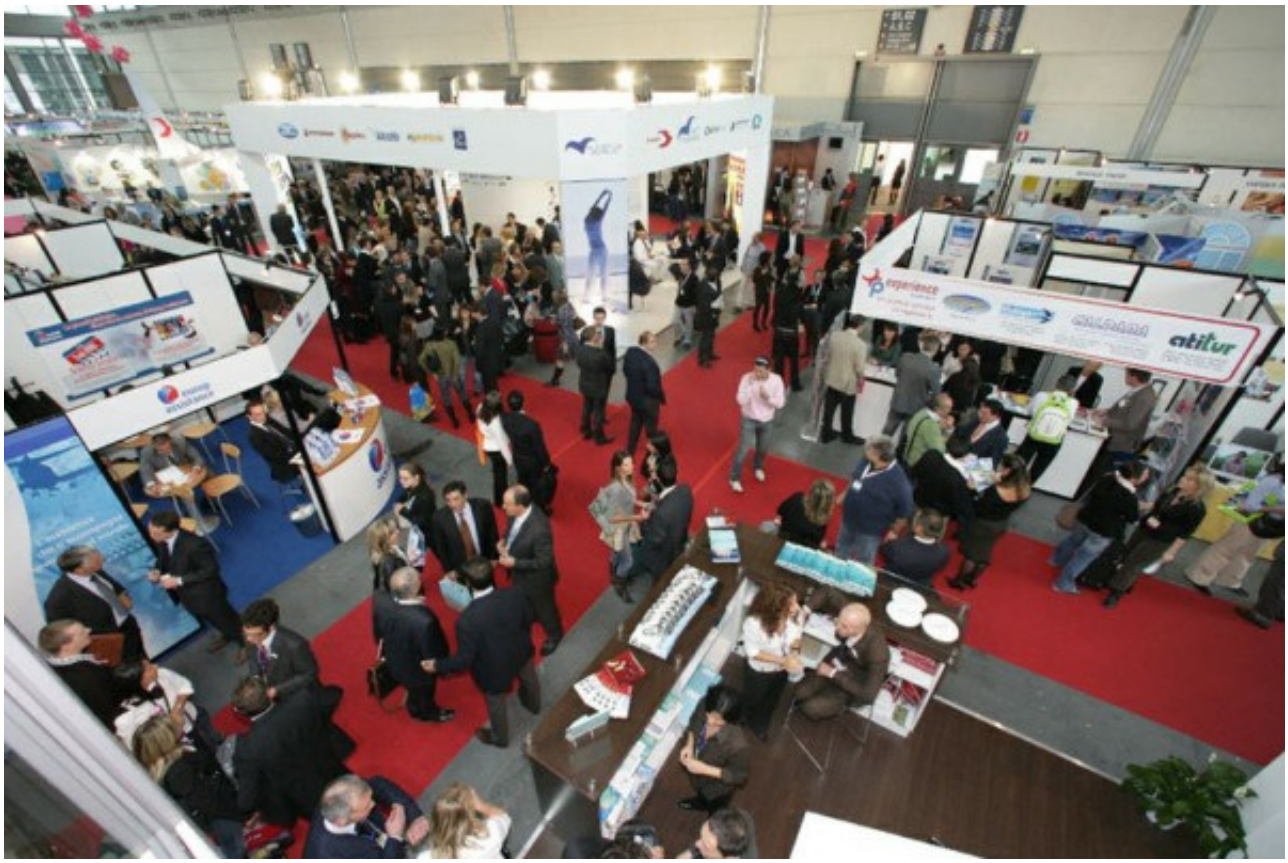
Giornale di Calabria
IL PRIMO QUOTIDIANO CALABRESE - Direttore: Giuseppe Soluri

