



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA



Turismo. Per la Riviera emiliano-romagnola una estate ai livelli pre-Covid: quasi 39 milioni di presenze da maggio a settembre. L'assessore Corsini: "Premiati i nostri investimenti e la strategia dei grandi eventi, ma preoccupa il caro energia: la nostra risposta è la riqualificazione delle strutture"

L'Osservatorio turistico regionale di Unioncamere Emilia-Romagna segna un +13% rispetto al 2021 e un +3,7% nei confronti del 2019 per gli arrivi. Presenze straniere vicine a prima del Covid, turisti tedeschi in due strutture su tre. L'impegno della Regione: un Piano di promozione triennale da 30 milioni di euro, 20 milioni per le campagne pubblicitarie e l'accordo con banche e BEI per 300 milioni di prestiti per rinnovare gli alberghi

Bologna – In Riviera l'estate che si è appena conclusa ha superato per pubblico quella che gli operatori non avevano esitato a definire la **"migliore estate degli ultimi dieci anni"**: a metterlo nero su bianco sono i numeri **dell'Osservatorio Turistico Regionale di Unioncamere Emilia-Romagna** elaborati da **Trademark Italia**.

Da Comacchio a Cattolica passando per Cervia, Cesenatico, Rimini e Riccione infatti le **presenze** e gli **arrivi** sono **aumentati** non solo **rispetto al 2021** ma anche **in confronto al 2019**, ultima stagione prima della pandemia: le **38,7 milioni di presenze** nelle località turistiche della costa **da maggio a settembre 2022** sono superiori sia ai 34,8 milioni di dodici mesi fa che ai 38,3 milioni che nel 2019 avevano fatto registrare quella che era stata, numeri alla mano, la stagione turistica più positiva dal 2010 in poi. Merito di un **pubblico italiano** la cui crescita non si arresta anche con il ritorno alla possibilità di viaggiare in Europa e nel mondo e di una **clientela straniera** che non registra cali significativi nonostante il conflitto in Ucraina abbia precluso la vacanza in Emilia-Romagna a un target storicamente significativo come il pubblico russo.

Questi risultati premiano l'importante attività di promozione e comunicazione avviata dalla Regione Emilia-Romagna insieme ad **Apt Servizi** e alle tre **Destinazioni turistiche**: in totale un piano **da 30 milioni di euro nel triennio 2021-2023** su tutta l'Emilia-Romagna, con **campagne pubblicitarie** sui media italiani ed esteri che raggiungono i **20 milioni di euro** di investimenti dal 2021 al 2024. Fondi a cui si devono poi aggiungere i **300 milioni di euro** a disposizione tra il 2022 e il 2024 per **riqualificare gli alberghi di tutta l'Emilia-Romagna**, frutto dell'accordo con le banche e la Banca europea degli investimenti per prestiti a cui la Regione contribuisce con stanziamenti propri per abbattere i tassi di interesse.

“La stagione è stata senza dubbio positiva, la nostra Riviera ha richiamato tanti turisti dall'Italia e dell'estero- afferma l'assessore regionale al Turismo **Andrea Corsini**-. Questa estate è stato un banco di prova importante per quella che è una delle principali filiere economiche dell'Emilia-Romagna, una industria che contribuisce a più del 13% del Pil regionale. Dopo il 2020 e 2021, due 'anni zero' a causa della pandemia difficilmente giudicabili, questo 2022 ha segnato a tutti gli effetti il ritorno alla normalità”.

“Ha pagato anche la nostra politica sui grandi eventi, che ci ha permesso di estendere la stagione e registrare le crescite più importanti a maggio e giugno, con risultati positivi su settembre in particolare in raffronto a prima della pandemia- ragiona l'assessore-: in questo modo siamo riusciti anche a recuperare una leggera contrazione in agosto, il mese che storicamente incideva per oltre la metà delle presenze”.

“Se i numeri non mentono, dobbiamo però anche essere attenti e onesti ad analizzarli e interpretarli- avverte Corsini-: a una crescita quantitativa delle presenze non corrisponderà necessariamente un aumento degli introiti per gli operatori, che vedono i loro margini e quindi i loro guadagni erosi da un aumento spropositato dei costi dell'energia. Come Regione abbiamo già attivato un Tavolo di crisi permanente con le parti sociali per trovare soluzioni ai rincari: la prima via è sicuramente quella degli incentivi per la riqualificazione energetica e l'introduzione di fonti rinnovabili. Una strada- conclude l'assessore- che nel turismo avevamo già intrapreso prima dell'estate con gli oltre 300 milioni di euro a disposizione degli alberghi grazie all'accordo con banche e BEI”.