

LA STAGIONE Dopo le spiagge "Blue Zone", la campagna pubblicitaria con Romagna e Friuli sulla "Riviera Adriatica"

Turismo, tornano gli stranieri Pienone a luglio e ad agosto

Ottimismo tra gli operatori: «Ma c'è tanta confusione sui pass anche da parte dei veneti»
La Regione investe in promozione 1,2 milioni: via a spot su tv e web tedeschi e danesi

Cristina Giacomuzzo

●● Il post della famosa cantante pop, Ketty Perry, bella e sorridente insieme al compagno attore, Orlando Bloom (Legolas de Il Signore degli anelli), nella romantissima Venezia sta facendo il giro del mondo. Tutta pubblicità. Il tweet dell'influencer Chiara Ferragni che si diverte con la famiglia a Gardaland è stato super commentato. Il Veneto con le sue bellezze si fa ammirare anche così. In Italia intanto sta girando lo spot tv che vede come testimonial d'eccezione (che si è reso disponibile a titolo gratuito) il musicista trevigiano Red Canzian. E ieri poi sono partiti altri video che nascono dal sodalizio tra le Regioni Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia e, appunto, Veneto, sulla "Riviera Adriatica". Un'iniziativa al secondo anno che sta dando frutti. Ma non è finita. Appena un paio di settimane fa, sono stati lanciati altri nuovi spot per web e tv tedesche, sulla neonata "Blue zone veneta", cioè la certificazione sul rispetto del protocollo di sicurezza anti Covid che gli imprenditori aderenti a Unionmare Veneto, con il patrocinio della Re-

gione, hanno deciso di lanciare. Alla fine la Regione investe solo quest'anno 1,2 milioni in azioni diverse per la promozione tra cui, appunto, video e pubblicità su carta stampata in Germania, Austria, ma anche Danimarca e Polonia.

Il risultato «I turisti stranieri stanno tornando nelle spiagge venete. Sono stranieri di prossimità perché arrivano qui in macchina. Quindi tedeschi, austriaci e al massimo olandesi. Sui voli, ma non solo, c'è ancora troppa confusione. Basterebbe un vademecum fatto bene dal Ministero per chiarire. E, intanto, ci arrivano valanghe di domande e dubbi dall'estero. Ma anche dai veneti che ci chiedono se devono fare il tampone per venire al mare da noi qui, nella stessa regione», denuncia **Marco Michielli**, presidente di Confturismo Veneto.

Pass e vaccini. Confusione sì, perché ci sono tante novità, come la certificazione verde sul Covid, che si sta attuando in tutta Europa proprio in questi giorni. Poi dovrebbe essere tutto più semplice. Per dare sempre più l'idea di un Veneto Covid free,

la Regione è partita con la campagna vaccinale a tappeto per 9 mila operatori turistici pronti ad accogliere i clienti. **Massimiliano Schiavon**, presidente di **Federalberghi Veneto**, parla di un importante aumento di prenotazioni soprattutto da Austria e Germania. «Abbiamo visto un bel cambio di rotta in coincidenza con lo stop alle restrizioni. Sono partite le prenotazioni non ancora ai livelli del 2019, ma si spera in bene anche per settembre. Stanno, invece, boccheggiano le città d'arte. La montagna è in pratica ferma: lì, se qualcosa si muove, è solo da parte di turisti italiani».

La marcia in più. È ottimista Alessandro Berton, Unionmare: «Per luglio e agosto sono arrivate tante prenotazioni. Siamo fiduciosi: arriveremo ai livelli del 2020, ma sempre - 30% rispetto al pre Covid. Gli spot della Regione? Aiutano. Certo è che l'idea che è nata qui e che poi quest'anno ha preso nome di Blue Zone, la spiaggia sanificata, è un passaggio culturale e ci vorrà tempo. Ma pure certo che chi non si è adeguato al nuovo standard ha registrato performance meno brillanti di chi l'ha attuato».

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 5656



Riprogettare il Piano strategico

L'assessore Caner ha avviato il tavolo per aggiornare il Piano del turismo del 2019

«Il mondo del turismo è cambiato e l'epidemia ha cambiato il comparto. Serve un nuova normalità, dove prevenzione, benessere e forma fisica giocheranno un ruolo da protagoniste». Così l'assessore al turismo della Regione, Federico Caner, annuncia una vera e propria revisione del Piano Strategico del Turismo Veneto, approvato nel 2019, e che aveva coinvolto oltre 300 rappresentanti del sistema turistico regionale. «Serve riattivare i percorsi partecipativi perché le

opportunità di sviluppo di prodotti alternativi vanno colte, comunicate e rese accessibili. Serve interpretare il cambiamento e cogliere i nuovi bisogni, per restare competitivi e quindi far evolvere le nostre destinazioni". Nei giorni scorsi è stata presentata la squadra che guiderà il percorso che riscriverà le nuove linee di indirizzo. Il lavoro si concluderà fra un mese, il 21 luglio: il tempo necessario per raccogliere ed approfondire le proposte che emergeranno in questa prima fase. Il nuovo Piano dovrà essere approvato dalla Giunta entro l'autunno e poi adottato dal consiglio.

