

Turismo: Visit Rimini compie un anno, buoni risultati nonostante la pandemia

Attualità - 24 febbraio 2021 - 07:53



Nonostante l'emergenza sanitaria i risultati raggiunti sono stati «straordinari». Entrata in funzione un anno fa poco prima del lockdown, la compagnia che sta guidando la strategia di marketing del capoluogo romagnolo ha tracciato il suo primo bilancio annuale.

In un anno di attività sui social, **Visit Rimini è riuscita a coinvolgere ogni mese sui propri canali una media di 500 mila persone** che consultavano contenuti sulla città. **Più di tre milioni le visualizzazioni** ai video della piattaforma. La community di suoi **follower è composta al 90 per cento da turisti**. Visit Rimini **lancerà prima dell'estate un nuovo portale** attraverso cui racconterà il territorio come destinazione per 365 giorni all'anno e venderà pacchetti viaggio.

Un'altra analisi eseguita dalla società Blogmeter sulle conversazioni online su Rimini evidenzia la percezione di una città che cambia. Le chiacchiere virtuali hanno fatto emergere i temi della cultura, della vacanza d'inverno e dello smart-working. Il picco di conversazioni è stato raggiunto in occasione del Meeting di Rimini e sono di tipo politico. «Non voglio nascondere che alcuni progetti che erano in stato avanzato li abbiamo accantonati per tirarli fuori in momenti più opportuni, per non bruciarceli», ha riferito **Stefania Agostini**, presidente del consorzio Rimini Welcome DMC che gestisce il brand Visit Rimini. «Un anno difficile quello che abbiamo alle spalle, e mi pare di capire che altrettanto difficile sarà quello di fronte a noi».