Un’analisi del fenomeno legato al Cammino di Santiago di Compostela, come modello per la realizzazione di dinamiche di valorizzazione e strategie di marketing territoriale vincenti. È quanto propone la conferenza, aperta al pubblico, “*Il Camino di Santiago di Compostela, patrimonio dell’umanità: passato presente e futuro di una ritrovata via di comunicazione culturale europea* ”, in programma domani, martedì 27 marzo alle 11, organizzata dal corso di laurea in Relazioni pubbliche e dal Dipartimento di Scienze Umane dell’Università di Udine a Gorizia, nell’aula P della sede dell’Ateneo a palazzo Alvarez, in via Diaz 5 a Gorizia.

Relatore sarà Miguel Taín Guzmán, docente di storia dell’arte all’Università di Santiago e redattore scientifico di alcune delle più note riviste dedicate al Cammino, come “Campostellanum”, “Campostella” e “Ad Limina”.

Al dibattito interverranno Andrea Bellavite dell’Associazione Iter aquileiense e Paolo Zuliani del Coordinamento regionale enti locali per la pace e i diritti umani (Crelp) della provincia di Gorizia. L’iniziativa è promossa dalla Federazione italiana relazioni pubbliche (Ferpi) e UniFerpi Gorizia, dal Laboratorio di Relazioni, organizzazione e comunicazione (Roc) del corso di laurea in Relazioni pubbliche dell’Ateneo friulano a Gorizia e dall’Associazione Iter aquileiense.

La conferenza «offrirà – anticipa Renata Kodilja, responsabile del Roc - un approfondimento su temi di grande interesse e rilevanza strategica, quali la promozione territoriale e la comunicazione artistica e culturale. Osservare il caso del Camino di Santiago di Compostela, fenomeno di attrazione che travalica i confini europei, attraverso gli occhi di uno dei massimi esperti in materia ci consentirà di comprendere le dinamiche di valorizzazione globale dei territori. L’integrazione di elementi di valore storico, artistico e ambientale diventa, in questa prospettiva, la chiave per un’attrazione turistica vincente».

Il marketing territoriale e la comunicazione culturale sono strettamente connessi al processo di promozione e sviluppo di città e territori. «L’obiettivo principale di un piano marketing – aggiunge Kodilja – è identificare e sviluppare i vantaggi competitivi, e il vantaggio competitivo di Santiago è indubbiamente il suo patrimonio storico e culturale, che ha un peso decisivo nella sua collocazione nel mercato». Attualmente, il Cammino è in grado di attrarre milioni di turisti e pellegrini di tutto il mondo - oltre 9 milioni nel 2011 - ed è riconosciuto tra i fenomeni culturali più importanti: nel 1987 la dichiarazione, da parte del Consiglio d’Europa, del Cammino francese quale “primo itinerario culturale europeo” e nel 1993 il riconoscimento Unesco come patrimonio mondiale.