

Amalfi destinazione turistica premium e boutique. È così che la Città intende riposizionarsi sul mercato turistico nazionale ed internazionale, per affrontare al meglio il turismo post-Covid, a partire da questa stagione. L'Amministrazione Comunale, guidata dal Sindaco Daniele Milano, è pronta a presentare le linee di indirizzo strategico da attuare nella gestione e nel marketing turistico, per rilanciarsi, con un'offerta unica e propria, al passo coi tempi e con una nuova proposta di valore, che passa attraverso lo sviluppo sostenibile e un'offerta poli-prodotto. L'obiettivo strategico è il posizionarsi nel mercato turistico internazionale come una 'boutique destination' e soprattutto come una destinazione di turismo sostenibile. La presentazione del Piano si terrà mercoledì 27 aprile alle ore 15:30, presso l'Arsenale della Repubblica di Amalfi. Interverrà il redattore del Piano prof. Josep Ejarque (FTourism & Marketing), uno dei massimi esperti del Destination Marketing e Destination Management internazionale in Italia. La strategia delineata parte dalla visione condivisa con l'Amministrazione e i maggiori stakeholder della città di trasformare Amalfi in destinazione boutique di riferimento in Italia e promuovere un posizionamento come destinazione premium all'interno della proposta della Costiera. Gli obiettivi strategici sono diversi e partono dalla trasformazione del modello turistico, dal potenziamento della competitività e dell'attrattività attraverso un'offerta diversificata, fino alla gestione dei flussi turistici, che oggi rappresentano una delle maggiori criticità della destinazione. Senza dimenticare l'attenzione ai criteri di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, che devono guidare lo sviluppo della destinazione. Ciò che Amalfi si propone di fare è sostanzialmente un salto di qualità nel suo modello turistico, passando ad una identità propria di destinazione premium, strutturata attraverso un sistema di collaborazione pubblico-privato e in grado di attuare un marketing proattivo digital e social. Per attuare questo salto, il pilastro della strategia è la creazione della DMO Amalfi, un ente operativo di Destination Management & Marketing integrale, attivo tanto nella gestione quanto nella promozione della destinazione. La DMO lavorerà in parallelo ad una Rete di Destinazione Amalfi, composta da operatori privati, responsabile del costruire e gestire i prodotti e servizi turistici. I prodotti che si svilupperanno sono diversi: Amalfi farà leva sullo sviluppo di nuovi prodotti turistici, sfruttando il grande patrimonio della Valle delle Ferriere e dei Mulini e la suggestiva rete di sentieri della Costiera, e sul well-being, un turismo pensato per rigenerarsi, staccare e ritrovare il proprio benessere attraverso attività e proposte pensate per stare bene. Senza dimenticare ovviamente il turismo balneare e le escursioni nautiche, ma da reinventare in ottica premium e per segmenti diversificati della domanda. Ma non mancheranno anche proposte di turismo gastronomico, con attività esperienziali per conoscere i prodotti tipici locali, a partire dai limoni DOP, e di turismo culturale, legate soprattutto alla scoperta di Amalfi come Repubblica Marinara. Per posizionare questa offerta nel mercato, Amalfi metterà in campo intense azioni di marketing, fortemente focalizzato sul digitale e i social media. Il primo pilastro sarà il portale turistico, di prossima release, vetrina delle esperienze ed attività e dell'offerta turistica cittadina, collegata ovviamente ai principali social network, su cui verrà fatta una comunicazione costante, interattiva e di forte impatto turistico per generare engagement e passaparola su Amalfi come destinazione unica e boutique.