Emilia-Romagna: la promozione punta su Via Emilia e offerte per famiglie

L’azione promozionale 2015 dell’**Emilia-Romagna** - che punta a un incremento della quota di turisti esteri - sarà incentrata su due principali filoni, il **Progetto Via Emilia-il turismo dell’esperienza** e il **prodotto famiglie con bambini**, attraverso i progetti **Welcome Family e la Riviera dei Parchi**, che vede coinvolti 11 parchi di divertimento della Riviera. In particolare, il Piano 2015 di **Apt Servizi** prevede iniziative in Europa nei paesi di lingua tedesca con campagne di comunicazione in **Germania, Svizzera e Austria** e iniziative promozionali in Russia e Regno Unito, con focus nei mercati dell’Europa dell’Est, Francia e Paesi Scandinavi. Proseguiranno poi le **azioni di co-marketing** con diversi **tour e bus operator europei e russ**i: un'attenzione particolare sarà dedicata al mercato austriaco dei viaggi della terza età, grazie all’accordo con Senior Reisen, il tour operator interno della più importante Associazione di pensionati austriaci PVÖ (Pensionistenverband Österreichs), che ha scelto l’Emilia Romagna la destinazione di vacanza dei suoi associati nell’autunno 2015. Verrà poi riproposta la collaborazione con i bus operator esteri (nel 2014 sono stati coinvolti 75 operatori di 14 paesi) e, in Italia, con bus operator specializzati in viaggi di gruppo del turismo associativo. Tra le iniziative previste in Italia è allo studio una campagna televisiva di promozione territoriale dedicata alla Riviera.