Lettere Meridiane ha promosso una conversazione sul social network sulle riflessioni di Federico Massimo Ceschin sul brand Daunia & Gargano in seno al brand Puglia, sul critico momento del turismo in provincia di Foggia, sulla crisi più generale che angustia la Capitanata.

Per leggere il post che ha dato origine alla discussione cliccare sul seguente collegamento: Ceschin: l’eterna controra di Foggia.

La conversazione viene realizzata invitando un certo numero di amici ad esprimere la propria opinione sul tema affrontato. Di seguito le risposte di quanti vi hanno partecipato, nell’ordine cronologico con cui sono giunte.

Fabio Massimo Benvenuto

Negli anni ’90 la Provincia di Foggia fece una buona campagna pubblicitaria. Lo slogan recitava più o meno così: quando promettiamo mare e monti non esageriamo…o qualcosa di simile (non ricordo bene)

Raffaele Vigilante

Lo scorso anno ho partecipato a Manfredonia al convegno con la Godelli e Josep Ejarque. La sintesi era leggermente diversa: diciamo che quando si parlò di cambio della tipologia dei flussi turistici (Short tourism) partenza il venerdì ritorno la domenica ci fu letteralmente impedito di parlare di aeroporto… diciamo pure che brand Puglia significa catalizzare i flussi a sud… diciamo pure che chi come noi ha speso milioni in strutture e società perde ogni anno una fetta di mercato pari al 35% grazie ad una mobilità lenta grazie a infrastrutture obsolete …

Diciamo pure, caro Geppe, che è vero che pensiamo che la Regione sia matrigna ma è altrettanto vero che a pensar male non si fa peccato…

Ninì Russo

… diciamo pure che molto spesso utilizziamo una barca di soldi per farci del male.

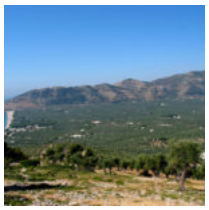
Complimenti a Ceschin.
Manrico Trovatore
Bravo, Federico. Direi che alla classe dirigente foggiana si addice purtroppo il titolo di un bel libro dedicato alla Grande Guerra: “i sonnambuli”. E persino i medici dicono che svegliare i sonnambuli è pericoloso.
Giovanni Rinaldi
Tutto, purtroppo e tristemente, molto condivisibile. Progettualità, tempi lunghi, lavoro di gruppo, ascolto e visione strategica, sono parole spesso bandite, insieme alle altre due più sacrificate: talento, competenza, esperienza. Una sintesi del tutto (in senso negativo)? l’ultimo bando indetto dalla Provincia per le strutture museali e infoturistiche. Amen.

Facebook Comments

Potrebbe interessarti anche:

-
  Lisa e Amendola non sono ipotesi l’una contro l’altra
-
  Casalucci e Cibelli: “L’aeroporto non basta a risolvere i problemi del turismo”

-

  Il sorpasso del Salento sul Gargano, i lettori discutono
- 

  L’allarme di Gelormini sul turismo: siamo fuori tempo minimo

Clicca sul pulsante per scaricare l'articolo in Pdf

Hits: 11