

Ferrara

Coronavirus: la ripartenza



Gli splendidi fenicotteri rosa che popolano il Parco del Delta



L'imperioso Castello estense a Ferrara



Turiste nel cuore della città davanti palazzo dei Diamanti

Ferrara e Comacchio insieme calano gli assi Mare, arte e ambiente da offrire ai turisti

Lanciata ieri la campagna promozionale «Sei nel posto giusto» nata dal patto tra i due territori e che sarà veicolata soprattutto sui social

di **Valerio Franzoni**

Con l'imminente allentamento delle misure anti-Covid e il solo nodo del coprifuoco ancora da sciogliere, Comacchio, Ferrara e il Delta del Po puntano con decisione alla prossima stagione turistica. Ad essere celebrato nella campagna promozionale, lanciata ieri, è il connubio tra mare, ambiente e città d'arte che rappresenta il punto di forza del territorio. La strategia, sviluppata assieme a Po Delta Tourism e alle società partner Dinamica Media e Feratel, prevede la campagna di comunicazione digitale che intende celebrare e promuovere la variegata offerta di esperienze che il turista può vivere, declinata sui quattro temi: mare, cultura, natura e gastronomia, racchiusi nello slogan 'Sei nel posto giusto'. La creazione di contenuti è concepita per essere veicolata soprattutto su Facebook e Instagram, e la narrazione del territorio sarà affidata alle persone che lo vivono: è questa l'idea di 'Humans of Comacchio' che permetterà, tramite il web, di incontrare i 'custodi' del territorio, delle sue tradizioni e dei suoi valori. Sempre sulla logica del coinvolgimento emotivo si baserà il progetto 'Ambassador' che vedrà il turista assumere il ruolo di ambasciatore di Comacchio e raccontare la propria esperienza.

GLI ASSESSORI

Fornasini: «Puntiamo anche a sinergie con altri territori». Mari: «Vogliamo che sia un segnale di ottimismo per le riaperture»



Un'altra estate in spiaggia col metro. Sotto da sinistra gli assessori Fornasini e Mari



za. Sulla stessa linea il progetto 'Influencer' che porterà travel blogger di specifiche nicchie di interesse per restituirne peculiarità, tradizioni e opportunità dell'offerta turistica. A ciò si affiancheranno la campagna su emittenti televisive e radiofoniche del Nord Italia, e la comunicazione incentrata sulle immagini, colte dalle tre webcam installate nei pressi di spiagge, saline e centro storico e trasmesse sulla piattaforma internazionale cu-

rata dalla società austriaca Feratel. Ieri, alla conferenza di presentazione della massiccia campagna promozionale, erano presenti Chiara Astolfi della Destinazione Turistica Visit Romagna (ente che ha finanziato per i due terzi il progetto), l'assessore al Turismo del Comune di Comacchio Emanuele Mari e il suo omologo ferrarese Matteo Fornasini, Patrizia Guidi di Po Delta Tourism, Stefano Pirani di Dinamica Media e il coordinatore della ca-

MINISTRO GARAVAGLIA

«Stabilimenti al via da lunedì prossimo»

Nell'ultimo decreto del Governo non è contenuta alcuna data di riapertura delle spiagge. Dunque, gli operatori della costa potranno riavviare gli stabilimenti balneari dal 26 aprile. Ad affermarlo è stato il ministro del Turismo, Massimo Garavaglia, che ha evidenziato come «non esistano limitazioni per l'accesso alle spiagge. Per questi motivi, l'ultimo decreto del Governo non contiene una data di riapertura delle spiagge, in quanto non esiste una legge che le chiuda. Per farla semplice, le spiagge sono aperte; di conseguenza, gli operatori possono attivare gli impianti». Il tema è stato affrontato sia nell'ambito del coordinamento regionale con l'ufficio legale di Confesercenti, sia in un incontro tra le Regioni con i sindaci: «Dalle informazioni ricevute, la Regione Emilia Romagna ritiene che sia il governo a dover chiarire - afferma Luca Callegarini, funzionario di Confesercenti del Delta -. Sulla questione ha interpellato il ministro Garavaglia e attende delucidazioni. Sino ad allora, non emetterà alcuna ordinanza restrittiva. Fino a che il Governo non chiarirà, tutto lascia pensare che ogni stabilimento, da lunedì aprirà quando lo riterrà opportuno.

bina di regia di Visit Romagna Gianfranco Vitali, i cui interventi sono stati moderati dal dirigente del servizio Turismo del Comune di Comacchio Roberto Cantagalli. L'assessore Mari ha evidenziato come Comacchio, Ferrara e il Delta siano tra le prime aree a vocazione turistica ad aver aperto la campagna promozionale, «alla vigilia delle prospettate riaperture in zona 'gialla'. Questo vuole rappresentare un segnale di ottimismo verso la nuova stagione turistica, che vogliamo vivere ed è positiva la rinnovata sinergia tra vari enti pubblici e privati, e territori a noi affini». Fornasini ha rafforzato il pensiero di Mari, sottolineando i tanti progetti che stanno per essere avviati in collaborazione con Comacchio e altre realtà ferraresi: «Come amministrazione comunale abbiamo deciso di puntare sulla commercializzazione promo-turistica. Intendiamo investire 200mila euro all'anno per i prossimi tre anni, aprendo anche bandi rivolti ai privati che propongano pacchetti turistici che consentano a chi arriverà sulla costa di poter visitare le bellezze culturali della nostra città e del ricco calendario di eventi, tra mostre, spettacoli e concerti che abbiamo in previsione. Inoltre - ha aggiunto Fornasini - stiamo lavorando anche all'ampliamento delle sinergie turistiche con i Comuni dell'Alto Ferrarese per abbracciare un territorio sempre più ampio». Vitali non ha nascosto l'orgoglio nel veder riproposto anche quest'anno il progetto Vacanze Natura e Cultura, nato quindici anni fa, e costantemente rinforzato. Roberto Cantagalli ha preannunciato la prossima presentazione del calendario di eventi che saranno proposti sulla costa: oltre un centinaio le iniziative.