, “consolidare” la leadership a livello nazionale, mantenendo forte la presenza sul mercato interno domestico, e “riconquistare” e “superare” rapidamente le quote di mercato internazionale raggiunte nel 2019.

“La Destinazione Romagna- commenta l’assessore Corsini- rafforza sempre più il suo ruolo di capitale del turismo balneare, un comparto che verrà sostenuto anche nel 2023 con azioni di promozione mirate verso il mercato nazionale e internazionale di prossimità. Grazie a questo piano messo a punto da Apt e Visit Romagna insieme ai territori, si confermano però anche le potenzialità per intercettare nuovi visitatori durante tutto l’anno, attraverso proposte capaci di valorizzare l’entroterra come meta privilegiata per la vacanza d’esperienza. Cultura, paesaggio, percorsi gourmet- chiude l’assessore- rappresentano infatti nuovi attrattori turistici che consentiranno non solo di recuperare arrivi e presenze dell’epoca pre-Covid, ma di intensificare le performance di un territorio che è locomotiva regionale del turismo”.

“Il mare, com’è ovvio che sia, si confermerà il protagonista della promozione della Romagna per l’estate 2023, ma non lo sarà in maniera esclusiva- afferma Sadegholvaad-. La spiaggia resta l’attrattore principale della Romagna, ma con la crescita di servizi, dei punti di attrattività turistica e animazioni nei borghi e nei luoghi meno conosciuti sarà possibile proporre la Romagna in tutte le stagioni e in tutte le sue sfaccettature. Questo è quello che ci proponiamo. Con tutte le sue componenti territoriali di pregio, dalla natura dell’Appennino e di altre aree naturalistiche come il Delta del Po o le pinete, alla ricchezza dell’enogastronomia e la ricca offerta delle città d’arte”.

“Visit Romagna chiude una stagione turistica 2022 che ci riporta alle performance pre-Covid- commenta il presidente di Apt, Davide Cassani- grazie al ritorno del turismo di prossimità, ad un ricchissimo calendario di appuntamenti sportivi, culturali e di intrattenimento per tutta la famiglia e ad un’offerta di vacanza unica. Ai 110 km di costa attrezzata, con stabilimenti balneari “full optional” e lungomari pedonalizzati sempre più “salotti” green vista mare, si unisce il fascino di un entroterra ricco di borghi, castelli, tradizioni e folklore. E, su tutto, la vocazione all’ospitalità degli operatori romagnoli, che fanno sentire sempre a casa. Una proposta di vacanza che non ha eguali e che continueremo a promuovere anche nel 2023 sul mercato nazionale e su quello internazionale”.

Gli assi del piano di promozione 2023

Apt Servizi affiancherà la Destinazione Romagna nella comunicazione del prodotto “Riviera Romagnola”, sia nelle iniziative di promozione indirizzate al mercato nazionale, anche attraverso collaborazioni, ad esempio con i Parchi Divertimento, e più specificamente nelle attività di posizionamento dell’offerta sui mercati esteri (Europa).

A quest’ultimo riguardo, vista l’ottima performance nell’estate 2022 dei turisti provenienti dai paesi di lingua tedesca, viene confermata anche per l’anno prossimo la campagna promozionale della Riviera sul mercato DACH (Germania, Austria, Svizzera), a partire da gennaio, in collaborazione con Wetter.com, il principale sito meteo tedesco, con riprese nel corso della primavera e dell’estate.

Prevista anche nel 2023 la campagna in partnership con le ferrovie tedesche Deutsche Bahn e austriache ÖBB, che operano un servizio di collegamento ferroviario diretto da Monaco, via Innsbruck a Bologna, esteso nei mesi estivi fino alla Romagna, con fermate a Cesena e Rimini. In accordo con il vettore la comunicazione sarà focalizzata su temi attuali e di appeal quali la vacanza sostenibile e green.

Confermata anche la campagna promo commerciale multi mercato in Europa connessa ai voli sull’Aeroporto di Rimini, per il riposizionamento competitivo del prodotto turistico, l’incremento dei flussi turistici incoming verso l’Emilia-Romagna, la riattivazione dei flussi turistici incoming dall’Europa, lo sviluppo di sinergie strategiche con marchi forti dell’industria turistica internazionale.

In tema di “vacanza slow”, anche il 2023 vedrà un piano di comunicazione e marketing di respiro

internazionale per la promozione e valorizzazione del territorio e dell'offerta del prodotto "Treno di Dante", nato in occasione delle celebrazioni del Settecentenario Dantesco nel 2021.

La Riviera Romagnola rappresenta la palestra a cielo aperto dell'Emilia-Romagna: nel 2023 si proseguirà ad investire sul prodotto Sport Valley, intensificando la progettualità con le federazioni nazionali ed internazionali. Uno sforzo che ci consentirà di accogliere eventi quali il Mondiale di Dragon Boat nel Bacino della Stadiana di Ravenna. Già confermati eventi di forte caratura internazionale e dalla forte attrattiva, come Mondiale Superbike, Moto GP e Italian Bike Festival al Misano World Circuit, e Ironman a Cervia (Ra), oltre al ricco calendario di maratone e granfondo di ciclismo.

Massima attenzione sarà rivolta anche al turismo 'en plein air', sia quello delle ciclovie che quello dei cammini (comprese le proposte di "Cammini di notte", "I love Cammini", "Monasteri aperti", ecc), anche attraverso percorsi per famiglie e attività indirizzate ai media - tradizionali e digitali - e all'associazionismo bike.

Fiere e workshop tornano ad essere asset strategico della promo-commercializzazione dell'offerta turistica, con la Regione presente a proporre i suoi tanti "volti" ai principali appuntamenti italiani ed internazionali: TTG Rimini, BIT Milano, BMT Napoli, Salone del Camper Parma, Skipass Modena, CMT Stoccarda, FITUR Madrid, F.RE.E Monaco, ITB Berlino, ATM Dubai, IFTM Top Resa Parigi e WTM Londra.



© *copyright la Cronaca di Ravenna*