

LA SFIDA. Sono state presentate veste grafica rinnovata e brochure oltre a una campagna di comunicazione

Circuito città d'arte, il rilancio con una nuova «immagine»

Angela Dessì

Se in tempi di vacche magre di soldi da destinare alla promozione turistico culturale ce ne sono davvero pochi, il ricorrere alla cara e vecchia formula della "rete" può costituire un ottimo modo per fare economia e guardare al futuro.

Esattamente quello che ha fatto quest'anno l'associazione "Circuito città d'arte della pianura padana" che, nata in tempi non sospetti (era il 1997), ha deciso di rilanciare il suo ruolo di coordinamento con una nuova immagine e nuove iniziative «per vincere - spiega il presidente Paolo Moretti - l'impossibile visibilità cui sarebbero stati altrimenti destinati alcuni dei gioielli del nord Italia».

CITTÀ CHE come Brescia, Alessandria, Bergamo, Cremona, Lodi, Monza, Parma, Pavia, Piacenza, Reggio Emilia, Monza e Vercelli, da sole non avrebbero le forze e i mezzi per affacciarsi al panorama turistico

mondiale ma che invece, unite, possono vantare numerosi elementi di interesse comune, dagli splendidi centri storici a misura d'uomo ai poco distanti luoghi di interesse naturalistico sino alle eccellenze in ambito artistico, musicale, letterario ed enogastronomico.

UN BUON motivo per investirci, insomma, a maggior ragione alla luce del fatto che «proprio la cultura e il turismo sono oggi da ritenersi uno degli elementi trainanti dell'economia italiana» aggiunge l'assessore alla Cultura del Comune di Brescia, e vicepresidente del Circuito, Andrea Arcai che snocciola, a conferma della sua tesi, i numeri diffusi dalla recente ricerca condotta da Unioncamere e **Symbola** sull'industria culturale in Italia.

«La cultura frutta all'Italia il 5,4 % della ricchezza prodotta (quasi 76 miliardi di euro) e dà lavoro al 5,6 % del totale degli occupati» spiega Arcai che sommando questi dati a quelli del turismo (10% del Pil) giunge all'inevitabile conclusione

che «è proprio su questo versante che bisogna investire, nonostante le scelte scellerate che sta compiendo lo Stato centrale». Largo allora a una nuova veste grafica, a una nuova brochure e a una nuova campagna di comunicazione (lo slogan sarà proprio "Una città tira l'altra") che porterà il Circuito a conquistare nuovo terreno. E non solo sul mercato nazionale ma anche all'estero «aggregando» spiega il direttore Ornella Gamacchio - anche paesi come la Germania, la Gran Bretagna, la Francia, l'Austria e la Svizzera».

E SENZA dimenticare, le fa eco il vicesindaco e assessore alla cultura del Comune di Pavia Gian Marco Centinaio, anche di guardare all'Expò 2015 e alla nutrita rappresentanza di turisti asiatici che con questo evento giungeranno nel nostro Paese.

L'associazione ha già predisposto anche una serie di appuntamenti sul territorio.

OLTRE AL TOUR di presentazione del "nuovo" circuito in tut-

te le città coinvolte (e la tappa di ieri in San Salvatore ne è stata l'antipasto) il presidente Moretti annuncia per il prossimo mese di settembre un "educ-tour" destinato agli operatori esteri in quattro delle dodici città coinvolte (sono Lodi, Piacenza, Parma e Reggio Emilia) mentre a novembre si terrà a Bergamo un convegno dedicato agli orizzonti del turismo culturale europeo entro il 2020.

Ancora, entro fine anno verrà organizzato - su suggerimento dello stesso assessore Arcai - anche un importante incontro tra tutti i rappresentanti delle camere di commercio e delle associazioni di categoria delle 12 città aderenti al progetto per discutere di eventuali sconti e agevolazioni da mettere in campo per facilitare anche i movimenti interni al circuito, mentre non pochi sforzi verranno profusi anche per "conquistare" l'adesione di Verona e "riconquistare" quella di Mantova, città magnifica una volta facente parte dell'associazione e poi fuoriuscite "per diverbi personali". ●

L'assessore Arcai: «Oggi la cultura e il turismo sono da ritenere trainanti nell'economia italiana. È il versante su cui investire»



La conferenza stampa; da sinistra: Ornella Gamacchio, Andrea Arcai e Paolo Moretti FOTOLIVE



Il circuito rappresenta un veicolo di visibilità per l'arte bresciana

Aggredire l'estero



«Non conta solo il mercato nazionale, ma bisogna anche aggredire l'estero»

ORNELLA GAMACCHIO
DIRETTORE CITTÀ D'ARTE

Dare visibilità



«Bisogna vincere l'impossibile visibilità in cui si trovano i nostri gioielli»

PAOLO MORETTI
PRESIDENTE CITTÀ D'ARTE

Il nuovo slogan per conquistare terreno è: «Una città tira l'altra»

Si punta alla adesione di Verona e a riconquistare quella di Mantova

Nel mese di settembre si terrà un educational tour in quattro centri coinvolti

Entro fine anno sarà organizzato un incontro con i rappresentanti delle camere di commercio