

Le Proposte di Confesercenti per il miglioramento e il rilancio del turismo a Ravenna

Questa mattina il presidente di Confesercenti Gianluca Gasperoni ed il presidente Assohotel-Confesercenti Filippo Donati si sono recati in Comune all'incontro sul turismo convocato dal Sindaco di Ravenna. Qui di seguito il documento consegnato.

“Ben consapevoli come per il turismo siano indispensabili una nuova e diversa politica nazionale interveniamo e avanziamo per l'ambito locale le nostre proposte per il miglioramento e il rilancio del settore che negli ultimi anni dimostra segni di stanchezza se non di debolezza.

In questa direzione abbiamo realizzato e presentato in questi ultimi anni proposte e ricerche (l'ultima il 24 gennaio in Camera di Commercio con Ravenna Brand Index) per conoscere andamenti e trend su cui impostare adeguate politiche e azioni in ambito locale.

Il turismo per la nostra Associazione è per le sue caratteristiche e potenzialità uno dei principali comparti su cui investire con forza anche per l'insieme dello sviluppo economico del territorio che muove oltretutto per l'occupazione.

Il turismo per il suo essere cerniera tra ambiti e settori trasversali rappresenta una delle carte decisive per la crescita economica del nostro territorio

Le nostre priorità sono le seguenti:

- **Infrastrutture** viarie per prime (i collegamenti con l'Aeroporto di Bologna da rafforzare, il trasporto rapido costiero, il miglioramento dei treni regionali – non accettabile il ridimensionamento del cosiddetto Treno di Dante di cui abbiamo letto in questi giorni - ma soprattutto sfruttare le potenzialità dell'alta velocità); Ravenna deve pesare di più nelle scelte che si prendono in Regione
- **Governance del turismo** (cabina di regia, manager e competenze)
- **Investire nei turismi di nicchia (sport, natura, ecoturismo, ecc)**
- **Investire nei mercati esteri:** i dati nazionali e della nostra regione ci dicono che stanno crescendo i turisti stranieri. In E.R. + 3% Comune di Ravenna +5%. La tendenza sarà confermata secondo le analisi anche nei prossimi anni
- **Miglior Coordinamento** in modo da avere una programmazione che spalmi su più date le singole **iniziative** evitando overbooking in alcuni momenti e vuoti in altri
- **Organizzare programmi di collaborazione con Tripadvisor, Booking, Venere, Facebook e Trivago.** Prevedendo campagne di sostegno della destinazione

- **L'investimento che si sta cominciando a fare sul web marketing è apprezzabile:** si tratta di una delle nostre richieste emerse dal nostro convegno del mese scorso ed è qui che dovranno concentrarsi molta parte delle risorse disponibile in promozione
- **Vendere meglio** le mostre del MAR: essendo riconosciuto il valore delle mostre organizzate sotto la guida di Spadoni bisogna spingere verso un approccio manageriale nell'attività di gestione in chiave turistica.
- **Sfruttare il periodo natalizio per attrarre turisti alle nostre mostre** (organizzando incontri, cene, spettacoli, anche l'ultima notte dell'anno; le esperienze di altre città dimostrano che è una scelta vincente)
- **Tassa di soggiorno:** rimaniamo contrari e almeno cerchiamo di limitarne l'impatto negativo eliminandola nei periodi di spalla (novembre/febbraio); chiediamo che una fetta maggiore dell'introito venga destinata a investimenti in promozione
- **City card o biglietto utile prima che unico:** come già ribadito in altre occasioni deve trattarsi di un prodotto flessibile che consenta non solo di riunire in unico pass diversi siti ma anche di dare la possibilità di una fruizione di un singolo monumento (e non essere obbligati a comprare il pacchetto); sarebbe bene si evolvesse in **city card** ed includesse trasporto pubblico, bike sharing e visite guidate per esempio. Deve aumentare la soddisfazione dei turisti ed i monumenti devono avere la massima apertura in termini di orari in primis nei festivi. Ma non carichiamo di eccessive aspettative questo strumento ai fini di una maggiore competitività e/o di aumento di presenze
- **Costruzione di percorsi organizzati e offerte coordinate con altre città:** anche solo coordinando date di eventi e mostre tra città vicine, o vendendo i nostri monumenti UNESCO insieme ad una interessante mostra che si tiene a Bologna o Ferrara e persino a Modena, sarebbe più facile vendere il territorio a mercati lontani
- **Prevedere la facilitazione** (operazione di gerarchizzazione) per chi soggiorna in città negli alberghi nelle ZTL, considerandoli "residenti temporanei". (Vedi esempio di Cervia oppure l'ordinanza del Sindaco di Modena)
- Attivare, prima città tra le candidate al 2019, il **navetto elettrico Unesco** (che non parta dal cinema city – operazione inutile ed antieconomica – ma da parcheggi in prossimità del centro e per esempio su quel quadrante dallo stadio, piazza resistenza verso il centro)
- **Potenziamento del wifi:** abbiamo avuto segnalazioni come spesso sia difficile la navigazione.
- **Erosione da contrastare:** spiaggia che si riduce ad ogni mareggiata non solo non si fa turismo ma si rischia anche di impoverire l'esistente con pesanti situazioni di criticità (sarebbe necessario ripensare le estrazioni?)
- **Spiaggia 2014:** più che nuovi vincoli in una situazione profondamente cambiata opportunità di crescita (su una novità di quest'estate cioè sulla volontà di introdurre il fonometro riteniamo per esempio debba essere fatto limitando l'esborso economico richiesto ed una applicazione che non penalizzi la voglia di divertimento dei fruitori della spiaggia)

- **Spiaggia 2019:** valorizzare durante l'estate lo sforzo per *Ravenna Capitale Europea della Cultura*. Dotare le strutture dei lidi di materiale e gadget che vada venduta a Ravenna 2019 anche creando evento ad hoc in occasione di Sant'Apollinare
 - **Strumenti urbanistici** e nuovo regolamento urbanistico ed edilizio: impensabile parlare di semplificazione con un testo di 750 pagine. Il primato della burocrazia rischia di bloccare opportunità di sviluppo turistico. Ex Xenos docet
 - **Investimenti privati** e per le località da incentivare e cantierare
Due esempi su tutti (che non costano al pubblico):
 - **area di parcheggio a Lido di Classe** (progetto presentato)
 - **area per il naturismo a Lido di Dante**
- Altro esempio:** aree camper attrezzate