

L'INDAGINE Promozione della città

Radicchio e Mura: così nasce il brand

TREVISO - (zan) La prima cosa a venire in mente quando si pensa a Treviso? Il radicchio rosso (potenza, chissà, della moda imperante della gastronomia). Poi il Sile e il Cagnan e, ancora, le Mura. Lo conferma un'indagine, condotta su un campione di oltre mezzo migliaio di persone, tra rappresentanti delle categorie economiche, studenti universitari ed utenti del sito internet del Comune. Oltre sette su dieci citano la celebre cicoria come primo elemento identificativo della città. Più in generale, però, secondo la rilevazione, a caratterizzare Treviso nell'immaginario collettivo sono l'arte e l'architettura.

«Innanzitutto non è semplice individuare un unico aspetto, proprio perchè oggi le identità sono plurime - spiega Daniele Marini, docente dell'università di Padova e direttore scientifico di Community Media Research, che ha curato lo studio - Dalla ricerca emerge come il primo ambito sia la dimensione artistico-architettonica della città: i Buranelli, gli affreschi di Tomaso da Modena, le chiese le piazze. Poi il paesaggio: i corsi d'acqua, le risorgive, le ville, le montagne. Terzo, l'agroalimentare: dal radicchio, al tiramisù, al prosecco. E infine il lavoro».

Partendo da questi quattro temi, verrà costruito il brand (una sorta di carta d'identità) di Treviso. Lo studio infatti si inserisce nel percorso per la creazione del brand. Ieri ne hanno discusso i forum su cultura, sociale, scuola e ambiente avviati dall'amministrazione comunale. «L'ulteriore passaggio sarà coinvolgere le associazioni di categoria e altri soggetti interessati e il consiglio comunale - spiega l'assessore Liana Manfio - Poi verrà redatto un documento di sintesi con le caratteristiche emerse. E questo documento sarà la base per un concorso di idee per l'elaborazione del brand, che si aprirà a maggio per concludersi a settembre».

