

# Caner: «Con 22 enti insieme si crea un modello per tutti»

**“TERRE TRA ADIGE E PO” NASCE DOPO UN PERCORSO DI STUDIO PARTITO ORMAI NEL 2014**

**IL SEGRETARIO CCIAA GIACOMO DE STEFANI: «DA ANNI SI DICE CHE IL POLESINE NON SFRUTTA LE POTENZIALITÀ»**

## IL CAMMINO

**ROVIGO** La nascita del marchio d'area “Terre fra Adige e Po” è arrivata dopo un percorso di studio iniziato nel 2014. Le fasi preliminari della creazione del marchio, promosse dalla Camera di commercio di Venezia e Rovigo e supportate dalla Regione, hanno trovato il loro sprint finale tra luglio e dicembre 2020, attraverso un processo partecipativo che ha coinvolto il tavolo di coordinamento dal quale, grazie alla somministrazione di questionari specifici, sono emersi i tratti distintivi dell'ambito territoriale interessato dal progetto, corrispondente a 22 Comuni del Medio Polesine.

## LA SPINTA

Giacomo De Stefani, segretario generale dell'ente camerale, ha sottolineato che «il marchio nasce dalla volontà di rilanciare l'immagine turistica del Polesine. Da anni, infatti, si dice che la provincia di Rovigo non sfrutti le proprie potenzialità. Questo progetto, invece, punta alla creazione di un'immagine turistica degna che metta insieme tanti soggetti in uno sforzo unitario».

Il criterio di aggregazione sottostante alla creazione delle Organizzazioni di gestione del-

le destinazioni, le Ogd, e dei marchi d'area, non è amministrativo né geografico; la strategia di valorizzazione è infatti correlata all'esistenza di risorse storiche, culturali, produttive e di prodotti turistici che caratterizzano un determinato ambito territoriale con caratteristiche omogenee e che, proprio per tale motivo, possono coinvolgere anche una o più località della provincia di Rovigo che fanno già parte di altre organizzazioni della destinazione esistenti.

## L'ATTO DECISIVO

Nel primo trimestre 2021, ultimato il processo partecipativo propedeutico, è stato redatto il Piano strategico pluriennale della durata di cinque anni del marchio d'area “Terre fra Adige e Po” seguendo le normative dettate dalla Regione. A tal proposito, l'assessore regionale Federico Caner ha aggiunto che «questa iniziativa, cui va il mio plauso, è perfettamente in linea con gli indirizzi del piano strategico del turismo regionale che vede nell'innovazione e nella creazione di nuove iniziative di marketing condiviso, alcuni dei suoi punti chiave. La creazione di questo nuovo marchio d'area segna un nuovo passo in avanti per l'organizzazione e la promozione di una destinazione giovane, ma dall'altis-

simo potenziale, come il territorio compreso tra l'Adige e il Po».

L'assessore veneto ha evidenziato che «la scelta di dare vita a uno strumento di governance condiviso, nato da e per il territorio e che coinvolge ben 22 realtà tra enti e associazioni, dimostra la volontà degli operatori del Medio Polesine di essere parte attiva nel processo di sviluppo turistico di questo gioiello culturale del Veneto».

## I PARTECIPANTI

I 22 enti coinvolti, oltre a Camera di commercio, Fondazione Cariparo, Provincia, Rovigo convention & visitors bureau e Studio Ruzza, sono i Comuni di Rovigo, Arquà, Badia, Bagnolo di Po, Canda, Castelguglielmo, Ceregnano, Costa di Rovigo, Frassinelle, Fratta, Giacciano con Baruchella, Lendinara, Lusia, Pettorazza Grimani, Pinca, Polesella, Tracenta, San Belino, San Martino di Venezze, Villadose, Villamarzana e Villanova del Ghebbo. E ancora Gal Polesine Adige, Confcommercio, Confcooperative, Confindustria, Confagricoltura, Confefercenti, Accademia dei Concordi, Cur, Conservatorio Venetico, Fondazione Rovigo cultura e Fondazione per lo sviluppo del Polesine.

**E. Bar.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

