

- comunicato stampa -

TURISMO: GRAZIE ALLA SINERGIA TRA CCIAA DELTA LAGUNARE E ROVIGO CONVENTION BUREAU AUMENTATE DEL 30% LE RICHIESTE PER TRASCORRERE UN WEEKEND IN CITTÀ NEL 2017

L'attività di promozione turistica e marketing territoriale sostenuta dall'ente camerale e realizzata da RCVB chiude in positivo il bilancio 2017 e presenta per il nuovo anno la mappa turistica della città "Rovigo nel Cuore".

Rovigo, 20 dicembre - La **Camera di Commercio Venezia Rovigo Delta Lagunare** ha presentato, questa mattina, nella sede di Piazza Garibaldi il bilancio delle attività portate avanti in sinergia con il network di imprese **Rovigo Convention&Visitors Bureau** per la promozione turistica e culturale del territorio e del patrimonio artistico del Polesine nel corso del 2017.

Il progetto di promozione turistica e marketing territoriale avviato nel 2015 con l'obiettivo di far conoscere all'esterno il territorio polesano e fare sinergia tra i vari attori del sistema turistico locale, è stato potenziato e implementato nel corso dell'ultimo anno con molteplici iniziative che hanno reso **molto più visibili le opportunità turistiche** della città e di tutto il territorio, grazie anche alla stretta collaborazione con Fondazione Cariparo, promotore della mostra di Palazzo Roverella, portando di conseguenza un **aumento dei visitatori giornalieri** e delle richieste di soggiorno.

Grazie alle **proposte weekend a tema** ideate da RCVB, le **richieste di soggiorno** da parte di turisti sono **aumentate del 30%** rispetto al 2016. Il Tempio della Beata Vergine del Soccorso "**La Rotonda**" ha rilevato mensilmente **un sensibile aumento delle presenze**, rispetto allo scorso anno, **registrando circa 1000 visitatori mensili**. I risultati sono frutto di un forte lavoro di network attivato tra enti pubblici ed imprese del territorio che ha permesso di creare un format declinato su più temi, in base alle differenti stagioni, per scoprire palazzi e monumenti storici della città, oltre ai capolavori artistici e le eccellenze enogastronomiche.

Allo stesso tempo, collateralmente alla mostra di Palazzo Roverella, sono state **intensificate le attività di marketing territoriale**, grazie alla creazione di banner pubblicitari ad hoc, azioni di comunicazione e mailing mirati con l'obiettivo di promuovere l'offerta turistica a livello nazionale e internazionale e intercettare occasioni di business.

Diverse sono state le partecipazioni di RCVB a **incontri e eventi del settore** come il "**Digital MICE**" di Milano e il workshop regionale "**Buy Veneto**" dove il primo giorno più di **20 buyers internazionali** del mondo leisure e business hanno avuto modo di conoscere l'offerta turistica del Polesine durante gli incontri in agenda ed altri 20 sono stati ospiti di un **Educational Tour**, organizzato da RCVB nell'area Delta Po e città di Rovigo. I buyers provenienti da Austria, Brasile, Libano, India, Nuova Zelanda, Russia, Sud Africa, Sud Corea, Ucraina e Usa hanno dimostrato profondo interesse verso il territorio e richiesto proposte per soggiorni e meeting.

Fra i progetti per il nuovo anno è stata presentata la **nuova mappa turistica della città "Rovigo nel Cuore"** ideata per supportare i turisti nelle visite, contiene le principali informazioni sui monumenti di Rovigo in italiano e in inglese insieme ai

suggerimenti per visitare anche le attrazioni artistiche e storiche dei dintorni. Sono segnalate, inoltre, le eccellenze del Polesine come i prodotti Agrifood certificati e il Museo della Giostra.

La mappa, stampata in **20.000 copie**, è stata già distribuita a Palazzo Roverella, al Teatro Sociale, al Tempio Rotonda, all'Accademia Concordi, alle associazioni di categoria, Censer ed altri enti ed esercizi commerciali del centro (soprattutto bar, ristoranti). Sono state distribuite copie anche agli alberghi di Abano-Montegrotto, mentre a gennaio 2018 verrà distribuita nel centro di Ferrara, Este, Monselice. A febbraio verrà presentata anche alla fiera BIT di Milano.

*"Grazie alla capacità e alla forza della rete di Rovigo Convention&Visitors Bureau nel corso di questi due anni siamo riusciti a ottenere degli eccellenti risultati in termini di visibilità e relazioni con gli operatori del turismo - ha dichiarato **Giacomo De Stefani, vicesegretario generale della CCIAA Delta Lagunare** - Le azioni intraprese nel corso del 2017 hanno consolidato le relazioni e i canali di business che permetteranno a questo territorio di crescere e diventare sempre più una meta di interesse turistico a livello europeo. Per continuare su questa strada è importante che tutte le istituzioni, enti, imprese del settore turistico e del commercio diventino diretti protagonisti e ambasciatori delle eccellenze e del patrimonio di Rovigo e tutto il Polesine."*

*"Stiamo cercando di mostrare al grande pubblico che Rovigo non è una città noiosa se si è animati dal desiderio di scoprire le indubbe ricchezze storiche ed artistiche di cui tutta la provincia italiana è ricca - ha precisato **Cristina Regazzo, coordinatrice di Rovigo Convention & Visitors Bureau**- Il cammino è ancora in salita, servono certamente più risorse per migliorare la capacità attrattiva e per commercializzare un'offerta diversificata che devono essere oggetto di una campagna di comunicazione continua che risponda efficacemente ai tempi richiesti dalla domanda turistica, ma siamo anche fiduciosi che le istituzioni e le imprese comprendano che una strategia di promozione condivisa sia capace di dare i risultati da anni auspicati."*