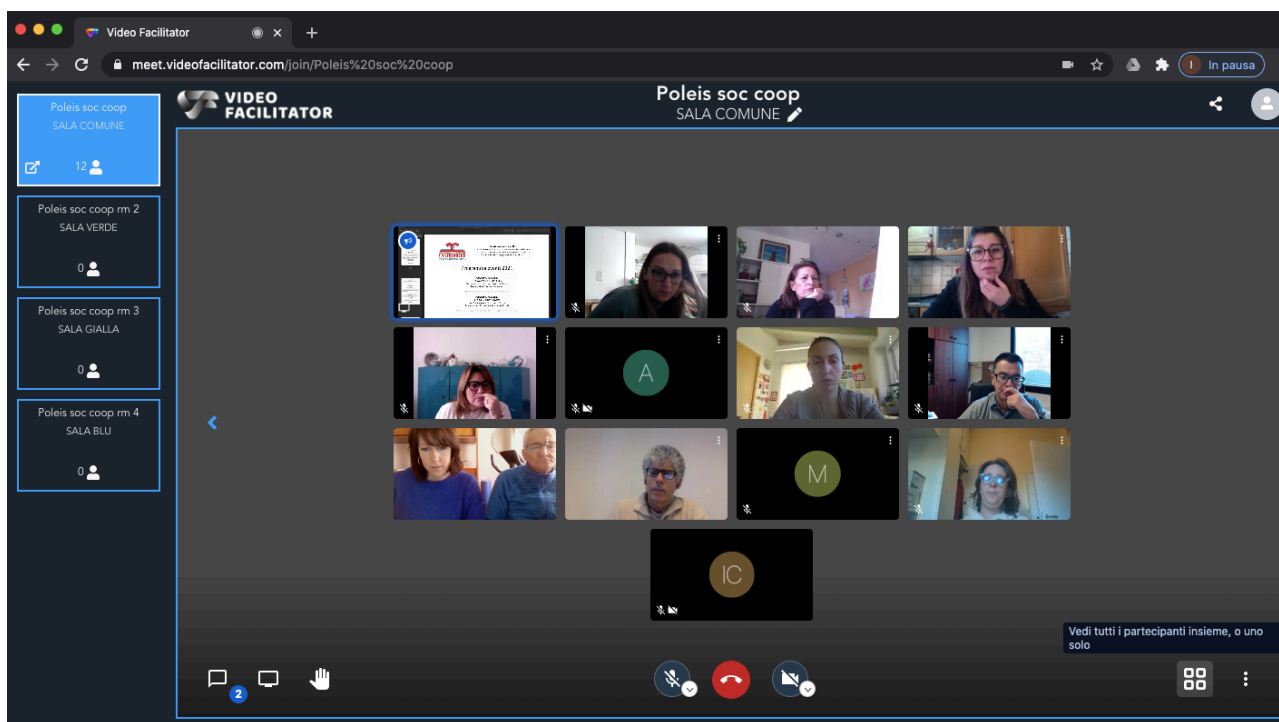


Consorzio Castrumcari  
Comune di Castrocaro Terme e Terra del Sole

## Workshop comunicazione, eventi, immagine



Lunedì 14 dicembre alle ore 10:00 si è tenuto un incontro di presentazione del calendario eventi e del piano di comunicazione, redatti dal Consorzio Castrumcari a seguito delle attività partecipative svolte nell'ambito del percorso di partecipazione "Comunità turistica integrata". Come già accaduto per i precedenti laboratori, anche questo incontro è stato realizzato attraverso la piattaforma Videofacilitator.

Luigi Pretolani presenta il Calendario eventi costruito a partire da una valutazione degli eventi tradizionali e integrato con una corposa varietà di iniziative. Si è cercato di rimpolpare l'offerta soprattutto nei mesi di settembre e ottobre. Fino ad alcuni anni fa il problema era la programmazione di luglio e agosto, la caduta del turismo termale ha modificato le esigenze e ha fatto spostare la necessità di intensificare la proposta nei mesi maggio-giugno e settembre-ottobre.

