

## Presentati al Padiglione delle Terme il nuovo marchio di Castrocaro e i progetti turistici



E' stata presentata a Castrocaro, il 27 marzo scorso al Padiglione delle Terme, la nuova strategia per lo sviluppo turistico locale. L'analisi del quadro attuale del turismo castrocarese e delle prospettive per il futuro è stata affidata alla società specializzata Econstat. Dalla relazione di Econstat, presentata da Stefano Dall'Aglio, è emerso un progetto di rilancio basato su salute, sport, cultura ed enogastronomia per rispondere alle domande di un turismo variegato, non più soltanto basato sull'attività termale ma in grado di parlare anche a un target giovane. Nella foto (*da sinistra*) Ettore Sansavini, presidente di Salsubium, Francesca Metri sindaco di Castrocaro e Francesco Ferro di Integra Solutions, ideatrice del nuovo marchio turistico della cittadina romagnola.

## CASTROCARO TERRA DEL SOLE

*Presentati i risultati  
di un'indagine  
per lo sviluppo del settore*



Ettore Sansavini

### Nel nuovo logo: vitalità, entusiasmo, rigenerazione e dinamicità

**CASTROCARO.** Il marchio "Castrocaro" abbandona, in parte, le Terme e Terra del Sole, per identificare un'offerta turistica più estesa. Può fare un poco impressione, sentire parlare della promozione di un territorio con termini legati al marketing e quindi alla pubblicità di un prodotto commerciale, ma con la creazione del marchio "Castrocaro. Terra

Termale e Terra del Sole" si vuole, in fondo, raggiungere un incremento della vendita turistica di Castrocaro Terme-Terra del Sole. L'obiettivo che Integra solutions - agenzia di comunicazione che ha curato il progetto "marchio" - vuole raggiungere è quello di avere un logo che ispira vitalità, entusiasmo, rigenerazione e dinamicità, con uno

stile essenziale e sobrio, per renderlo fruibile ad un pubblico che deve essere il più vasto possibile. Relegare in secondo piano sia le Terme, che il patrimonio storico rappresentato da Terra del Sole, vuole dire: dare l'idea di un'offerta turistica che vada oltre i due settori rappresentati, pur mantenendone in evidenza l'importanza. (m.m.)

# Il turismo punta verso nuove strade

*Il termalismo resta in vetta  
ma si vuole un'offerta dinamica*

di Matteo Miserocchi

**CASTROCARO.** Meno terme per avere più turismo a Castrocaro Terme-Terra del Sole. La nuova strategia per lo sviluppo turistico del paese romagnolo punta proprio ad ampliare l'offerta di attività, evitando di concentrarsi solo sul termalismo.

La giunta guidata dal sindaco Francesca Metri ha commissionato uno studio ad Econstat (società specializzata nel settore), anche grazie all'appoggio economico della Fondazione della casa dei Risparmi di Forlì, il primo cittadino, accompagnata da Stefano Dall'Aglio, consulente Econstat, e da Ettore Sansavini, presidente di Salsubium, ha presentato i risultati di questo lavoro a operatori turistici e non solo.

**Più dinamica.** Dall'analisi realizzata da Econstat emerge che l'offerta turistica castrocarese è poco dinamica, molto concentrata sul settore alberghiero e con poche strutture extra alberghiere. Manca-

no anche elementi di intrattenimento collaterali. Si soddisfano gli utenti del termalismo tradizionale, una clientela che chiede servizi essenziali ed a prezzi bassi. Secondo Econstat è questa la ragione che sta alla base dei cali di presenze registrati negli ultimi anni.

**La cura.** Il prodotto turistico "Castrocaro" non deve più fare riferimento solo all'offerta termale, che ne rimane comunque il cuore, ma la deve diversificare, integrandola con proposte che interessano i giovani e chi ha capacità di spesa medio alta. Il suggerimento è quello di offrire: salute e benessere (a tal proposito la Salsubium,



Il sindaco  
Francesca  
Metri con il  
logo che  
identifica  
Castrocaro e  
Terra del  
Sole (Foto  
Fabio Blaco)

che gestisce le Terme, ha presentato un progetto di riqualificazione delle strutture radicali: con campi tennis, nuove piscine, campo da basket, nuovi accessi e strutture all'avanguardia); sport (prevedendo attività di tipo "dolce", creando aree per passeggiare e corsa, oltre a potenziare le strutture); eventi di richiamo (manifestazioni sportive, musicali, culturali ed enogastronomiche); oltre ad incentivare la nascita di negozi di enogastronomia e arti-

giano tipico. L'idea è di riqualificare viale Marconi; di avere parcheggi più numerosi e strutture ricettive quali: agriturismo tematici, eco-camping e albergo diffuso. Quella del Comune è una sfida a tutti, un "libro dei sogni" da costruire. «L'amministrazione - ha spiegato il sindaco - si è attivata per la fase di progettazione, costruzione di una strategia e posizionamento del marchio. Ora tocca agli operatori fare la loro parte, potendo contare sul supporto del Comune».



