

# Promozione della città del Vino e di Lilio a Campana



I piccoli **comuni** che hanno l'onere, l'onore e la responsabilità di valorizzare e promuovere oltre il proprio perimetro l'enorme ed inestimabile patrimonio paesaggistico e culturale di cui sono dotati, devono essere affiancati in questa sfida dalla Regione Calabria che ha l'obbligo di accompagnare, tutelare e garantire la continuità di eventi identitari distintivi come lo sono la **FIERA DELLA RONZA** o la **GIORNATA REGIONALE DEL CALENDARIO IN MEMORIA DI ALOYSIUS LILIUS**.

*Non possiamo più assistere alla messa in scena di copioni che si ripetono uguali ed identici ad ogni occasione, con annunci e proclami da una parte e appelli di una maggiore attenzione dall'altra.*

È quanto ha dichiarato il Sindaco **Francesco PALETTA** intervenendo ieri mattina (giovedì 7) a **CAMPANA**, nell'ambito della **554esima edizione** dell'evento originariamente dedicato alla zootecnia e all'agroalimentare.

Il Primo Cittadino ha colto l'occasione per annunciare l'avvio dell'iniziativa di promozione della Città del Vino e di Lilio, frutto dell'intesa tra l'Amministrazione Comunale e la **SENATORI VINI**, tra gli ambasciatori nel mondo della migliore produzione vitivinicola locale, storicamente impegnata nella promozione culturale e del terroir: il **WINE TOUR**. – Il progetto ha l'obiettivo di veicolare nel borgo

flussi di visitatori, appassionati di vino ed enogastronomia, attraverso la proposta di pacchetti turistici ad hoc che prevedano sia la tappa in azienda che in Città.

Insieme – ha aggiunto rivolgendosi al collega Sindaco **Agostino CHIARELLO** e agli altri presenti – dobbiamo avere il coraggio di **puntare sull'identità enogastronomica**, avvicinando i giovani anche attraverso una politica regionale che e nazionale che li incentivi. Il percorso sul quale proseguire è indicato e confermato dai dati turistici internazionali. Gli amministratori locali devono e possono osare di più – ha aggiunto **PALETTA** – spronando ancora di più la REGIONE. Quanto virtuosamente sperimentato da CIRÒ in questi anni in tema di politiche culturali, di marketing territoriale e per i turismi dimostra che una strategia locale diversa è non solo possibile ma auspicabile. – (Fonte: Lenin MONTESANTO – Comunicazione & Lobbying – 345.9401195).