

TURISMO: CON IL NUOVO CLAIM L'ABRUZZO ASSALTA I MERCATI

17 Dicembre 2011

PESCARA – “Abruzzo, naturalmente tuo”: sarà questo il nuovo claim che accompagnerà il logo Abruzzo per la promozione del turismo.

Il “richiamo” commerciale in grado di penetrare i mercati turistici nazionali è stato reso pubblico oggi dall'assessore Mauro Di Dalmazio e da Massimo Pomilio, amministratore delegato della Pomilio Blumm, società che si è aggiudicata la gara pubblica.

Il claim contribuisce ad indentificare il brand sul mercato e la Pomilio Blumm si è mossa cercando di indentificare i valori dell'Abruzzo più spendibili sul mercato turistico. Da qui l'abbinamento Abruzzo e natura, nato dall'esame analitico del mercato attuale.

Non solo, la creazione di un nuovo claim, che sostituisce l'attuale “Natura e passione”, ha interessato anche il mercato internazionale per il quale la Regione ha voluto un'identificazione diversa da quella nazionale. Da qui la nascita del claim per il cosiddetto mercato internazionale: “Abruzzo made in nature, made in Italy”, che ha il doppio obiettivo di considerare, fuori dai confini nazionali, l'Abruzzo come principale attrattore della domanda naturalistica e di collocare la regione, non solo geograficamente, all'interno del Sistema Italia.

La doppia funzione del claim indirizzato al mercato internazionale dovrebbe dunque dare una nuova collocazione del prodotto Abruzzo a cui si aggiunge la specifica attività di promozione della Regione e dell'Aptr quest'anno più che mai attenti ai nuovi mercati che hanno forti potenzialità.

Sul nuovo claim “Abruzzo, naturalmente tuo” la società di rilevazione Ispo ha già avviato un'indagine statistica. Secondo Renato Mannheimer, “l'86 per cento del campione statistico intervistato di fronte allo slogan ‘Abruzzo, naturalmente tuo’ pensa subito alla natura, dato che conferma il valore del claim e l'obiettivo principale per il quale esso è stato pensato”.

Un incremento del 6,5 per cento sul fronte degli arrivi e del 2,5 per cento sul fronte delle presenze rispetto allo stesso periodo del 2010.

DI DALMAZIO: “MOMENTO FELICE PER TURISMO IN ABRUZZO”

L'Abruzzo del turismo vive un momento felice, testimoniato dalle cifre sui flussi turistici dal gennaio ad agosto 2011 che sono stati forniti oggi dall'assessore al Turismo, Mauro Di Dalmazio, nel corso della giornata di presentazione del nuovo claim da abbinare al logo turistico abruzzese.

“L'Abruzzo del turismo in termini di appeal sta bene”, ha subito commentato l'assessore Di Dalmazio una volta resi pubblici i dati statistici.

“Questo dato turistico deve rappresentare il punto di partenza della nuova strategia di comunicazione turistica abruzzese che con il nuovo claim, il nuovo piano mezzi e la campagna ad hoc sul prodotto neve che sta per partire, segna una nuova stagione di promozione del prodotto Abruzzo”.

In termini statistici, rispetto all'anno scorso, sul fronte degli arrivi la provincia che cresce di più, nel periodo da maggio ad agosto, è quella di Pescara con un + 7,4 per cento, segue a ruota la provincia di Chieti (7,3 per cento), quella dell'Aquila (7,1 per cento) e quella di Teramo (6,2 per cento); sul fronte delle presenze il dato disaggregato delle province evidenzia un'ottima performance della provincia di Chieti (8,8 per cento), a seguire quella di Pescara (5,8 per cento), Teramo (1,6 per cento) e L'Aquila (-3,6 per cento).

“I dati turistici – ha spiegato Di Dalmazio – ci dicono di una generale e quanto meno attesa contrazione della spesa, con una evidente sofferenza del prodotto montagna. Nel complesso, però, nonostante la congiuntura economica internazionale negativa a cui si aggiunge il particolare momento dell'Abruzzo, il dato è da valutare assolutamente positivo, superiore a quello del 2010 e del 2007 e di poco inferiore al 2008, anno eccezionalmente positivo per il nostro turismo”.

“Questo sta anche a dimostrare – ha aggiunto Di Dalmazio – che l’Abruzzo sta superando lo stop forzato del terremoto”.

I dati presentati dall’assessorato al Turismo hanno poi permesso di distinguere tra il prodotto mare e il prodotto montagna. Per il primo, la variazione sul fronte degli arrivi, rispetto al 2010, è stata di un +7,2 per cento e sul fronte delle presenze di un +5,3 per cento; per quanto riguarda invece la montagna, rispetto al 2010, le presenze fanno registrare un incremento del 3,1 per cento, mentre gli arrivi segnano un -6,9 per cento.

