

**IL PIANO** IL SEGRETARIO AUGUSTO MICHELOTTI ILLUSTRAR LE STRATEGIE PER IL SETTORE

# Matrimoni e benessere per rilanciare il turismo

*Le parole chiave: più presenze di qualità e valorizzazione della storia*

**DAL TURISMO** del benessere a quello matrimoniale, senza dimenticare quello legato agli eventi sportivi e culturali. Tutto nel segno dell'internazionalizzazione e della valorizzazione dell'identità. Un anno fa il governo di San Marino ha iniziato un percorso che, ora, consegna al sistema economico sammarinese una visione innovativa di marketing territoriale ed una precisa e condivisa strategia turistica. «Il settore turistico – spiega il segretario di Stato competente Augusto Michelotti – unitamente a tutto ciò che è in grado di attivare in maniera diretta e indiretta, rappresenta quanto di più sostenibile e non delocalizzabile possa esistere. Si tratta di un settore che, se correttamente gestito in tutte le sue molteplici variabili, permetterà di garantire prosperità e benessere economico e sociale alle prossime generazioni».

**IL PIANO** strategico «pone oggi la Repubblica di San Marino ai vertici internazionali in fatto di innovazione, programmazione, visione turistica». Una pianificazione a lungo termine svolta dalla società Jfc che si basa su una molteplicità di analisi e valutazioni innovative – dall'analisi della reputazione al sondaggio circa la percezione di San Marino da parte degli italiani, dalla piattaforma partecipativa per i cittadini della Repubblica all'attività di mystery guest e di spy search – e su un per-

corso partecipato che ha visto il coinvolgimento di tutti gli attori locali. «Abbiamo identificato – afferma Massimo Feruzzi, amministratore unico di Jfc – i tre fattori chiave attorno ai quali saranno implementate tutte le azioni: internazionalizzazione, innalzamento del target e valorizzazione dell'identità, ma il Piano strategico individua altresì otto prodotti turistici sui quali investire per migliorare le performances turistiche, oltre a fornire precise indicazioni sia per quanto riguarda la definizione degli investimenti strutturali, la revisione delle normative e la creazione del tourism data intelligence, che consiste in un nuovo modello di osservatorio turistico. Un percorso, questo, che si completa con la definizione del sistema di governo delle politiche turistiche-territoriali».

**DOPO** l'approvazione del Piano Strategico per il Turismo, è stato nei giorni scorsi illustrato ed approvato dal Congresso di Stato anche il Piano promozionale triennale ed il Piano annuale 2019: documenti, questi ultimi, che traducono in attività esecutive la programmazione strategica. «C'è piena consapevolezza, d'altra parte – sottolinea la segreteria di Stato – che l'implementazione di tali piani e il relativo raggiungimento degli obiettivi prefissati dipenderà da una molteplicità di fattori, non di esclusiva gestione del governo».



Augusto Michelotti, segretario al Turismo (foto Filippo Pruccoli)

