Emilia Romagna patria della promozione intelligente: senza campanilismo, con i blogger

Non è vero che la promozione turistica italiana è così frammentata e individualista. E non è vero che manca completamente di innovazione. Il caso dell'**Emilia Romagna** apre il cuore in quanto esempio di soluzione efficace, economica e moderna. In una parola, intelligente. Come **BlogVille 2014**, progetto condotto a braccetto con la **regione Lombardia** che è stato presentato oggi in una conferenza stampa a Milano. In cosa consiste l'iniziativa? Tra maggio e giugno con **base a Bologna** e poi tra settembre e ottobre con **base a Milano**, BlogVille coinvolge **30 top travel bloggers**, chiamati a visitare i luoghi e a vivere tutte le esperienze del viaggio. Dal cibo all'arte, dal paesaggio allo shopping, fino ai luoghi minori e alle chicche per pochi, le due regioni vengono così scoperte e raccontate con migliaia e migliaia di post e foto che fanno il giro del mondo. Tra i "turisti non per caso", infatti, ci sono famosi blogger provenienti dal Brasile, dalla Cina, ma anche dalla Germania e dai Paesi scandinavi. "Una fetta importante del mercato si gioca sul fronte della **reputazione** – spiega **Maurizio Melucci**, assessore regionale al turismo dell'Emilia Romagna –. Per un lettore è importante sapere che quell'esperienza, quel luogo, è raccontato da chi l'ha visto e l'ha vissuto. I nostri blogger sono totalmente liberi e senza condizionamenti".

Al via qualche stagione fa, l'iniziativa ha già coinvolto **120 blogger, che hanno dato vita a 10 milioni di contatti via social network**. Anche in vista di EXPO2015, l'edizione di quest'anno coinvolge la Lombardia con cui l'Emilia Romagna condivide un importante progetto, il cosiddetto **quadrilatero Unesco**, che comprende le province di **Bologna, Ravenna, Modena, Ferrara e Milano, Mantova, Cremona**. "Da tempo percorriamo la strada di promozioni con altre regioni – dice ancora Melucci -: dal Veneto per il Delta del Po, alla Toscana per l'Appennino. L'azione congiunta con la Lombardia è volta a qualificare sui mercati esteri il quadrilatero Unesco come **una nuova destinazione**". Oltre a Roma, oltre all'asse troppo sfruttato della Firenze-Venezia, c'è un intero Paese da scoprire e non proporre nuove destinazioni al mercato internazionale, oltre che un gran peccato, è pericoloso. Come sottolinea Melucci, "**il turismo nel mondo cresce, ma l'Italia perde quote di mercato**. Per questo bisogna trovare presto nuovi prodotti, lanciarli e farli conoscere. Anche se il sistema alberghiero necessita di interventi sostanziali, come quello dei trasporti, non possiamo aspettare che sia tutto perfetto". Insomma, non conquisteremo i turisti con l'efficienza del sistema, né con il rapporto qualità

prezzo. Ma ci possiamo, ci dobbiamo provare con la bellezza, il gusto e la dolce vita.