



# COMUNE DI RAVENNA

Commissione Consiliare Permanente n. 8 – Turismo  
Piazza del Popolo, 1 – 48121 Ravenna  
segreteriacommissioni@comune.ravenna.it

## Verbale della seduta del 02/10/2017

(presso NH Hotel Piazza Mameli n. 1 RA)

Approvato in Commissione 8 il 04/01/2018

### PRIMA PARTE (vedi anche verbale Commissione 8 del 19/10/2017 SECONDA PARTE)

All'Ordine del Giorno:

- 1) **RAVENNA OPEN TURISMO** - illustrazione ed analisi da parte dell'Assessore Costantini e degli operatori del settore dei dati della stagione estiva 2017 e anticipazioni strategie di promozione per il 2018.

Alla riunione svoltasi presso la sala del Consiglio comunale, risultano presenti i seguenti commissari:

Cognome e nome	Delegato: cognome e nome	Gruppo	Presente	Ora entrata	Ora uscita definitiva
Alberghini Massimiliano	-	Alberghini	assente	-	-
Ancarani Alberto	-	Forza Italia	x	09.30	12.10
Ancisi Alvaro	-	Lista per Ravenna	x	10.40	12.10
Casadio Michele	-	Partito Democratico	x	10.50	11.30
Distaso Michele	-	Sinistra per Ravenna	assente	-	-
Francesconi Chiara	-	Partito Repubblicano It.	x	10.30	12.10
Fрати Marco	-	Partito Democratico	x	10.00	12.10
<b>Mantovani Mariella</b>	-	Art. 1 - MDP	x	09.30	12.10
Manzoli Massimo	-	Ravenna in Comune	x	09.30	12.00
Perini Daniele	-	Ama Ravenna	x	09.30	12.10
Rolando Nicola Gianfilippo	-	Lega Nord	x	09.30	12.10
Tardi Samantha	-	Cambierà	x	09.30	12.10
Verlicchi Veronica	-	La Pigna	assente	-	-

I lavori hanno inizio alle ore 09.58.

L'assessore **Giacomo Costantini** ritiene opportuno precisare in apertura come, seguendo le indicazioni emerse nel corso di Open Turismo 2016, si sia dato seguito ad una serie di tavoli tecnici, imperniati su promozione, logistica e web marketing, rispettando l'impegno di aggiornamenti semestrali, nell'ottica di una proficua collocazione con le associazioni di categoria.

In particolare, circa la promozione 2017, per le fiere APT Servizi, si è preso parte a quella di Vienna, in collaborazione con il Comune di Cervia, di Bruxelles, di Praga (Società Gestione Campeggi), di Monaco (Società Gestione Campeggi), di Budapest, di Berlino, si parteciperà a quelle di Rimini (Ravenna Incoming) e di Varsavia, in collaborazione, per quest'ultima, con il Comune di Cervia.

Per la promozione 2017 APT Servizi, val la pena soffermarsi sull'azione svolta presso la stazione centrale di Monaco per il collegamento ferroviario Monaco-Rimini, in collaborazione con il Comune di Cervia: iniziative dirette su mercati in lingua tedesca, quindi, per una campagna che proseguirà pure nel 2018.

Sempre in tema di promozione 2017, compartecipazione con APT Servizi, spiccano Speciale Germania e Spot Radio Mercato Italia, “spingendo” molto sui mercati tedeschi, con un’azione sia di web marketing che di natura pubblicitaria.

Significative pure le presentazioni e i workshop tenuti a Dusseldorf, città con cui condividiamo il patrono, Sant’Apollinare, con un conseguente stretto legame storico-religioso, e durante tale incontro è stato possibile intrecciare rapporti con l’Istituto Italiano di Cultura di Colonia, località che accoglie uno dei più importanti musei europei sull’Impero Romano e la cosa acquista, per “noi”, particolare valore in vista della prossima apertura del Museo Archeologico di Classe. In chiave prettamente turistica, non si dimentichi che Dusseldorf e Berlino propongono voli diretti su Bologna.

