



“Pizza Village format di promozione turistica”

Napoli, 20 giugno 2024 – “L’Italia è ancora più famosa nel mondo anche grazie alla pizza e alla nostra gastronomia, se c’è sempre più voglia per i turisti di venire nella nostra Penisola è anche grazie alla pizza”. Così il Ministro del Turismo Daniela Santanchè ha esordito, in videoconferenza da Milano dove era per impegni istituzionali con il Presidente del Consiglio, collegandosi con i relatori del convegno che si è svolto nel corso del Pizza Village sul tema: “Turismo: eventi e identità territoriali, sistemi di promozione turistica”.

La titolare del Dicastero del turismo ha poi evidenziato quanto siano importanti gli eventi, sportivi e d’intrattenimento, nell’offerta di promozione turistica: “I dati Enit appena diffusi indicano che circa 28 milioni di turisti giungeranno in Italia tra giugno e settembre attratti da circa 290 eventi sportivi e oltre 4mila eventi legati a promozioni territoriali. Il Pizza Village però rappresenta qualcosa in più, visto che poi rappresenterà l’Italia, dopo le tappe di Napoli e Milano, anche all’estero con l’appuntamento a Londra a metà settembre. Sono quindi i format uno dei migliori fattori di sviluppo turistico e di promozione dell’immagine italiana”

Quindici miliardi di euro di fatturato diretto e ben 30 di indotto, con oltre 373mila addetti, sono i numeri del comparto che produce ben 8 milioni di pizze al giorno in Italia e 5 miliardi di pizza all’anno. I dati dello studio di Pricewater & Copper (PwC), presentati dal direttore Claudia Fortini, nel corso del convegno, hanno fotografato limpidamente il valore economico e turistico che la regina della gastronomia italiana produce nella Penisola. Ma il mercato mondiale evidenzia un fatturato di 163 miliardi con, a sorpresa, l’Italia terzo paese al mondo per consumi pro-capite alle spalle degli States, primi e del Brasile secondo. Tra le specialità regina indiscussa delle preferenze dei consumatori del pianeta resta la Margherita, seguita dalla diavola e dalla capricciosa, mentre la marinara finisce all’ottavo posto, superata da quella con prodotti suini come würstel o salsiccia.

Pienamente d’accordo, con l’intervento del Ministro, Claudio Sebillo, organizzatore del Coca-Cola Pizza Village: “Pizza Village non è solo una festa della pizza, ma figlia di un’idea che dovesse rappresentare la nostra ricchezza quella vera di Napoli. La narrazione della pizza napoletana, molto più forte da noi che all’estero, dove la cultura della pizza era associata alle catene americane del prodotto che sono arrivate prima di noi, è cambiata con il riconoscimento Unesco. Una definizione molto importante per far conoscere la nostra pizza nel mondo, dando un’identità caratteristica principale della pizza napoletana: l’artigianalità e la manualità dei pizzaioli napoletani”. Ha concluso ricordando l’origine del format Pizza Village: “L’idea di creare il Pizza Village trova origine in un momento difficile della nostra città, mi riferisco alla crisi dei rifiuti, e volevano ribaltare la visione negativa della città e creammo questo format che si è dimostrato vincente”.

Felice Casucci, Assessore al Turismo della Regione Campania: “Abbiamo cercato di fare un lavoro di protezione del prodotto enogastronomico campano, non solo della pizza. L’arte del pizzaiolo napoletano è un’arte tradizionale, è un fattore culturale forte della regione Campania, che ha grandi radici sociali. Intorno alla pizza si crea un tema culturale, un’identità non transigibile e come Regione Campania abbiamo cercato di preservare questa identità e abbiamo cercato di collocarla in quadro molto più esteso del quadro della produzione enogastronomica. La pizza è un prodotto di grande consumo, ma anche un prodotto di salvaguardia del tracciato sociale e culturale e in questo il Pizza Village si inserisce perfettamente”.

Al tavolo dei relatori anche due Sindaci: Massimo Coppola, primo cittadino di Sorrento, e Corrado Figura, della Città di Noto (Sr). Da loro una testimonianza di come, attraverso gli eventi, le rispettive territorialità cittadine abbiano avuto riscontri positivi in ambito turistico. “Nel 2023



abbiamo superato i 3 milioni di presenze ben distribuite nel corso dell'anno rispetto al passato – detto Massimo Coppola sindaco di Sorrento -. I grandi eventi aumentano a destagionalizzare e aumentare l'appeal della città". Anche il Primo cittadino di Noto, Corrado Figura, ha tracciato un bilancio vincente dei flussi turistici: "La città di Noto che ha registrato una crescita importante della presenza turistica grazie ai servizi che ha offerto opportunità ad un turismo di alto livello, nel nostro caso l'offerta culturale e gastronomica sono stati punti focali".

Durante il convegno al Pizza Village è stata definita, tra i due Sindaci di Sorrento e Noto, la volontà di creare un gemellaggio tra le due città che vedrà come punti comuni il patrimonio storico-culturale; il patrimonio enogastronomico e il patrimonio naturalistico. Al tavolo relatori anche Gianna Mazzarella, Presidente della sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli: "Stiamo lavorando per consolidare ancora di più il rapporto con la crescita esponenziale dei turisti in entrata nella nostra regione. Abbiamo 2 voli di collegamento quotidiano con gli Stati Uniti. Sono tornati gli americani, turisti alto spendenti. Si è creato un ponte, attraverso i trasporti e le partnership delle compagnie aeree, che viene ora consolidato dagli imprenditori, come qui Alessandro Marinacci e Claudio Sebillo, e dal marketing per creare partnership in crescendo".

Le conclusioni dei lavori, moderati dalla giornalista Rai del Tg2, Laura Squizzato, sono state affidate all'economista e consigliere del Ministro Sangiuliano Gianni Lepre: "Di turismo si può vivere, così come si può vivere di cultura. La pizza grazie alla eco che gode, riportata anche dai maggiori quotidiani mondiali, è un attrattore turistico importante e che genera economia. A Napoli a Pasqua sono stati 360mila i turisti che hanno investito milioni in una regione e in particolare in città. Bisogna che attraverso il turismo ci possa essere anche sviluppo dell'artigianato, conosciuto in tutto il mondo come la nautica, gli orefici, l'arte presepiale, comparti che creano ulteriore occupazione e offerta per il turismo traducendosi in ulteriore economia interna".

UFFICIO STAMPA

Fabrizio Kühne cell. 339 83.83.413 - Brunella Bianchi cell. 331 26.30.029
E. mail - comunicazione@fabriziokuhne.com