

Promozione turistica, Genova punta anche su Olanda e basi americane in Italia

di **Redazione**

03 Settembre 2021 - 14:52



Genova. “Presentiamo oggi una delibera di un piano marketing che vale per questo anno e che sfocerà nel 2022. Tra gli obiettivi c’è quello di **individuare sempre meglio i nostri target e sviluppare una serie di azioni mirate.**

Poi andremo a dialogare con **tour operator**, localizzati su **mercati esteri** e non solo, infatti un caso particolare riguarda una **collaborazione avviata con i miliardi delle basi americane** situate nel nord dell’Italia. Abbiamo infatti proposto loro viaggi culturali nella nostra città e stanno valutando di organizzare qui da noi eventi e incontri” - a dirlo **Laura Gaggero**, assessore allo sviluppo economico e turistico e marketing territoriale del Comune di Genova.

Campagne turistiche nazionali e internazionali, prodotti mirati a target sempre più ampi, esperienze diffuse, sostenibilità e accessibilità, digitalizzazioni e geoportale, co-marketing, media relations sono infatti le parole chiave che emergono dalla presentazione di oggi sulle **linee di indirizzo per la promozione della città di Genova.**

Presentato inoltre il **piano di sviluppo e l’utilizzo delle risorse derivanti dall’imposta di soggiorno.**

«La collaborazione ormai quasi decennale con il Tavolo dell’imposta di soggiorno permette alla Camera di Commercio e alle Associazioni degli albergatori di condividere le scelte strategiche e le priorità d’intervento del piano di marketing turistico della città - commenta il **segretario generale della Camera di Commercio di Genova Maurizio**

Caviglia - Nelle prossime settimane, in vista della ripresa del turismo globale e del traffico aereo, analizzeremo insieme all'**Aeroporto di Genova** la possibilità di nuovi collegamenti con alcune capitali europee, in modo da incrementare l'incoming dei visitatori stranieri».

I proventi dell'imposta di soggiorno, per l'anno in corso stimati in 3.800.000 euro, saranno per il 60% finalizzati a realizzare importanti eventi ad attrazione turistica, contribuire allo sviluppo del **progetto "Caruggi"** nell'ambito del settore "Turismo e tempo libero"; realizzare opere di promozione, attrattività, ospitalità e marketing del territorio cittadino con posizionamento della destinazione turistica; sviluppare azioni di comunicazione e valorizzazione di eventi, servizi turistici ed esperienze incluse nel Genova City Pass; valorizzare e sviluppare il cineturismo e il settore M.I.C.E. (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) attraverso servizi promozionali e specifici bandi per contributi; ampliare la rete di informazione turistica, la digitalizzazione e realizzare percorsi virtuali grazie alle nuove tecnologie.

Il 40% degli introiti, 1.520.000 euro, è destinato ad azioni di decoro urbano valorizzazione di segnaletica turistica (parchi storici, tour, litoranee, Acquedotto Storico e Forti) potenziando quella esistente e all'introduzione di nuovi sistemi di orientamento e abbattimento di barriere architettoniche per favorire l'accessibilità della città e dei principali punti di attrazione turistica con segnaletica di riferimento.

Il Piano prevede l'investimento di 750.000 euro in azioni di accoglienza comprendenti la partecipazione alle principali fiere e workshop del settore in coordinamento con Agenzia In Liguria, ENIT ed ECM, l'organizzazione di fam trip per tour operator, giornalisti, agenzie del settore e la promozione attraverso influencer ed ospiti correlati ad eventi a valenza turistica come Rolli Days, Genova Jeans, Ocean Race e Festival di Nervi.

Particolare attenzione è riservata all'informazione turistica e alla digitalizzazione tramite l'installazione di nuovi totem e monitor touch screen, lo sviluppo di reti e uffici che includono un nuovo punto Iat a Caricamento, l'ampliamento delle edicole che vendono il Genova City Pass, azioni di co-marketing con Trenitalia, compagnie aeree e crocieristiche ed una sempre più efficace promozione congiunta con altre destinazioni nazionali (Parma, Milano, Torino, Savona, Alessandria, ecc.).

A tutto ciò si aggiunge un rinnovato sistema di visite guidate, pubblicazioni focus su parchi e ville, offerte Family e Kids 0-12, flyer su accessibilità e una piattaforma sempre più ricca di prodotti e servizi turistici di tutto il territorio in collaborazione con la Camera di Commercio e gli stakeholder. È anche previsto un ampliamento delle sinergie con Aeroporto di Genova a cominciare dalle campagne relative alle nuove destinazioni che collegheranno la nostra città dal prossimo inverno.

Queste azioni di sviluppo dell'offerta turistica, della valorizzazione del territorio e delle sue eccellenze prevedono anche la realizzazione di card, voucher customizzati, azioni di supporto ed animazione correlati ad eventi dedicati a progetti strategici, nuove app interattive e geolocalizzate, un Geoportale del Turista ancora più aggiornato, Genova City Pass 24 e 48 Ore che includeranno esperienze correlate ad eventi di valenza turistica e la promozione "1+1" con i tour operator; di non meno importanza sarà la valorizzazione dei prodotti dell'enogastronomia locale.

Particolare attenzione è stata dedicata anche agli itinerari ciclabili e ai nuovi percorsi turistici pedonali e accessibili. Sarà anche ulteriormente rafforzata la collaborazione con

Genova Liguria Film Commission per la valorizzazione ed il posizionamento di Genova come location ideale per produzioni televisive e cinematografiche e per percorsi di cineturismo. Sarà incrementato anche il sistema di monitoraggio dei flussi turistici. Un occhio di riguardo verrà dedicato al settore Mice attraverso investimenti, supporti ad hoc ed un bando per la selezione di un progetto di valorizzazione della destinazione e attrazione eventi congressuali di grande portata finalizzati ad aumentare i pernottamenti in città.

Di 975.000 euro è il fondo dedicato all'organizzazione di eventi ed azioni di supporto ad eventi a valenza ed attrazione turistica. Oltre al mercato nazionale si punterà molto su quello francese, tedesco, britannico, svizzero, olandese e belga. La comunicazione prevede lo sviluppo e costante aggiornamento del portale visitgenoa.it e dei canali social dedicati, rapporti sempre più forti con i media e collaborazione con agenzie specializzate italiane ed estere oltre alla condivisione di contenuti con Enit e gli stakeholder per raggiungere in maniera sempre più ampia ed efficace il pubblico di riferimento.

Di estrema importanza sono anche state le campagne promozionali "Genova, cogli l'attimo" per pubblicizzare la promozione 1+1 (una notte in omaggio a fronte di un soggiorno prenotato in una struttura alberghiera aderente all'offerta e un Genova City Pass 48 ore in regalo per tutti i soggiornanti) e "Genova, più di quanto immagini". A queste seguirà "Genova, autentica passione" per promuovere un city break a Genova e il Genova City Pass 72 Ore.

Un importo di 550.000 euro sarà investito nel marketing dell'economia attraverso strumenti specifici come Book Invest in Genova ed il sito genovameravigliosa.com, l'organizzazione di seminari e di conferenze internazionali per promuovere l'attrattività economica di Genova oltre alla partecipazione a campagne promozionali per lo sviluppo economico del turismo.