

Misano inesistente sul web, la denuncia di Assoturismo Confesercenti "C'è molto da lavorare"

Turismo - 29 novembre 2018 - 11:45



Nei giorni scorsi è stata resa nota l'indagine-sondaggio "Destinazione Romagna: una galassia di brand" sul posizionamento di immagine della Romagna e delle singole località in Italia e in Europa. I ricercatori di Trademark Italia hanno analizzato quanto si è scritto e pubblicato sui social, su siti di viaggi e su Tripadvisor dal luglio 2017 a luglio 2018. Sul web, nel periodo indicato, Rimini ha collezionato due milioni di citazioni, sia in italiano che in inglese, al secondo posto c'è Riccione. *"Misano è praticamente inesistente sul web, c'è un problema di comunicazione che l'amministrazione deve risolvere e sul quale deve investire - spiega **Veronica Pontis, di Assoturismo Confesercenti Misano (nella foto) -**, per lavorare sulla brandizzazione e sul posizionamento dell'immagine. Alla domanda, quale destinazione ha visitato in Romagna? Misano è in quartultima posizione, nonostante vantiamo la meravigliosa Portoverde, il percorso sul Conca, l'Autodromo e numerose eccellenze nel campo della ristorazione. Eccellenze che ci raccontiamo tra di noi "come al bar", ma che non diciamo al mondo. Non abbiamo un posizionamento digitale, in pochi parlano di noi. L'autodromo porta in giro per il mondo il nome di Misano, ma è evidente che le persone che vengono qui non percepiscono il fatto che si trovano a Misano, altrimenti non si spiegherebbe il nostro basso posizionamento. Chi è venuto alla Super bike o al raduno mondiale Ducati non sapeva di essere a Misano. Se si pensa alla Romagna infatti non è possibile che non venga in mente la "Terra dei motori". Quando ai tavoli con l'amministrazione abbiamo fatto presente il problema, ora confermato dai numeri non opinabili del sondaggio, la risposta è stata che i numeri turisti sulle presenze sono confortanti, i nostri sono turisti fidelizzati e che da tempo vengono da noi, e quindi va tutto bene. Noi diciamo invece che Misano sta vivendo di rendita, oggi la partita del turismo si "gioca" anche sul web. Dobbiamo cominciare a parlare di web reputation, Misano deve andare alla ricerca del suo brand, negli ultimi giorni ci siamo posizionati nel web solo grazie alle uscite di Claudio Cecchetto candidato sindaco. C'è molto da lavorare e da comunicare".*