

turismo, previsioni strabilianti per il Veneto. E debutta il nuovo brand

MILANO Oltre 70 milioni di presenze turistiche per un indotto che supera i 17 miliardi di euro, due anni con un numeri da record e per il 2018 altro boom di turisti e un nuovo brand. Questi i numeri veneti alla Bit, la Borsa italiana del turismo di Milano. Se il XXI Rapporto sul turismo italiano del Consiglio nazionale ricerche (Iriss-Cnr) conferma che il Veneto, con il 22% di turisti stranieri, nel 2017 è stata la regione più gettonata, per il 2018 le previsioni sono strabilianti: «Da Repubblica Ceca e Slovacchia abbiamo un aumento del 30% di richieste ma non avete abbastanza ricettività. Riusciamo a sistemare solo il 10%» chiosa Tomas Orel del tour operator Ludor. La Tuj, con i suoi 4 milioni

di turisti tedeschi movimentati ogni anno in Veneto, conferma: «Prenotazioni in aumento del 5% sul 2017, un anno già da record» dice il responsabile per l'Italia, Robin Wilbertz. Tutto ciò nonostante importanti flussi turistici verso Turchia, Tunisia ed Egitto, «i tedeschi - continua Wilbertz - apprezzano l'offerta ampia e il buon rapporto qualità-prezzo». Nel contesto idilliaco il governatore del Veneto Luca Zaia rilancia legando le bellezze venete all'irresistibile appeal di Venezia. Il brand turistico della Regione «Veneto, tra terra e cielo» diventa «Veneto - The land of Venice». «Ci agganciamo a Venezia per promuovere l'intera regione - spiega Zaia nella conferenza stampa di

presentazione alla Bit - . I tempi sono cambiati e il nostro linguaggio va rinnovato. Il claim in inglese è d'obbligo e Venezia è uno straordinario elemento di geolocalizzazione nel mondo». L'assessore regionale al turismo, Federico Caner, precisa: «Nessun tentativo di attirare altri turisti, vogliamo far conoscere a chi cerca Venezia che c'è molto altro in Veneto». Dal palcoscenico interviene anche Riccardo Donadon di H-Farm. E sulla tassa di soggiorno che sta facendo litigare sindaci e albergatori: «Non usatela come gli autovelox- tuona Zaia- ma che sia una tassa di scopo per investimenti sul turismo».

Mauro Zanutto

© RIPRODUZIONE RISERVATA