## "Piedibus" in marcia Forlimpopoli, iniziativa per i bimbi

**FORLIMPOPOLI.** Zainetto in spalla e tutti in fila indiana. Parte questa mattina il progetto "Piedibus": andare a scuola a piedi accompagnati solo da genitori volenterosi. I bimbi delle scuole elementari di Forlimpopoli sono seicento e, se il progetto sostenuto dall'assessore all'istruzione Davide Moretto "prenderà piede", potremmo essere in vista di una rivoluzione ecologica. I genitori, al momento sono circa dieci, passeranno dalle principali strade che conducono a scuola (via Papa Giovanni XXIII, Baldelli, Ho Chi Min, via Roma) e, esattamente come il vecchio torpedone, raccoglieranno gli alunni alle fermate del pulmino. «Secondo noi - commenta l'assessore - "Piedibus" rappresenta una scelta ecologica, economica e fortemente socializzante». Insomma, buona passeggiata. (m.s.)

**CASTROCARO** RILANCIARE IL TURISMO? SANSAVINI: «SOGNO UN PARCO ACQUATICO»

# Non solo terme, servirebbe anche Aquafan

**U**N IMMENSO parco acquatico che dovrebbe portare a Castrocaro 700mila persone l'anno. Una Spa extralusso e la prima clinica del benessere italiana. Sono solamente tre dei progetti elaborati da Ettore Sansavini, presidente di Salsubium S.p.A., società di gestione di Terme e Gran Hotel, per riportare la città del Campanone ai fasti del periodo aureo.

Quello dell'imprenditore forlivese è stato uno degli interventi che ieri hanno calamitato l'attenzione del pubblico presente al Padiglione delle Feste in occasione del convegno 'Le strategie di Castrocaro nello sviluppo turistico del forlivese'. A inaugurare il congresso è stato Stefano Dall'Aglio, presidente di Econstat, società incaricata dal Comune termale di elaborare un ambizioso piano di rilancio. Dalla ricerca effettuata, sviluppata lungo un anno di studio, emerge un messaggio tanto semplice da comprendere quanto complesso da realizzare: Castrocaro non può vivere di sole Terme. Dall'Aglio ha fotografato la situazione turistica attuale, individuandone punti di forza e talloni d'Achille: «La proposta turistica è poco dinamica, troppo concentrata su strutture alberghiere a tre stelle, non più al passo coi tempi. Ad aggravare la situazione la carenza di attività di intrattenimento per una clientela di target medio basso, formata quasi esclusivamente dai termalisti tradizionali, con po-



**SPERANZOSA GRIFFÈ**  
Il sindaco Metri e il logo del paese

**LO STUDIO**  
**Per evitare il declino vanno incrementate le attività di intrattenimento**

che risorse economiche e quindi scarsamente propensi a spendere. La somma di questi fattori ha prodotto negli ultimi anni un calo di presenze, soprattutto nei periodi maggio-giugno e settembre. Per superare la fase di declino bisognerà puntare su un'offerta più variegata. I buoni risultati del 2008

**L'Accademia artusiana premia Stocco e Balzani**

**CULTURA** in punta di forchetta: è il programma dell'Accademia artusiana che propone domattina la rassegna 'Artusea 2008, parte seconda', nella quale saranno premiati un professionista dell'enogastronomia, Ennio Stocco, per trent'anni maitre del Grand Hotel di Rimini, e una personalità scientifica, il forlimpopolese Vincenzo Balzani, docente di chimica all'università di Bologna. Si comincia alle 10.30 nella sala consiliare del Comune, in piazza Garibaldi.

(+3,3% le presenze; +5,5% gli arrivi) dimostrano che un futuro diverso è possibile, a patto di agire in modo coerente e determinato per cogliere le opportunità di mercato». Da qui la necessità di un nuovo posizionamento del prodotto turistico. Spazio dunque alla ricerca del benessere fisico e mentale. L'imperativo categorico è quello di puntare sul tritico salute, sport e spettacolo.

**Francesca Miccoli**

**{APPUNTAMENTI & INFORMAZIONI}****CASTROCARO E IL TURISMO**

Le strategie di Castrocaro Terme nello sviluppo turistico del forlivese vengono illustrate nel corso di un convegno che si tiene venerdì 27 marzo (ore 17), al Grand Hotel Terme di Castrocaro. Tra i relatori Stefano Dall'Aglio, Ettore Sansavini e il sindaco castrocarese Francesca Metri; a seguire una tavola rotonda, sul tema "Destination Forlì: protagonisti e reti, idee e progetti, per confermare la crescita turistica dell'intero territorio". Nel corso della giornata Francesco Ferro di Integra Solution presenta anche il nuovo marchio di "Castrocaro Turismo". Info.0543 722256 - eventi@integrasolutions.it