

CCIAA di Reggio Calabria: avviata la fase operativa per la costituzione di due “Club di Prodotto”



Con una due-giorni di incontri territoriali è stata avviata la fase operativa del progetto di valorizzazione turistica della **Città metropolitana di Reggio Calabria** attraverso la costituzione di due **Club di prodotto**. I club rappresentano un'offerta turistica organizzata, articolata in itinerari ed esperienze ricchi di unicità, in grado di rappresentare appieno la “turisticità” del territorio reggino: da un lato l'offerta del tema storico-culturale “**Heritage**” che rappresenta l'elemento più identificativo della Città metropolitana, dall'altro quella del movimento e della vacanza attiva “**Sport Activity**”, in grado di rispondere alle moderne esigenze motivazionali dei flussi turistici con trend crescente.

Tre appuntamenti (presso i **Comuni di Palmi e Locri** e presso la sede camerale) che hanno coinvolto attivamente circa 100 operatori della filiera turistica aderenti all'iniziativa, per la definizione delle regole condivise e l'individuazione del modello organizzativo; il percorso culminerà con la definizione di un apposito piano di comunicazione e l'avvio di azioni di marketing su mercati target, per ciascuno dei due Club di Prodotto, già dalla prossima stagione estiva 2020.

“Il nostro territorio offre esperienze ed emozioni uniche – ha dichiarato il Presidente della Camera di commercio Antonino Tramontana-: dalla cultura greca sino alla scoperta dei borghi, dai musei sino ai luoghi delle esperienze artigiane ed enogastronomiche, all’immateriale percorso legato all’Odissea, alla Varia di Palmi (patrimonio immateriale Unesco) ed alla forza esclusiva dei Bronzi di Riace. Altrettanto ricca è l’offerta di esperienze legate al movimento, praticabili sull’area costiera (Kitesurf, vela, snorkeling, diving...) o all’interno del ricco patrimonio naturalistico dell’Aspromonte, anche nelle sue espressioni slow (trekking, bike, sport invernali, torrentismo...).”

Queste due tematiche legate al prodotto turistico, negli ultimi anni sono sempre più elementi di scelta della destinazione di soggiorno.

“La decisione di sostenere processi di valorizzazione turistica del territorio incentrati sulla motivazione del viaggiatore e sul coinvolgimento dell’economia locale, dell’artigianato artistico, delle produzioni locali – ha proseguito il **Presidente Antonino Tramontana** – risponde a specifiche linee d’indirizzo dell’Ente camerale, per lo sviluppo e la crescita economica e sociale: valorizzare i fattori identitari e distintivi del territorio metropolitano che ne determinano l’attrattività; sostenere un percorso di aggregazione tra soggetti privati e di partnership con il sistema pubblico; superare il posizionamento turistico della Città metropolitana ancora fortemente ancorato alla sola tematica del mare, in un’ottica di soddisfazione di ulteriori nicchie del mercato in forte espansione; incentivare il turismo maggiormente rispettoso dell’ambiente, del territorio e delle identità locali; favorire la stagionalizzazione dei flussi turistici sul territorio e l’ampliamento del periodo di permanenza, agendo in particolar modo sui mercati esteri più interessati alle specifiche tematiche dei Prodotti turistici”.