

Distretto 2032

Italian West Coast



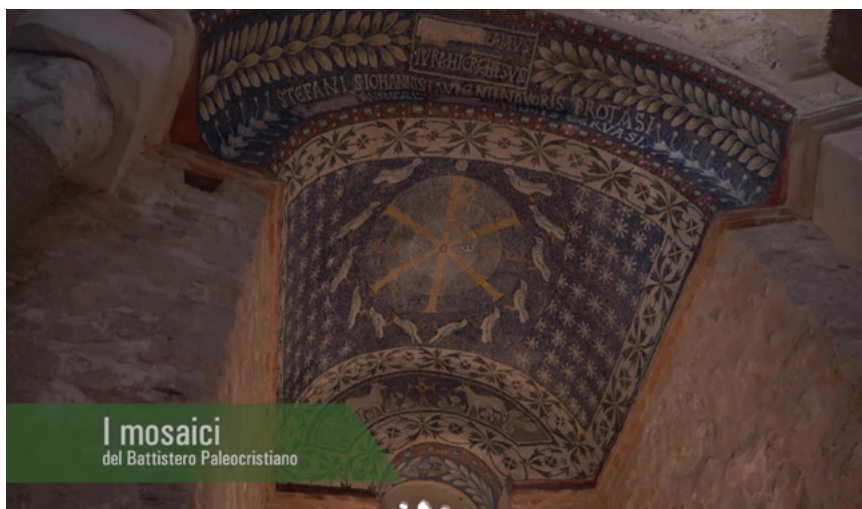
Il nuovo film uscito il 21 gennaio 2021 intende rilanciare il turismo nel Ponente Ligure

— a cura di **Roberto Chiarvetto**

Che cos'è la Riviera di Ponente se non, letteralmente e geograficamente, la **West Coast Italiana**? Una sorta di piccola California, che unisce in sé tutti i temi cult della West Coast americana: sole e temperature miti tutto l'anno, vini e prodotti di eccellenza, mare, onde e surf, praticato ormai in numerose località del Ponente ligure, oltre a sport all'area aperta come beach volley, mountain bike, kite surf e arrampicata libera, per non dimenticare il fascino delle escursioni in moto su strade tutte curve, sospese tra mare, ulivi e montagne.

È su questa strategia e sul claim **Riviera di Ponente: Italian West Coast** che è stato creato e registrato un marchio di identità territoriale che intende promuovere una nuova idea di Riviera.

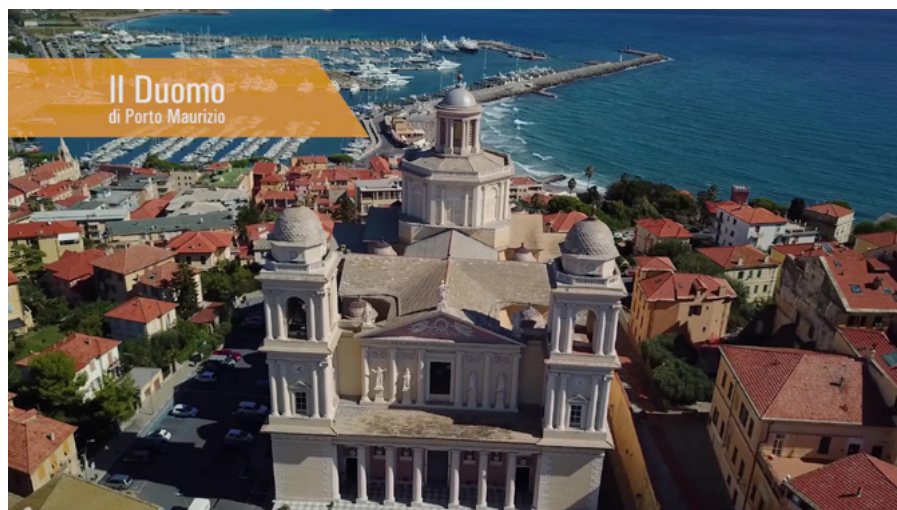
Questa originale strategia di marketing territoriale, ideata da Punto a Capo Comunicazione, ha trovato nuovo slancio con il Rotary: grazie al contributo del **Distretto Rotary 2032** e dei **Club di Albenga, Alassio, Imperia, Savona e Varazze**, il pro-