I nuovi eventi proposti dal Consorzio per il prossimo anno sono i seguenti:

- San Valentino
- Festa della donna
- Weekend tesori aperti
- Lunapark – Disco giovani
- Mercato di Forte dei Marmi
- Passeggiata panoramica
- Maratona
- Wine event
- Festival del turismo sostenibile

Sfida dei balestrieri  
Castrocaro Happy hour tutti i giovedì di giugno  
Venerdì in Rocca  
Festival piadina gourmet  
Dj time  
Concorsi delle vetrine  
Spettacolo cabaret  
Notte del liscio  
Street food festival  
Castrocaro in jazz  
Festival fuochi d'artificio  
Barman freestyle  
Cene concerto  
Mercato antiquariato  
Saldinbanchi  
Albana day  
Castrocomix  
Festa del wellnes (ex festa del forestiero)  
Ristoranti a tema  
Festa di Santa Reparata  
Festa di San Nicolò

Claudio Aldini: il fatto che si stia già lavorando per programmare gli eventi per il prossimo anno è una grande cosa, negli anni precedenti questo non avveniva. La proposta di calendario eventi è interessante, molto articolata, con tante situazioni nuove.

Alessio Vola: lo spirito è quello di creare eventi che facciano stare bene le persone.

Monica Price: gli eventi presentati sono al momento una serie di proposte, sarà inviato un questionario a tutti gli operatori del settore presenti nel territorio per verificare il gradimento ed il giudizio sulle proposte fatte.

Franco Farnedi, consulente informatico del Consorzio, interviene per presentare la struttura del sito web che è in costruzione sul dominio <https://castrocaroftermeterradelsole.travel> . Questo sarà l'unico sito che promuoverà la ricettività e le attività del Comune. Il sito si interfacerà con il sito Romagna Toscana, di stampo più istituzionale.

Fare il sito e farlo bene è importante, successivamente però bisogna anche dargli la giusta visibilità, costruire una rete di contatti, una sinergia tra offline e online per portare traffico al sito. Il sito non deve essere un contenitore vuoto, deve essere uno strumento per mettere in mostra le potenzialità del territorio. Si potrà inserire anche una integrazione con i social media, ma anche questo è un canale va presidiato e fatto vivere dal basso. I commercianti e devono essere i primi a farsi promotori del sito e delle azioni di comunicazione.

Deve scaturire una sinergia tra gli imprenditori del territorio ed il Consorzio per alimentare i contenuti e la promozione.

Donatella Castelli è favorevole all'iniziativa di realizzare un nuovo sito. Il sito deve essere sia uno strumento promozionale che un vademecum per chi pernotta o visita il territorio per sapere cosa fare, dove mangiare ecc.

Vanessa Petrucci riassume le altre azioni di comunicazione proposte dal Consorzio. Gli sforzi fatti nel 2019 sono stati vanificati dal Covid. Questa situazione particolare ha messo però ancora più in risalto la vocazione slow del territorio. Gli ultimi eventi fieristici cui il Consorzio ha partecipato hanno permesso di fissare moltissimi appuntamenti con CRAL e tour operator.

Oltre al sito e alla pagina Facebook sarà gestito anche un canale Youtube.

Vanessa presenta una proposta di nuovo marchio del Consorzio "Castrocaro Terme e Terra del Sole travel", caratterizzato dagli elementi grafici del sole e della fontana. Il termine "travel" rimanda immediatamente alla vocazione turistica e all'obiettivo del Consorzio di "vendere" il territorio. Il nome "Castrumcari" era difficile da utilizzare e recepire, pertanto si è cercato un nome nuovo, più fresco e di respiro più internazionale. Il logo sarà sottoposto ad una valutazione da parte dei Soci.

Luigi Pretolani afferma che Castrocaro è ad un punto critico, per risollevarsi ha bisogno di una sterzata molto forte, perciò sono state fatte proposte di rottura che sicuramente desteranno polemiche. Il Consorzio crede in queste azioni e sta lavorando anche per la ricerca dei fondi necessari a realizzare tutto il programma proposto.

Donatella Castelli chiede perché nel calendario eventi non sono stati inseriti il Festival Voci nuove e il Festival Allegri. Chiede inoltre se è possibile inserire nel logo un riferimento alla Regione Emilia-Romagna per dare una più agile localizzazione al territorio.

Antonella Ravaglia risponde all'ultima domanda affermando che ci sono già molte simbologie e un naming lungo nel logo. Inoltre spesso il logo sarà associato a quello della Regione.

Pretolani risponde alle altre domande. Il Festival Voci nuove è stato tolto di proposito dal programma, è un terreno minato, è un bando biennale del Comune con una società di Roma che lo gestisce in totale autonomia. Il Festival Allegri è stato spostato a Faenza.

I presenti al tavolo concordano nella necessità di effettuare un approfondimento operativo sul tema del calendario eventi, coinvolgendo un numero maggiore di attività economiche.

Alle ore 13:00 il tavolo è chiuso.