

Turismo e promozione

Ecco il calendario unico

Prossimo obiettivo un osservatorio sui risultati

di **VINCENZO MALARA**

DA ANNI Modena aspetta con trepidazione un salto di qualità nell'appeal turistico. Ferrari, enogastronomia, Bel Canto, le nostre eccellenze sono note al mondo intero, ma non abbastanza per convincere i visitatori a fermarsi per più di un giorno. A mancare è sempre stata una vera programmazione a lungo termine capace di imporsi nei pacchetti dei tour operator, una strategia di marketing in grado di 'sedurre' i forestieri. Ed è per questo che la nascita di un calendario unico diventa inevitabilmente una buona notizia, sia per le strutture ricettive che per il tessuto economico in generale. Insomma, il brand 'Modena' aveva bisogno di una sinergia tra più soggetti: ora però servono i risultati, a partire dai pernottamenti. E ieri in Comune l'assessore alla Promozione della città e Turismo, Tommaso Rotella, e l'assessore alla Cultura, Gianpietro Cavazza, hanno convocato il primo appuntamento dell'anno del Tavolo per la promozione della città (furono cinque gli incontri nel 2015), con l'obiettivo di approfondire gli eventi dei prossimi mesi e incastrare già i tasselli per il 2017. Presenti i rappresentanti della Provincia, Modena Fiere, Camera di Commercio, Unimore, Mu-

seo Enzo Ferrari, Fondazione Mef e Pavarotti, Palatipico, Autodromo, associazioni di categoria, Confindustria, Confimi, Modenaremoremio, Modenatur, Apt servizi e Consorzio Festivalfilosofia. Forte di un finanziamento regionale di 50mila euro, il Tavolo (aperto a nuovi ingressi) mira a definire una promozione coordinata. Determinanti, in questo senso, le esperienze della navetta Discover e delle iniziative realizzate per il

TORNA LA MILLE MIGLIA

Nel programma spunta il ritorno della corsa in città il prossimo 21 maggio

periodo Expo, fotografia di un sistema cittadino che finalmente lavora unito. E all'orizzonte, oltre agli eventi, c'è la creazione da zero di un vero e proprio Osservatorio per misurare e anticipare i flussi turistici regionali, incrociando dati, abitudini, pernottamenti, per raggiungere un quadro generale di valutazione anno per anno. Cilegina sulla torta la prima versione cartacea del calendario unico degli appuntamenti (già consultabile sul sito www.visitmodena.it), che verrà aggiornato nelle

prossime settimane, e l'introduzione di una serie di nuove 'idee per un weekend a Modena' che contempli mostre, concerti e suggerimenti per scoprire il territorio a 360 gradi. Contemporaneamente - e lo ha invocato specialmente il presidente di Federalberghi, Amedeo Faenza - si lavorerà sulla valorizzazione della funzione commerciale del centro storico con avvisi e bandi e l'evoluzione della rete commerciale verso il target turistico. Tradotto: se vogliamo che la città sia appetibile anche i negozianti dovranno fare la loro parte.

«A maggio - spiega Rotella - definiremo già un piano per il 2017 in modo da aiutare i tour operator. Inoltre - aggiunge - ci stiamo concentrando sulla creazione di un Osservatorio». L'aumento degli stranieri è tangibile, ma - e l'Osservatorio avrà questo obiettivo - mancano dati assoluti. Per questo l'incremento medio dei visitatori della Ghirlandina del 30% nel 2015 non è sufficiente a fotografare un trend che necessita di incrociare altre informazioni. Sfolgiamo il calendario 'work in progress' si scoprono intanto alcune chicche, tra cui Notte Bianca (14 maggio) e Mille Miglia (21 maggio); Modena Terra di Motori (29-29 maggio) e il concerto in ricordo di Pavarotti (6 settembre).

