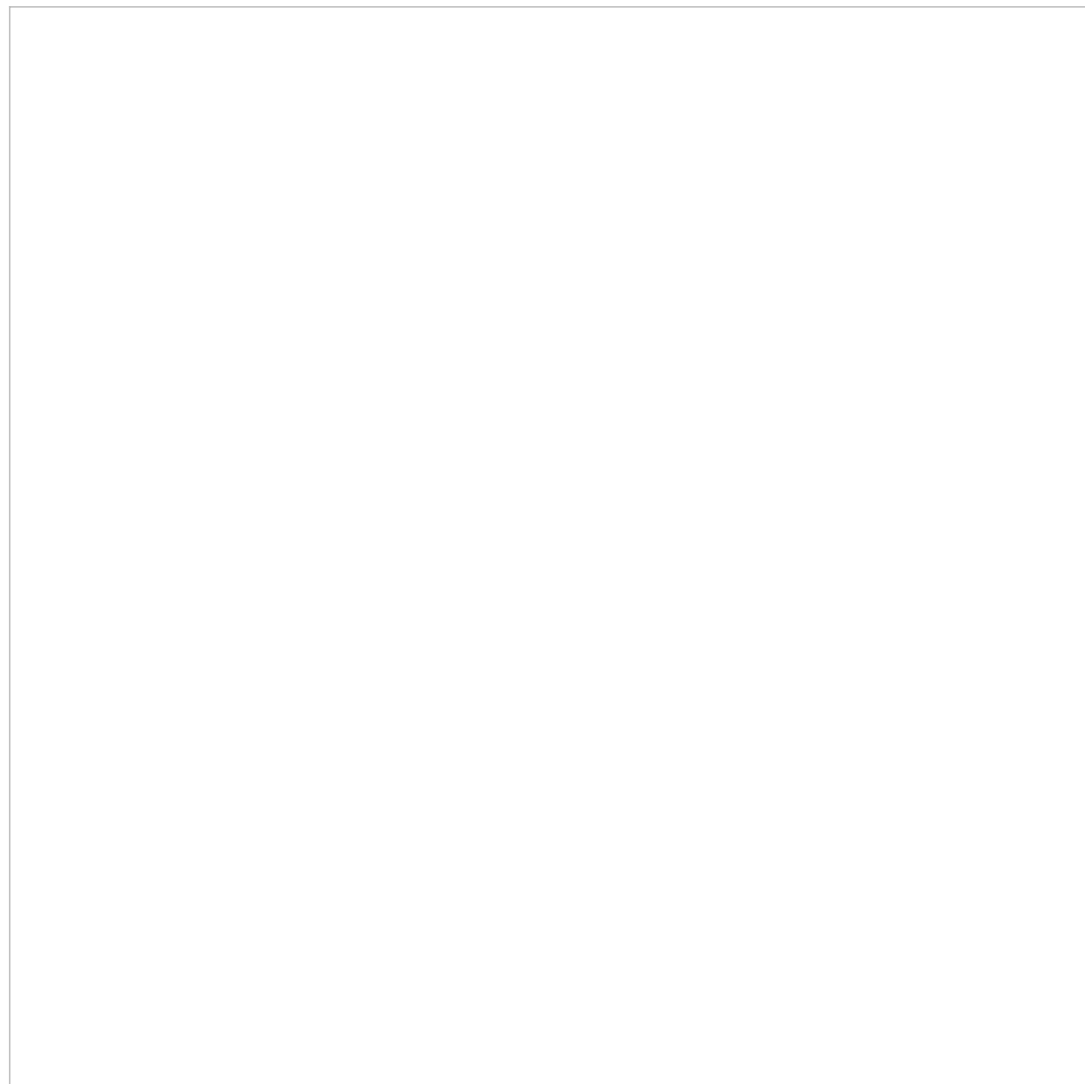


Economia

18 Gennaio 2022

Turismo, Stefano Accorsi e Andrea Delogu sbancano con 9 milioni di visualizzazioni

Nel 2022 il progetto Via Emilia prevede dieci nuovi video e oltre 24 post



18 Gennaio 2022 Le buone notizie aiutano ad affrontare i momenti meno brillanti. Sapere che la Via Emilia narrata da Stefano Accorsi e Andrea Delogu ha realizzato oltre 9 milioni di visualizzazioni sul web aiuta a pensare a una stagione estiva 2022 positiva.

Non è solo una strada. È un lungo filo rosso che da Piacenza a Rimini pulsa e tiene insieme la storia millenaria di un'intera regione. Città d'arte, cinema, cultura, natura incontaminata e alta moda; e ancora Motor, Food, Wellness e Data Valley.

