

L'EVENTO PRESENTATA A CASERTA LA RASSEGNA IDEATA PER EVIDENZIARE TUTTI I VALORI GENUINI DEL MERIDIONE

"Terronian Festival" per rilanciare il turismo

di Mimmo Sica

La "Terra di lavoro" è ricca di eccellenze. Occorre, però, che si dia informazione precisa sui prodotti, che si proteggano e tutelino con marchi di qualità e che si faccia una politica di marketing per promuovere la cultura, l'enogastronomia e il turismo nel territorio. Questa è la ricetta emersa dal convegno "Rivalutazione e rilancio del settore economico e turistico nel territorio casertano" che si è svolto nel salone per il Turismo di Caserta, sito nella Reggia vanvitelliana. Sono intervenuti il sindaco di Caserta Pio Del Gaudio, l'onorevole Giovanna Petrenga, il commissario dell'Ept di Caserta Alfredo Aurilio, il presidente del Consorzio Tutela dei vini doc di Caserta Salvatore Avallone, il presidente del "Consorzio Melannurca Campana" Giuseppe Giaccio, il titolare dell'Agriturismo "Le campestre" e produttore del conciato romano Manuel Lombardi, il fiduciario dello Slow Food di Caserta Francesco Marconi, il fiduciario di Legambiente di Caserta Antonio Pascale, il presidente dell'Ager Campanus Nino Scano, la responsabile della società "Mediterranea" Sarah Ancarola, il titolare dell'omonima pizzeria napoletana di via dei Tribunali Salvatore Di Matteo e l'attore e testimonial dei valori sani e genuini del Sud e del Mediterraneo Vincenzo Soriano. Ha moderato il giornalista Antonio D'Addio che ha informato che il convegno è il primo dei numerosi appuntamenti prodromici del "Terronian Festival" che debutterà il 19 e 20 settembre al Palapartenope di Napoli.

«La kermesse - ha spiegato la Ancarola, cantautrice e attrice conosciuta in arte come Shara - è stata da me fortemente voluta e resa possibile grazie, anche, alla collabora-



Il tavolo dei relatori del convegno "Rivalutazione e rilancio del settore economico e turistico nel territorio casertano"

zione dei pizzaioli Salvatore Di Matteo e Gino Sorbillo, della Fondazione Leo Amici, della Cisean edizioni musicali e sala di registrazione, del musicista-produttore Luca Stendardo e del giornalista Antonio D'Addio. È organizzata dalla "Mediterranea" e si pone l'obiettivo di rilanciare il territorio meridionale a livello nazionale e internazionale mettendo in luce tutte quelle realtà che possono essere "Eccellenze del Sud" provenienti da ogni campo e settore. Il "Terronian Festival" sarà, quindi, una vetrina della genialità, della creatività e della positività del meridione d'Italia. Abbiamo scelto Caserta per il primo incontro perché questo territorio è ricco di eccellenze.

«Nei primi tre mesi del 2012 - ha detto Aurilio - si è registrato un incremento sul nostro territorio dell'8,5% di turisti rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Il recupero più sensibile si è avuto sugli stranieri. Ciò è dovuto al fatto che accanto al maggiore polo di at-

trazione costituito dal Palazzo Reale si sta lentamente, ma progressivamente affiancando il litorale domizio con in testa Baia Domizia. Stiamo facendo molta promozione all'estero e, in particolare, negli Stati Uniti, in Russia, in Inghilterra, in Repubblica Ceca. Per potere migliorare le azioni di valorizzazione e promozione delle nostre risorse turistiche, culturali ed enogastronomiche, occorre che vi sia, anche, una maggiore sinergia tra pubblico e private e, nel contempo, tra le istituzioni pubbliche operanti nei vari settori».

Per la Petrenga il progressivo abbandono dei locali di Palazzo Reale da parte dell'Areonautica è una occasione da non perdere. «Dobbiamo attivarci per ottenere la disponibilità di questi locali a mano che vengono liberati - ha dichiarato - per trasferire in essi tutte le strutture afferenti le eccellenze produttive. Il Museo, già presente, deve fare da polo di attrazione e, nello stesso tempo, da vo-

lano per promuovere e dare la giusta visibilità a tutte le eccellenze del nostro territorio, non solo quelle enogastronomiche, e dobbiamo "aprire" anche ai privati. La proposta fatta da Francesco Marconi di creare un "Palazzo del Gusto", come c'è, ad esempio, a Orvieto e Nizza Monferrato, è molto importante. Dobbiamo lavorare tutti insieme e collaborare per realizzare un progetto condiviso che consenta il rilancio della cultura, del turismo e di tutta l'economia della Terra di Lavoro». Significativa la testimonianza resa da Vincenzo Soriano: «Per la mia attività di attore, giro l'Italia e vado all'estero di frequente. Ebbene, i prodotti della nostra terra, e mi riferisco a tutta la Campania, sono abbastanza conosciuti. Occorre, però, che venga fatto un salto di qualità nel dare una più corretta informazione e garanzia sui prodotti stessi. Sono convinto che "Terronian Festival" darà un forte contributo perché ciò possa accadere».

L'INCONTRO ORGANIZZATO DALLA SOCIETÀ "LAB"

"Automotive senza frontiere", convegno per sfidare la crisi

«Negli Stati Uniti, alla fine del 2008, l'automotive ha iniziato ad attraversare una crisi ancora più acuta di quella che il settore sta vivendo in Italia e nell'intera Europa. Appena un anno dopo, noi concessionari siamo riusciti a buttarci il peggio alle spalle soprattutto facendo sistema, lavorando insieme, adottando linee-guida comuni che ci hanno consentito di aumentare la produttività, ridurre i costi e migliorare i servizi ai clienti». È quanto ha detto William P. Underriner, tra i massimi esperti internazionali dell'automotive e presidente della "Nada", l'associazione statunitense che rappresenta circa 16mila distributori di auto e veicoli commerciali (su un totale di 20mila), nel corso dell'incontro "Automotive senza frontiere", svoltosi ieri a Napoli nel locale

"Antonio & Antonio". «In un contesto troppo parcellizzato come quello italiano, la crisi può essere superata solo con una forte aggregazione tra i dealer e, quindi, con una maggiore sinergia che

favorirebbe lo scambio di buone prassi e l'individuazione di scelte strategiche comuni», ha sottolineato Francesco de Carolis, senior partner dalla "Lab", la società di consulenza aziendale con una solida expertise nel settore dell'automotive che ha organizzato l'incontro in collaborazione con "Anticrisi Day", la community ideata dal manager torinese Umberto Seletto che raccoglie il gotha della distribuzione automobilistica italiana: concessionari premium, top manager e altri operatori della filiera. «Mettendo insieme riflessioni, emozioni e azione - ha detto Seletto - puntiamo a far emergere, anche attraverso il contributo di expertise non legate all'automotive, valori ed esperienze da mettere al servizio del bisogno di cambiamento non solo della nostra filiera ma anche degli altri comparti». «Come "Anticrisi Day" ci ispiriamo al modello vincente della "Nada" per riallocare il ruolo del concessionario: è tempo di agire, essere finalmente protagonisti, è del tutto impensabile restare in attesa di modifiche normative del settore per poi usufruire di eventuali benefici», ha concluso de Carolis, che con la "Lab" cura il marketing di "Mirandautomotive".



Da sinistra Seletto, De Carolis e Underriner