



Regioni & Città - Promozione turistica dell'Area del Delta del Po: al via la Campagna Vacanze Natura e Cultura da 700mila euro

Ferrara - 20 feb 2019 (Prima Pagina News) L'Assessore Regionale al Turismo Corsini: "E' la prima esperienza di investimento da

parte della Regione su una singola destinazione".

La promozione turistica regionale investe per la prima volta su una singola destinazione. Parte la campagna promozionale 2019 Vacanze Natura e Cultura dei territori del Delta del Po (Ferrara, Codigoro, Goro e Mesola, con Comacchio capofila, in sinergia con numerose aziende e consorzi turistici locali) che vedrà azioni su carta stampata, tv e web, con un ingente investimento privato e pubblico per un valore complessivo di oltre 700mila euro, supportato da Apt Servizi Emilia Romagna e Destinazione Visit Romagna. Target delle azioni, i mercati di lingua tedesca (strategici per l'Area del Delta del Po: Germania, Austria e Svizzera) e il mercato italiano. Previsti spot televisivi di 30 secondi, in rotazione plurisettimanale dal 5 marzo, in onda sui canali privati tedeschi di maggior seguito (Sat1, Pro7 e Kabel1) in regime di co-branding con il più famoso sito di previsioni meteo tedesco, Wetter.com, nonché 1.000 spot in onda sul canale tv del sito stesso. Spot anche sulle alcune delle principali emittenti nazionali in vista delle festività pasquali e dei ponti di Primavera, oltre a pubbliredazionali su testate cartacee e online ed azioni web (annunci e post sponsorizzati), il tutto avente per tema l'imbattibile binomio tra i suggestivi paesaggi del Delta del Po e l'offerta culturale dei territori, dal Museo dell'Ebraismo di Ferrara (MEIS) al Museo del Delta Antico di Comacchio. "E' la prima esperienza di investimento da parte della Regione su una singola destinazione -evidenzia Andrea Corsini, Assessore Regionale al Turismo dell'Emilia Romagna- e si articola attraverso la collaudata sinergia pubblico-privato che da anni rappresenta la firma della nostra promozione turistica. I risultati del 2018 ci spingono ad alzare sempre più l'asticella e il territorio del Delta del Po, per le sue caratteristiche uniche e il singolare mix di elementi fortemente attrattivi, ci permette di presentarci su un mercato strategico come quello di lingua tedesca con un prodotto altamente competitivo e di rivolgerci agli ospiti italiani con un'offerta accattivante, al passo con le più attuali tendenze del turismo ecosostenibile e slow». «La Romagna è sempre più un prodotto turistico unitario -sottolinea Andrea Gnassi, Presidente di Destinazione "Visit" Romagna- che sa valorizzare le sue eccellenze come parte di un tutto ancora più grande. Le nostre proposte si arricchiscono a vicenda, ed è per questo motivo che siamo felici di andare a presentarci a un mercato dove siamo già significativamente presenti con l'offerta balneare, come la Germania, con delle vere e proprie punte di diamante come la natura incontaminata del Delta del Po' e la ricchezza culturale di una grande città d'arte come Ferrara. Che questo tipo di progettualità poi arrivi dalla sinergia forte tra pubblico e privato è un ottimo esempio di come si



promuove al meglio una intera destinazione». «Il Progetto Vacanze Natura e Cultura è uno dei maggiormente consolidati nell'ambito della Destinazione Turistica Romagna -sottolinea Marco Fabbri, Sindaco di Comacchio- e vanta ben oltre 10 anni di storia. La nostra proposta è supportata, sul fronte dell'ospitalità e dei servizi turistici, dalla professionalità ed esperienza di lungo corso di numerose aziende e consorzi, basata su una combinazione di elementi identitari, natura incontaminata, sapori tipici ed arte e cultura con cui ci rivolgiamo oggi ad un turista internazionale, certi di soddisfarne tutte le sue esigenze. Un intero territorio, quello del Delta, che con il riconoscimento Riserva della Biosfera Unesco è tornato sotto una lente di ingrandimento che ne accresce il valore e l'importanza come meta unica per il turismo». «Si tratta del consolidamento di un percorso virtuoso di collaborazione pubblico privata – sottolinea Ted Tomasi, rappresentante di Visit Comacchio- che vedrà un forte investimento da parte di tutte le parti coinvolte, volto a promuovere con un'importante campagna mediatica rivolta al mercato domestico e tedesco la nostra destinazione con tutte le tipicità tra Comacchio, il Parco del Delta e Ferrara, il mare, la natura e tutta la riserva MAB, capaci di soddisfare le esigenze di ogni turista. Siamo consapevoli dell'importanza strategica di questa operazione che a parte il forte investimento dei privati, vede la volontà degli stessi di investire in una campagna di branding della destinazione e non delle singole strutture ricettive o aziende, volta quindi alla crescita dell'intero territorio». Sono previsti anche la produzione di materiale informativo in italiano, tedesco, inglese e francese (in distribuzione a fiere, workshop e eductour) e due educational tours, tra giugno ed ottobre, per stampa e tour operator dei mercati tedesco ed austriaco. Vacanze Natura e Cultura sarà presente con uno stand brandizzato ad importanti fiere di settore (dopo il Cosmobike di Verona a febbraio, la Birdwatching Fair di Leeds in agosto) e verranno aggiornati i contenuti (calendario eventi, magazine online, approfondimenti) e le funzionalità (sistemi di pagamento con carta di credito e con Paypal dei servizi offerti) di www.visitcomacchio.it, la piattaforma web della DMC Area Delta del Po. Il Progetto Vacanze Natura e Cultura è stato presentato a stampa e tour operator tedeschi nella serata promozionale ospitata ieri sera, mercoledì 20 febbraio, nella sede di Eataly Monaco, in concomitanza con il salone F.RE.E, la principale rassegna fieristica dedicata alle vacanze della Germania meridionale.

(Prima Pagina News) Mercoledì 20 Febbraio 2019