

## IL RURALE CHE CRESCE



# Criteri di ideazione, progettazione e promozione per la realizzazione di itinerari di turismo rurale e la creazione di sistemi turistici locali

**Roy Berardi**



Terre di Romagna :  
*le terre dello star bene*

## *Lavorare sulle consapevolezze :*

- "Romagna"
- Distretto "omogeneo" dalle potenzialità immense
- Necessità di unire: agricoltura + turismo + cultura dei territori



Camera di Commercio  
Ravenna



Camera di Commercio  
Forlì-Cesena



Terre di  
Romagna

*Le Terre dello Star Bene*

*tra Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori*



CASA/ARTUSI





# Terre del Sangiovese di Romagna

## The land of "Sangiovese di Romagna"



**Terre di Romagna**  
 Le Terre dello Star Bene  
 tra Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori



MARE ADRIATICO  
 ADRIATIC SEA

**STRADA DEI VINI E DEI SAPORI DEI COLLI D'IMOLA**



**STRADA DEI VINI E DEI SAPORI DEI COLLI DI FORLÌ E CESENA**



**STRADA DEL SANGIOVESE E DEI SAPORI DELLE COLLINE DI FAENZA**



**STRADA DEI VINI E DEI SAPORI DEI COLLI DI RIMINI**



**Terre di Romagna**  
 Le Terre dello Star Bene  
 tra Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori

## La Romagna

Guido Nozzoli :

*"E' una terra senza confini, che non si riconosce dai boschi, dai monti, dai fiumi, dal clima, ma dalla gente e dalle sue abitudini. Non una regione geografica, dunque, ma una regione del carattere, un'isola del sentimento... un pianeta inventato dai suoi abitanti..."*





# Romagna : "unicità" dei residenti



Viva cordialità  
Calore spontaneo  
Naturalezza di racconto...

***Nella ideale miscela dei valori primitivi  
la "unicità" è un fattore fondamentale***

Venite in  
**Romagna**, terra  
genuina e sincera!





## “Pensare romagnolo”

Fra le *persone* fra *segmenti turistici* fra *territori*  
fra *Province* >>....una forte identità di marca !

*Enologia*

*Gastronomia*

*Turismo*

Regione ER e APT hanno compreso questa nostra  
necessità

Noi dobbiamo essere capaci di orientare e finalizzare  
all’ “**orizzonte Romagna**” le nostre azioni e attività  
zonalì, comunali, provinciali...



## Distretto: per nuova destinazione turistica



Le evoluzioni del sistema di offerta turistica:

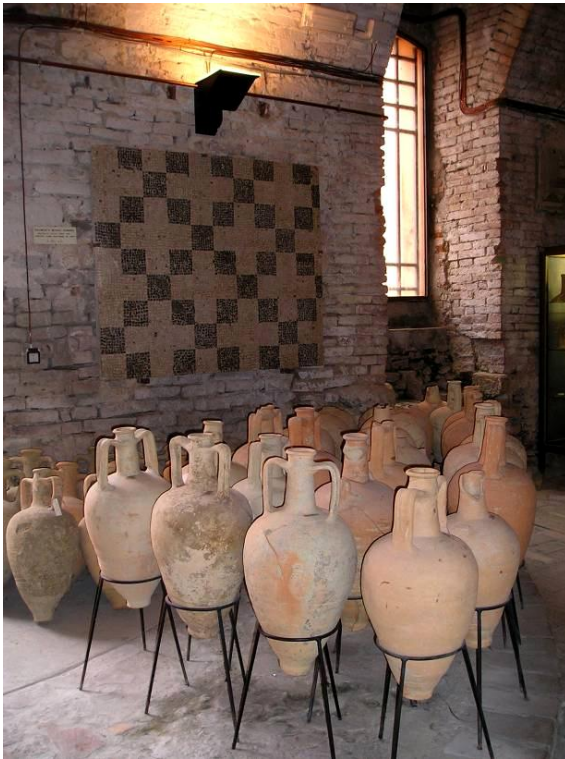
- LA SINGOLA DESTINAZIONE (località mare anni '60, località climatica di collina-montagna, ecc.)

