

CONVEGNO A CORMONS**Venturini: la Regione creda di più alle Strade del vino**

► CORMONS

Perfezionare la comunicazione interattiva e fare pressioni sulla politica affinché implementi gli sforzi sulla diffusione delle Strade del vino regionali. Questi i messaggi principali usciti dalla conferenza "La cultura dell'accoglienza turistica come strategia anticrisi nei territori rurali" che ha riunito i delegati delle 560 Città del vino italiane a Palazzo Locatell. A fare gli

onori di casa sono stati il sindaco di Cormons Luciano Patat e l'assessore all'agricoltura Giorgio Catarin, che hanno introdotto

gli ospiti: Edi Sommariva, direttore di Turismo Fvg, che ha affrontato il tema "Il Turismo in Friuli Venezia Giulia: strategie per un riposizionamento", mentre l'ex presidente delle Città del vino Giampaolo Pioli ha parlato de "La funzione dei laboratori di marketing territoriale promossi dalle Città del vino". Gli interventi più attesi sono stati quelli di Fabiola Sfodera, docente di Marketing e comunicazione a La Sapienza di Roma, che ha parlato sul tema "Nuovi scenari per l'impresa turistica" e del coordinatore delle città del Vino regionali, il sindaco di Buttrio Tiziano Venturini, che ha evidenziato co-

me vi sia la necessità da parte della Regione di credere maggiormente nel progetto delle Strade del vino, una carta che la Toscana ha attuato in modo concreto favorendo l'implemento del turismo enogastronomico nelle proprie aree collinari. In Friuli Venezia Giulia le Strade del vino sono tre (di cui una nell'Isontino): «Possono essere una occasione di sviluppo turistico enorme - ha detto Venturini - ma a Trieste devo-

no credere maggiormente in questo progetto, come ha fatto la Regione Toscana a suo tempo: le Strade del vino possono ga-

Con Facebook e twitter nel settore viticolo è cambiato il modo di far comunicazione

rantire visibilità e qualità nel campo del turismo enogastronomico». Sfodera invece ha affrontato il tema della cambiamento della comunicazione nel settore: «Una volta si allargava la propria clientela soprattutto grazie al passaparola - ha detto - poi a rivoluzionare il mondo delle pubbliche relazioni è stata la Rete: al contrario di quanto si possa pensare, però, i siti internet delle aziende non sono l'interfaccia principale per l'utente. Il cliente oggi sceglie altre forme: si confronta su altre piattaforme come facebook, twitter o tripadvisor, chiedendo pareri ad amici o esperti fidati». (m.f.)

