



## [GAL L'Altra Romagna e Destinazione Turistica Romagna fianco a fianco per la valorizzazione turistica dell'entroterra](#)

Sottoscritta la Convenzione per la "Promozione integrata del Territorio"

Al centro interventi legati al turismo esperienziale, slow tourism, enogastronomia, promozione dei prodotti locali

**Investimento da 400mila euro per lo sviluppo di campagne di comunicazione, creazione di itinerari tematici, azioni di marketing territoriale**

Il futuro del turismo passa dall'entroterra.

Questa la consapevolezza alla base del progetto di marketing per la **"Promozione integrata del Territorio"** al centro della **Convenzione** sottoscritta nella giornata di oggi, lunedì 16 gennaio, dal **GAL L'Altra Romagna e da Destinazione Turistica Romagna**, ente pubblico individuato come soggetto affidatario.

Alla sottoscrizione dell'accordo, svoltasi questa mattina nella sede di Visit Romagna in piazzale Fellini a Rimini, hanno preso parte **Jamil Sadegholvaad – Presidente Visit Romagna, Bruno Biserni – Presidente GAL L'Altra Romagna, Chiara Astolfi – Direttore Visit Romagna, Mauro Pazzaglia – Direttore GAL L'Altra Romagna.**

Obiettivo della partnership è la **valorizzazione in chiave turistica delle aree interne a cavallo tra le province di Forlì-Cesena e Ravenna, di competenza del GAL L'Altra Romagna, in rappresentanza di 25 Comuni.**

Un territorio dal potenziale ancora parzialmente inespresso e che può vantare un patrimonio ambientale, paesaggistico, storico, culturale ed enogastronomico unico nel suo genere. Il tutto partendo da quelli che sono i nuovi paradigmi del mercato turistico, andato incontro a una vera e propria rivoluzione culturale a seguito della pandemia.

**L'evoluzione del turismo post Covid ha, infatti, messo in risalto le mete di prossimità, con particolare attenzione per i territori integri e meglio conservati dal punto di vista ambientale, culturale, sociale, storico: da qui la necessità di intervenire per la valorizzazione del turismo delle aree interne, focalizzandosi soprattutto sulle nuove esigenze del pubblico, sempre più orientato ad abbracciare forme di turismo esperienziale, slow tourism e turismo enogastronomico.**

Il progetto mira in questo modo a rafforzare e strutturare l'offerta dell'entroterra romagnolo attraverso il turismo e il relativo indotto, da sempre componenti essenziali dell'economia della regione Emilia-Romagna e dei suoi territori.

L'entroterra romagnolo si deve presentare al turista in una veste nuova, aggiornata, coordinata, unitaria, con la realizzazione in Romagna di un percorso, strutturato e articolato teso a valorizzare il turismo in **ambienti naturali di grande valore, in borghi straordinariamente conservati, dove trovare eccellenze enogastronomiche di valore assoluto.** Il tutto mettendo in campo quelle azioni che possano supportare la promozione e valorizzazione dei prodotti e dei servizi rappresentativi del territorio del GAL, agevolando mediante azioni collettive **l'accesso ai mercati dei prodotti agroalimentari locali e di qualità, anche in un contesto di filiera corta ed un miglior livello di occupazione nelle imprese.**

La Convenzione, che sarà attiva dal gennaio 2023 fino a dicembre del 2024,

**prevede complessivamente uno stanziamento di 400mila euro per la progettazione, gestione e realizzazione di una serie di azioni di promocommercializzazione e di marketing territoriale attraverso la cabina di regia di Destinazione Turistica Romagna.**

Tra gli step più importanti ci sarà la **mappatura dei prodotti tipici, artigianali e tradizionali al fine di raggiungere obiettivi d'importanza strategica**. Per massimizzare l'incoming, l'indotto e le potenzialità di queste azioni, occorre strutturare un sistema che consenta ai potenziali fruitori (imprese, turisti, visitatori, in generale tutti gli stakeholders possibili) di individuare con facilità e certezza di acquisto i prodotti che si andranno a valorizzare e promuovere. Di qui la necessità di calendarizzare una serie di esperienze che verranno promosse, diffuse e valorizzate anche attraverso le strutture di incoming dei territori. Ciò partendo dall'assunto che **le esperienze sono la chiave per incrementare la capacità attrattiva e il valore percepito del territorio**.

La strategia mira dunque a una valorizzazione territoriale diffusa, con particolare attenzione ai prodotti e alle loro peculiarità, senza arrecare vantaggi alle singole aziende, ma promuovendo lo sviluppo collettivo di una realtà territoriale che ha grosse potenzialità ancora inespresse

Si prevede di sfruttare i collegamenti garantiti dagli aeroporti per promuovere i prodotti locali e l'acquisto delle loro eccellenze sulle tratte in incoming ed allo stesso tempo promuovere i luoghi d'origine dei visitatori sulle tratte in outgoing. A ciò si accompagnerà la promozione sui **canali istituzionali di Visit Romagna e APT Servizi Emilia-Romagna delle esperienze, degli itinerari e degli eventi integrando anche contenuti di internazionalizzazione dell'offerta "esperienziale"** già definiti in altri progetti GAL.

**La proposta enogastronomica sarà uno degli assi portanti del progetto**, attraverso la promozione di veri e propri **itinerari del gusto**, in collaborazione con le strade dei vini e dei sapori, al fine di portare **operatori, opinionisti, blogger, giornalisti** a conoscere i prodotti e farli conoscere a stampa e blogger specializzati.

Altrettanto importante sarà lo **sviluppo campagna di comunicazione per prodotto** su mezzi radio, web e social, focus territori GAL, suddivisi per fil rouge (già oggetto di promozione da parte di Visit Romagna), insieme alla predisposizione e stampa di materiale promozionale online e offline.

Inoltre, si intende sviluppare una stretta sinergia con i gestori di trasporto pubblico e privato con brandizzazioni sui veicoli in circolo sul territorio, sulle pensiline delle fermate e strutture di proprietà del gestore del tpl (o agenzia della mobilità), in particolare lungo gli assi di collegamento tra la costa, l'aeroporto, le stazioni ferroviarie e l'entroterra, completando il tutto con la partecipazione a fiere di settore.

