

TURISMO L'AQUILA: "CAPITALE CULTURA BRAND VINCENTE". LANCIA, "PUNTARE SU GIUBILEO E MONTAGNA"

16 Febbraio 2025



L'AQUILA – “Alla Bit di Milano è già emerso in modo evidente che il brand Capitale italiana della cultura, ha moltiplicato l'interesse per L'Aquila e il suo territorio, al pari del turismo religioso, grazie all'accordo con Roma e il Giubileo, mentre resta fondamentale l'essere la nostra città porta di ingresso per le montagne abruzzesi”.

Reduce dalla Borsa Italiana del turismo di Milano, che si è svolta dall'8 al 10 febbraio, a tirare le somme e a indicare le prospettive per il presente e il futuro del turismo a L'Aquila, è l'assessore comunale Ersilia Lancia, di Fratelli d'Italia.

“Nel fitto confronto che abbiamo avuto anche alla Bit – esordisce Lancia -, con il sottosegretario regionale Umberto D'Annunziis, con la presidente dell'Enit Alessandra Priante, con la presidente della Camera di Commercio Gran Sasso, Antonella Ballone, e con tutti gli stakeholders, è emersa la strategia volta a creare un offerta integrata, sia per quanto riguarda la governance del turismo, con un assessorato al Turismo che necessariamente deve dialogare con le associazioni di categorie e con gli altri enti territoriali, ma soprattutto per quello che riguarda i servizi da offrire ai turisti”.

Tornando a L'Aquila capitale della cultura, “stiamo già osservando che Capitale della cultura è già di per sé un fattore di marketing molto forte, abbiamo turisti per intenderci che vanno all'info point e chiedono informazioni sul Maxxi, il Munda, della Porta Santa di Collemaggio, e in generale per l'offerta culturale che la nostra città esprime. Lo stesso è accaduto alla Bit. A maggior ragione dovremo farci trovare pronti per massimizzare l'anno prossimo questa straordinaria e irripetibile opportunità”.

Altro obiettivo è quello di sviluppare ulteriormente il turismo religioso.

“Dieci anni fa se ne parlava poco o nulla, la svolta è arrivata per noi con il riconoscimento della Perdonanza come patrimonio immateriale dell'Unesco e con la visita del papa Francesco che ha aperto la Porta santa. Su questa opportunità stiamo ora lavorando con intensità, con una attività di promozioni turistica, abbiamo ad esempio coinvolto stampa anche estera e blogger specializzati in turismo, sacerdoti molto presenti e influenti sui social, con calendari di eventi dedicati, come il Cortile di Celestino”.

Ma soprattutto, ricorda l'assessore Lancia, altro passaggio fondamentale è stata l'approvazione l'11 febbraio al Comune di Roma del protocollo d'intesa tra le due città, che prevede la realizzazione di iniziative congiunte che porteranno a L'Aquila, nel segno di Celestino V, molti pellegrini che arriveranno nella Capitale per il Giubileo 2025 da tutto il mondo, sinergia che si

estenderà anche nel 2026, quando L'Aquila appunto sarà Capitale della Cultura.

C'è poi il brand L'Aquila "città di montagna" e spiega l'assessore Lancia: " l'impegno resta quello di comunicare all'esterno, oltre i nostri confini, che L'Aquila è una città vera e viva che rappresenta una porta d'ingresso verso le nostre meravigliose montagne, e i nostri Parchi, la nostra natura, che va considerata in stretta connessione con le aree interne e il territorio provinciale. Non è un caso che le strutture ricettive della città registrano il tutto esaurito proprio quando lavorano a pieno regime le vicine stazioni sciistiche".

Infine sui numeri, "io dati che stiamo affinando parlano di incremento significativo delle presenze, ma anche di una accresciuta consapevolezza del turista che arriva, che già sa cosa vuole vedere, che già ha contezza dell'offerta. Uno degli obiettivi è ora quello di lavorare sull'aumento del tempo di permanenza, e questo non si fa in solitaria, ma attraverso un'azione poderosa di promozione e attraverso un dialogo con le altre istituzioni. facendo leva ad esempio sui bandi della Camera di Commercio Gran Sasso, che prevedono incentivi per favorire soggiorni di gruppo nelle strutture ricettive delle province di L'Aquila e Teramo".