Presentato il Piano fieristico di Reggio Calabria

Date : 21 Ottobre 2021



Uno stand di ottanta metri quadrati che ha accolto gli operatori turistici, una partecipazione complessiva di circa settecento buyer provenienti da tutto il mondo, circa il 90% dei visitatori rispetto al 2019, con una ripresa postpandemica quasi totale quindi del pubblico coinvolto in presenza. Un evento che ha messo in rilievo il volto migliore del territorio metropolitano di Reggio Calabria, proponendolo agli occhi degli operatori e del mercato turistico, come una realtà accogliente, attrattiva e ricca di bellezze. È dunque un bilancio positivo quello relativo alla partecipazione dell'Ente di Palazzo “Corrado Alvaro” al TTG di Rimini, la principale fiera internazionale B2B del turismo in Italia. Un appuntamento che quest'anno ha posto al centro i temi della fiducia e della voglia di ripartire dopo la crisi generata dalla pandemia. E i numeri hanno dato ragione a questo approccio, come evidenziato in conferenza stampa dal consigliere metropolitano con delega al Marketing territoriale, Carmelo Versace, dal presidente della Camera di commercio di Reggio Calabria, Antonino Tramontana, dal dirigente del Settore Cultura della Città metropolitana, Giuseppina Attanasio e dal funzionario della Città metropolitana, Chiara Parisi.

Un percorso, quello fieristico intrapreso dalla Città metropolitana, che va avanti spedito e che riprende da subito con gli appuntamenti di Milano, Tuttofood dal 22 al 26 ottobre, e con la Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum, dal 19 al 22 novembre, e con Artigiano in Fiera ad inizio dicembre. “Quello che stiamo cercando di realizzare – ha spiegato il consigliere Versace - è qualcosa di complesso, anche in ragione del periodo pandemico che abbiamo attraversato e del poco tempo a disposizione che abbiamo avuto da quando ci siamo insediati, ovvero dalla fine di febbraio. Abbiamo approvato un piano marketing che era fermo al 2019, con l'obiettivo di caratterizzare al meglio questo importante strumento, rendendolo più vicino alle esigenze del territorio. In questo percorso un interlocutore fondamentale che è stato sempre vicino all’ente, è la Camera di commercio, con in testa il presidente Tramontana che non smetterò mai di ringraziare per l'attenzione con cui segue queste iniziative. Ma anche con gli operatori di settore - ha spiegato - e tutti coloro che hanno voglia di raccontare un'immagine diversa del nostro territorio, a livello nazionale e internazionale, provando a scrivere una pagina nuova della nostra storia".

Versace ha aggiunto: "Partendo dalle nostre eccellenze, dai nostri valori più autentici e dalle bellezze che le nostre comunità custodiscono. In mezzo a tutto questo c'è l'emozione fortissima della ripartenza, dopo mesi durissimi per tutto il comparto del turismo e per il tessuto alberghiero e produttivo locale. Il piano marketing sarà oggetto di una valutazione ancora più approfondita perché tanto ancora c'è da dire e da fare per questo fondamentale settore. C'è un nuovo input sul fronte fieristico con altre partecipazioni di prestigio, penso ad esempio al Vinitaly".
Un grazie il consigliere ha rivolto "agli uffici della Città metropolitana che a fronte delle gravi carenze di personale sta operando con grande competenza, impegno e professionalità. Per la prima volta - ha aggiunto - stiamo già lavorando il piano fieristico per il 2022 cercando cioè di avviare una pianificazione nei tempi più idonei, così come dovrebbe essere sempre anche in futuro. Al centro ci saranno eventi importantissimi, penso alla ricorrenza dei cinquant'anni dal ritrovamento dei Bronzi di Riace che festeggeremo il prossimo anno. Appuntamento che andremo a riprendere fin dalla prossima fiera di Paestum a cui saremo presenti e su cui sta lavorando in modo molto attento il consigliere con delega alla Cultura, Filippo Quartuccio, nel quadro di un programma di eventi che di qui a breve verranno presentati".

"Ciò su cui stiamo lavorando ha - concluso Versace - di concerto con la Camera di commercio, gli stakeholders, le agenzie e gli operatori, è mettere in piedi una programmazione dettagliata dei futuri eventi, questo per garantire la massima visibilità al nostro territorio e farci trovare pronti di fronte alle sfide dei mercati".
La centralità della sinergia fra istituzioni è stata poi evidenziata dal presidente Tramontana, "fra enti che finalmente dialogano e soprattutto a programmano insieme strategie e azioni. Questo modello di lavoro ha consentito l'ottima riuscita della nostra presenza a Rimini in un contesto di altissimo profilo in cui il nostro territorio si è presentato al meglio, mostrando concretamente l'immagine di una realtà capace di offrire servizi e prodotti di grandissima qualità. Dopo un 2020 pessimo – ha concluso il presidente dell'Ente camerale reggino - registriamo i primi segnali positivi ed è proprio questo il momento opportuno per rilanciare e dare nuova spinta a tutto il comparto".