

L'INTERVENTO

Reggio valorizzi il suo brand 'Città del Tricolore'

La città e il turismo

Valorizzare il nostro brand 'Tricolore'

Ennio Ferrarini (*)

In questa calda estate dal mondo dello sport è arrivato a mio avviso un 'segnale' importante per la nostra città. La Reggiana è scesa in campo a Monza in Coppa Italia con la nuova divisa da gioco tricolore. Ha esibito una prova gagliarda contro una squadra di categoria superiore e si è qualificata al turno. Una nuova immagine che tutta l'Italia ha ammirato. Un chiaro omaggio alla nostra città e una dichiarazione di amore e di orgoglio reggiano verso la nostra bandiera nazionale. A differenza ad esempio di Parma, Reggio per sua natura non è una città 'esibizionista', con vocazione e propensione al Turismo.

(...) **La gente** pensa a lavorare, alla piena occupazione industriale e molto poco si investe sul potenziale turistico, che a mio avviso invece esiste. In primo luogo Reggio è la Città del Tricolore ma questo 'brand', dal valore evocativo enorme, non è minimamente utilizzato/promosso dal Comune, dai media locali, dai commercianti e dall'Unione Industriali in genere. Il Tricolore dovrebbe essere presente ovunque in città, tutto l'anno, non solo il 7 gennaio! A partire dal Casello Autostradale, dalla Stazione Av, dalle principali rotonde stradali di accesso al CS ecc. Negli uffici pubblici, musei, teatri, scuole, negozi, librerie, ristoranti (es. con menù tricolori ecc.). Sugli imballi di tutte le merci prodotte a Reggio Emilia ed esportate poi in

tutta Europa e nel mondo. Made in Italy + Tricolore. Questa possibilità di 'differenziarci' da tutte le altre città emiliane ed italiane col Tricolore l'abbiamo solo noi a Reggio Emilia, grazie a persone lungimiranti che hanno saputo valorizzare la nostra storia.

Poi abbiamo una posizione geografica "baricentrica" di passaggio e strategica che, grazie alla Av dovremmo sfruttare meglio, anche a fini turistici (Stadio Mapei, Arena Spettacoli, Campo Volo ecc.), attivando servizi (navette e parcheggi dedicati) e iniziative di marketing pubbliche (Comune, Musei Civici, Unimore, Reggio Children) e private (es. Consorzio Parmigiano Reggiano, Consorzi Vinicoli, associazioni Commercianti ed Artigiani) per attrarre visitatori e turisti regolarmente in centro storico.

Ma poi questi devono trovare un centro storico sicuro, bello, curato, organizzato, comodo e accogliente. In sintesi un luogo attrattivo sia dal punto di vista culturale e commerciale che gastronomico. In primis ovviamente per tutti i cittadini reggiani. Il tutto sotto il brand forte ed unico del Tricolore, che diventi la chiave unificante delle attività reggiane, una specie di marchio di fabbrica identitario, in primis per tutti i cittadini e le aziende di Reggio Emilia.

Ennio Ferrarini
(responsabile Lions club
Host Città del Tricolore)