La via Emilia è un viaggio tra le persone e le eccellenze dell'Emilia-Romagna ed è anche il nome del progetto di promozione turistica nazionale e internazionale avviato a fine 2020 e realizzato da Apt Servizi Emilia-Romagna con le Destinazioni turistiche regionali e la Cineteca di Bologna.

Un viaggio narrato da Stefano Accorsi e Andrea Delogu attraverso video-racconti realizzati dalla casa di produzione bolognese The Solo House che nel 2021 ha raggiunto 9,2 milioni di visualizzazioni sul web.

Seguitissimi sul web - oltre 990mila follower per Accorsi e più di 700.000 follower per Delogu - l'attore emiliano e la conduttrice televisiva e radiofonica romagnola hanno raccontato sui loro canali social e su quelli della promozione turistica regionale, le tante eccellenze della Regione attraverso clip ironiche e autentiche allo stesso tempo.

Nella narrazione di 'Via Emilia' un ruolo centrale lo riveste il cinema, risorsa che l'Emilia-Romagna ha sviluppato sia attraendo grandi e piccole produzioni, grazie al ruolo chiave della Film Commission regionale, sia in termini più direttamente turistici e culturali, con i cine itinerari dedicati ai grandi registi emiliano-romagnoli (da Fellini a Bertolucci, passando per Guareschi e Pier Paolo Pasolini) e con l'attività della Cineteca di Bologna.

Tra le opere più recenti supportate dalla Film Commission: 'Volevo nascondermi' di Giorgio Diritti, la serie HBO 'We are who we are' di Luca Guadagnino, la serie Netflix 'Summertime', ed ancora 'Diabolik' dei Manetti Bros, 'Est' di Antonio Pisu, 'Atlantide' di Yuri Ancarani, 'Per Lucio' di Pietro Marcello e 'SIC' documentario Sky Original, oltre a numerosi lungometraggi, cortometraggi e documentari.

Dallo spot sulle città d'arte e la cultura dell'Emilia-Romagna, alla clip per promuovere la stagione estiva in Riviera, e ancora il viaggio su due ruote dedicato alle opportunità del cicloturismo, quello sulle eccellenze della Food Valley fino all'ultimo video-racconto della Data Valley e del Tecnopolo di Bologna lanciato a Expo Dubai 2020.

Tutti i video in cui l'attore bolognese, con efficace ironia, si fa interprete nazionale e internazionale della sua Regione sono pubblicati sui canali web e social di Apt Servizi Emilia-Romagna. Accorsi promuove la Regione anche attraverso contenuti dedicati sui canali social.

Nel 2022 il progetto Via Emilia prevede dieci nuovi video e oltre 24 post.

La conduttrice radiofonica e televisiva romagnola è il volto di StrongER, tornare più forti di prima, storie di ripartenze, eccellenze e coraggio. La rubrica a episodi dedicata alle testimonianze di emiliano-romagnoli che incarnano lo spirito e l'identità più veri della Regione, andrà avanti anche nel 2022. Fa parte del progetto 'Via Emilia' anche la rubrica Artigiani, Ribelli e Sognatori, l'approfondimento sul web di alcune delle più belle storie dell'Emilia-Romagna e dei suoi personaggi. Dal fotografo Nino Migliori al geografo e professore emerito Franco Farinelli, dalla poetessa e scrittrice Mariangela Gualtieri al direttore della Cineteca di Bologna, Gian Luca Farinelli.

“L'Emilia-Romagna è un territorio bellissimo e ricchissimo: le città d'arte, la riviera, la gastronomia, l'Appennino, la natura, il benessere. Ma questo non basta, avevamo davanti a noi la necessità di riuscire a comunicare attraverso nuovi linguaggi i nostri punti di forza. Oggi possiamo dire di aver vinto questa sfida, grazie anche al contributo degli straordinari testimonial che ci hanno aiutato a portare l'immagine della nostra Regione ovunque nel mondo. I numeri parlano da soli e danno ragione a una strategia comunicativa che solo pochi mesi fa ci aveva permesso di salire al terzo posto della classifica di Demoskopika dedicata alle reputazioni turistiche delle regioni italiane. Risultati ottenuti grazie anche alla professionalità di Apt Servizi e delle Destinazioni turistiche, che hanno continuato a lavorare nonostante le difficoltà dovute alla pandemia e alle necessarie restrizioni per combattere il virus. Non è un punto di arrivo, bensì di partenza. Proseguiremo a investire per lo sviluppo dei nostri portali turistici e di campagne web mirate, che puntino sulle nostre peculiarità: la varietà dell'offerta, l'ospitalità, la qualità dei servizi e l'ottimo rapporto economico”. □