Il turismo? A Ravenna si promuove con la tassa di soggiorno

Sembrerebbe logico, ma non sempre la **tassa di soggiorno** è utilizzata per promuovere la località e attirare nuovi visitatori, specie in una logica di medio periodo. È quello che ha fatto il comune di **Ravenna, che quei soldi li ha impiegati per finanziare alcune campagne di promozione turistica attivate nei mesi scorsi su web, sito e social network, su testate nazionali e con installazioni negli aeroporti di Milano e Bologna**. Una scelta che ha pagato, a giudicare dai dati di quest'anno, aggiornati a ottobre.

"Abbiamo registrato **un aumento di arrivi, fra città d'arte e mare, del 2,48 per cento** – ha affermato l'assessore al turismo Andrea Corsini -. Per contro, assistiamo a una **contrazione di quasi il 3 per cento sulle presenze**. Queste cifre ci fanno capire che **l'appeal del nostro territorio è in crescita**, mentre gli aspetti legati sia alla **criticità del momento economico** sia alle cattive condizioni meteorologiche che hanno caratterizzato l'estate scorsa con 35 giorni di pioggia, hanno scoraggiato soggiorni nei lidi di più lunga durata".

Positivi invece gli arrivi di turisti stranieri che hanno segnato un ottimo **più 16,5 per cento**, "frutto sia delle strategie di internazionalizzazione sia dei grandi eventi".

L'assessore ha infine confermato l'impegno dell'amministrazione comunale a proseguire con azioni di promozione simili anche nei prossimi anni.