

PAOLA  
BONFRESCHI

**T**re anni  
di attività  
dell'Unione  
Appennino  
e Verde,  
l'ente di  
promozione  
del turismo  
verde e  
in montagna

# L'UNIONE FA LA FORZA

**T**re anni sono passati dalla pubblicazione della L.R. 7/98 di riforma dell'organizzazione turistica regionale e l'Unione Appennino e Verde - organismo individuato dalla normativa quale ente per la concertazione tra soggetti pubblici e privati delle politiche di promozione del comparto - si avvia all'approvazione del quarto programma di marketing per l'anno 2002.

La previsione di un tavolo di confronto istituzionale tra privati e pubblici dal quale far emergere politiche di promozione di supporto alla commercializzazione ha avuto l'indubbio vantaggio di individuare azioni specifiche volte a riposizionare un prodotto che, concepito quale turismo climatico estivo, si colloca in un'avanzata fase di maturità.

Analizzando le iniziative previste dal programma di promozione 2001 dell'Unione, si individuano con precisione gli sforzi per valorizzare gli aspetti e le risorse del territorio che maggiormente rispondono alle mutate esigenze del turista, interessato alla possibilità di conoscere direttamente le tradizioni locali enogastronomiche, di praticare sport all'aria aperta, di scoprire gli aspetti incontaminati del territorio. Alla base del programma si sottolinea la vivacità dei soggetti privati nella progettazione di pacchetti turistici "innovativi" con proposte legate all'equitazione, all'enogastronomia, alle dimore storiche, ai parchi naturali, al trekking, ecc.

Il programma si articola su quattro tematiche: la neve, i parchi, l'enogastronomia e il fiume Po. A fianco delle iniziative specifiche riferite a questi comparti, vi sono alcune azioni di tipo trasversale che gli scorsi anni hanno dato risultati di importanza significativa: si tratta dell'iniziativa in collaborazione con Televideo Rai, del sito internet, delle serate promozionali e della campagna stampa. Quest'ultima viene attuata su alcuni settimanali nazionali (in particolare Famiglia Cristiana, I Viaggi di Repubblica e Panorama Travel) affiancando al messaggio

tabellare alcune proposte commerciali dei soci dell'unione, ad indicare le concrete possibilità che vengono offerte al turista nel nostro territorio. Le proposte commerciali dei soci sono inoltre inserite in un fascicolo di 6 pagine del televideo nazionale (pag. 697), mentre una più ampia gamma di offerte costituisce la banca dati accessibile tramite il sito [www.appenninoeverde.org](http://www.appenninoeverde.org). Per quanto riguarda le serate promozionali, l'iniziativa si propone di coinvolgere le scuole e il mondo dell'associazionismo attraverso iniziative organizzate nelle città che costituiscono i bacini di interesse del turismo appenninico regionale.

In merito alle azioni riferite alle tematiche sopra riportate è interessante sottolineare un'iniziativa svoltasi nell'ambito della Settimana Europea dei Parchi (19 - 27 maggio): la presentazione di un video relativo alle aree protette regionali curato dall'equipe di Giorgio Celli accompagnata dalla redazione del calendario degli eventi e delle manifestazioni nei parchi regionali (la brochure può essere richiesta al numero di fax 051/284122 oppure all'e-mail [appennino@aptservizi.com](mailto:appennino@aptservizi.com)).

È importante richiamare inoltre la complementarità delle azioni in programma: ciascuna iniziativa pur essendo inquadrata in una tematica offre sviluppi e vantaggi anche per altri comparti. È il caso del tema riguardante il Po che verrà sviluppato affiancato al tema dell'enogastronomia, degli itinerari ciclabili e dei centri d'arte e cultura "minori".

Infine l'enogastronomia più volte citata: l'Unione Appennino e Verde è l'unione di riferimento per le Strade dei Vini e dei Sapori regionali e per tali organizzazioni sviluppa i progetti di promozione congiuntamente all'Assessorato all'Agricoltura della Regione Emilia Romagna e ad APT Servizi. È attualmente in fase di studio la guida delle Strade da presentare alla fiera Cibus Tour di Parma a fine novembre ed è stata appena terminata la pianificazione della campagna stampa sul mercato tedesco.