

Visit Romagna, Sadegholvaad al timone

Il sindaco succede a Gnassi. Nel cda entra Franca Foronchi di Cattolica, subentra al primo cittadino di Misano, Fabrizio Piccioni

Visit Romagna cambia timoniere. Lascia Andrea Gnassi, gli subentra il nuovo sindaco di Rimini, Jamil Sadegholvaad (gli incarichi nell'organismo turistico sono legati al mandato amministrativo). Altra new entry Franca Foronchi, sindaco di Cattolica. Subentra al primo cittadino di Misano, Fabrizio Piccioni, in una logica di condivisa alternativa per la zona sud.

Sadegholvaad, dopo aver ringraziato Gnassi per il lavoro svolto nella delicata e decisiva fase dello start up», ha parlato dei risultati ottenuti, «soprattutto con il consolidamento del brand, che dimostrano che la strada imboccata è quella giusta». «Il 2022 sarà un anno ancora complicato - aggiunge - e questo è bene non nascondere, anzi doverosamente ne teniamo conto in fase di pianificazione degli obiettivi, delle strategie, degli interventi, degli strumenti che metteremo in atto».

«Il 2022 andrà meglio del 2021, anno che è già andato meglio rispetto all'orribile 2020. I numeri già raccontano come quest'anno, durante i mesi estivi, la situazione sia già tornata in termini di arrivi ai livelli prepandemici. E ciò nonostante il sostanziale azzeramento delle presenze estere su cui negli ultimi 10 anni la nostra Regione aveva giustamente puntato molti dei suoi investimenti».

Quanto a «questioni più urgenti - prosegue il neo presidente di Visit Romagna - credo che per



Foto di gruppo per il nuovo consiglio di amministrazione di Visit Romagna

la Romagna il 2022 debba ricominciare dalla Pasqua. Ripeto, nessuna ha la palla di vetro per profetizzare ciò che avverrà ma sono fiducioso che i primi sei mesi dell'anno nuovo saranno differenti dagli ultimi due semestri iniziali. Questo ci porterà a programmare da subito le strategie per consolidare la destinazione su un pubblico che sarà ancora in gran parte italiano». Per titoli poi le direzioni. «Il consolidamento del pubblico mass market attraverso la conferma

PROGETTO

«Definire le strategie di comunicazione soprattutto sugli strumenti social»

della campagna televisiva sulle reti nazionali di fine primavera - inizio estate. Su questa, che ha avuto ottimi riscontri nelle ultime due annate 'emergenziali', io mi spingo a chiedere un vero e proprio progetto, la cui realizzazione deve partire ora, per un prodotto molto innovativo». «Definire e strutturare le strategie di comunicazione soprattutto sugli strumenti social; alimentare sul piano romagnolo l'intero tema dell'open space valorizzando e promuovendo sempre più, e con progetti specifici, la correlazione ampia tra costa, borghi e entroterra; massima attenzione e collaborazione con i territori per il Ptpl - programma turistico di promozione locale - , premiando le politiche sinergiche e di vallata».

Mario Gradara