

## La Romagna scommette su voglia di vacanza e punta ai tedeschi

notizia pubblicata 12 Gennaio 2022 alle ore 10:30 nella categoria Turismo Video



Il 2022 per l'Emilia Romagna si apre all'insegna della promozione turistica sui mercati di lingua tedesca: è partita questa settimana la campagna TV, in co-branding con Wetter.com, che prevede uno spot con 1.050 passaggi televisivi su canali tv nazionali, con una programmazione concentrata, nei mesi di gennaio, marzo e giugno 2022, sulle fasce orarie più strategiche, dalle 20 alle 23, che garantirà 115 milioni di potenziali contatti in Germania. Protagonista dello spot, in onda da lunedì 10 gennaio, una vera famiglia tedesca – padre, madre e tre figli – proveniente da Monaco di Baviera. Lo spot di 20 secondi, girato in Romagna, si conclude con il claim: 'Nichts liegt näher' (Niente di più vicino!) e verrà diffuso sulle piattaforme online di Apt Emilia Romagna con una campagna sui canali You Tube e Facebook.

“La tendenza tra i tedeschi evidenziata dalle ricerche è quella di andare in vacanza in mete più vicine e sicure – sottolinea l'assessore regionale al Turismo Andrea Corsini – spendendo di più e soggiornando più a lungo rispetto al periodo 'pre-pandemico'. In questo senso la Romagna è agevolata rispetto alle destinazioni a lungo raggio e i dati positivi della stagione 2021 l'hanno dimostrato. Il Covid non ha eliminato la voglia di viaggiare, anzi. Sappiamo da studi di settore che il 49% degli intervistati ha dichiarato di avere risparmiato dall'inizio della pandemia e che non avranno problemi ad utilizzare i risparmi per andare in vacanza nel corso del 2022 (dati novembre 2021 Booking.com). Sarà importante, da parte degli operatori turistici, riuscire a garantire una certa “flessibilità” nei confronti dei clienti, come già avvenuto

nelle due passate stagioni estive, visto che la possibilità di modificare le date di viaggio è, attualmente, tra le priorità dei viaggiatori”.

“Lo spot Tv – evidenzia il presidente di Visit Romagna, Jamil Sadegholvaad- rilancia la Romagna come terra della Dolce Vita, un leit motiv fondamentale per la comunicazione sui mercati di lingua tedesca. Dal punto di vista dell’offerta turistica, è importante ora che anche gli operatori producano proposte coordinate per aumentare le chance per la prossima stagione, valorizzando al massimo anche il collegamento ferroviario da Monaco di Baviera, con fermate a Bologna, Cesena e Rimini, frutto del rinnovato accordo tra Deutsche Bahn, Apt Servizi Emilia-Romagna e Visit Romagna”.

[www.aptservizi.com](http://www.aptservizi.com)