



Romagna Tourism Experience: appuntamento con 28 buyer del turismo

Si sono tenuti nel fine settimana il workshop e i laboratori nel tempio culinario di Casa Artusi e domenica molto spazio dedicato ai fam trip tra

Cesena, Cervia, Cesenatico, Sogliano e il Misano World Circuit

Il fascino antico delle Saline di Cervia e delle tradizioni marinaresche custodite nel cuore di Cesenatico. I profumi e i sapori dei prodotti tipici come vino e formaggio di fossa di Sogliano. Casa Artusi, vero e proprio 'tempio' della cultura gastronomica. Il Misano World Circuit, teatro di duelli adrenalinici tra i migliori piloti del mondo. Sono alcune delle attrazioni simbolo della Romagna andate a comporre il programma di visite e itinerari della nuova edizione di "Romagna Tourism Experience", workshop esperienziale promosso da Visit Romagna, dedicato alla scoperta delle meraviglie e dei tesori nascosti del territorio, in un confronto diretto con diversi soggetti del turismo organizzato.



“Una tre giorni di full immersion di promozione del territorio in cui gli operatori provenienti da tutta Italia hanno potuto immergersi negli aspetti più autentici e, talvolta, meno conosciuti della Romagna con esperienze ‘vive’ in cui loro stessi possono essere protagonisti dello spirito che ci contraddistingue” afferma Chiara Astolfi direttore di Visit Romagna, ente promotore del progetto.

Nel fine settimana del 25-27 ottobre, “Romagna tourism experience” ha aperto le sue porte a 28 buyer – tra tour operator, agenzie di viaggio, organizzatori di eventi – provenienti da Lazio, Liguria, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Toscana e Veneto.

L’esperienza è iniziata venerdì 25 ottobre con la cena di gala all’hotel

Palace di Milano Marittima. Ad accogliere i buyer sono stati il direttore di Visit Romagna, Chiara Astolfi, e il sindaco di Cervia, Mattia Missiroli. Poi è seguita una degustazione prodotti tipici della Romagna, con curiose novità culinarie, accompagnata da musica, racconti e poesie per far conoscere agli operatori turistici gli aspetti più autentici della Romagna.

Sabato 26 ottobre, prima con un workshop di incontri che ha visto protagonisti contemporaneamente i buyer e 25 seller maggiormente rappresentativi dell'offerta turistica della Romagna. A seguire una challenge che si è svolta a Forlimpopoli, a Casa Artusi, il centro di cultura gastronomica che raccoglie l'eredità di Pellegrino Artusi. In programma tre attività di team building (laboratorio di preparazione dei cappelletti, laboratorio olfattivo, e discovering della Rocca di Forlimpopoli). A cui hanno partecipato anche la sindaca di Forlimpopoli Milena Garavini e Carlo Battistini, presidente della Camera di Commercio della Romagna. A conclusione, cena gourmet nel ristorante di Casa Artusi.



Nella giornata di domenica, 27 ottobre, i buyer sono invece stati coinvolti in tre fam trip alla scoperta del territorio romagnolo. Un viaggio lungo le strade e i sentieri della Romagna Autentica, tra città e piccoli borghi dove storia, arte, cultura, natura e buon cibo si intrecciano regalando ai visitatori esperienze uniche nel loro genere. Anche gli operatori turistici romagnoli hanno preso parte ai fam trip con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il legame e le sinergie con i seller.

Con “Romagna in Musica” gli operatori hanno potuto visitare il Museo Musicalia di Lizzano di Cesena, dove i partecipanti hanno esplorato la storia della musica meccanica all’interno della splendida Villa Silvia. Il tour è proseguito a Sogliano nel Museo del Disco d’Epoca, un’affascinante collezione di oltre 65mila documenti sonori, spartiti e apparecchi musicali storici. Il viaggio terminato con una visita guidata e degustazione del tipico formaggio di fossa sempre a Sogliano, uno dei territori coinvolti nel progetto di marketing territoriale promosso dal GAL “L’Altra Romagna” per la valorizzazione del turismo nelle aree interne.

“Le passioni della Romagna” inizia con un tour al Misano World Circuit Marco Simoncelli, luogo iconico del motociclismo internazionale. I visitatori hanno esplorato il paddock, la pit lane, la sala stampa e il prestigioso podio, immergendosi nel dietro le quinte di una gara. La giornata è poi proseguita con una degustazione di Sangiovese e prodotti tipici.

Infine, con “La Romagna: conoscere il mare e la sua arte” i buyer hanno potuto passeggiare nel centro storico di Cervia, alla scoperta del Magazzino del Sale Torre e della Torre San Michele, simboli della storia della città salinara. A seguire, la visita al Museo della Marineria di Cesenatico, dedicato alle tradizioni marinare locali e alle imbarcazioni storiche. La visita è culminata con un pranzo dopo una passeggiata lungo il suggestivo Porto Canale Leonardesco.



“Promuovere i tesori noti e meno noti del territorio è fondamentale per valorizzare la nostra identità e arricchire l’esperienza dei visitatori” ha commentato Chiara Astolfi, direttore di Visit Romagna, che prosegue “Dalle colline ai borghi storici, la Romagna custodisce autentici gioielli che meritano di essere scoperti, non solo per la loro bellezza ma anche per la loro capacità di raccontare storie e tradizioni profonde. È nostro compito far sì che queste meraviglie emergano e contribuiscano a rafforzare il legame tra cultura, natura e turismo.”