

Lettere**ROMAGNA FORLIVESE
Stati generali
della cultura e del turismo**

Come ho avuto modo di affermare qualche tempo fa, il grande successo delle numerose iniziative di natura storico-culturale, turistica, enogastronomica che si sono svolte sul territorio forlivese nel periodo estivo, rappresenta una base molto interessante per la progettazione del futuro, a cominciare dalla nuova Unione dei Comuni della Romagna forlivese.

Questo potenziale, se opportunamente inserito entro un'unica strategia di promozione e comunicazione, può dare frutti importanti sviluppando ulteriormente quanto già oggi è possibile attraverso i network del sistema turistico regionale ed altre modalità di rete. Considero perciò molto interessante la recente nota del Presidente di CNA Colline Forlivesi, che invita tutti, istituzioni pubbliche e privati, ad una maggiore sinergia e a definire strategie comuni di promozione del territorio. Interventi in questa direzione erano stati fatti poco tempo fa anche dal presidente di ATRIUM Patrick Leech e dall'Assessora al Turismo del Comune di Forlì, Elisa Giovannetti.

Pensando alla molteplicità degli eventi, dal palio alle feste tematiche, ad esperienze di carattere culturale e musicale disseminate nei nostri comuni, esiste già nei fatti un brand "Romagna" e, ad esso connesso, un brand della "Romagna forlivese". Si tratta di proposte connotate da luoghi e borghi storici significativi, da iniziative culturali di alto profilo, da enogastronomia di qualità (sia dal punto di vista dei prodotti del territorio sia dell'offerta di ristorazione), nonché da possibilità ricettive importanti (basti pensare alla rete di hotel, alberghi e pensioni legati anche al settore termale).

Quello che è sempre più evidente, grazie soprattutto al lavoro di tantissime associazioni, volontari, che collaborano in maniera molto positiva con le istituzioni comunali, è che questo patrimonio deve sempre di più promuoversi insieme ed in modo congiunto, preservando il radicamento territoriale, ma anche sviluppando ulteriormente l'apertura europea e internazionale. Un ulteriore

salto di qualità sul piano dell'organizzazione integrata e a rete – accompagnata da un unico "cartello" di promozione delle iniziative – può certamente consentire alle nostre realtà locali di ospitare non solo visitatori per una giornata, ma "turisti" e "viaggiatori" interessati a soggiornare sul territorio, a scoprirne i percorsi, e dunque di collegare la visita con la permanenza e il pernottamento, anche in più borghi e più città.

Questa vicinanza tra ambienti così vari e ricchi sul piano storico, culturale, artistico, enogastronomico, con il mare, le colline, la montagna e quello che dovrebbe divenire un circuito termale integrato (da Fratta Terme e Castrocaro a Bagno di Romagna fino a Cervia), può diventare sempre più un'opportunità anche per l'economia del territorio e occasione di lavoro e di nuova impresa, valorizzando creatività e innovazione, in stretta connessione anche con il sistema formativo.

Il consolidamento dell'Unione della Romagna forlivese, con i Comuni legati da vincoli cooperativi, offre dunque una straordinaria occasione per mettere a sistema e promuovere, in modo congiunto, le nostre belle realtà, e perciò da subito occorre concretizzarne al meglio le possibilità con programmi e azioni comuni. Ciò diviene una priorità anche in vista della riorganizzazione del sistema turistico regionale demandata alla prossima legislatura, dopo le elezioni di novembre. L'idea di realizzare il primo possibile gli Stati Generali della Cultura e del Turismo, può diventare una significativa occasione di messa in rete e di crescita per tutti i nostri territori.

Thomas Casadei

Consigliere Regionale Emilia-Romagna
Gruppo Assembleare PD

