

MISANO, NON VEDO L'ORA

Visit Misano ha presentato agli operatori il claim che guiderà la campagna digital in avvicinamento all'estate.

La voglia di vacanza a Misano e la nostalgia di momenti sereni in famiglia sono il tratto che unisce i commenti ai messaggi sui social network

*Misano Adriatico, 23 aprile 2021 - **Misano, non vedo l'ora.*** Visit Misano, che sintetizza la promozione della destinazione, ha messo a punto insieme allo staff comunicazione e Paolucci Marketing il claim che da subito raggiungerà la domanda turistica in vista dell'imminente stagione e quindi nel periodo in cui si intensificano richieste di informazioni e prenotazioni. Un lavoro condotto in sinergia con il piano strategico realizzato da JFC per la Fondazione Misano.

Sarà un'attività di comunicazione prevalentemente digitale quella che prende spunto dai commenti che sui social dall'autunno 2020 hanno messo in risalto alcuni stati d'animo, espressioni e anche sentimenti rispetto al tema 'vacanza'.

L'analisi è partita dall'iniziativa **Misano è...** promossa nel 2020 in pieno lockdown. Si è chiese ai fan un ricordo e un pensiero sulla destinazione Misano. Arrivarono oltre 400 testimonianze fra foto e testi, alcuni poi utilizzati in un video di ringraziamento. Quello è stato il punto di partenza per analizzare il 'sentiment' su Misano, giunto a sintesi con **'Misano non vedo l'ora'**.

“Abbiamo condiviso l'intuizione iniziale del lavoro – **dice Luigi Bellettini, Presidente della Fondazione Misano** – per valorizzare il dialogo instaurato con i nostri affezionati turisti. E' un tratto distintivo della nostra offerta quello della relazione umana. L'abbiamo ritrovato pienamente nelle analisi compiute. La pandemia ha inevitabilmente accentuato la domanda di vacanza e di una destinazione familiare; le restrizioni sui movimenti imposte incidono su questa attesa. Insieme agli operatori, sia nella comunicazione che nella proposta di vacanza, dovremo essere coerenti con questo messaggio”.

Nell'analisi è emersa la nostalgia, innanzitutto, il desiderio di tornare presto in vacanza in un luogo familiare. **'Misano, non vedo l'ora'** interpreta allora il desiderio rivivere momenti sereni, l'aspettativa per qualcosa che si vuole riaccada. Il mare e la spiaggia sono al centro dell'attesa, ma ci sono anche lo sport e la Riders' Land, l'entroterra col parco naturalistico del Conca e le ciclabili immerse nel verde, la cordialità e la sensazione di sicurezza vissuta la passata stagione.

Il claim si presta a quindi a tutte le declinazioni dell'offerta turistica e ai target del territorio. Un altro concetto forte espresso da chi non vede l'ora di tornare al mare e a Misano è quello di 'famiglia allargata' dal sorriso e dall'attenzione all'ospite.

“Questa è in effetti l'intonazione di tanti messaggi che riceviamo a commento delle informazioni turistiche, come pure di messaggi più legati alla vita cittadina – **commenta il Sindaco Fabrizio Piccioni** - diffusi sui nostri canali digitali. Misano si caratterizza per la fedeltà altissima dei suoi ospiti, peculiarità della Riviera di Rimini che da noi ha numeri ancor più alti. Da qui l'idea di 'Misano, non vedo l'ora' che ha trovato condivisione fra gli operatori, ai quali chiediamo coerenza coi loro messaggi in sinergia con la Fondazione Misano e quindi moltiplicarne la diffusione”.

Sulle scelte del Governo per contrastare la circolazione del Covid, con la prospettiva di un coprifuoco alle 22 esteso addirittura alle prime settimane d'estate, l'Amministrazione mostra invece grande preoccupazione.

“La campagna di vaccinazione si sta intensificando – **aggiunge Piccioni** – a fine maggio è possibile che altri venti di milioni di italiani siano nella condizione di muoversi liberamente, oltre a milioni di persone più fragili ed esposte che lo hanno già ricevuto il vaccino, a quelli che sono guariti negli ultimi mesi e ai giovani che il vaccino non lo faranno. Se aggiungiamo che il caldo ha mostrato di essere prezioso alleato e la qualità delle procedure di sicurezza, confido si andrà verso un allentamento delle chiusure. Certo, dovremo essere sempre attenti e responsabili in queste settimane, oltre a garantire una vaccinazione a tappeto”.

Ufficio stampa e comunicazione

Comune di Misano Adriatico

MOAB Srl – ufficiostampa.misano@gmail.com

Cesare Trevisani 335.7216314

Elisa Gianessi 333.5241854