

Marchio ed esperti esterni per il futuro del turismo

L'obiettivo è l'unione delle varie forze per una visione di lungo periodo e per garantire un'offerta ai villeggianti ancora più competitiva

CESENATICO

ANTONIO LOMBARDI

Come fare per avere un'offerta turistica ancora più competitiva: l'amministrazione comunale ha aperto il confronto con le associazioni di categoria per trovare condivisione nella strategia e nel metodo, per poi passare alle formule organizzative.

Il marchio

L'amministrazione comunale ha avviato l'iter per individuare il modello di gestione più efficace per rilanciare il marchio di destinazione. Per farlo sarà necessario studiare e individuare professionalità specifiche per giungere a definire, in accordo con le associazioni di categoria, un nuovo modello di gestione turistica in grado di promuovere e commercializzare Cesenatico.

Visione di lungo periodo

La giunta comunale ha approvato una delibera che recepisce gli obiettivi del documento unico di programmazione. L'obiettivo principale è condividere un percorso strategico, insieme alle categorie economiche e ai comitati di zona, in un arco temporale a largo respiro, che permetta di avere una visione lunga e strumenti adeguati per la promozione della città.

Mare, sport e cultura

Un'altra finalità è quella di tene-

re al centro dell'immagine turistica il borgo marinaro e le grandi possibilità di sviluppo culturale collegate al Museo della marineria, mantenendo alto il posizionamento di Cesenatico come in località ambite del panorama nazionale per la vacanza balneare, attiva e per gli eventi sportivi. Attraverso un nuovo soggetto in grado di promuovere, commercializzare e creare nuovi prodotti turistici, mettendo a sistema mare, sport, arte, cultura, enogastronomia, artigianato, per garantire anche la destagionalizzazione turistica.

Esperti esterni

Per farlo il Comune ha quindi deciso di avviare formalmente un percorso che prevederà l'affiancamento di consulenti esterni e di un supporto giuridico, capaci di affiancare i servizi comunali e l'assessorato al turismo nell'individuare la struttura più rispondente alle esigenze di Cesenatico. Il Comune è al lavoro per individuare il modello più adatto alla creazione di questo nuovo soggetto, che dovrà coordinare la promozione turistica. Sia riguardo la funzione di politica turistica e management, sia di quella di marketing, promozione e supporto commerciale. Fondamentale sarà il miglioramento nell'utilizzo e nell'accessibilità di risorse, dei servizi ricettivi e complementari.



A Cesenatico dibattito su come rafforzare il turismo

Sindaco e assessora

Il sindaco Matteo Gozzoli evidenzia come questo impegno porti avanti gli obiettivi contenuti nel programma elettorale di coalizione e annota: «Partiamo da una base solida, fatta di collaborazione tra amministrazione comunale e iniziativa privata. Cesenatico da questo punto di vista è già un'istituzione e vogliamo portare la destinazione a un ulteriore salto di qualità». Gaia Morara, assessora a turismo e sport, anticipa: «I lunghi mesi di emergenza sanitaria che abbiamo vissuto hanno messo a

dura prova tutta la filiera turistica di Cesenatico che però in un momento di difficoltà si è compattata ed è riuscita a proporre un'offerta competitiva, all'avanguardia e perfettamente in coerenza con gli storici valori di accoglienza romagnola. Proprio per questo è il momento di provare a guardare avanti, per evitare di perdere in competitività e cercare di migliorare ancora tutti insieme. L'amministrazione comunale può essere traino e collante di tutte le realtà private».