In settembre “siamo” stati ospiti di Malbork-Polonia, per l’esposizione delle copie dei mosaici antichi di Ravenna, nell’ottica di investimento su mercati in crescita.

A Malbork ha avuto luogo anche un importante convegno tecnico-scientifico sul mosaico, ricordando che il castello costituisce il monumento più visitato dell’intera Polonia; va ribadito, comunque, che il mercato polacco appare davvero interessante e aumenta costantemente il numero dei turisti polacchi in Italia, come confermato dagli stessi campeggiatori.

Venendo, sempre per la promozione 2017, ai servizi su tv nazionali ed estere, Costantini spiega che si è cercato di inserire “contenuti che ci interessavano”; la cosa è stata possibile per Rete 4, la trasmissione di Mengacci e Rai Uno “Paese che vai...”, mentre per Super Quark “loro” vengono già con una scaletta ben precisa da rispettare con rigore.

Circa l’attività condotta da Shuttle Crab, una sua breve fotografia indica un aumento non soltanto delle frequenze, ma anche del periodo di servizio: quest’anno la durata è stata superiore di un mese e mezzo rispetto al passato e si sono aggiunte quattro corse in alta stagione.

Il tutto va visto non soltanto come impegno da parte del privato che offre il servizio, ma anche in un quadro complessivo che contempla il tentativo di incrociare quelli che erano dati dell’aeroporto, i voli più interessanti, con gli orari del servizio, al fine di eliminare o, comunque, ridurre i tempi morti per giungere a destinazione.

Quest’anno, inoltre, lo Shuttle svolgerà un servizio ad hoc nei giorni della Maratona di Ravenna e anche per Mirabilandia, almeno nel week end. I dati relativi appaiono confortanti, con un aumento del 31.75% dei passeggeri, anche grazie all’aumento delle frequenze; si è insistito maggiormente sull’on-line (+5,76%), con lieve calo a bordo (-7,35%) e +1,74% per le rivendite. Siamo a livello di 50% e 50% tra utenti “domestici” e turisti, con Germania e Inghilterra al top circa la provenienza degli stranieri, mentre sorprende in negativo il dato, assai basso, inerente la Spagna.

L’Assessore ricorda brevemente il servizio di visite guidate, a cura di Ravenna Incoming, con 58 servizi e 1.740 partecipanti nel periodo gennaio-ottobre, l’iniziativa Mosaico di Notte 2017, con visite il martedì e il venerdì con due distinti percorsi, rivolti, rispettivamente, alla Domus dei Tappeti di Pietra, al Museo Nazionale, a San Vitale e Galla Placidia, nonché alla Cripta Rasponi e Giardini Pensili, a San Vitale e Galla Placidia, alla Domus dei Tappeti di Pietra, al Parco Archeologico di Classe, a Sant’Apollinare in Classe.

20 i servizi di visita guidata, con 1.853 partecipanti.

Dai dati riferiti a statistiche d’uso del sito [www.turismo.ra.it](http://www.turismo.ra.it) emerge un trend in continua crescita, con dati utili pure per le strutture ricettive, per posizionare e meglio organizzare i contenuti all’interno del proprio sito.

Dopo aver proposto le pagine più visitate per classifica dai turisti italiani, dagli inglesi, sensibili alla spiaggia, dai tedeschi e dai francesi, Costantini spiega che non sembra delinarsi nulla di

sostanzialmente nuovo rispetto all'altro anno mentre, per gli accessi al sito, aumentano gli accessi in toto e anche le famiglie ricorrono al sito quale strumento di consultazione per trovare ciò che interessa.

Per quel che concerne, invece, le schede contatto, nel periodo 1 gennaio - 31 agosto 2017 risultano ben 95.393 contatti.