- IL TURISMO DI MOTIVAZIONI, le UNIONI, i CLUB DI PRODOTTO...

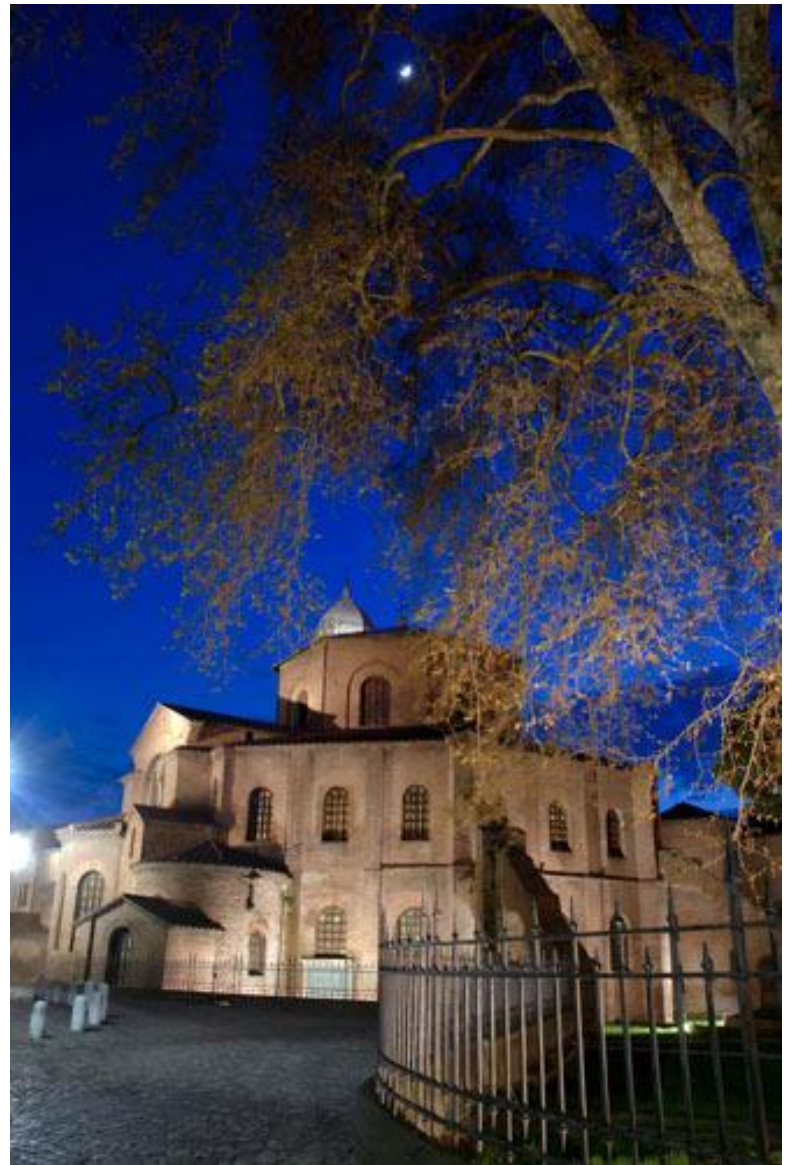
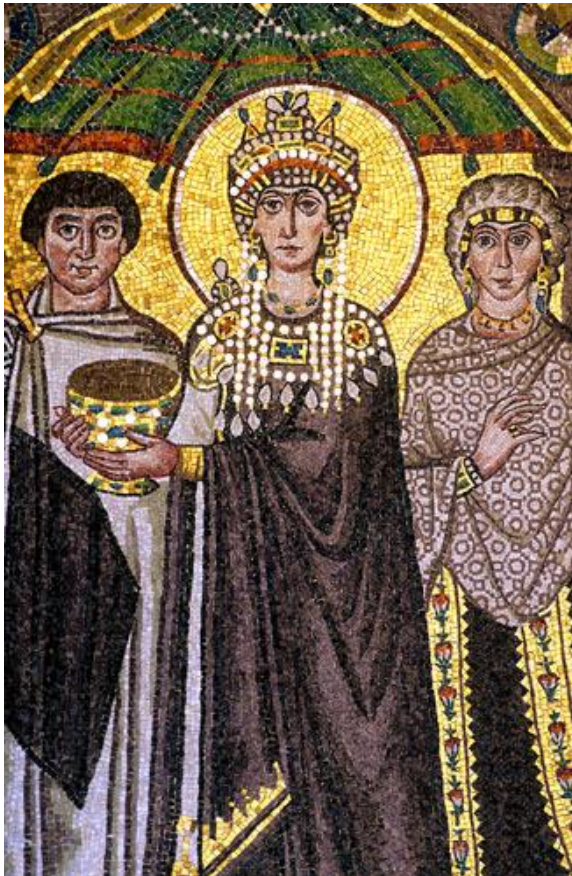
- IL DISTRETTO TURISTICO, IL SISTEMA TURISTICO LOCALE...che recupera e valorizza contenuti e motivazioni di vacanza, in una destinazione di bacino, di "terroir", ampia, seducente, organizzata...

