

Le visite al sito del Comune aumentano del 25%

Crescono gli accessi: i contatti dalla Germania si sono moltiplicati

CERVIA. I visitatori del sito turistico del Comune aumentano del 25%, con una pioggia di richieste per la Notte rosa. In gran parte sono italiani, ma i tedeschi aumentano i contatti del 50%. «Stiamo valutando attentamente numerosi dati - annuncia l'assessore al turismo Nevio Salimbeni - anche oltre le stesse statistiche sulle presenze turistiche, perché sono particolarmente interessanti. Da un lato certificano l'aumento degli utilizzatori, anche stranieri, di questo stru-

mento che ci fa conoscere: dall'altro ci invitano a prestare grande attenzione verso questa forma promozionale. Su tale versante gli operatori del Comune e del servizio civile che se ne occupano, stanno raggiungendo ottimi risultati. Quasi 90.000 visitatori e 727.000 pagine visitate in due mesi, significano che l'operatività del sito è altissima. Ora tutto il sistema web del territorio deve collegarsi meglio e giocare questa partita ad alto livello. Le pagine più visitate rimango-

no quelle dell'ospitalità, ma anche gli eventi hanno il loro fascino. I motori di ricerca producono più traffico, mentre i siti di riferimento più importanti rimangono quelli cervesi». Viene accolto con soddisfazione anche l'aumento dei turisti stranieri, che usano il sito (tradotto in quattro lingue) per conoscere il territorio. Il sito turistico e quello della città, i vari blog, i siti degli alberghi e degli operatori privati dovranno nei prossimi mesi, «rafforzare la collaborazione».

il Resto del Carlino 11 AGO. 2009

«Puntiamo sui tedeschi e vogliamo anticipare la Notte Rosa al venerdì»

Andrea Corsini sulla promozione del 2010

INCREMENTO della promozione turistica nei mesi di aprile, maggio e giugno; crescente impegno verso l'estero, visti i positivi risultati della campagna in Germania, più presenza nelle piazze dei centri cittadini piuttosto che negli ipermercati, anticipo al venerdì della 'Notte Rosa'. Sono i punti strategici messi a punto dall'assemblea dei soci dell'Unione di prodotto costa. L'aumento fra il 15 ed il 20 per cento dei tedeschi sulla riviera che va da Comacchio a Cattolica, ha influito sulla decisione di incrementare la promozione turistica nei mesi di aprile, maggio e giugno prossimi visti i positivi risultati della campagna in Germania. Sull'anticipo della campagna di promocommercializ-

BASSA STAGIONE
Un calendario con pochi 'ponti' così la campagna partirà prima

zazione influisce anche la circostanza che il prossimo anno non ci sono 'ponti' nel calendario di bassa stagione. L'investimento previsto è pari a 2,7 milioni di euro. «I soci pubblici e privati dell'Unione di prodotto costa - spiegano il presidente Andrea Corsini e il coordinatore Antonio Carasso - hanno riscontrato quest'anno un importante ritorno dei tedeschi. Ci sono state punte di aumento del 25 per cento nei villaggi vacanze e nei campeggi dei lidi ferraresi e di quelli ravennati. Per il 2010 abbiamo così messo a punto un programma di promocommercializzazione ancora più intenso verso i land tedeschi, aggiungendo a questi una importante presenza su Austria e Svizzera. La forza di

questo piano promozionale viene dal fatto che viene dalle indicazioni dei soci privati». Sul mercato italiano, l'Unione ha deciso di puntare maggiormente sugli eventi promossi nelle piazze cittadine di Piemonte, Lombardia e Umbria e meno sulla campagne nei centri commerciali. Per il Sud del Paese, al centro delle campagne ci saranno i parchi tematici. Proprio i parchi saranno protagonisti degli spot televisivi che apriranno la stagione turistica 2010. L'Unione inoltre utilizzerà molto il web e punterà sulla collaborazione con gli aeroporti di Forlì e Rimini. L'Unione di prodotto valuterà con Comuni e Province di cambiare la data della Notte Rosa. «La nostra proposta è quella di anticiparla al venerdì - commenta Corsini e Carasso - per favorire un soggiorno più lungo».

