

Nuove strategie di sviluppo nel quartiere Lido, Celia: “Si punti sul marketing di destinazione”

Data: Invalid Date | Autore: Nicola Cundò



CATANZARO - “Che cosa resta di quella Catanzaro, che fino a decenni fa si distingueva per la qualità dei servizi che era in grado di erogare, per un’indubbia capacità amministrativa e una dimensione, anche culturale, che le conferiva autorevolezza in ambito regionale? Lo sviluppo di una città passa attraverso il turismo, gli insediamenti produttivi, quindi attraverso la crescita del suo quartiere più importante, Lido, che necessita da parte dell’Amministrazione comunale di una programmazione organica per valorizzare quelle potenzialità capaci di alimentare l’economia di una città, che deve diventare degna di essere definita capoluogo di regione”. Lo afferma in una nota il capogruppo del Pd in Consiglio comunale Fabio Celia, che chiede al sindaco Nicola Fiorita di alzare il tiro sul quartiere marinaro della città, “con scelte politiche precise, che non si basino su un ‘turismo familiare’, fondato dai tanti giovani che hanno lasciato Catanzaro e che rientrano in città nelle feste comandate, Natale e Pasqua o su un turismo estivo. Riconosco al primo cittadino i traguardi delle piste ciclabili, il polo fieristico ‘Giovanni Colosimo’, la ricucitura del lungomare e il viadotto pedonale sulla Fiumarella, ma c’è molto altro da fare per rilanciare il quartiere nevralgico della città. Il duro lavoro messo in campo dal nostro vice sindaco Giusy Iemma per ottenere per il secondo anno consecutivo il titolo di Bandiera Blu e il rilancio del porto deve essere capitalizzato, un punto di partenza per un quartiere deserto per sette mesi l’anno. Bisogna osare, integrando la vita dell’Ateneo con quella di Lido, bisogna investire in comunicazione anche stradale, sulla toponomastica, cambiare il volto del suo ingresso, con la sua strada angusta. Bisogna attuare un marketing di destinazione, rendendo la località più attraente, offrendo attività uniche ai visitatori, attuando vere e proprie

strategie per un turismo che duri 360 giorni all'anno. Abbiamo un mare invidiabile, ma servizi quasi inesistenti. Credo sia arrivato il momento di innalzare il brand, la città", conclude il consigliere Celia, "deve uscire dai ristretti confini comunali e inserirsi, da capoluogo, al centro del complesso sistema delle reali dinamiche economiche e culturali".

Articolo scaricato da www.infooggi.it

<https://www.infooggi.it/articolo/nuove-strategie-di-sviluppo-nel-quartiere-lido-celia-si-punti-sul-marketing-di-destinazione/142949>