> ***Ed è questo l'orizzonte vincente della Romagna***

Romagna = "Terra di Roma"

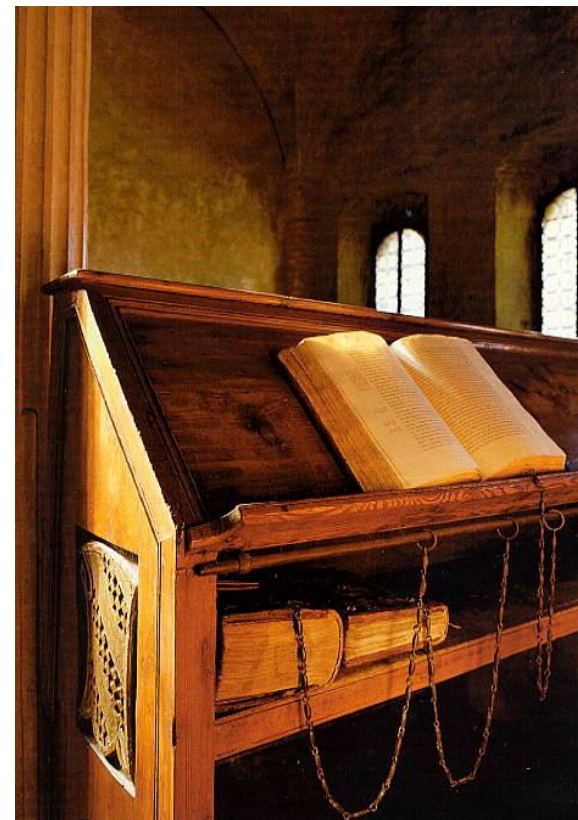


# Ravenna, capitale dell'impero romano d'occidente





# La Biblioteca Malatestiana (Cesena) Patrimonio dell' Unesco





# Faenza





Forlì



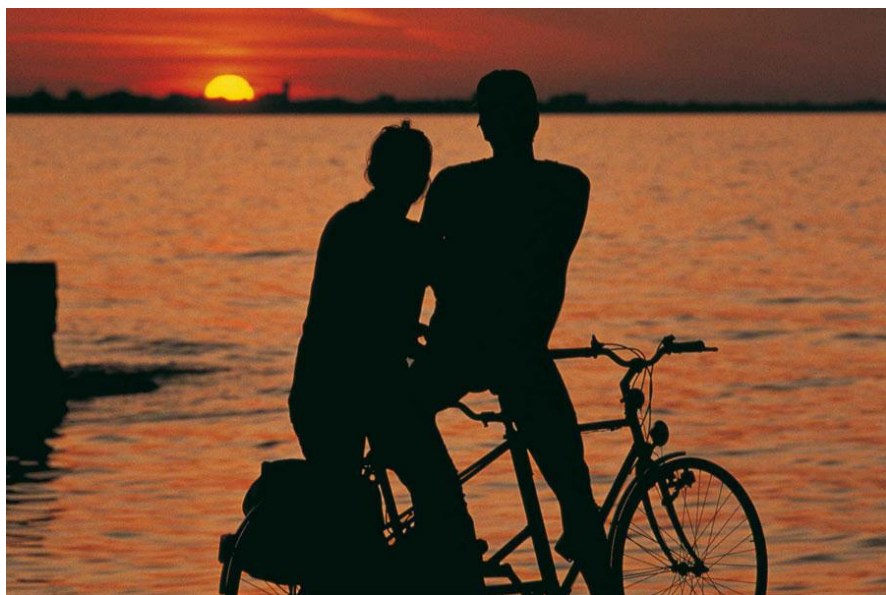
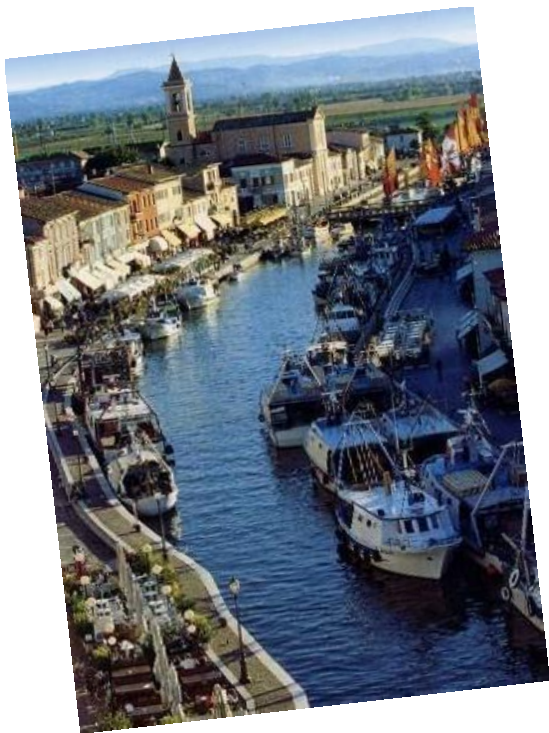
# Ricordare il passato nel costruire il futuro



Dunque destinazione turistica policentrica,  
con straordinaria varietà e ricchezza di motivazioni

Le moderne politiche turistiche di Distretto, si  
fondono sinergicamente sull'interazione virtuosa fra :

- **Agricoltura di qualità** (*identità , radici, memorie del tessuto eno-gastronomico*)
- **Cultura dei territori** (*modi di essere della popolazione, folclore, monumenti arte storia, ecc.*)
- **Innovazione turistica** (*prodotto, processo, servizio*)





*Pellegrino Artusi*



CAS/ARTUSI

**Pellegrino Artusi**  
nato a Forlimpopoli 04. 08.1821





16 giugno 2012

# La Notte Celeste



Terme Aperte  
in Emilia Romagna:  
Spettacoli, Eventi, Benessere



# Parco Nazionale foreste casentinesi



## Tele romagnole stampate a mano







**Terre di Romagna**  
Le Terre dello Star Bene  
Tra Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori





**Terre di Romagna**  
Le Terre dello Star Bene  
tra Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori







**Terre di Romagna**  
Le Terre dello Star Bene  
Tra Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori











**Terre di Romagna**  
Le Terre dello Star Bene  
tra Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori







**Terre di Romagna**  
Le Terre dello Star Bene  
Ira Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori





**Terre di Romagna**

*Le Terre dello Star Bene*

*tra Tesori, Emozioni, Benessere e Sapori*



# Condensare, unire, aggregare...



## *Condensare, unire, aggregare...*

Ecco le parole importanti, se si vogliono sviluppare politiche turistiche moderne, efficienti, efficaci...

### *Condensare, unire, aggregare... :*

> Non significa annullare o cancellare specificità; al contrario, le si esaltano e le si dà valore, se ben inserite in proposte turistiche territoriali , che si avvalgono di brand forti e convincenti....

