

COMUNICATO STAMPA

PIZZA VILLAGE OLTRE IL MILIONE DI PRESENZE

Bilancio strabiliante per l'edizione del decennale, netto aumento di ospiti stranieri. Gli organizzatori puntano sull'internazionalizzazione, il format a Dubai, Londra e New York

Napoli, 26 giugno 2022 – Calendario 2022 e 2023 già stabilito per il Pizza Village, con tappe a Milano, Dubai, Londra e New York., mentre partner e sponsor già chiedono di conoscere le date per l'undicesima edizione dell'evento a Napoli. *“La ripartenza ci ha sorpresi, non abbiamo ancora il bilancio definitivo – dichiarano gli organizzatori -, ma certamente saranno confermati, e forse superati, i numeri con cui abbiamo chiuso l'edizione del 2019”.*

Sono i dati a convincere tutti: oltre un milione di presenze, l'aumento di ospiti stranieri, alberghi e strutture di accoglienza *sold out* per le richieste, tutti aspetti che ai media nazionali e internazionali, radio e televisioni in particolare, non sono sfuggiti tanto da dedicare numerosi servizi all'evento promuovendo le bellezze della città di Napoli. Numeri alla mano il format di Oramata Grandi Eventi non è molto lontano dalle manifestazioni internazionali come l'Oktober Fest, per questo motivo, bilancio alla mano, si guarda già al futuro e all'internazionalizzazione dell'evento.

“Questa del decennale è stata l'edizione in cui c'è stata una esplosione di gioia, di allegria e di voglia di stare insieme, ricca di tantissimi contenuti e significato – afferma Claudio Sebillo, ceo di Oramata Grandi Eventi -. Il Pizza Village è sempre più un contenitore di tradizioni, di cultura, di economia ed è anche sempre più trasversale e internazionale: in termini di turismo italiano e straniero, le presenze sono davvero impressionanti. Ma questo è anche un Pizza Village che riparte da Napoli per il suo processo di internazionalizzazione che ci vedrà impegnati a portare Napoli e il Made in Italy in tutto il mondo, a partire da Dubai, Londra, New York”.

Intanto, dopo l'attacco ai pizzaioli napoletani da parte di Flavio Briatore e i dati del CNA, che vedono le regioni del nord Italia aumentare i loro punti vendita rispetto alla Campania che ne perde in soli due anni oltre 7mila, c'è ora la necessità di una veloce programmazione futura determinante per dare risposte adeguate a sponsor come Mulino Caputo, Coca-Cola, Peroni Nastro Azzurro, ma anche compagnie aeree come United Airlines, Fly Dubai e Turkish Airlines partner dell'evento. L'Amministrazione comunale deve subito impegnarsi per il 2023 per garantire il futuro di questa manifestazione che è sempre più una valida promozione turistica.

“In Italia, il Pizza Village è corteggiato da diversi sindaci di città distanti da Napoli, in particolare molto interessante è stato il dialogo avuto, in pre-pandemia, con il sindaco Sala per portare il format anche a Milano, una vetrina per l'Europa estremamente interessante - conferma Alessandro Marinacci, altro ceo di Oramata -. Per noi il Pizza Village è e sarà sempre uno strumento di promozione della nostra Napoli: tutte le tappe che facciamo in Italia o all'estero sono uno spot di quel che accade poi qui ogni anno, sul Lungomare di Napoli che diventa una meravigliosa pizzeria a cielo aperto sul Golfo e le cui immagini fanno il giro del mondo”.

Superato ogni reticenza anche da parte di una fetta, minima, della cittadinanza che, non avendo mai partecipato all'evento, guardava al Pizza Village con diffidenza: *“Negli anni abbiamo superato il pregiudizio sofferto all'inizio, quando nell'immaginario di una certa parte della città il Pizza Village era inteso come una sagra o solo come una festa della pizza – afferma Marinacci -. Abbiamo dimostrato con i fatti che, invece, è un grandissimo evento popolare. Ma diamo un ulteriore valore alla pizza quale strumento di promozione territoriale e leva di marketing turistica, per questo motivo i contenuti del Pizza Village sono sempre più trasversali in grado d'intercettare l'interesse di tutti, fan o meno della pizza”.*