Regione, presentato il progetto "Calabria straordinaria"

Date : 20 luglio 2021

È stato presentato a Milano "Calabria Straordinaria", un modello nuovo e sperimentale di progettazione e rafforzamento dell'appeal turistico dei territori, di cui la Regione Calabria ambisce a diventare progetto pilota e riferimento nazionale. All'iniziativa hanno partecipato il presidente della Regione, Nino Spirlì, l'assessore regionale allo Sviluppo economico, Turismo e Internazionalizzazione, Fausto Orsomarso, il presidente di Instagramers Italia Ets, Orazio Spoto, il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio, e il project manager "Calabria Terra dei Padri 2023", Lucio Presta. "Il progetto-quadro di comunicazione strategica e di riposizionamento nazionale e internazionale dell'immagine complessiva della regione - é detto in un comunicato - prevede la progressiva riscrittura di nuovo storytelling, esperienziale e inedito, il cui nucleo e metodo è quello dei Marcatori identitari distintivi (Mid), ovvero quegli elementi caratterizzanti della sua eredità naturalistica, storica, artistica, culturale, enogastronomica, misurabili secondo parametri ufficiali e definiti e che in maniera univoca e distintiva la rendono un unicum, fruibile e suggestivo in tutti i mesi dell'anno. La mission istituzionale sottesa al progetto complessivo, di cui 'Calabria Terra dei Padri 2023' è una delle prime e principali declinazioni, è quella di ricostruire e condividere, a tutti i livelli e trasversalmente a tutti i programmi e a tutte le altre future azioni regionali, un modello di analisi, nuovo, sperimentale e replicabile, finalizzato alla narrazione, alla valorizzazione e all'investimento turistico di e su quel patrimonio materiale e immateriale dei territori calabresi che non ha competitor su scala globale. Con questa ambizione, che è di sostanziale superamento dei cliché turistico-paesaggistici della letteratura di settore e delle relative politiche pubbliche messe in campo fino a oggi, si procederà alla messa in atto di un piano di comunicazione interna/esterna dell'appeal distintivo regionale, attraverso il racconto inedito di una Calabria emozionale e di fatto inesplorata. Funzionale e propedeutica alla realizzazione del progetto l'indagine commissionata dalla Regione all'Istituto di ricerca Demoskopika sulla destinazione Calabria. Nell'ambito della ricerca, focalizzata sull'analisi degli orientamenti e dei consumi turistici degli italiani, la penisola calabrese è risultata tra le cinque destinazioni turistiche più richieste nel 2021, tra chi ha dichiarato di trascorrere una vacanza in Italia (87,9%). In termini di appeal, 8 italiani su 10 che la conoscono hanno espresso l'interesse a visitarla. Inoltre, il 93,9% degli italiani che si è recato in Calabria, per una vacanza o un viaggio, ci tornerebbe nuovamente. Clima, buon rapporto qualità/prezzo dell'offerta e la risorsa mare risultano i driver vincenti così come la ricchezza naturalistica dei parchi, la tradizione enogastronomica e l'innata accoglienza dei calabresi sono fattori che completano l'appeal positivo verso la destinazione turistica. Sul versante opposto, l'indagine ha fatto emergere anche le principali criticità da affrontare con

una programmazione consapevole: l'offerta sanitaria, i servizi di informazione per i turisti, il potenziamento infrastrutturale e i servizi di trasporto. Sul versante della promozione, vincono il passaparola (30,1%), l'utilizzo strategico degli spazi pubblicitari offerti dalla Ota (19,6%) e l'utilizzo professionale e programmato delle attività digital - blogging e social media marketing (18,5%). Il progetto entra subito nel vivo con il coinvolgimento di 10 autori/creator locali e community manager, che avranno il compito di valorizzare, dal punto di vista delle diverse esperienze che rendono disponibili, i primi 10 Mid che emergeranno dall'applicazione del modello di studio promosso dalla Regione. Oltre alla realizzazione di un piano di comunicazione strategica, integrata e multicanale, 'Calabria straordinaria' prevede anche lo sviluppo di un progetto di marketing territoriale per ciascun Mid individuato e il rifacimento e l'ubicazione strategica, declinata sulla base della Carta dei 100 marcatori identitari distintivi della Calabria, di tutta la segnaletica turistico-culturale regionale. L'analisi selettiva proposta per i Marcatori identitari distintivi viene utilizzata anche per l'individuazione degli eventi, classificabili anch'essi in Eventi identitari distintivi (Eid)" "I calabresi - ha spiegato l'assessore Orsomarso - possono e devono riappropriarsi, con una consapevolezza che forse non è mai stata adeguatamente sollecitata, di un patrimonio autentico e identitario, ereditato e straordinario che diventa oggi la leva strategica sulla quale investire e costruire una nuova reputazione attrattiva internazionale; una rilettura non solo teorica o storica ma sostanzialmente economica e produttiva sulla quale poter competere intersecando tutti i mercati turistici, in tutti i mesi dell'anno. È, questa, la sfida del glocale, quella che si gioca anzi tutto a casa propria, attraverso il potenziamento senza precedenti della comunicazione interna, dell'off-line (a partire dal rifacimento di tutta la segnaletica turistica), ma che si vincerà fuori dai nostri confini, esportando l'immagine di una terra rimasta di fatto inesplorata attraverso gli ambasciatori internazionali di Calabria Terra dei Padri 2023 che sarà una delle prime declinazioni di questo nuovo paradigma nella progettazioni dei turismi". "Quello che vogliamo raccontare - ha affermato il presidente Spirlì - è una Calabria che è tante cose insieme che convivono malgrado siano una contraria all'altra. Siamo figli degli ebrei come degli islamici, dei greci come dei turchi. Siamo una sorta di meravigliosa mescolanza di almeno 15 popoli: la Calabria è popolo di popoli, terra di terra. Se andiamo nei territori ci rendiamo conto che ci sono anche uomini 'marcatori', come Gioacchino da Fiore, Pitagora, Corrado Alvaro. Bisogna fare un tuffo nella storia e recuperarla nel cuore del terzo millennio. Abbiamo la ricchezza dell'assoluta semplicità e la varietà architettonica nei nostri borghi. Questa Calabria marca l'anima dei calabresi e di chi la visita".