CONFESERCENTI Il sondaggio dell'Osservatorio

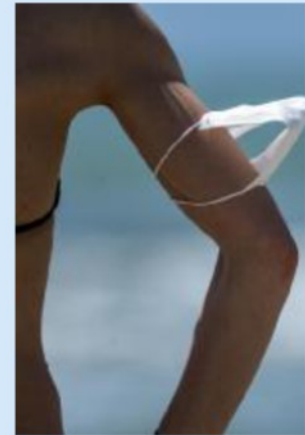
Le vacanze dei veneti Il 36% resta in regione

Nonostante la crisi, circa il 75% dei veneti (su un campione di oltre 500 persone di età media fra 40 e 60 anni) si concederà una vacanza. Secondo i dati rilevati dall'Osservatorio Economico Confesercenti del Veneto Centrale, l'ampia maggioranza degli intervistati rimarrà in Italia (in particolare, il 36% non uscirà dal Veneto) e gli altri rimarranno comunque in Europa. Il mese più gettonato è come sempre agosto e oltre il 60% del campione a scelto una meta balneare.

Quanto alla prenotazione, solo il 40% del campione si è già mosso per fermare un alloggio mentre gli altri presumibilmente si affideranno a soluzioni last minute. Come modalità di prenotazione internet va per la maggiore (lo ha utilizzato il 58% dei rispondenti), circa il 15% sarà ospite di amici, il 7% ha organizzato il viaggio con l'aiuto di un'agenzia. Un'ampia fetta del campione, poi, si divide tra coloro che hanno deciso di tornare dove già stati, si sono affidati al consiglio di conoscenti, andranno presso case di proprietà o viaggeranno in camper.

Un altro dato significativo riguarda le vaccinazioni e quindi, il green pass: oltre l'80% dei rispondenti, infatti, dichiara di aver già ricevuto almeno una dose o di aver programmato la somministrazione prima di partire per le ferie estive.

«Le località di mare e montagna – rileva il presidente di AssoTurismo Confesercenti del Veneto, Francesco Mattiazzo – si sono riempite in brevissimo tempo e già sfiorano il tutto esaurito. Questa rapida rimonta si deve in ampia parte al turismo di prossimità: i veneti che quest'anno rimarranno in regione, secondo la nostra indagine, sono intorno al 36%. Pur non avendo dati precisi per quanto riguarda gli anni passati, possiamo stimare che la



In spiaggia con la mascherina

media fosse tra il 15 e il 20%. Questo movimento, tuttavia, come già detto si concentra verso le zone balneari. Soffrono invece le città d'arte: qualcosa si sta muovendo a Venezia, ma per lo più nel fine settimana».

È invece una piacevole scoperta il dato sulle vaccinazioni, «più alto di quanto avremmo immaginato. Sicuramente incide l'età media dei rispondenti, sopra i 40 anni, ma il fatto che oltre l'80% dei veneti partirà vaccinato significa che il turismo è pronto per ripartire e che il green pass può funzionare. Se associamo questi dati ai numeri che descrivono l'andamento dei contagi e alla situazione negli ospedali, possiamo dire che ormai il Veneto è una regione covid free».

Il sondaggio di Assoturismo Veneto è stato illustrato nei giorni scorsi anche al Ministro del Turismo, Massimo Garavaglia, in un video collegamento che ha coinvolto i vertici dell'associazione e numerosi operatori, per presentare alcune richieste sulla ripartenza del settore. Tra queste la detassazione per le imprese del settore turismo, la riduzione del costo del personale con lo sgravio per ulteriori sei mesi per chi rientra dalla cassa integrazione, e misure più agevolate per l'accesso al credito.



Un frame del video pubblicità che pubblicizza la Blue zone veneta, il bollino che certifica la sanificazione anti Covid



**“ Le previsioni
sono in linea
con il 2020, ma
meno il 30%
rispetto al 2019**

Massimiliano Schiavon
Presidente Federalberghi