MANNHEIMER: “REGIONE HA GROSSE POTENZIALITÀ”

“L’Abruzzo ha un mercato turistico potenziale molto elevato che supera il 60 per cento della popolazione italiana”.

Lo dice Renato Mannheimer, sociologo e docente di analisi dell’opinione pubblica, in collegamento in videoconferenza con la manifestazione che ha presentato al pubblico il claim della Regione Abruzzo.

Mannheimer ha infatti reso pubblica un’indagine statistica su un campione “fortemente rappresentativo” della popolazione italiana, che parla di un Abruzzo conosciuto.

“Quando si dice Abruzzo – ha spiegato il docente dell’Università di Milano-Bicocca – il 18 per cento pensa al mare, il 17 per cento alla montagna invernale, il 16 per cento alla montagna estiva, il 14 per cento alla cultura, il 14 per cento all’enogastronomia. Come si vede, dunque, nell’opinione pubblica nazionale l’Abruzzo attrae per tutto, cioè per tutti i settori più importanti del mercato turistico nazionale. Non è cosa da poco e di certo non comune ad altre regioni. Questi dati dimostrano poi la larga attenzione che ha l’Abruzzo, dove la montagna è amata dai più giovani e il mare dai meno giovani”.

Le potenzialità del mercato turistico abruzzese devono dunque trovare naturale esplicitazione nella strategia di promozione che la Regione ha intenzione di portare avanti, anche se le condizioni economiche e finanziarie dell’ente non aiutano ad essere ottimisti. Su questo punto, però, Mannheimer ha insistito sostenendo le grandi potenzialità del prodotto Abruzzo.

“Questi dati – ha aggiunto – danno l’idea di quello che stiamo dicendo. Abbiamo chiesto ad un campione rappresentativo se è stato o è disposto a venire in Abruzzo: il 28 per cento ha detto che è stato già in Abruzzo e che è interessato a ripetere l’esperienza; il 34 per cento non è stato in Abruzzo ma è pronto a venirci; il 37 per cento non c’è stato né ci verrà. Sommando i primi due dati statistici – spiega il sociologo – significa che ci troviamo di fronte ad un potenziale mercato italiano che sfiora il 62 per cento della popolazione al quale lo slogan o il claim appena coniato deve far emozionare”.

In conclusione, l’indagine statistica di Mannheimer, dunque, mette in evidenza tre elementi: l’Abruzzo attrae potenzialmente un mercato turistico molto elevato, l’Abruzzo attrae per tutto e, infine, “il nuovo claim funziona, riesce a emozionare e ad attrarre”.

PRONTA CAMPAGNA PER PROMOZIONE NEVE

Nella giornata di presentazione del nuovo claim l’assessore al Turismo Mauro Di Dalmazio ha anche illustrato la nuova campagna di comunicazione che a breve partirà per il prodotto neve.

“È una campagna ambiziosa – ha spiegato – che vuole toccare tutti i media e canali di comunicazione in grado di raccontare e valorizzare il nostro prodotto neve. E siccome il prodotto lo abbiamo e peraltro ben strutturato, abbiamo deciso di rivolgerci ai principali media nazionali e internazionali”.

La campagna neve avrà la caratteristica principale di illustrare la consistenza tecnica dei comprensori sciistici abruzzesi e il messaggio pubblicitario dovrà esaltare il valore dell’accoglienza, della cultura e la rilevanza storica dei nostri borghi. Le principali aree di intervento saranno: Abruzzo, Puglia, Campania, Lazio, Marche, Umbria, Sicilia e i mezzi saranno le televisioni, i quotidiani, la stampa specializzata, le riviste web e i bollettini neve.

Proprio su questo fronte, le stazioni sciistiche abruzzesi saranno presenti sui bollettini neve di Francia, Inghilterra, Olanda, Belgio, Spagna, Germania e Danimarca.

Dal 20 dicembre prossimo, invece, partono sui canali Sky oltre 900 passaggi pubblicitari sul prodotto neve. Attenzione particolare al web con l’apertura dei blog neve e l’apertura del canale *Twitter* a cui si aggiunge il profilo *Facebook* aperto qualche mese fa.

© 2013 Abruzzo Web Enfasi srl - Quotidiano digitale registrato presso il Tribunale dell'Aquila con decreto n°501 del 2 settembre 2003

Iscrizione al ROC n. 26362 - P.IVA 01812420667

Direttore responsabile Berardo Santilli