

Turismo: reputazione delle Regioni, l'Emilia Romagna sul podio

Terzo posto nella classifica nazionale di Demoskopika. Bonaccini e Corsini: «Risultato che conferma la bontà delle scelte e degli investimenti fatti, comunicare bene la bellezza della nostra terra è fondamentale»



27 Ottobre 2021 L'Emilia-Romagna conquista il podio con il terzo posto, dopo Trentino Alto Adige e a ridosso della Toscana, nella classifica stilata dall'istituto di ricerca Demoskopika dedicata alle reputazioni turistiche delle regioni Italiane nel 2021.

La ricerca, giunta alla quinta edizione, ha analizzato i dati di oltre 688 milioni di pagine indicizzate sul web, quasi 7 milioni di like e follower sulle reti sociali, più di 50 milioni di recensioni e 450 mila strutture ricettive ed è basata sugli indicatori di visibilità, interesse dei portali turistici istituzionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia, tendenze e reputazione dei sistemi ricettivi.

Con un 'Regional Tourism Reputation Index' di 116 punti l'Emilia-Romagna si è quindi aggiudicata quest'anno il terzo posto, appena dietro a Trentino-Alto Adige (130,1) e Toscana (117,2).

Dallo studio, infatti, emergono un'elevata visibilità della destinazione turistica regionale sul web e sui principali canali social istituzionali e un altrettanto alto indice di gradimento dell'offerta ricettiva da parte degli utenti.

“Città d'arte, mare, cibo, appennino, sport, benessere, natura, cultura- commentano il presidente della Regione, Stefano Bonaccini, e l'assessore regionale al Turismo, Andrea Corsini-; l'elenco di tutto quello che la destinazione turistica Emilia-Romagna ha da offrire ai suoi visitatori è noto, ma il punto non è solo questo. Perché se da una parte siamo di fronte a una conferma dell'attrattività della nostra regione, dall'altra si registra l'efficacia della strategia di comunicazione e di promozione sul web che è stata adottata”.

“Ricerca e innovazione per lo sviluppo continuo dei nostri portali e dei social media, ma anche campagne web mirate e una attività di promozione video che punta sulla qualità e su testimonial autorevoli- continuano Bonaccini e Corsini- sono scelte che, a fronte degli investimenti fatti e in un momento estremamente delicato per gli effetti dell'emergenza sanitaria, premiano un territorio che sa lavorare in squadra. Grazie ad Apt Servizi e alle tre Destinazioni turistiche per il risultato raggiunto, perché saper investire sulla bellezza della nostra regione è un valore aggiunto, e non certo scontato”. □

