Salerno: Il rilancio turistico attraverso la creazione di un'identità territoriale

Docenti universitari, istituzioni, operatori turistici e giornalisti si sono riuniti per discutere di piani di sviluppo.

Comunicazione e cultura rivestono un ruolo di strategica importanza nell'ottica di una promozione turistica del territorio. Questo il tema principale della Tavola rotonda organizzata e promossa dall'Agenzia di comunicazione Semioticando di Ilenia De Rosa che si è tenuta il 12 giugno presso l'Hotel Aequa, Vico Equense.

All'incontro dal titolo "Comunicazione e cultura per rilanciare il turismo" sono intervenuti Nicola Oddati, presidente della Fondazione forum delle culture e assessore alla cultura al Comune di Napoli, Raffaele Cercola, docente di marketing territoriale e componente della Cabina di regia Governo/Regione sul turismo in Campania, Rossella Savarese, docente di sociologia della comunicazione e di teoria e tecniche della comunicazione di massa, Vincenzo Peretti, ricercatore e direttore del Consorzio di tutela del provolone del monaco Dop, Matteo De Simone, assessore al turismo del Comune di Vico Equense, Francesco Monti, membro di Federalberghi Campania, Vincenzo D'Aniello, operatore turistico, Cesare Protetti, caporedattore centrale dell'agenzia di stampa Apcom, Maria Pia Rossignaud, direttore della rivista Media duemila, Francesca Scognamiglio, caporedattore del telegiornale di Napoli tivù, Roberto Esse, direttore di radio club 91. Ha moderato Ilenia De Rosa.

"Credo fortemente nella sinergia tra operatori turistici – ha afferma Ilenia De Rosa, direttore di Semioticando e organizzatrice dell'evento - supportati anche dalle istituzioni, per creare quella che è stata più volte menzionata nel corso dell'incontro come 'identità'. Questa non deve a mio avviso essere singola bensì di gruppo e comunicata esternamente come tale. Organizzare eventi che coinvolgono più strutture turistiche con un lavoro di promozione che punta sul coinvolgimento dei diversi mezzi di comunicazione è molto importante nell'ottica del rilancio dell'area se pensiamo al grande ritorno in termini di immagine e di visibilità che ne deriverebbe in primo luogo per "l'identità" territorio e di conseguenza per ognuno degli attori coinvolti".

"La vera sfida è l'attrazione del turista che si muove per svago – ha affermato Rossella Savarese, docente universitaria – e in questo caso è necessario disporre di un messaggio accattivante e non solo. Ci vuole una "identità" forte e riconoscibile, che saldi tradizione e modernità, storia passata e storia futura. Per questo non è possibile lavorare in modo individuale".

Tra gli altri argomenti trattati, la valorizzazione delle eccellenze che la penisola sorrentina possiede e l'importanza di dar vita a grandi eventi che fungano da attrattori, coinvolgendo in maniera attiva i mezzi di comunicazione di massa.

Cornice dell'evento un itinerario gastronomico che ha messo in evidenza le peculiarità e i

Salerno: Il rilancio turistico attraverso la creazione di un'identità territoriale

Scritto da Ilenia De Rosa

Giovedì 17 Giugno 2010 20:43 - Ultimo aggiornamento Sabato 06 Ottobre 2012 16:36

prodotti tipici che caratterizzano la penisola: Provolone del Monaco Dop a cura del Consorzio di tutela del Provolone del Monaco, olio del frantoio "Il Montano", delizie al limone preparate dalla gelateria/cremeria "Gabriele".

Vico Equense – 12 giugno 2010