

Il Veneto vuole confermare la leadership tricolore

L'assessore Finozzi: "Ogni cinque pernottamenti in Italia, uno è nella nostra regione"

Confermare la leadership di prima regione turistica in Italia per il 2013. È questo il principale obiettivo del Veneto, che si presenta sul mercato internazionale forte di un 2012 chiuso con quasi 16 milioni di arrivi e oltre 62,3 milioni di presenze, il 64,7% delle quali straniere. *"In pratica - osserva l'assessore al Turismo, Marino Finozzi -, ogni cinque pernottamenti in Italia, uno si verifica nella nostra regione"*.

L'Italia in rosso

In questo quadro, però, non tutti gli indicatori sono positivi: se gli arrivi sono rimasti in linea con gli anni passati, durante gli ultimi 12 mesi la regione ha perso un milione di presenze.

"In un'annata critica come quella trascorsa, non mancano le ombre anche per la

nostra regione - ammette Finozzi -: i numeri ottenuti sono stati fatti grazie al turismo straniero. Al contrario, la domanda domestica è crollata, soprattutto nella seconda metà dell'anno, con una diminuzione complessiva dell'8,7% sulle presenze e del 2,9% in termini di arrivi. Questo significa che intere famiglie italiane hanno rinunciato alle vacanze e che, in ogni caso, la durata è stata molto più ridotta che in passato".

Discorso diverso per quanto riguarda la clientela straniera: continua a crescere il bacino di riferimento della regione, quello tedesco, arrivato a rappresentare il 22,4% di tutti i pernottamenti, in aumento dell'1,9% per gli arri-



Marino Finozzi

vi e del 2,6% per i pernottamenti. Questa buona performance, però, non è stata priva di conseguenze: *"Per*

mantenere la clientela - osserva il rappresentante - i prezzi sono stati contingentati, con riflessi sul reddito delle imprese. Queste hanno tenuto, ma ci saranno maggiori difficoltà ad investire sulla promozione e sulla qualità dell'offerta di un comparto che è, e rimane, economicamente il più interessante". Per quanto riguarda le altre nazionalità di turisti, continua a crescere la presenza russa salita nel 2012 del 19,5% e un buon andamento lo fanno registrare anche i cinesi con un +15,5%, *"ancora un po' troppo mordi e fuggi, ma sicuramente è un bacino di grande interesse. Proprio per questo stiamo creando dei corsi di formazione ad*

hoc che vadano a formare gli operatori sulle abitudini e preferenze di questi nuovi flussi di visitatori", ammette

Finozzi. Per contro, crollano i turisti provenienti dai Paesi più in crisi: gli spagnoli (-20%) e i greci (-32,2%) su tutti.

Si evolve in maniera sorprendente, invece, il movimento turistico nelle diverse tipologie di strutture ricettive: rimane confermata la ricerca di qualità da parte dei turisti, con un calo del 6,3% delle presenze negli alberghi a una o due stelle e una crescita dello 0,6% per quelli a 4 stelle. Cala, invece, pesantemente, e anche un po' a sorpresa dopo una crescita costante nell'ultimo lustro, l'appeal degli alberghi a 5 stelle e di lusso, dove i pernottamenti sono diminuiti del 7,4%.

L'itinerario sui social network

Aumentano le attenzioni e le iniziative che la regione sta dedicando ai social network, come spiega lo stesso Finozzi: *"Sono sotto gli occhi di tutti i cambiamenti avvenuti negli ultimi anni grazie ai social network. I turisti non*

si limitano a cercare le informazioni sui portali istituzionali, ma diventano loro stessi amplificatori, condividendo foto e opinioni sui social network, travel blog e siti internet". Per rafforzare il presidio del web, la regione ha sviluppato un itinerario locale ispirato ai nuovi mezzi di comunicazione: così i tweet diventano i cinguettii dei volatili da ricercare all'interno del parco regionale del Delta del Po, mentre Instagram diventa realtà nel piccolo borgo di Cibiana (in provincia di Belluno), dove sulle pareti delle abitazioni sono dipinti grandi affreschi. *"Non sono solo strumenti per farsi conoscere - conclude l'assessore Finozzi -, ma ci danno la possibilità di avere dei suggerimenti su cosa stia cercando il turista e su come dobbiamo migliorare la nostra offerta"*. **GF**