Da ricordare, infine, il progetto Magliette Gialle con il contributo che i ragazzi delle scuole offrono volontariamente al Comune, preziosa esperienza civica di volontariato.

**Lidia Marongiu**, dello Studio Giaccardi & Associati, precisa che in estate “ci” siamo concentrati in particolare sull'organizzazione degli eventi e sulla preparazione del primo video.

A livello di campagne, seguendo una specifica strategia, l'obiettivo consisteva nel lavorare su interventi aventi potenzialità, in chiave turistica, a livello nazionale e internazionale.

Si sono sviluppate campagne Facebook sulla pagine di Ravenna Turismo e “abbiamo” condotto, dai primi di giugno sino al 31 agosto, 11 campagne che hanno promosso 8 eventi o, meglio, 7 eventi più un tema, quello del balneare. In concreto si è dato vita ad una copertura capace di raggiungere 833.000 persone. La spesa per tali campagne ha superato di poco i 2.600 euro, cioè il 13% del budget annuale messo a disposizione per la promozione di web marketing: una spesa ridotta per poter disporre di maggiori risorse volte alla promozione del periodo autunno-inverno, più critico, poiché d'estate si ottengono già validi risultati di promozione anche grazie ad una comunicazione di tipo “organico”, cioè con contenuti “veicolati”.

Quanto all'analisi reputazionale della Destinazione Ravenna, presentata a giugno, 300 sono risultate le strutture coinvolte nei mesi estivi, con l'evidenziazione di due dati: 1) l'indicatore di monitoraggio (“ci” dice cosa è accaduto) indica il “*sentiment*”, accresciuto dello 0,4%, mentre 2) appare in lieve calo il dato di “*resource*”.

Nei mesi estivi, poi, da metà giugno a fine settembre, sono state scritte in merito alla Destinazione Ravenna 29.180 recensioni, con 30.473 menzioni, in cui menzione corrisponde al giudizio contenuto nella recensione. Si è potuto comprendere come per Ravenna conti, soprattutto, il periodo estivo, dato che di 42.000 recensioni annuali, circa 30.000 interessano i soli 3 mesi estivi.

**Rossella Salvi**, del Servizio Statistica Regione Emilia-Romagna, sottolinea, pur costretta ad avvalersi di slide quasi incomprensibili causa problemi tecnici, che il periodo gennaio-metà agosto, per il settore turistico vede la provincia di Ravenna confermarsi, quanto ad arrivi e presenze, seconda provincia turistica dell'Emilia-Romagna.

In un anno i pernottamenti sono cresciuti quasi del 5%, i visitatori, addirittura del 9,5%.

Più in particolare, per la realtà comunale, tra gennaio ed agosto si registra un incremento annuale degli arrivi dei turisti del 6,8%, con un aumento dei pernottamenti pari al 4,7%.

Nel dettaglio, Ravenna città d'arte e mare, la “Ravenna turistica” presenta ad agosto una lieve flessione rispetto allo stesso mese del 2016, con le presenze in calo del 2,5% e gli arrivi sostanzialmente stabili; tale andamento di agosto, però, non va ad incidere per nulla sulle statistiche record dei primi otto mesi del 2017. Dopo un marzo “complicato”, infatti, il positivo trimestre aprile-giugno ha visto i

pernottamenti crescere sino all'80%, consentendo a Ravenna di chiudere il periodo gennaio-agosto ampiamente in attivo. A trainare il comparto, in questi primi otto mesi, le 345.000 presenze (+6%) della città d'arte.

Soffermandosi, poi, sui Paesi di provenienza, spicca il ritorno dei tedeschi con un aumento di arrivi sul 2016, pari al 13,2%.

Un breve intervento da parte di **Gianfilippo Nicola Rolando** per ricordare che il turismo “non è solo campeggi etc., ma vanno considerate anche le seconde case”.

I lavori hanno termine alle ore 12.10.

La Presidente

F.to Mariella Mantovani

Il Segretario verbalizzante

F.to Paolo Ghiselli