

TURISMO: ABRUZZO OPEN DAY WINTER, 200 EVENTI E 8 MILA POSTI LETTO PROMOSI IN TUTTA ITALIA

24 Ottobre 2016



PESCARA – Eventi sold-out, 200 appuntamenti in calendario, migliaia di accessi al sito di booking dedicato, cui hanno aderito 200 operatori turistici, per complessivi ottomila posti letto, una campagna massiva di promozione che, oltre ai canali tradizionali, ha scelto di puntare molto su web e social network, con un investimento di circa 700mila euro.

Questi i numeri ai nastri di partenza dell'Abruzzo Open Day Winter, la "manifestazione collettiva" in programma dal 26 ottobre al 2 novembre prossimi.

Il bilancio dell'organizzazione è stato tracciato in una affollata conferenza stampa a Pescara. Un'iniziativa che il direttore generale della Regione, Cristina Gerardis, ha definito "una scossa elettrica per la promozione del turismo abruzzese".

E i numeri, raggiunti in poco meno di 20 giorni dall'avvio della campagna di comunicazione, sono incoraggianti: 29 mila accessi al portale Open Day Abruzzo e 800mila alla pagina Visit Abruzzo, con una percentuale di nuovi visitatori che supera l'80 per cento del totale.

"Questo evento – sottolinea il direttore del dipartimento Turismo, Giancarlo Zappacosta – ha permesso di realizzare un'azione di sistema tra tutti gli attori del territorio, eliminando i verticismi e scommettendo sulle proposte che arrivano direttamente dalla base per far decollare il nostro comparto turistico".

Nell'ultimo anno, riferiscono i dirigenti della Regione, dai dati dei portali turistici nazionali, emerge che i sentiment positivi, cioè i like, superano l'80 per cento sulla valutazione degli alberghi e l'87 per cento per quanto riguarda i luoghi.

Quello che manca, è stato sottolineato "sono i 'numeri'" e "avremo anche quelli", dice Zappacosta. Particolare attenzione sarà riservata al monitoraggio dei risultati che serviranno come base per le future strategie. "Una promozione – aggiunge Zappacosta – per una nuova narrazione dell'Abruzzo come destinazione esperienziale".

Sei le categorie suddivise per argomenti all'interno dei quali sono inseriti gli eventi: dalla storia, all'arte alla natura e vita rurale, alle streghe e cavalieri, alle degustazioni fino allo sport, come trekking, rafting e wildlife.

Poi treni storici, un programma solo per i più piccoli, convegni sulla vita nelle grotte e su come si sta ricostruendo bene dopo il sisma. Nessun testimonial d'eccezione ma un bambino vestito da cavaliere. Importante la rete dei Parchi e l'attenzione per l'orso bruno marsicano e per il lupo.

E a chi potrebbe obiettare che gli eventi in programma sono troppi e troppo diversi, gli organizzatori rispondono che "la vittoria è proprio quel 'troppo'. Chi viene in Abruzzo deve fare un'esperienza unica".

"La Regione – dice la Gerardis – crede molto in Abruzzo Open Day, che non vuole essere solo un evento spot ma rappresentare davvero il punto di partenza per un cambio culturale da cui far ripartire un settore che ha enormi potenzialità

ancora inesplorate”.

Presenti alla conferenza stampa il dirigente del servizio Politiche turistiche Francesco Di Filippo e a Claudio Ucci, in rappresentanza delle Dmc abruzzesi.

Per tutta la comunicazione web, spiega poi Gerardis, “che ha come ‘cuore’ il portale e il booking, sono stati previsti 660 mila euro per tre anni, con l’obiettivo che il lavoro resti, al termine dei tre anni, patrimonio regionale. Più di 60 mila euro per manifesti di media e grande misura e per la pubblicità oltre 10 mila euro”.

Per scegliere gli eventi si parte dal web cliccando su Open Day Abruzzo o Visit Abruzzo dove si possono effettuare prenotazioni e organizzare l’itinerario, facendo riferimento a orari e mappe.

La campagna Abruzzo Open Day Winter, si legge in una nota riassuntiva della Regione, è presente su 3.453 monitor delle metropolitane e bus di Milano, Roma e Brescia, su 191 monitor dell’intera rete autostradale italiana (1.600 spot), su 281 schermi dei principali 13 aeroporti italiani e su maxi impianti su Roma.

In programmazione anche 1.200 spot televisivi su 12 emittenti regionali di Abruzzi, Puglia, Campania, Lazio, Umbria e Marche.