

A PALAZZO VALENTINI L'INCONTRO SUL TEMA "ROMA CAPITALE E AREA METROPOLITANA: LO SVILUPPO DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE TERRITORIALE"



Comunè di Roma

03 Dic 2008 Si è tenuto a Palazzo Valentini, presso la Sala della Pace, l'incontro sul tema "**Roma Capitale e Area Metropolitana: lo Sviluppo del Marketing e della Comunicazione Territoriale**". promosso dalla Provincia di Roma, in collaborazione il Club del Marketing e della Comunicazione. Era presente all'incontro Patrizia Prestipino, Assessore alle Politiche Giovanili, Sport e Turismo della Provincia, oltre all'On. Piero Cucunato, Presidente della Commissione Riforme Istituzionali per Roma Capitale e l'Area Metropolitana, e ad Andrea Cozzi, Presidente del Club del Marketing e della Comunicazione del Lazio, per discutere delle opportunità di sviluppo che deriverebbero dall'attuazione di una riforma su Roma Capitale e l'Area Metropolitana e soprattutto dell'importanza della realizzazione di un piano strategico di marketing per un reale sviluppo delle potenzialità del territorio.

Ad aprire l'incontro ed offrire un importante contributo su come puntare sui nostri punti di forza per rilanciare l'economia locale, è stato l'Assessore Patrizia Prestipino, che, partendo dalle esperienze positive che hanno permesso, nell'ultimo anno, di far crescere Roma e la sua Provincia più del resto d'Italia, evidenzierà come attraverso il turismo, una delle risorse più importanti del nostro Paese, sarà possibile rendere Roma realmente competitiva a livello europeo.

In qualità di promotore dell'incontro e Presidente della Commissione Riforme istituzionali della Provincia di Roma, l'On Cucunato ha illustrato non solo le enormi opportunità che deriverebbero dall'attuazione della riforma ma anche il piano strategico che porterebbe ad una riorganizzazione istituzionale e territoriale della nuova area metropolitana e ad un rilevante incremento delle risorse per la promozione del territorio, in virtù di un sistema istituzionale più snello, razionale, efficiente e più vicino ai cittadini. Come esperto di marketing, inoltre, si soffermerà sull'importanza di una pianificazione strategica che si contrappone alla gestione dell'emergenza.

Perché il marketing è importante nella definizione di una nuova area metropolitana? A parlare di linee programmatiche e piani di sviluppo per il rilancio dell'economia del territorio, attraverso l'integrazione tra settori imprenditoriali, del rilancio dell'occupazione e della formazione in settori professionali nuovi sono intervenuti due professori universitari: il prof. Mauro Alvisi, docente della Link Campus University of Malta, e Andrea Pizzicaroli, docente di marketing della LUMSA, che porteranno anche le testimonianze di giovani laureati che si affacciano ora al mondo del lavoro sempre più competitivo per la dimensione globale e per il livello di professionalità richiesto.