

Nuove strategie di sviluppo nel quartiere Lido, Celia: “Si punti sul marketing di destinazione”

Data: Invalid Date | Autore: Nicola Cundò



CATANZARO - “*Che cosa resta di quella Catanzaro, che fino a decenni fa si distingueva per la qualità dei servizi che era in grado di erogare, per un’indubbia capacità amministrativa e una dimensione, anche culturale, che le conferiva autorevolezza in ambito regionale?*”

sviluppo di una città passa attraverso il **turismo**, **lgi insediamenti produttivi**, quindi attraverso la crescita del suo quartiere più importante, **Lido**, che necessita da parte dell’Amministrazione comunale di una programmazione organica per valorizzare quelle potenzialità capaci di alimentare l’economia di una città, che deve diventare degna di essere definita **capoluogo di regione**”.

Lo

afferma in una nota il capogruppo del **Pd** in **Consiglio comunale Fabio Celia**, che chiede al sindaco **Nicola Fioritadi** alzare il tiro sul quartiere marinaro della città, “con scelte politiche precise, che non si basino su un ‘turismo familiare’, fondato dai tanti giovani che hanno lasciato Catanzaro e che rientrano in città nelle feste comandate, Natale e Pasqua o su un **turismo estivo**”.

Riconosco al primo cittadino i traguardi delle **piste ciclabili**, il polo fieristico ‘Giovanni Colosimo’, la ricucitura del **lungomare** e il viadotto pedonale sulla Fiumarella, ma c’è molto altro da fare per rilanciare il quartiere nevralgico della città.

Il duro lavoro messo in campo dal nostro vicario **Giuseppe** per ottenere per il secondo anno consecutivo il titolo di **Bandiera Blu** e il rilancio del **porto** deve essere capitalizzato, un punto di partenza per un quartiere deserto per sette mesi l'anno.

Ateneo con quella di Lido. **Bisogna investire** in **manifatture** anche stradale, sulla **toponomastica**, cambiare il volto del suo ingresso, con la sua strada angusta.

marketing di destinazione, attuando la località più attraente, offrendo attività uniche ai visitatori, attuando vere e proprie strategie per un turismo che duri 360 giorni all'anno.

Abbiamo un mare invidiabile, ma servizi quasi inesistenti.

brand della città, rivocando il **mondo digitale** a **Celia**, "deve uscire dai ristretti confini comunali e inserirsi, da capoluogo, al centro del complesso sistema delle reali dinamiche economiche e culturali".

Articolo scaricato da www.infooggi.it

<https://www.infooggi.it/articolo/nuove-strategie-di-sviluppo-nel-quartiere-lido-celia-si-punti-sul-marketing-di-destinazione/142949>

