

*Alla Fiera del turismo di Colmar presentato anche  
il calendario degli eventi da Natale all'estate*

## Verdeblu, la promozione parla "francese"

BELLARIA IGEA MARINA - Bellaria Igea Marina parla sempre più francese e Verdeblu non molla la presa sull'Alsazia. Si è concluso ieri il Salone turistico internazionale (Sitv) di Colmar, dove la spa pubblico-privata presieduta da Umberto Morri ha fatto tappa da venerdì. "Il Salone è diventato negli anni appuntamento imperdibile per Bellaria Igea Marina e la costanza e l'affezione degli operatori della nostra città è stata totalmente ripagata", dice Morri. "I visitatori sono stati tantissimi al nostro stand in fiera, così come tantissimi sono i cittadini alsaziani che decidono di trascorrere le loro vacanze nella nostra città". Ben visibile lo spazio occupato da Verdeblu nell'ultima edizione: 600 mq, con il ristorante più grande degli ultimi anni (300 mq) e capace di contenere 300 persone. La cucina ha messo in tavola più di mille menu in tre giorni. Trenta le persone dello staff e ovviamente il ristorante ha sfornato diverse specialità romagnole. Un altro punto forte è da sempre quello del folklore con le esibizioni delle "Sirene Danzanti", mentre le novità sono state i gonfiabili per i bambini, il set fotografico per lasciare ai visitatori un simpatico souvenir, lotterie e concorsi per vincere soggiorni premio a Bellaria Igea Marina.

Della commercializzazione si sono occupati Verde-

blu, i Club di prodotto Active Hotels e Family & C., 19 albergatori (che hanno la possibilità di promuovere direttamente ai visitatori le loro proposte) e l'Unione di prodotto costa in rappresentanza degli operatori turistici di tutta la Riviera Adriatica dell'Emilia Romagna.

A Colmar Verdeblu ha anche presentato il programma degli eventi organizzati da Natale alla prossima estate, per promuovere una città aperta 365 giorni l'anno. Durante il Salone lo slogan "Tutti i giorni. Tutto l'anno" viene diffuso sui due maggiori network radiofonici locali con spot, interviste e giochi a premi. "L'invito a visitare lo stand ed il ristorante è stato invece lanciato attraverso una campagna promozionale di personalizzazione delle fermate degli autobus nel centro cittadino: Colmar è stata "tappezzata" di pannelli promozionali dedicati all'"emotion unique" che solo Bellaria Igea Marina sa regalare ai propri visitatori", spiega Morri.

**"I visitatori sono  
stati tantissimi al  
nostro stand: 1000  
menu in 3 giorni"**