

Turismo

ATTUALITÀ

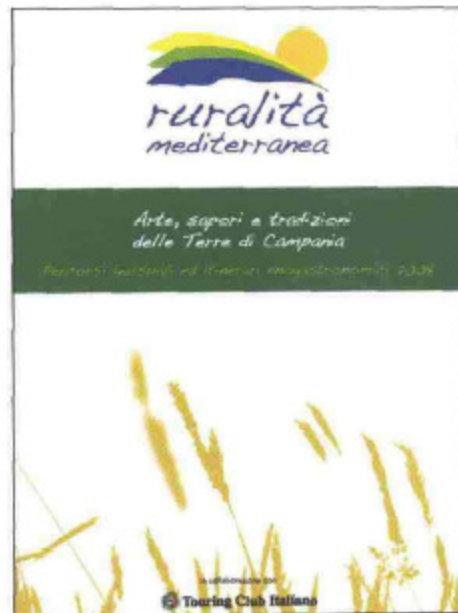
Verde Mediterraneo

Ai nastri di partenza **Ruralità Mediterranea**. Un marchio di nicchia per chi ama sapori, profumi e cultura da scoprire in Sicilia, Campania e Grecia. Al via gli educational nei percorsi studiati. In distribuzione gli opuscoli scaricabili anche sul web

Nasce un nuovo marchio – **Ruralità Mediterranea** – per un prodotto turistico di nicchia, indirizzato a viaggiatori che amano un turismo lento e amano assaporare profumi, sapori e godere della storia della terra che percorrono. L'obiettivo è far conoscere una Campania, una Sicilia e una Grecia insolite, lontane dai classici circuiti, offrendo un'ospitalità genuina, eventi come sagre e feste, rapporti umani, artigianato e natura. L'iniziativa, cofinanziata dall'Unione Europea, nasce da 22 Gruppi di Azione Locale che si sono consorziati per creare un unico marchio con il quale promuovere il territorio a 360 gradi. Di questi, 12 Gal sono della Sicilia, 7 della Campania e 3 della Grecia e il Gal capofila è l'Alto Casertano. Altri attori protagonisti del progetto sono la **Cogea**, consulenti per la gestione Aziendale, il **Touring Club** e l'agenzia di pubblicità **Roncaglia & Wijkander**. "Si tratta di una iniziativa a respiro internazionale - spiega **Marco Melloni**, responsabile Turismo Cogea - che vuole portare un mondo di qualità - tra risorse e ospitalità - a contatto con il mercato. E' un'operazione delicata perché il tentativo è quello di far rientrare in un sistema commerciale strutture come agriturismi, piccoli alberghi ecc,



che finora erano rintracciabili solo su Internet e in modo spontaneo, senza però snaturare il loro spirito, mantenendoci nei canoni di una promozione sostenibile, e realizzando una funzione di indirizzo. L'accordo con il Touring Club offre senz'altro una garanzia per un turismo di qualità. Sono già in distribuzione i cataloghi che saranno recapitati anche alle agenzie (per le quali è prevista una commissione del 10%); in un primo momento quelle che lavorano con il Touring per poi allargare il giro". Il progetto, già in fase di attuazione e aper-



to a eventuali altri operatori interessati a questa filosofia, prevede complessivamente un piano di marketing comune per l'individuazione dei target di riferimento; la creazione di un unico sito Web, di una guida turistica e la realizzazione di percorsi turistici su misura e componibili collegati a pacchetti turistici. Per far toccare con mano agli addetti lavori le potenzialità del territorio è già stato steso un calendario di educational da realizzarsi tra giugno e luglio. Gli opuscoli, per ora uno per la Campania e uno per la Sicilia, sono anche scaricabili sul web (www.ruralitamediterranea.com). e.i. ■