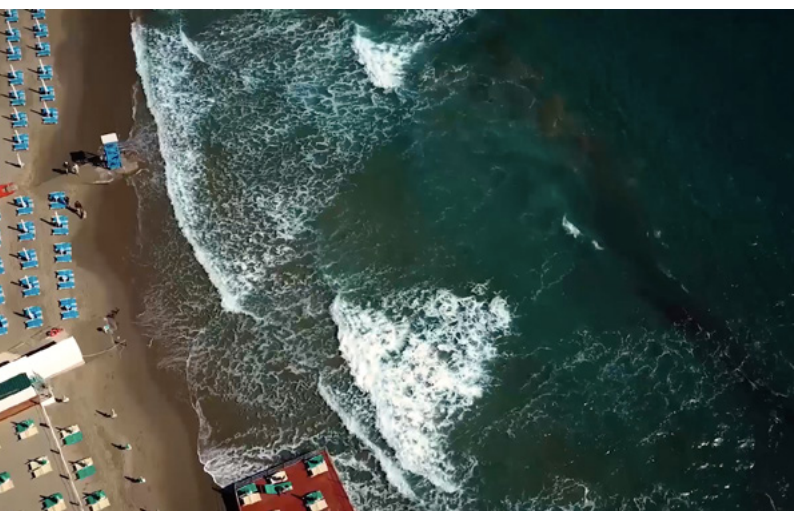
getto di comunicazione è diventato un vero e proprio film, realizzato in versione italiana e inglese, in 4k con l'impiego di piloti ENAC e di droni professionali che offrono uno sguardo assolutamente inedito, non convenzionale e decisamente sorprendente dei territori.

In un periodo di profonda crisi per il turismo, Riviera di Ponente: Italian West Coast diventa un **service rotariano** che interviene su uno dei settori più duramente colpiti dalla pandemia da Coronavirus, offrendo uno stru-





Tante realtà artigianali, turistiche, commerciali, balneari, museali, alberghiere, enogastronomiche hanno scelto di mettere a disposizione le loro unicità e bellezze, in una modalità discreta e non pubblicitaria, a testimonianza della volontà di partecipazione del territorio a questo progetto di rilancio del turismo del Ponente. «La West Coast è un luogo-simbolo che sentiamo vicino» spiega **Cristina Bolla**, Presidente di Genova Liguria Film Commission.



mento disponibile per rilanciare un comparto trainante dell'economia ligure. Il film promuove una nuova immagine e una nuova identità territoriale e turistica per il Ponente Ligure e ha ottenuto il patrocinio delle principali istituzioni del territorio: Regione Liguria, Provincia di Savona e di Imperia, Camera di Commercio, Unione Industriali, Diocesi, Soprintendenza ai Beni Artistici e Culturali e tutti i Comuni coinvolti e rappresentati nel film.

«Intendiamo renderlo più protagonista nelle produzioni cine-audiovisive che scelgono la Liguria. Usciamo da un 2020 complesso. Tuttavia, lo scenario delle produzioni audiovisive ci restituisce dati positivi e incoraggianti, che ci fanno guardare con ottimismo all'anno appena iniziato. Nel 2020 i numeri delle produzioni audiovisive sono aumentati di circa il 25% rispetto al 2019, nonostante il lockdown. Si conferma un trend in crescita, che consolida la nostra regione tra le location italiane più richieste per film e fiction.

Il 2021 partirà con tre serie tv internazionali e cinque lungometraggi a riprova che la Liguria sta diventando sempre di più “terra da fiction e film”, brand lanciato nel 2019 durante il nostro Digital Fiction Festival». «Questa iniziativa promossa dal Rotary ha voluto premiare lo sforzo effettuato da tutti gli operatori turistici e commerciali che hanno subito grandi perdite a seguito del Covid-19 e che non hanno voluto arrendersi e si sono totalmente rinnovati per accogliere i turisti stranieri e italiani, con strutture ricettive ristrutturate e ristudiate negli spazi e nei servizi» sottolinea **Anna Maria Rebuttato**, Presidente del Rotary Club di Albenga, capofila del progetto.

«Abbiamo deciso di patrocinare l’iniziativa – commenta **Giovanni Berrino**, Assessore al Turismo della Regione Liguria – per il forte valore di promozione della Liguria in questa difficile fase di rilancio del turismo.

Il comparto turistico e tutto l’indotto ad esso legato è stato quello maggiormente colpito dai provvedimenti presi per contrastare il Covid nell’ultimo anno. Pertanto, ritengo che, in vista della prossima riapertura nella stagione estiva in cui le strutture ricettive della Liguria danno sempre il meglio di sé, bisogna muoversi su ogni fronte per richiamare i tantissimi turisti che avevano già scelto la nostra regione prima dell’emergenza sanitaria. Film come questo sono un grande aiuto per tutto il settore».

Un film, che contrariamente ad altri prodotti video nati in questo periodo, non è un prodotto fine a se stesso, ma si inserisce in una

strategia strutturata di azioni di promozione di marketing territoriale e turistico attraverso un brand registrato e inconfondibile per caratterizzare in modo distintivo la nostra West Coast. Nei prossimi mesi sarà attivo il nuovo portale italianwestcoast.it, all’interno del quale si stanno già selezionando e raccogliendo adesioni per realizzare video artistici dei più attraenti e caratteristici luoghi, locali, realtà turistiche, artigianali e commerciali e angoli poco conosciuti o poco riconosciuti della Riviera di Ponente.

