

Marketing per rilanciare il turismo in Campania. Il testimonial? Cannavaro!



giovedì 15 novembre 2007

Napoli e la Campania. Solo pizza, mandolino e 'O sole mio? Non più o almeno, non solo.



L'agenzia di marketing Jw Thompson vuole rilanciare l'immagine della Campania e per farlo ha indetto una nuova campagna promozionale, su mandato dell'assessorato del turismo. "Sono convinto - afferma infatti Pietro Dotti, presidente della Jw Thompson Italia - che la carta vincente sarà quella di giocare sulla nostra capacità di accoglienza; è tempo di sfatare il mito secondo cui all'estero sono note solo la Penisola sorrentina o le isole, è tempo che l'intera Regione sia conosciuta e apprezzata". Ma per farlo, è necessario "preparare gli operatori turistici locali, perché senza il loro supporto ogni iniziativa è inutile".

Lo slogan scelto per l'iniziativa, che ha come testimonial d'eccezione il campione del mondo Fabio Cannavaro, è "Campania, dove l'accoglienza è mondiale". Si tratta dunque di un progetto integrato che, come spiega Dotti, "prevede anche una nuova grafica per l'Info point, un Osservatorio di comunicazione turistica, una newsletter con le novità, direct marketing per lo sviluppo di nuovi arrivi nei periodi stagionali più deboli, un call center e altro ancora". Si punterà poi l'accento sull'importanza di un maggiore sviluppo della filiera termale con l'istituzione di un marchio di qualità, il "Campania quality therme", da assegnare, spiega Dotti, "a tutte le strutture dotate dei parametri di qualità idonei".

Domenico De Masi, preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università La Sapienza di Roma, ha proposto invece di ideare un pacchetto che accomuni tutti i punti di forza campani da proporre agli stranieri, necessitando però di una stretta collaborazione da parte dei giovani operatori turistici nel creare scuole per operatori di livello sempre maggiore, che insegnino ai giovani la politica dell'accoglienza. "Il futuro è dei giovani, formiamoli e teniamoli occupati nella loro terra" ribadisce De Masi, "perché nei prossimi anni aumenterà la quantità e la qualità sia della domanda, sia dell'offerta turistica".

Emanuela Palomba

[Chiudi finestra](#)