

# La sfida di Onorato: Genova base turistica del Mediterraneo

10 MAGGIO 2019TEMPO DI LETTURA 5 MIN



## SHIPPING

Genova, città aperta. All'insegna di questo slogan il Comune di Genova e la Regione Liguria in partnership con il Gruppo Onorato Armatori presentano una capillare operazione di marketing territoriale finalizzata ad azzerare definitivamente la fake news di una città isolata dopo il crollo del Ponte Morandi e affermare invece, proprio sulla base di una collaborazione virtuosa fra pubblico e privato, l'immagine di una Genova e di una Regione che registrano incrementi record nel mercato turistico, anche sulla base di una strategia condivisa di destagionalizzazione e di valorizzazione del territorio.

Grazie al grande lavoro delle istituzioni che hanno creato gli anticorpi, anche rispetto a un virus informativo che dipingeva la città come totalmente isolata e irraggiungibile, nonché a un intervento rapido e puntuale sul nodo della viabilità, Genova è riuscita a invertire il trend e con un'operazione, che rappresenta forse un unicum anche a livello mondiale, a ripresentarsi come soggetto attivo sul mercato turistico.

A questo ha contribuito e sta contribuendo in modo determinante il lavoro, ma prima di tutto la fiducia, che il Gruppo Onorato Armatori ha riposto nelle capacità e nella volontà della città, dei suoi abitanti e delle istituzioni. Proprio il Gruppo Onorato si è reso disponibile facendosi parte diligente per sensibilizzare tutti gli agenti di viaggio suoi partner nei mercati di riferimento su Genova – Lombardia, Piemonte, Francia, Svizzera, Austria e Germania – lanciando un messaggio inequivocabile “Genova città aperta”.

E oggi questa azione trova conferma in modo clamoroso attraverso un’iniziativa di “chiamata alle armi” che il Gruppo ha lanciato a Genova, ospitando a bordo i rappresentanti di alcuni fra i più importanti tour operator e agenti di viaggio del nord Italia e dei paesi europei che idealmente gravitano su Genova.

“Un’operazione capillare che ha avuto un grande successo, anche commerciale – spiega Alessandro Onorato, vicepresidente del Gruppo e responsabile commerciale – e che si conclude oggi con la partenza di una minicrociera per la Corsica espressamente dedicata agli agenti di viaggio che hanno aderito con entusiasmo dal Nord Ovest e dai nostri mercati europei di riferimento. Sarà per loro l’occasione di toccare con mano il messaggio di cui sono stati testimoni e cioè che Genova è regolarmente raggiungibile e che la città è il trampolino che attraverso le nostre navi consente di raggiungere alcune fra le più straordinarie località turistiche del Mediterraneo; e da Genova, è il caso di ricordarlo, operano sette navi nel periodo di maggiore afflusso turistico”.

“Crediamo in Genova e nemmeno per un giorno abbiamo mai pensato di spostare altrove i nostri traghetti. E siamo felicissimi della nostra scelta” conclude Alessandro Onorato, che annuncia che la prossima settimana partirà proprio dalle banchine genovesi “Maria Grazia Onorato”, la più grande e più green ro-ro del Mediterraneo: “Genova è noi e noi siamo Genova”.

“Genova non è un’isola collegata da un ponte. Genova – sottolinea Marco Bucci, sindaco di Genova – è sempre stata raggiungibile in ogni modo: via mare, aereo, treno, macchina e moto. Sin dai primi giorni successivi al crollo del ponte Morandi abbiamo messo in atto diverse soluzioni per riuscire a migliorare al massimo la viabilità in città. La realizzazione della Gronda a mare, che collega il casello di Genova Aeroporto con quello di Genova Ovest affacciandosi sul Terminal traghetti, è una delle soluzioni che permetteranno a tutti gli utenti del nostro porto di poter viaggiare senza criticità. Il nostro ringraziamento va alla famiglia Onorato, a Moby e a Tirrenia, per il grande impegno dimostrato in questi mesi a sostegno del nostro porto e della nostra città”.

Secondo Gianni Berrino, assessore al Turismo della Regione Liguria, “Il crollo del Ponte Morandi avrebbe potuto mettere in ginocchio Genova e con essa tutta la Liguria, ma l’ottimo lavoro svolto in sinergia da Regione e Comune, con la realizzazione in tempi rapidi di strade e infrastrutture per agevolare la viabilità, ha consentito di evitare un isolamento che anche dal punto di vista turistico sarebbe stato deleterio. E invece i numeri da record che abbiamo diffuso nei giorni scorsi sui flussi

turistici in Liguria e a Genova dei ponti di primavera dimostrano che le nostre località sono sempre più attraenti. Ricordo infatti che dopo un ottimo mese di marzo (dal 1 al 28 del mese +20,48% di arrivi e +8,12% presenze in tutta la Regione), nel periodo pasquale la Liguria è ai primi posti in Italia per tasso di affollamento delle strutture ricettive con un tasso di ‘riempimento’ del 90%. Anche a Genova si sono registrati numeri importanti: 11mila presenze nei musei a Pasqua (+42 % rispetto a un normale fine settimana di aprile) e tante code ai Rolli Days. La Regione ha raddoppiato le risorse stanziare per la promozione del territorio con campagne nazionali e internazionali ma non ci fermiamo certo qui: il 2019 è l’anno del turismo ‘lento’ e, grazie ai numerosi pacchetti attivi che fanno vivere ai turisti un’esperienza a 360°, questi numeri già straordinari cresceranno ancor di più. E il lavoro di Onorato Armatori con gli agenti di viaggio è un tassello di questo impegno, di cui ringrazio anche a nome del presidente Toti la famiglia Onorato e le loro Compagnie perchè li abbiamo sentiti sempre vicini”.

Per Barbara Grosso, assessore al Marketing Territoriale del Comune di Genova, “Un appuntamento come quello di oggi credo sia la dimostrazione della grande potenzialità che può avere la collaborazione fra pubblico e privato. In questa battaglia per dire al mondo che Genova non è isolata, tutti hanno fatto nel migliore dei modi la loro parte: innanzitutto, dal punto di vista della viabilità, con la nuova rete di strade che permette di superare il rischio isolamento conseguente al crollo del Morandi, con un intervento unico al mondo per tempi e qualità”.

“Dal punto di vista della promozione turistica delle istituzioni, i risultati sono frutto del grande lavoro coordinato che abbiamo fatto noi del Comune, la Regione Liguria, qui ottimamente rappresentata da Gianni Berrino, e l’agenzia turistica in Liguria di Pierpaolo Giampellegrini.

“E, infine – conclude Barbara Grosso – il ruolo dei privati: la crociera che parte oggi e l’intervento mirato di Moby e Tirrenia sugli agenti di viaggio, primi stakeholders di tutti i viaggiatori, sono l’esempio migliore di come si possa fare squadra tutti insieme.

Ringrazio quindi Alessandro Onorato e tutto il Gruppo Onorato per questo importantissimo sostegno, che immagino porterà anche a nuove future collaborazioni per dire nel mondo che Genova è meravigliosa”.