

Le reazioni

«Visibilità e sinergie per promuovere l'offerta turistica»

Visibilità, sinergia, comunicazione per promuovere turismo e bei culturali. Sono le parole più gettonate per descrivere la sfilata di Max Mara alla Reggia, e più in generale i grandi eventi sul territorio. Tutto però in un contesto che analizza positività e criticità.

Tirelli a pag. 21

«Visibilità e sinergie promuovono turismo e patrimonio culturale»

► Consensi dopo la sfilata di Max Mara l'appello a coinvolgere anche altri siti

Emanuele Tirelli

Visibilità, sinergia, comunicazione. Sono le parole più gettonate per descrivere la sfilata di Max Mara alla Reggia, e più in generale i grandi eventi sul territorio. Tutto però in un contesto che analizza positività e criticità, che da un lato applaude e dall'altro mette in evidenza anche una serie di carenze. D'altronde, sull'edizione de "Il Mattino" di ieri, il presidente di Confindustria Caserta, Beniamino Schiavone, aveva parlato della necessità di iniziative capaci di valorizzare l'offerta turistica da parte degli operatori privati anche intorno a siti come il Belvedere di San Leucio, l'Anfiteatro Campano di Santa Maria Capua Vetere, e tanti altri della provincia e di una regia condivisa per favorire la collaborazione tra pubblico e privato.

«La sfilata di Max Mara alla Reggia di Caserta ha riportato con forza al centro dell'attenzione il valore strategico del patri-

monio culturale quale catalizzatore di energie contemporanee», dice Miriam Nizza, soprintendente Archeologia belle arti e paesaggio per le province di Caserta e Benevento. «Accolgo con favore - continua - e con la necessaria prudenza, iniziative di questo tipo, quando concepite in un'ottica di pieno rispetto del bene culturale e coerenti con i principi di tutela e valorizzazione sanciti dal Codice dei Beni Culturali. Eventi di alto profilo come quello ospitato nella Reggia, se ben calibrati, possono contribuire in modo significativo alla promozione del territorio, generando ricadute positive in termini di visibilità internazionale, attrattività turistica e coinvolgimento economico locale. Al tempo stesso, devono essere sempre inquadrati in una progettualità che tenga conto della fragilità dei luoghi e del loro valore identitario».

Anche secondo la direttrice ad interim della Direzione regionale Musei nazionali Campania,

Luana Toniolo, «eventi come la sfilata di Max Mara alla Reggia rappresentano un momento importante di visibilità per le bellezze storico-artistiche e archeologiche che li ospitano e fanno da cornice. È innegabile la straordinarietà dei grandi attrattori casertani e l'auspicio è che i riflettori sul patrimonio culturale restino sempre accesi, attraverso la messa a sistema sinergie del circuito turistico territoriale, il coordinamento e l'integrazione degli altri straordinari luoghi della cultura situati nelle vicinanze come l'Anfiteatro campano e non solo».

GLI OPERATORI

Per il presidente della Camera di Commercio di Caserta, Tommaso De Simone, «la sfilata di Max Mara alla Reggia ha rappresentato un evento di grande importanza per Caserta, anche grazie alla presenza di star internazionali. Questo crea un precedente positivo per l'intera economia del territorio perché un principio di emulazione può concretizzarsi in un ciclo sia

► Nuzzo: «Questi eventi ben organizzati generano ricadute positive per il territorio»

all'interno del grande attrattore, la Reggia, che in altri siti di rilievo della provincia. Spero quindi che sia il primo di una lunga serie per mostrare questo territorio agli occhi di un pubblico internazionale».

«Vogliamo più eventi di questo tipo perché gli alberghi erano tutti pieni». Parole di Sebastiano Simone, delegato di Federalberghi Concommercio Caserta, e direttore dell'Hotel dei Cavalieri in piazza Vanvitelli a Caserta, che proprio in occasione della sfilata di Max Mara ha ospitato, prima dell'evento, anche l'attrice Sharon Stone in arrivo da Napoli. «Caserta - sottolinea - ha risposto in maniera positiva dal punto di vista dell'accoglienza e ne siamo felici. Inoltre ci sentiamo pronti a ospitare tanti altri come abbiamo già dimostrato con i grandi concerti. Potrebbero essere anche il motore del turismo casertano».

Lucio Sindaco, presidente di Concommercio Caserta, invece, sottolinea che «sono sicura-

mente iniziative capaci di dare visibilità alla città, e sarebbe bello se ce ne fossero altre. Anzi, sarebbe necessario una continuità per renderle frequenti, e non solo all'interno della Reggia. Eventi come questo fanno bene al territorio ma non possono essere come una rondine sola. È importante coinvolgere anche le associazioni di categoria. Inoltre bisogna invece creare le condizioni dell'accoglienza anche per il segmento del lusso. Bisogna essere attrattivi. Continuiamo a sottolineare la necessità di un Tavolo del turismo per discutere della situazione delle attività commerciali e per condividere delle linee programmatiche».

Discorso analogo anche quello del presidente provinciale di Confesercenti, Salvatore Petrella. «Il settore ricettivo ha funzionato - dice - ed è sicuramente un segnale positivo, ma hotel e B&B pieni non sono automaticamente un segnale di turismo: ci vuole una visione più ampia per

far diventare la città un territorio turistico. Siamo naturalmente felici che ci sia stata una restituzione importante per il settore ricettivo, ma è mancato il coinvolgimento della città e della provincia in termini di comunicazione. In tanti, spinti dalla curiosità, avrebbero potuto approfittarne per una passeggiata in città e per consumare nei pubblici esercizi». Petrella ha aggiunto inoltre che alcuni associati «hanno appreso dell'evento alla Reggia dai giornali o dai social. Credo che il problema sia sempre in sinergia e programmazione».

**SIMONE: «ALBERGHI PIENI
BENE L'ACCOGLIENZA»
PETRELLA: «PUNTARE
SULLA COMUNICAZIONE»
SINDACO: «CONTINUITÀ
PER ESSERE ATTRATTIVI»**



LA CENA DI GALA Apprezzamento per le eccellenze a tavola