*Si possono già fare alcuni esempi virtuosi, da incoraggiare.....>>*

## Alcuni esempi virtuosi...



- Il Piano di marketing per la promozione del territorio delle Province di Ravenna e di Forlì-Cesena che si avvale del brand **Terre di Romagna**, progetto promosso dalle Camere di Commercio dei due territori...
- La straordinaria valorizzazione di **Pellegrino Artusi** che il Comune di Forlimpopoli ha avuto la lungimiranza di mettere al servizio di tutta la Romagna (processo che risulterà sempre più evidente nel prossimo futuro..)
- Il progetto di unificazione, per il 2013, delle Strade dei Vini e dei Sapori di Faenza-Ravenna, Forlì-Cesena ed Imola, in **Strada della Romagna**, dove il rapporto con le zone e coi Comuni verrà esaltato e rinforzato dall'appartenenza ad una Strada ampia, strutturata e convincente per i mercati nazionali ed internazionali

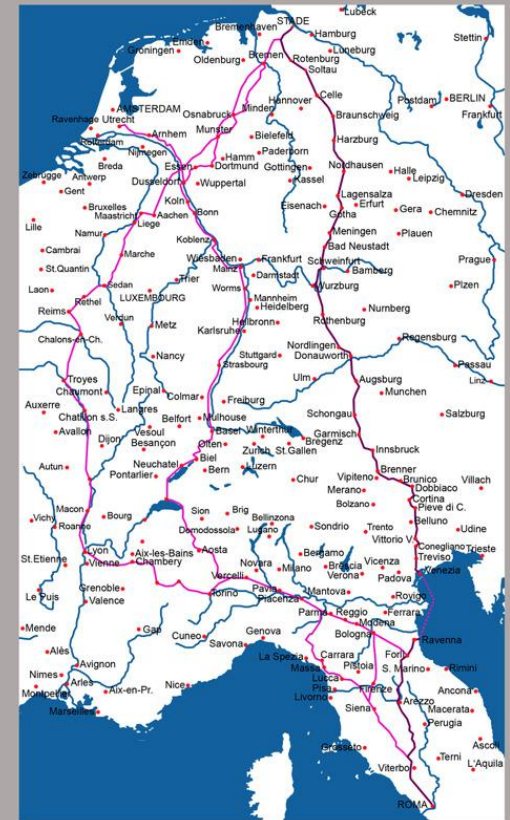


### P.S.R. Asse 3 (Province) – Asse 4 (GAL)

Lungimiranza Ass.to Agricoltura Regione per aver programmato la **Misura 313** per itinerari turistici rurali/enogastronomici, a beneficio delle Strade dei Vini e dei Sapori e dei Comuni associati, che devono insieme concertare e programmare progetti ed azioni

Strumento importante, che ha permesso di realizzare **importanti investimenti** per rafforzare la Rete degli itinerari, pur nelle forti limitazioni alle spese ammissibili

La Regione promette che dalla prossima programmazione si cercherà di comprendere nelle spese ammissibili anche le spese di promozione...



*Lavorare sulle nicchie è importante ma occorrono anche strategie promozionali di più ampio respiro...*

Promozione : abbattere il **pre-giudizio più grande**, ancora ancorato presso il grande pubblico nazionale ed internazionale...

- La **Romagna** come destinazione turistica che **"non è solo mare.."**
- Il **Sangiovese di Romagna** come un vino straordinario **che può reggere confronto** con grandi vini nazionali ed internazionale

**I prodotti della terra e della tavola possono diventare prodotto turistico, anche in Romagna (vedi Langhe)**



*Criteri di ideazione, progettazione e promozione per la realizzazione di itinerari di turismo rurale e dei sistemi turistici locali*

>> costruiti nella considerazione dei fattori sopraricordati....

