

# Grandi eventi, avanti Visit Romagna investe 6,5 milioni di euro

Definito il programma 2024: attenzione alle "esperienze"  
Il presidente Sadegholvaad: «Contenuti sempre più ricchi»

## RIMINI

Per il 2024 un investimento da oltre sei milioni e mezzo di euro in eventi, iniziative e comunicazione del marchio "Romagna". L'assemblea dei soci di Visit Romagna ha approvato il programma annuale delle attività turistiche per il prossimo anno, mettendo in campo un pacchetto di risorse importante finalizzato ad «azioni mirate e di sistema», spiega l'ente di promozione turistica delle province di Rimini, Forlì-Cesena, Ravenna e Ferrara. L'ultima assemblea dei soci di Visit Romagna si è tenuta ieri, alla presenza del presidente Jamil Sadegholvaad, del direttore Chiara Astolfi, del visit ambassador Claudio Cecchetto e dei rappresentanti del consiglio di amministrazione. Approvato all'unanimità il documento strategico con le coordinate della promozione turistica del territorio, in sintonia con le linee guida suggerite dalla Regione. Complessivamente la spesa per le attività 2024 in calendario sarà di 6.556.500 euro.

## Il presidente

«Proseguiamo nel solco intrapreso in questi anni, con un'attenzione particolare ai grandi eventi di sistema che da sempre sono un importante catalizzatore di presenze turistiche per la Romagna. Senza dimenticare la valorizzazione delle esperienze di mare, food, sport, wellness, arte e cultura, che ci permettono di rafforzare la fidelizzazione del nostro



Da sinistra: Jamil Sadegholvaad, Chiara Astolfi e Claudio Cecchetto

pubblico – dice il presidente di Visit Romagna, Jamil Sadegholvaad –. Sono obiettivi che intendiamo perseguire con un programma che dà continuità agli strumenti di promozione, si arricchisce di contenuti e intensifica le campagne, rafforzando il brand Romagna e quelli di prodotto e territorio. Portiamo poi avanti lo sviluppo di nuovi *fil rouge* legati alla cultura e legata a specifiche *community*, in relazione anche alle sempre maggiori tendenze di ricerca di esperienze che ci mostrano le analisi turistiche».

Sono previste azioni per il potenziamento dei grandi eventi, ma anche per la promozione dei contenitori culturali e dei marchi legati a food, bike, Romagna dei borghi, rocche e dimore storiche, in linea con il sentimento sempre

più diffuso tra i turisti: la ricerca di un turismo *slow* che coniughi patrimonio culturale, arte, paesaggio e l'enogastronomia che il territorio è in grado di offrire.

Il direttore di Visit Romagna, Chiara Astolfi puntualizza: «Le esperienze sono la colonna portante del Programma turistico di promozione locale. Valorizziamo progetti di sistema ampi strutturati piuttosto che piccole progettualità che disperdono tempo e risorse e non creano prodotto». Claudio Cecchetto, infine, ha parlato di Natale e Capodanno della Settimana delle 7 Lune, e individua nella "luna", come avvenuto nell'ultima edizione della Notte Rosa, l'elemento identificativo di tutti gli eventi delle feste natalizie riminesi.