

a cura della Scuola di giornalismo Suor Orsola Benincasa

diretta da Paolo Mieli con Lucio d'Alessandro in convenzione con l'Ordine Nazionale dei Giornalisti

RSS



HOME

CRONACA

CULTURA

SPETTACOLI

QUARTIERI

SPORT

RASSEGNA

23:1 lun 26 mag 2008

IL MASTER

GERENZE

CONTATTI

in ch - PDF

in ch - TV

Al Suor Orsola

Niola: Napoli è ancora un brand vincente



Claudio Velardi (a sinistra) e il professore Marino Niola durante la lezione al Suor Orsola

Smessi i panni di assessore Regionale al Turismo, Claudio Velardi è salito in cattedra. L'occasione è la lectio magistralis sui prodotti tipici e il marketing territoriale in Campania voluta dal professor Marino Niola, ordinario di Antropologia e ideatore del Master in "Tradizioni e culture del Mediterraneo" nell'Università Suor Orsola Benincasa.

"Oggi non si può pensare di rilanciare la regione solo attraverso soliti e paludati itinerari, ma differenziando e personalizzando l'offerta - spiega Velardi-. Da imprenditore sono convinto che più che mercati di massa si debba parlare di masse di mercati a cui gli operatori del settore devono sempre più far riferimento".

L'assessore, insediato da tre mesi, è convinto dell'importanza di curare il turismo tout court verso la personalizzazione e il soddisfacimento del singolo. La soluzione proposta è la creazione di "pacchetti" che possano racchiudere quella che lui stesso definisce "un'esperienza di vita". Il turista vuole ricordare momenti, sapori e luoghi e l'unico modo per farlo è vendere un prodotto che di volta in volta faccia leva su determinati ed estemporanei desideri. La Campania, insomma, non è solo Capri, Ischia e Pompei".

Durante l'incontro è emerso come i prodotti tipici giochino, oggi più che mai, un ruolo fondamentale nell'economia regionale. Per Niola "pizza, sole e mandolino sono brand che continuano a vendere perchè Napoli e la Campania sono legate alle loro tradizioni, ma ciò che deve cambiare è la modalità di somministrazione dell'offerta".

Proprio il master da lui diretto, unico nel sud, propone la creazione e la formazione di un consulente in grado di interpretare e potenziare la cultura del territorio e i suoi prodotti. Un mediatore tra mercato globale e locale che sia in grado di sviluppare strategie che interpretino i cambiamenti del tempo.

"La fruizione del territorio deve diventare più leggera, on demand e bisogna superare il vecchio concetto di marketing con la sua accezione pesante e superata - precisa -. Perché allora non proporre di nuovo i Grand tour con la loro connotazione di esperienza intima o parcellizzare gli itinerari?".

Preso atto che le crisi degli ultimi anni hanno minato la credibilità delle amministrazioni locali, secondo l'ordinario di Antropologia "bisogna cavalcare l'onda dei riflettori puntati sulla Campania a causa dell'emergenza rifiuti. È un'occasione da sfruttare a proprio beneficio, per dare risalto alle produzioni di eccellenza e ai circoli virtuosi che vivacizzano il tessuto regionale puntando sulla biodiversità".


Il dibattito ha poi dato spunto ad una proposta da parte dell'assessore Velardi di riscrivere le guide turistiche della Campania attraverso la collaborazione del professor Niola che si è già occupato di curare un "Atlante delle feste campane".

"Si potrebbe cercare di capire l'animo dei luoghi, utilizzando un linguaggio nuovo, fruibile da tutti e soprattutto indicando i possibili itinerari culturali ed enogastronomici", conclude Velardi.

Claudia Scognamiglio

[23.5.2008 - 17.08]

© 2003/08 [Università degli Studi Suor Orsola Benincasa Napoli](#) · P.Iva 03375800632 · Versione 2.0  
Conforme agli standard [XHTML 1.0](#) · [CSS 2.1](#)

 [HOME](#) | [CRONACA](#) | [CULTURA](#) | [SPETTACOLI](#) | [QUARTIERI](#) | [SPORT](#) | [RASSEGNA](#)