



Una strategia per il turismo sostenibile
nel Delta emiliano-romagnolo:
prendiamocene cura!



**Fondo europeo agricolo per lo
sviluppo rurale: l'Europa investe nelle
zone rurali**



Regione Emilia-Romagna

19 settembre 2019

IL BRAND DEL DELTA DEL PO NELLA DESTINAZIONE ROMAGNA: PROGETTUALITÀ E PROSPETTIVE FUTURE

Una folta platea di amministratori locali, dirigenti e operatori turistici ha preso parte nel pomeriggio di ieri, a Palazzo Rasponi a Ravenna, all'iniziativa di presentazione del Piano di Marketing turistico per il Delta emiliano-romagnolo, organizzata dal GAL DELTA 2000 e guidato dal brand "I love Po Delta".

Introdotti dall'assessore al Turismo del Comune di Ravenna, Giacomo Costantini, i lavori hanno preso il via con la presentazione del piano marketing per i bienni 2019-2020 e 2020-2021, a cura di Stefano Dall'Aglio, esperto di turismo e consulente del GAL.

Dopo la presentazione dei diversi progetti da parte di operatori privati legati al territorio sulla promo-commercializzazione e finanziati dalla Regione attraverso la Legge 4, il workshop si è chiuso con una tavola rotonda a cui hanno partecipato alcuni dei più importanti soggetti turistici territoriali: il sindaco di Cervia Massimo Medri, l'assessore ravennate Giacomo Costantini, il dirigente del Comune di Comacchio Roberto Cantagalli, Lorenzo Marchesini presidente del GAL DELTA 2000, Chiara Astolfi direttore della Destinazione Romagna, Isabella Amaduzzi di APT Servizi.

In chiusura, l'intervento dell'assessore regionale al Turismo, Andrea Corsini, che ha corroborato diversi degli spunti lanciati da Dall'Aglio nella presentazione del piano: *"Il Parco del Delta del Po è un brand che si è consolidato in questi anni - ha detto Corsini - e che ora è pronto a diventare una componente decisiva dell'offerta turistica della Regione e della Destinazione Romagna. Esperienze uniche negli ambienti vallivi e boschivi, ottima cucina e fascino del Fiume sono ingredienti che catturano la voglia del visitatore contemporaneo"*.

La creazione del Brand è il punto di partenza, e creare elementi costitutivi di una marca di destinazione e comunicare il "luogo" attraverso il processo di posizionamento del brand sul mercato nazionale e internazionale, sono le fasi successive per accrescere la conoscenza dell'area e dei valori ad essa associati presso i segmenti target nei mercati prioritari in sinergia con la Destinazione Romagna, e il GAL DELTA 2000 si sta già muovendo per avviare alcune attività, come la costituzione di un portale unico, la realizzazione di materiali congiunti, la partecipazione a fiere di settore, la formazione degli operatori turistici su tutta l'area del Delta del Po.

Il percorso per aumentare la consapevolezza e la collaborazione tra operatori turistici ed enti territoriali locali e regionali è iniziato con l'impegno di tutti i presenti a lavorare verso un unico obiettivo.

Info: GAL DELTA 2000, 0533-57693, www.deltaduemila.net, info@deltaduemila.net.