

Parte la nuova campagna di promo-commercializzazione della Provincia di Ferrara, che unisce i territori di Visit Ferrara e Visit Comacchio.

PROVINCIA DI FERRARA / 26 Apr 2021

COMUNICATI STAMPA, IL QUOTIDIANO



Visualizzazioni: 206

Tempo di lettura: 5 minuti

Una proposta turistica sempre più integrata che coinvolge tutta la Provincia ferrarese e unisce i territori di Ferrara e Comacchio, puntando sul connubio tra città d'arte, vacanze slow nel patrimonio naturalistico del Parco del Delta del Po, movimento e benessere, mare, esperienze a contatto con le persone del luogo. Ha preso il via il 23 aprile 2021 la nuova campagna di promo-commercializzazione turistica voluta nell'ambito del progetto "Vacanze Natura e Cultura", un piano triennale che coinvolge diversi comuni tra cui Comacchio, capofila dell'iniziativa, e Ferrara, APT Servizi Emilia Romagna, Destinazione Turistica Romagna, e operatori privati.

Durante la conferenza stampa online, a cui hanno partecipato tutti i soggetti coinvolti, rappresentanti di enti pubblici e privati, sono state illustrate, alla vigilia del ritorno della regione Emilia Romagna in zona gialla, le nuove iniziative per attrarre turisti sul territorio ferrarese tramite spot televisivi e radiofonici, attività di ufficio stampa in Italia e sui mercati di lingua tedesca, campagne di comunicazione sui social network per trasmettere un messaggio che coniughi la bellezza del territorio con la

tranquillità di poterlo vivere in sicurezza. «Una campagna frutto della sinergia tra soggetti pubblici e privati, che travalica i limiti amministrativi e che si avvale della collaborazione della Destinazione Turistica Romagna», ha spiegato **Emanuele Mari, assessore al turismo del Comune di Comacchio**.

A porre l'accento sulla collaborazione tra amministrazione di Ferrara e di Comacchio, **Matteo Fornasini, assessore al turismo del Comune ferrarese**: «Una collaborazione che si sta intensificando, per sostenere la ripartenza delle attività legate al turismo e per una strategia di promozione condivisa», ha sottolineato l'assessore, che ha anticipato l'intenzione di creare nuovi pacchetti turistici coinvolgendo tutte le realtà della Provincia per intercettare i visitatori che vogliono restare sul territorio per vacanze lunghe, con soggiorni di più notti. Il Comune di Ferrara si è impegnato, inoltre, per stanziare 200mila euro l'anno dedicati alla promo-commercializzazione turistica. Come sottolineato da **Ted Tomasi, presidente di Visit Ferrara**, «il Progetto Vacanze Natura e Cultura nasce da una visione comune, frutto di un importante lavoro fatto negli anni, nonostante le difficoltà degli operatori turistici».

La campagna promozionale, come illustrato da **Patrizia Guidi, presidente di Po Delta Tourism**, vede il lancio di un video emozionale, con la famiglia come protagonista ed un messaggio che evoca spazi, serenità, libertà di movimento, che sarà trasmesso per 70 giorni, fino a fine giugno, nelle principali emittenti delle regioni limitrofe e del nord Italia. Saranno 420 gli spot complessivi, a cui si affiancheranno spot radiofonici, divulgazione di immagini tramite 250 content partners e su Sky Tv, attività di ufficio stampa in Italia e nei territori di lingua tedesca, educational tours e workshop.

A tale strategia di comunicazione, sarà integrata una campagna di social media marketing sui canali di Visit Comacchio e Visit Ferrara, che come evidenziato da **Stefano Pirani dell'agenzia Dinamica**, metterà al centro i turisti e verterà sulla pluralità di opportunità offerti dalla destinazione – mare, natura, cultura, gastronomia – creando la consapevolezza di essere sempre nel posto giusto. Il claim della campagna digitale è infatti “Sei nel posto giusto”. «Il turista è sempre nel posto giusto, che cerchi una vacanza al mare per la famiglia, che pianifichi un percorso cicloturistico tra le meraviglie delle Valli di Comacchio, o che preferisca una sosta ricca di cibo, storia e cultura».

Tre sono i pilastri della promozione tramite social, illustrati in conferenza stampa da **Clelia Antolini**: le relazioni umane, dando voce ai personaggi emblematici del territorio e facendo scoprire le loro interessanti storie ai turisti con aneddoti ed esperienze; i turisti al centro, invitati soprattutto su Instagram a raccontare le loro esperienze di viaggio e vacanze taggando e condividendo immagini ed emozioni; il coinvolgimento di influencer, che siano espressione e sperimentino le opportunità della destinazione.

Ampio risalto, nella campagna, ha il tema dell'ambiente e delle vacanze sostenibili, che rispecchiano bene l'essenza del territorio della Provincia ferrarese, con i suoi ampi spazi verdi e il Parco del Delta del Po, Riserva della Biosfera MaB UNESCO. «La campagna di promo-commercializzazione turistica si inserisce in una più ampia cornice di azioni promozionali – ha evidenziato **Chiara Astolfi, direttrice della**

Destinazione Visit Romagna – pensate grazie al confronto che parte dai territori e le rappresentanze degli operatori locali. Ferrara, Comacchio, il Delta del Po sono sempre stati presenti ai workshop, agli incontri con gli operatori del mercato tedesco, di lingua francese (Francia, Svizzera e Belgio) interessati a proposte integrate che vedono il connubio tra la proposta della città d'arte e il vivere una vacanza in maniera slow, all'insegna del movimento, ancora più richiesta dai mercati.

La campagna va a ad integrarsi in modo capillare a quella delle città d'arte dell'Emilia Romagna con Stefano Accorsi come testimonial e ad una campagna che invita al benessere e a vivere la natura». «C'è un gruppo di imprese che crede nel progetto promozionale ed investe nel turismo – ha precisato **Franco Vitali, tra i soci fondatori del progetto Vacanze Natura e Cultura** e coordinatore della cabina di regia di Visit Romagna -. Questa è una spinta che consente di guardare con ottimismo i prossimi mesi».