



«To be Verona»: questionari ai turisti per promuovere la città

VERONA Migliaia di questionari diffusi in mezzo mondo e in sette lingue diverse (compreso il cinese e il russo, con una scelta fatta non certo a caso) per sapere che cosa pensano di Verona turisti, imprenditori e cittadini qualsiasi.

E sulla base delle risposte (ne sono già state esaminate quattromila) dar vita ad un progetto di «marketing territoriale», per valorizzare il patrimonio culturale cittadino ma per favorire anche nuovi insediamenti di imprese industriali e commerciali. È questo il senso dell'iniziativa «To Be Verona», presentata ieri dal sindaco Flavio Tosi, con il consigliere delegato Rosario Russo ed Eli-

sabetta de Strobel e Mauro Galbusera di ASS.IM.P, e a Roberta Capitello del dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Verona. L'iniziativa è infatti un progetto congiunto, co-finanziato proprio da ASS.IM.P e dall'Università, con il patrocinio di Comune e Provincia e di Confcommercio e con il supporto di Agsm, Cattolica, Banca Popolare, Camera di Commercio.

Lo scopo è creare una rete in grado di offrire un'immagine forte ed unitaria di Verona. Proprio per questo è previsto l'uso di tecniche avanzate di analisi delle percezioni dei visitatori stranieri e l'attivazione di un osservatorio, con il conseguen-

te adattamento delle strategie di marketing territoriale.

Il progetto sfocerà, sabato 24 ottobre, in una conferenza internazionale, in Gran Guardia.

«La legge regionale - ha ricordato, ieri, Tosi - affida alle realtà locali il compito della promozione turistica, ragion per cui sono indispensabili iniziative come questa ed uno studio continuo della qualità dei servizi e delle esperienze. La nostra città può contare già su notevoli numeri in termini di visitatori, ma si può fare ancora di più, e strumenti come questo possono rivelarsi utilissimi».



L'indagine
Migliaia le domande (in varie lingue) ai turisti in città

L.A.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

