

Lecce, martedì 24 novembre 2009

## ***“Salento in piazza: colori e sapori del Sud”*** **incanta Verona**

*Turismo, artigianato, eno-gastronomia: boom di contatti negli stand allestiti con il contributo di Provincia, Apt, Camera di Commercio di Lecce e Pro loco di San Foca*

Tre giorni in primo piano a Verona per il sistema turistico, dell'artigianato e dell'agroalimentare salentino. L'iniziativa “Salento in piazza: colori e sapori del Sud”, promossa da Provincia, Camera di Commercio e Apt di Lecce in collaborazione con la Pro Loco di San Foca, ha registrato un lusinghiero successo, sia nel contatto diretto col pubblico, sia per la ricchezza e la qualità degli eventi che hanno accompagnato la manifestazione.

Organizzata nell'ambito delle strategie di promozione del *brand* Salento, l'iniziativa si è contraddistinta per il forte sostegno fornito dall'amministrazione locale all'evento: per la prima volta il Comune di Verona ha concesso l'utilizzo della centralissima piazza Bra come *location* e contribuito ad arricchire il programma di promo-commercializzazione con iniziative tese a consolidare il rapporto di collaborazione con enti, istituzioni e imprese del Salento, anche perché – come hanno spiegato gli amministratori veronesi – *“nella nostra città è presente una forte comunità salentina ben integrata e apprezzata che, grazie a questa particolare occasione di festa, abbiamo imparato a conoscere anche attraverso i sapori e le bellezze culturali della vostra Terra”*.

Ben 75 gli stand predisposti per l'evento: quelli istituzionali di Provincia, Apt e Camera di Commercio di Lecce nei quali è stata spinta al massimo la macchina della promozione del territorio tramite divulgazione di materiale informativo e quelli delle aziende che, per l'occasione, hanno messo in piazza, è il caso di dire, il meglio dell'industria agroalimentare locale, con degustazione dei prodotti tipici che, come olio, vino, pasta, sott'oli e dolci, ma anche prodotti ittici, fanno parte della nostra tradizione culinaria. Tanta curiosità e plauso di migliaia di visitatori hanno suscitato i laboratori di cartapesta allestiti dal Comune di Lecce.

Molto buono il riscontro di pubblico: basti pensare che il materiale informativo distribuito (brochure, depliant e pubblicazione varie) è stato pari a quello che viene diffuso alla Bit di Milano, la principale fiera italiana del turismo mondiale.

Ma “Salento in piazza” si è contraddistinta per numerose altre iniziative, tra cui quella dedicata al turismo della terza età: per l'occasione, infatti, un gruppo di 98 anziani hanno partecipato, quali ospiti d'onore, alla cena di Gala per 193 invitati tra cui autorità, operatori turistici e opinion leader veneti, allestita dalle scuole alberghiere di Lecce e Ugento, con il contributo dell'Istituto alberghiero di Chievo. Nel corso della serata - per incentivare questo particolare e sempre più numeroso *target* alla conoscenza e alla fruizione del prodotto Salento - è stata promossa una lotteria per il sorteggio, il prossimo 6 gennaio, di 12 soggiorni da trascorrere in strutture alberghiere ed extra alberghiere del Salento, messi a disposizione dagli operatori turistici pugliesi.

Agli ospiti hanno portato, tra gli altri, i saluti il sindaco di Verona Flavio Tosi, gli assessori Stefano Bertacco ed Enrico Corsi, il presidente del Consiglio comunale Pieralfonso Fratta Pasini e il consigliere comunale Salvatore Papadia (di origini salentine), la vice presidente della Provincia di Lecce Simona Manca, l'assessore al Turismo e all'Agricoltura Francesco Pacella, l'assessore alla Cultura del Comune di Melendugno Anna Elisa Prete.

Il programma relativo ai contatti istituzionali ha permesso, inoltre, di sensibilizzare gli Ordini professionali, in particolare architetti, ingegneri e geometri, sulla pietra leccese, mentre l'assessore Pacella e Nadia Fortunato dell'Apt di Lecce, hanno incontrato in Comune i principali *Cra* locali, considerati punti di forza per le politiche di destagionalizzazione dei flussi.

*“Salento in piazza – commenta l’assessore provinciale Francesco Pacella – ha avuto lo scopo di accrescere la conoscenza reciproca di due realtà territoriali unite da un legame antico, in massima parte derivante dalla presenza, in Veneto, di moltissimi salentini. Il nostro incontro con le autorità locali, i Cral, il direttore artistico dell’Arena di Verona ed il presidente del mercato ortofrutticolo di Verona ha sancito il forte interesse tra la comunità salentina e quella veneta di cooperare per la proposizione di una ipotesi di ulteriore valorizzazione dei rispettivi territori attraverso la formazione e l’attuazione di una offerta turistica sostenibile ed ecocompatibile, fondata sulla esaltazione delle tradizioni popolari, delle risorse ambientali e paesaggistiche, dei beni culturali e archeologici, dei prodotti artigianali e delle produzioni agroalimentari di eccellenza”.*

*“E’ un’iniziativa che ha fatto sempre registrare grande interesse – ha dichiarato il presidente della Camera di Commercio di Lecce, Alfredo Prete. Si tratta infatti di una manifestazione che interessando congiuntamente i tre Enti firmatari del protocollo d’intesa permette la diffusione nelle varie città italiane di informazioni utili sugli elementi che caratterizzano la nostra bellissima terra: architettura, turismo, enogastronomia, cultura sono gli elementi che non mancano di stupire ed emozionare il pubblico che visita i vari stands allestiti occasione per occasione. La tappa veronese ha confermato la valenza del progetto, fornendo al contempo utili indicazioni su come proseguire nell’attività di promozione e marketing turistico, importantissima per attrarre nuovi flussi turistici, in modo da sostenere attivamente il tessuto economico salentino”.*

Anche l’Apt di Lecce ha espresso soddisfazione per la riuscita di un evento che – sottolinea la commissaria **Stefania Mandurino**, *“testimonia quanto è importante la sinergia tra enti pubblici e impresa. Se il turismo salentino – continua Mandurino – in questi ultimi anni ha guadagnato consistenti quote di mercato, in Italia e all’estero, lo si deve proprio alla capacità del territorio di fare sistema puntando su iniziative e marchi che, oltre a testimoniare la salentinità dei prodotti, siano garanzia di qualità”.*