FEASR

REGIONE DEL VENETO

Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

RURAL EMOTION – REM
PROGETTO DI COOPERAZIONE TRANSNAZIONALE

I 7 Gruppi di Azione Locale, GAL Patavino capofila di progetto e i GAL partner Antico Dogado, Bassa Padovana, Montagna Vicentina, Terra Berica, della Pianura Veronese e il GAL Finlandese - Pohjois Satakunta, **hanno condiviso un'opportunità comune ai propri territori**: promuovere, in un'ottica di turismo sostenibile, il contesto culturale espresso dalle aree rurali che spesso ha trovato spazio e risalto nelle opere di artisti nati o vissuti in tali aree o nelle narrazioni di scrittori e poeti che, come semplici viaggiatori, vi sono transitati, innamorandosi dei luoghi e del paesaggio.

Partendo da tali presupposti, obiettivo del Progetto Rural Emotion-REM è di promuovere per ciascun territorio aderente al progetto, una serie di **mete/itinerari culturali** che diventeranno, una volta messi in rete, una **"storia di scoperta del territorio"**. L'acronimo REM sta a ricordare la fase più profonda del sonno da cui prendono vita i sogni.

La **fruizione di tali itinerari** sarà garantita dalla realizzazione, lungo gli stessi, **di punti informativi e di accoglienza multimediali denominati *Mistery Corner***, grazie ai quali il visitatore/turista potrà trovare tutte le informazioni necessarie per fruire del territorio e dell'offerta turistica rurale ad esso collegata.

Ma come promuovere e collegare tra loro gli itinerari? Attraverso uno strumento innovativo di comunicazione, individuato in un'**opera fumettistica**, che rappresenterà il **filo conduttore degli itinerari culturali** dei territori partner di progetto.

Il **protagonista del fumetto**, individuato tramite il concorso internazionale d'idee "Rural Emotion Comics", diventerà il "*Virgilio della situazione*" che aiuterà ad incontrare, lungo gli itinerari individuati, i personaggi famosi e le mete di ciascun territorio. Ulteriore azione per **favorire la promozione** degli itinerari culturali e renderli al tempo stesso **accattivanti** anche ad un **target più giovane**, sarà quella di realizzare un'attività di **geocaching** ovvero una caccia al tesoro multimediale, alla quale visitatori e turisti, con l'utilizzo di un semplice dispositivo smartphone o GPS, potranno dilettarsi lungo tutto l'arco dell'anno.

Il fascino di un territorio, inoltre, si trasmette *in primis* dagli occhi e dalle parole di chi lo abita, dal benzinaio al barista, dal ristoratore al *Maitre* di un hotel, dall'artigiano al produttore di vini. Per tale motivo saranno realizzate delle **attività formative/informative** che permetteranno di sensibilizzare e ampliare la conoscenza degli operatori che gravitano attorno agli itinerari e di **coinvolgerli nella successiva fase di promozione**. La loro offerta si collegherà, infatti, agli itinerari riprendendo i personaggi dell'opera fumettistica nel menù (piatti ispirati), nelle stoviglie (coinvolgimento dell'artigianato), nel nome delle stanze etc.

L'offerta turistica rurale e gli itinerari culturali ad essa collegati saranno, infine, commercializzati grazie all'azione dei Consorzi di Promozione Turistica individuati dai GAL partner che si occuperanno della realizzazione di pacchetti turistici *ad hoc* che nel 2014 saranno presentati per la prima volta in occasione della **Borsa del Turismo Rurale di Monselice**.