

# Romagna Autentica

## «Il turismo cerca esperienze da vivere»

Presentato a Forlimpopoli il progetto che unisce 140 Pro loco. Calendario unico di eventi e promozione

### FORLIMPOPOLI

La "Romagna Autentica", che vuole valorizzare tutto il territorio, si è data appuntamento sabato scorso nella suggestiva cornice della sala comunale di Forlimpopoli per presentare un progetto di promo-commercializzazione che vuole mettere in rete tutte le 140

Pro loco che aderiscono ai quattro Unpli provinciali romagnole. Un'iniziativa che le vuole coinvolgere e unire nella promozione e nella comunicazione di tutti gli appuntamenti, raccogliendoli in un calendario unificato.

Un'idea per creare un fronte comune efficace nella promo-commercializzazione dei prodotti tipici e degli eventi che si caratterizzano sempre più come una vera e propria "esperienza" per i turisti. All'incontro, moderato da Fausto Faggioli, presidente di HearthAcademy e che si è svolto

davanti a un folta platea, hanno preso parte anche la sindaca Milena Garavini e la presidente della fondazione Casa Artusi Lalla Tentoni. «Vogliamo creare un grande database - ha spiegato Luigi Angelini, Ceo di Mediatip, azienda che si occupa della realizzazione del progetto - una guida cartacea da vendere in edicola e una card da commercializzare nei nostri siti web e nei portali di welfare aziendale». «Siamo 140 associazioni, che contano circa cinquemila volontari da Ferrara a Rimini - ha aggiunto Maximiliano Faleri, presidente Unpli Emilia-Romagna - Le Pro loco lavorano per salvaguardare, mantenere e valorizzare il territorio e con questo progetto confidiamo di migliorare notevolmente il nostro operato». «La riviera di Rimini - ha spiegato Patrizia Rinaldis, presidentessa di Federalberghi e vicepresidente Gal Val Marecchia e Conca - rappresenta una delle



La foto di gruppo al termine della presentazione del progetto in Comune

mete più ambite al mondo per il turismo balneare ma le aree interne sono un valore aggiunto. Forbes ci identifica come una delle mete da privilegiare per la primavera 2023. Allora vogliamo unirvi per migliorare ancora di più?». In conclusione Chiara Astolfi, direttrice di Destinazione Romagna, ha tratteggiato le scenario che sta alla base del proget-

to: «Oggi i turisti vogliono servizi nuovi, ma soprattutto sentirsi a casa. Voi - ha detto rivolgendosi ai rappresentanti delle Pro loco - siete i soggetti che producono e produrranno tantissime cose da vedere e da fare. Abbiamo bisogno di irrobustire sempre più la nostra proposta affinché il turista scelga noi. Romagna Autentica serve a questo».

