

Polemica per il manifesto di Virtu Ferries, la replica: volevamo promuovere il turismo rurale

notizia pubblicata **11 luglio 2019** alle ore **10:30** nella categoria **Cronaca**



Non voleva certo essere una campagna offensiva nei confronti della Sicilia, semmai un'occasione per promuovere il turismo siciliano rurale e le campagne che sono molto richieste dai turisti maltesi. Dalle pagine online di radiortm.it, arriva la replica di Virtu Ferries al sindaco di Modica, Ignazio Abbate, che su Facebook aveva mostrato la sua delusione per la nuova campagna di comunicazione scelta dal vettore maltese in cui protagonista era un gruppo di vacche smagrite in un paesaggio di montagna.



“Siamo a dir poco sorpresi dalla reazione del sindaco di Modica al nostro annuncio pubblicitario. Virtu Ferries spende migliaia di euro l'anno per promuovere la Sicilia a Malta. Il nostro marketing copre diversi aspetti delle attrazioni turistiche siciliane. Questo particolare manifesto pubblicitario vuole promuovere il turismo siciliano rurale e le campagne che sono molto richieste dai turisti maltesi. Migliaia di turisti maltesi visitano, infatti, ogni anno la Provincia di Ragusa e ciò può essere confermato dalle numerose presenze

nei ristoranti e negli agriturismi concentrati nelle campagne, oltre che dagli investimenti che numerosi cittadini maltesi hanno fatto nel territorio, acquistando case rurali. Tale fenomeno deve il suo contributo anche all'azione promozionale e di marketing che Virtu Ferries ha continuato a fare negli anni.

Non riusciamo a capire perché una splendida foto raffigurante un aspetto del bellissimo territorio siciliano sia stata considerata offensiva da parte del sindaco di Modica. Il sindaco – forse – dimentica che la campagna siciliana è un'enorme attrazione turistica soprattutto per i turisti maltesi, che non hanno il privilegio di godere di aree verdi e incontaminate come quelle che offre l'altopiano ibleo con i suoi paesaggi agricoli, fonte di tutti quei prodotti caseari molto apprezzati dai cittadini maltesi ed esportati quotidianamente proprio dalle aziende siciliane”.