

Economia Le start-up in soccorso al turismo

Un concorso di idee per sostenere il turismo di Rovigo, Adria e Villadose, nonché per spingere la nascita di start-up legate a questo settore sul fronte promozionale, organizzativo e di servizi, se si pensa che delle 64 appunto start-up registrate alla Camera di commercio, solo due operano in tale campo. L'iniziativa è stata presentata allo Urban Digital center di Rovigo insieme al Gruppo Scuola di Parma.

Astolfi a pagina V

Appello alle start-up per lanciare il turismo

► Presentato il concorso attivato dallo Urban digital center insieme al Gruppo Scuola di Parma per il dopo pandemia ► Sono coinvolte Rovigo, Adria e Villadose: l'obiettivo è raccogliere idee per attivare strategie di promozione

LA NOVITÀ

ROVIGO La località in cui vivi è famosa per ospitalità, piatti tipici, eventi e luoghi da vivere e conoscere? La risposta fa la differenza tra il trarre vantaggio o no dal turismo. Oggi i feedback, le retroazioni nei social e le cosiddette "tracce digitali", sono il principale fattore di orientamento per portare i turisti a visitare un luogo. E sono una prima risposta alla domanda degli operatori: "E adesso cosa ci aspetta?", dopo le chiusure da pandemia. Diventa chiara l'importanza di affiancare all'offerta turistica la raccolta e l'analisi dei dati per conoscere l'evoluzione dei fenomeni turistici, come hanno spiegato all'Innovation Lab i relatori dell'incontro che ha presentato le finalità di "InnovHack4LandVisit", il terzo contest gratuito dello Ur-

ban digital center, in collaborazione con la cooperativa sociale Gruppo Scuola di Parma. L'evento, che culminerà il 9 ottobre con la presentazione delle 12 migliori proposte (tre per ogni categoria), è dedicato alla collaborazione intensiva sul progetto che chiama a far emergere idee innovative per promuovere e diffondere l'immagine turistica del territorio di Rovigo e dei comuni di Adria e Villadose.

IL PERCORSO

Partire dai dati disponibili per approfondire i punti di forza e quelli di debolezza dell'offerta turistica, è fondamentale nella fase di ripartenza del turismo dal lockdown. Perché? «Per prendere decisioni migliori negli investimenti, soprattutto in una fase delicata di riapertura», ha spiegato Mario Romanelli: il direttore vendite Italia di Data Appeal, mettendo a confronto il "percepito online" nel 2019 e nel 2020, ha detto che la ripresa a Rovigo c'è stata, ma senza tornare ai livelli attesi dopo il primo lockdown. Infatti è andata meglio, se così si può dire in era pandemica, alle località di turi-

simo balneare, visto che il capoluogo, nel primo anno segnato dal Covid, ha fatto i conti con un «meno 43% del percepito online».

DATI BASILARI

In Veneto, per le analisi dei dati e affrontare la sfida della competitività nei mercati turistici partendo da solide basi, c'è l'Osservatorio del turismo regionale federato, ideato nell'ambito del Piano strategico del turismo Veneto. «I dati dell'Osservatorio servono anche a sapere come ripartire», ha confermato Stefan Marchioro della Direzione Turismo della Regione, che non ha nascosto come alcune questioni di sostenibilità ambientale ed economica fossero aperte prima della pandemia. Karin Venneri, presidente dell'associazione Startup Turismo, ha spiegato che solo il 27 per cento delle startup travel in Italia è avviato da donne. Appena il 25 per cento da under 35. E che quelle con conduzione a prevalenza di under

35 sono il 22 per cento. Poi, il Covid ha «ridotto ulteriormente le startup travel che sono riuscite ad arrivare sul mercato».

Nicola Astolfi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 25-1%, 29-36%