

TURISMO: D'IGNAZIO, PROGETTO DMC TERRE CERRANO DA REPLICARE

14 Maggio 2018



PINETO – Un progetto innovativo di promozione turistica del territorio, ideato dai Comuni di Atri, Pineto, Roseto e Silvi e legato alla creazione della nuova Destinazione “Terre del Cerrano”, è stato presentato, questa mattina, a Pescara, in Regione, dagli amministratori delle quattro località della provincia teramana alla presenza dell’assessore al Turismo, Giorgio D’Ignazio.

Curato dalla Dmc “Riviera dei Borghi Acquaviva” e frutto di una forte sinergia tra pubblico e privato, l’iniziativa nasce con l’intento di dare un forte e rinnovato impulso allo sviluppo turistico ed economico del territorio. Mare, natura, enogastronomia, arte-cultura-storia-borghi, sono i quattro asset strategici su cui si punta. Il marchio che identifica il nuovo brand di destinazione è graficamente rappresentato dall’incontro e dall’interazione dei quattro asset turistici del territorio. “2Vive per Te” è invece il claim ideato ‘ad hoc’ per identificare la destinazione; uno slogan che esprime un forte senso di apertura.

“La ricetta può apparire semplice – ha affermato l’assessore D’Ignazio – ma non è affatto scontata. La novità – ha aggiunto – sta nell’aver puntato su una più moderna visione di marketing territoriale che prescindesse dai campanilismi e che consentisse di presentare un unicum in termini di offerta turistica, in grado di soddisfare le più svariate esigenze di fruizione del prodotto. Un modello – ha sottolineato – di cui, come Regione, intendiamo favorire la replicabilità per altre aree strategiche del nostro territorio sotto il profilo turistico. A tal proposito, – ha proseguito – ribadisco che questo assessorato intende realmente essere considerato come la casa di tutti, Istituzioni e cittadini. Un luogo ideale dove creare le condizioni per fare realmente sistema e definire al meglio il brand Abruzzo”.

A presentare il progetto sono stati il sindaco di Pineto, Robert Verrocchio, il presidente della Dmc Riviera dei Borghi Acquaviva, Gino Aretusi, il vice presidente, Davide Calcedonio Di Giacinto, l’assessore comunale di Roseto degli Abruzzi, Carmelita Bruscia, e l’assessore al Turismo di Atri, Domenico Felicione.

Tuttavia, l’iniziativa coinvolge anche il Comune di Silvi, in questo momento retto dal Commissario prefettizio, Samuele De Lucia.

Il piano di marketing si basa su una strategia di comunicazione diretta, puntuale ed efficace, che dovrà essere in grado di suscitare emozioni e di valorizzare un prodotto che rappresenta una vera e propria “Marca di territorio”, promuovendo i pacchetti turistici di riferimento sul mercato nazionale ed internazionale attraverso un apposito sito internet, una app per gli smartphone ed il canale dei social network, oltre agli strumenti tradizionali come scatti fotografici, video e materiale cartaceo.

Nella convinzione che questa meravigliosa porzione di territorio abruzzese, con le sue straordinarie peculiarità ed i suoi prodotti unici, debba essere messo necessariamente al centro dell’offerta turistica, la Dmc Riviera dei Borghi Acquaviva, con le quattro amministrazioni interessate, ha elaborato una strategia integrata di promozione della destinazione “Terre del Cerrano” attraverso i prodotti turistici tematici rappresentativi dell’identità del proprio territorio, così da permettere agli

operatori, sia pubblici che privati, di presentarsi con un'offerta di qualità capace di rispondere alle richieste di un mercato turistico sempre più dinamico ed esigente.

Il progetto ha l'intento di favorire il passaggio da un turismo di destinazione ad un turismo di motivazione, capace di trasmettere emozioni ed intercettare nuovi e più consistenti flussi turistici.

L'auspicio di Regione, Dmc Riviera ed dei Borghi Acquaviva e dei quattro amministrazioni comunali di Roseto, Pineto, Atri e Silvi, è che il turista che ha trascorso le proprie vacanze nella nostra destinazione, una volta tornato a casa, ripensando alla vacanza possa rivelare di aver vissuto un'esperienza positiva e di volerci tornare.