

Dolomiti bellunesi presentano nuovo logo multicolor e claim 'The mountains of Venice'

notizia pubblicata **11 febbraio 2019** alle ore **11:30** nella categoria **Territori Video**



Nuovo un logo multicolore per le Dolomiti della Provincia di Belluno, che si presentano all'Italia e al mondo intero con un nuovo 'vestito' e attraverso il claim 'The mountains of Venice'. Il nuovo marchio turistico, voluto dal Consorzio DMO Dolomiti della Provincia di Belluno, è stato presentato in occasione della giornata inaugurale della Bit. Obiettivo del rebranding è rafforzare l'identità del territorio, anche in seguito alla candidatura Milano-Cortina ai Giochi Olimpici 2026. Al lancio del marchio hanno partecipato, tra gli altri, l'assessore regionale al Turismo Federico Caner, il presidente della provincia di Belluno Roberto Padrin e il sindaco di Cortina d'Ampezzo Gianpietro Ghedina.

“Le Dolomiti hanno seguito la linea che è stata anche della Regione con il nuovo marchio 'The land of Venice' con il marchio delle 'The Mountains of Venice' – ha spiegato Caner – Oltre il 46% delle montagne riconosciute dell'Unesco sono in territorio bellunese. Per noi è un orgoglio e un onore poterle esibire. Il nostro turismo non è solo domestico, ma arrivano turisti da tutto il mondo: è importante comunicare loro che vicino a Venezia ci sono montagne splendide. Il Veneto non è solo Venezia ci sono tante realtà e possibilità per un turismo emozionale”, ha concluso l'assessore.

Per Roberto Padrin, presidente della Provincia di Belluno, “è una giornata molto importante perché

abbiamo lanciato questo brand che lega le nostre montagne alla straordinaria bellezza di Venezia. È un collegamento non solo geografico anche storico, visto che gran parte di Venezia poggia sul legname che è partito proprio dalle nostre terre. È un'occasione per valorizzare questo patrimonio di paesaggi, cultura, sport, enogastronomia e mi auguro che da oggi possa partire una nuova storia che possa promuovere e valorizzare il territorio", ha concluso.

"Cortina è una città che vive di natura, neve e ghiaccio tra le Dolomiti, che quest'anno celebrano i 10 anni dal riconoscimento di Patrimonio dell'Umanità Unesco – ha detto Gianpietro Ghedina, sindaco di Cortina – C'è grande entusiasmo per questo lancio e sono felice di aver collaborato. Dopo aver ospitato le Olimpiadi nel 1956, oggi crediamo nella candidatura Milano-Cortina 2026: il nostro lavoro è un lavoro di squadra con costi molto bassi e un impatto ambientale ridotto, grazie all'utilizzo di strutture preesistenti in varie regioni. La nostra è una candidatura forte e Cortina guarda a questa possibilità di rilancio con grande entusiasmo. Se lavoriamo assieme possiamo vincere le sfide del futuro con beneficio per tutti".

Il progetto di branding, oltre al nuovo logo, prevede anche una serie di azioni dedicate a diffondere le migliori esperienze turistiche che i viaggiatori, così come i locali, troveranno nella provincia di Belluno: impianti sciistici nel comprensorio del Dolomiti Superski, collegati a diverse cittadine di montagna, durante l'inverno, o i sentieri e percorsi delle Alte vie per il periodo estivo; e ancora trekking, percorsi ciclabili (con anelli per la mountain bike e le storiche salite del Giro d'Italia), alpinismo, canyoning e parapendio. Non solo sport e paesaggi, ma anche cultura ed enogastronomia.