

Master in Progettazione, Comunicazione e Management del Turismo Culturale.

Nome e cognome: Stefania Bova

Titolo della tesi di Master: "Il Ruolo della Camera di Commercio di Torino a Terra Madre Salone del Gusto 2024: Contributo e Partnership con Slow Food per un Evento Internazionale".

Abstract

Nel corso degli ultimi anni, il concetto di evento ha subito un'importante evoluzione, passando da un semplice incontro fisico a un'esperienza complessa che integra dimensioni fisiche, digitali e virtuali. Gli eventi sono diventati strumenti strategici fondamentali per le aziende, le istituzioni e le organizzazioni, evolvendo da semplici occasioni di presentazione a veri e propri "momenti esperienziali", capaci di coinvolgere emotivamente il pubblico. L'integrazione delle tecnologie digitali e dei social media ha amplificato questo cambiamento, trasformando gli eventi in piattaforme per l'interazione diretta e la creazione di esperienze memorabili. In questo contesto, la comunicazione gioca un ruolo cruciale nel successo di un evento. Non si limita più a una funzione di supporto, ma diventa un elemento strategico che determina la capacità di un evento di attrarre partecipanti, raggiungere visibilità e soddisfare gli obiettivi prefissati. La qualità della comunicazione influenza in modo determinante la partecipazione e la soddisfazione del pubblico, ed è fondamentale nell'organizzazione di eventi di successo. Un caso concreto di come la comunicazione e le relazioni pubbliche possano influire sul successo di un evento è rappresentato dalla Terra Madre Salone del Gusto 2024, evento internazionale dedicato alla promozione delle eccellenze gastronomiche, culturali e sostenibili. Terra Madre Salone del Gusto 2024 è un'occasione unica per esplorare le tradizioni culinarie e agricole globali, con particolare attenzione alla sostenibilità. In questa edizione, l'evento ha visto la partecipazione di produttori, chef, esperti e appassionati, creando un ambiente di scambio e apprendimento che va oltre la semplice degustazione, per diventare un vero e proprio laboratorio di idee e pratiche innovative per un futuro più sostenibile. La partnership tra la Camera di Commercio di Torino e l'evento ha permesso di promuovere il territorio, le imprese locali e le pratiche economiche sostenibili, utilizzando una strategia comunicativa efficace per amplificare l'impatto dell'evento a livello locale e internazionale. La sinergia tra le istituzioni pubbliche e le manifestazioni internazionali ha dimostrato come un approccio integrato, che coinvolge cultura, ambiente e comunità, possa stimolare la crescita economica e culturale, rafforzando l'immagine di Torino come città simbolo di innovazione e responsabilità sociale. In sintesi, questa tesi esplora come la comunicazione strategica e le relazioni

pubbliche siano diventate elementi essenziali nella gestione degli eventi, evidenziando come le nuove tecnologie e le dinamiche di interazione digitale stiano ridefinendo il modo in cui gli eventi vengono progettati, comunicati e vissuti. Attraverso l'analisi di Terra Madre Salone del Gusto 2024, si mette in luce l'importanza di una pianificazione comunicativa integrata per il successo duraturo di eventi internazionali e il loro impatto sulle comunità locali e globali.