>> ...e soprattutto nella logica di fruizione concreta del turista, ovvero ***orientati al turista***

>> ...devono ***rispondere a questa domanda:***

*Perché un turista deve prender su da Milano o da Roma e venire in Romagna ??*

***Vivere esperienze Assaporare suggestioni***

**...esperienze, suggestioni, organizzazione..**



***Vivere esperienze***  
***Assaporare suggestioni***  
***Territorio organizzato***  
***Qualità dei servizi e delle strutture***  
***Ambiente ospitale, contesto paesistico soft***  
***Unicità dei residenti, calore dell'accoglienza***

## **Vacanza di qualità in un Distretto di eccellenza**



*Piano di comunicazione di Romagna Terra del Sangiovese progettato dal Prof. G. Dall'Ara*  
**strategia fondata sulle tre "R" :**

- > Racconto**
- > Rimando**
- > Ricordo**

*(...ed indurre la quarta "R": Ritorno !)*

LAURENCE BOUTAUDIER ENTERTAINMENT

FEDERICO FELLINI

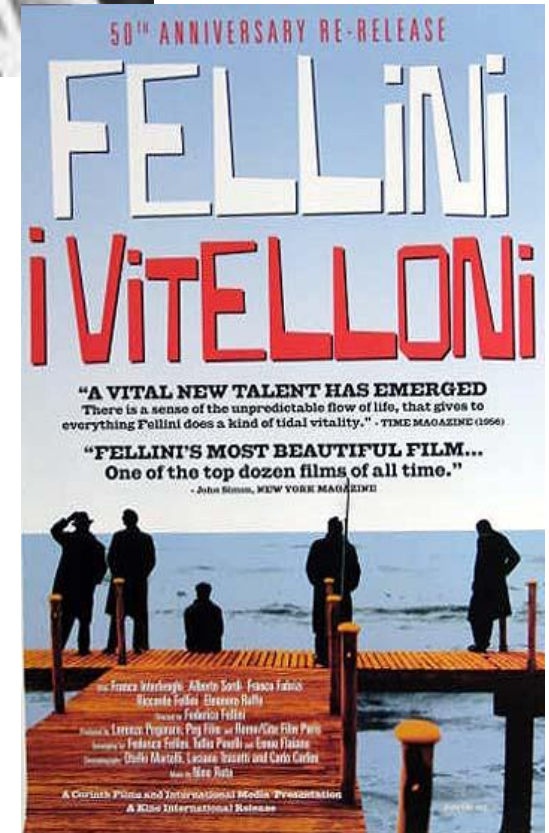
# AMARCORD



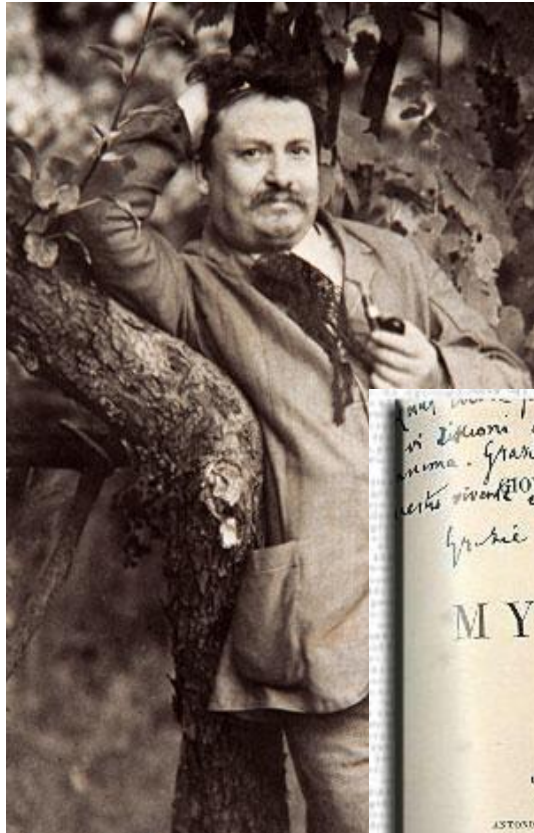
MUSIC BY **NINO ROTA**



*...la Romagna...*



# Giovanni Pascoli : 2012 , Centenario della scomparsa



**il grande  
Poeta  
di S. Mauro di  
Romagna**

*Villa Torlonia (S. Mauro Pascoli)*



*l'azzurra vision di San Marino...*

