

Corsini: «Nei primi otto mesi +34% di presenze turistiche»

Presentate le linee guida della promo-commercializzazione: «Rispondono alle domande del turismo post-Covid»



12 Ottobre 2021 Resistenza attiva, sostegno, mantenimento e rilancio. Sono le leve strategiche delle nuove linee guida triennali 2022-2024 di promo-commercializzazione e valorizzazione turistica dell'Emilia-Romagna condivise con enti locali e associazioni di categoria e presentate oggi nell'assemblea legislativa della Regione dall'assessore al Turismo, Andrea Corsini, prima del via libera definitivo, la prossima settimana, della Giunta.

Un piano che deve necessariamente partire dall'analisi dell'impatto Covid sull'industria turistica, tenendo conto dell'esperienza maturata in questi anni grazie alla struttura definita dalle precedenti linee guida.

Con un obiettivo chiaro: occorre lavorare insieme con strategie coordinate e mirate non solo per consolidare il 12,5% del Pil raggiunto in epoca pre-Covid dal comparto turistico, ma per continuare a crescere agganciando la ripartenza con prodotti capaci di intercettare la nuova domanda del pubblico.

Si rafforza quindi il ruolo centrale e di coordinamento di Apt per i programmi delle tre destinazioni turistiche: Romagna, Bologna-Modena ed Emilia che nell'immediato futuro avranno il compito di mettere in campo azioni per dare stabilità economica all'industria turistica regionale, gestendo con attenzione la fase post pandemica, consolidando le posizioni raggiunte sul mercato italiano, in gran parte riconquistato, e riattivando i mercati internazionali - dopo le campagne attivate quest'anno sui mercati di prossimità quali Germania, Austria e Svizzera - , grazie anche alla ripresa dell'operatività dei vettori aerei.

“Sono stati due anni particolarmente difficili – afferma l'assessore Corsini - tant'è che abbiamo prorogato le precedenti linee guida 2018-2020 adattandole a una situazione straordinaria per favorire una resistenza attiva delle politiche turistiche, settore maggiormente colpito dalla pandemia. Una strategia che ha permesso al comparto di non collassare come dimostrano i dati delle presenze nei primi otto mesi del 2021 con un + 34% rispetto al 2020 in larga parte dovuto all'ottima tenuta del balneare.

Certo, abbiamo ancora un - 4% sul 2019 da recuperare legato soprattutto alle difficoltà della Città d'arte e del settore business che più hanno risentito dello stop alla mobilità internazionale, ma


stiamo andando nella giusta direzione”.

“Dobbiamo concentrarci sulla qualità dell’offerta e dei servizi - prosegue l’assessore - favorire la più stretta collaborazione pubblico-privato con un’attenzione particolare alle nuove tendenze che si stanno sviluppando e che sono strategiche per diversificare e alzare lo standing internazionale della nostra offerta, ad esempio con la rete dei 53 borghi certificati in regione, con il circuito regionale dei castelli e manieri, con le 19 vie georeferenziate di pellegrinaggio e dei cammini”.

Quindi aree interne, Appennino bianco e verde per sostenere il tema dell’outdoor e della vacanza attiva.

Altro capitolo importante è quello legato allo sport che entra di diritto nelle linee guida con la costituzione formale della Sport Valley.

“Oggi abbiamo già un patrimonio nella nostra regione legato ai grandi eventi sportivi - aggiunge Corsini - a partire dalla continuità per i prossimi anni del Gran premio di F1 a Imola. Costruiremo attorno a questi eventi delle campagne di promozione a tutto tondo per far conoscere a un pubblico sempre più vasto i nostri territori”.

“Dobbiamo riprendere con forza la promozione sui mercati internazionali - chiude l’assessore -. Con la ripresa dell’operatività delle compagnie aeree possiamo infatti tornare a incalzare mercati come quelli di Russia, Usa, Cina. L’Expo di Dubai e le altre iniziative che svilupperemo in sinergia con l’assessorato all’Agricoltura per riposizionare i nostri prodotti hanno proprio questo scopo, così come la valorizzazione della Motor Valley e della Food Valley, punte di diamante della nostra promozione turistica”. 

© *copyright la Cronaca di Ravenna*