

L' Abruzzo verso una nuova brand identity

Stati Generali del Turismo- Teramo

L' Abruzzo verso una nuova brand identity



Teramo, 18 dicembre 2018 - Oggi l'Abruzzo è considerata una Regione statica, quieta, senza carattere. Ha quindi bisogno di farsi sentire attraverso una nuova narrazione e con una promozione turistica strategica. E va verso questo obiettivo il Piano Strategico Regionale del Turismo presentato nel corso dell'assemblea plenaria che si è svolta martedì 18 dicembre al Teatro Comunale di Teramo, all'interno della seconda giornata di #destinazioneAbruzzo, manifestazione regionale voluta dall'assessorato al turismo per fare il punto della situazione e condividere con gli operatori del settore e gli stakeholder del territorio proposte e idee in grado di arricchire operativamente il Piano stesso.

"L'Abruzzo è una Regione dal grande potenziale", ha detto in apertura di assemblea **l'Assessore Regionale al Turismo Giorgio D'Ignazio**, "è però arrivato il momento di ideare un concetto connotante, definito, unico e riconoscibile che non si discosti dalla reale percezione dell'Abruzzo come Regione Verde D'Europa, e che sappia trasformare in positivo la negatività di essere poco conosciuta".

Secondo le indicazioni del Piano strategico il nuovo Brand deve puntare sul concetto di "Abruzzo Wild" nel senso di Abruzzo autentico, da scoprire e da vivere in modo personalizzato.

I cardini fondamentali della nuova strategia si fondano sul fare sistema, sull'innovazione e l'integrazione. "Non possiamo pensare di fare programmi senza coinvolgere gli operatori, tralasciando le nuove tecnologie e dimenticando gli asset fondamentali che sono i trasporti e le infrastrutture" ha detto **D'Ignazio**, che ha ringraziato tutti gli operatori intervenuti, "la loro presenza numerosa e propositiva è uno stimolo importante".

E su questa linea si è espresso anche il Presidente vicario della Regione Abruzzo **Giovanni Lolli** che nel suo intervento di apertura ha detto: "Per rendere appetibile il nostro prodotto turistico è necessario renderlo raggiungibile, organizzare servizi e farlo conoscere attraverso una promozione mirata".

Tra le numerose indicazioni scaturite dal piano c'è anche la necessità di superare la frammentazione delle Dmc che nel futuro dovranno dimostrare di saper realizzare vere reti d'impresa tra pubblico e privato. La Regione inoltre intende andare verso la creazione di un soggetto pubblico-privato che dovrà occuparsi della promozione turistica, come hanno fatto altre realtà come Toscana e Puglia.

"Il caso Abruzzo può diventare best practice nell'ambito dell'evoluzione delle politiche turistiche a livello nazionale", ha detto

Alessandra Priante - Capo Ufficio Relazioni Internazionali e Team transizione turismo del Ministero MiPAAFT, "il turismo è un settore economico che produce valore diretto, indiretto e indotto e pertanto far crescere questo asset genererà valore per l'Abruzzo che potrà fare passi avanti". All'assemblea sono intervenuti anche **Giovanni Bastianelli** - Direttore Esecutivo ENIT, **Mario Romanelli** della società Travel Appeal e **Edoardo Colombo** - Esperto di innovazione e Turismo.