

II MUSEO DEL GORGONZOLA è senz'altro un buon inizio



A Mosca e a Tokyo,
a Sidney e a
Barcellona, a New
York e a Buenos
Aires tutti sanno che
cosa è
IL GORGONZOLA,
ma quasi nessuno
conosce l'esistenza
della nostra cittadina,
dove questo
formaggio è nato.



Nike, Coca Cola, Microsoft, IBM, spendono ogni anno milioni di euro per far conoscere in tutto il mondo il loro marchio. Il nome stesso di GORGONZOLA è un marchio conosciuto in tutto il mondo: noi possediamo quindi un marchio che vale milioni di euro. Utilizziamolo al meglio, tuteliamo questo capitale di immagine per far convergere sulla città turismo e dinamismo economico e incrementare commercio, attività ricettive, ristorazione e servizi alla persona.



Non una semplice memoria sotto il campanile ma un polo di attrazione nazionale: vogliamo dare vita ad un'agenzia culturale che interagisca con il territorio e le persone di "buongusto".



Diamoci da fare perché in tutto il mondo la città di Gorgonzola sia famosa e conosciuta come il formaggio cui ha dato il nome.