



L'APPELLO

Marinella e gli imprenditori “Ma Napoli è già in ritardo valorizzare il quartiere Chiaia”

Presentata l'associazione che riunisce importanti operatori: “I primi team per Coppa America arriveranno a fine marzo”

di **MARIELLA PARMENDOLA**

Chiaia si candida con Bagnoli a fare da quartiere generale della Coppa America. E contemporaneamente lancia l'allarme: «Napoli è in ritardo», avverte l'imprenditore Maurizio Marinella «Chiaia - aggiunge - ha tutte le carte in regola, soprattutto la posizione giusta. Siamo la porta del lungomare, anche se spesso viene dimenticato». Presidente di un'associazione, «WeChiaia», che riunisce nomi forti dell'imprenditoria napoletana, Marinella dichiara subito la mission: «Insieme vogliamo fare crescere questo quartiere, non dobbiamo perdere l'occasione». Ma il suo marchio internazionale di alta sartoria, che dal negozio di Chiaia ha conquistato capi di Stato e importanti uomini d'affari, gli dà le relazioni giuste per fare scattare l'allarme: «Parlo con i team della competizione di vela e sono preoccupati. A fine marzo cominceranno ad arrivare qui, praticamente domani. Si aspettavano di trovare Napoli pronta. Siamo in ritardo a Bagnoli, ma non solo». Durante la presentazione di «WeChiaia», fabbrica di progetti culturali e

di marketing, Marinella cala la carta dell'ironia: «Ve lo voglio dire nella nostra lingua, gli organizzatori dell'American's cup si stanno ammosciando. Chiedono tante cose, dobbiamo fare presto». E per accorciare i tempi il gruppo di imprenditori si rivolge al Comune: «Siamo in contatto con il sindaco Manfredi, che stimo - premette Marinella -. Tutto, però, va molto lento. Sono ottimista solo perché Napoli ci ha abituato ai miracoli, ma per fare in tempo ne serve uno». E una road map da rispettare. Con un primo pacchetto di proposte: «Vogliamo seguire i modelli di Brea a Milano, anche in quel caso la svolta è arrivata con un evento, e Monti a Roma», dice Aldo Carlotto professore di marketing, che ha curato la strategia di promozione. Insieme a Raffaele Cercola, altro esperto nella cabina di regia del progetto, voce più critica: «Nel video ufficiale di Coppa America Chiaia non c'è proprio. Ma noi siamo in concorrenza con il centro storico e il Vomero. Certo non siamo interessati alle masse dei turisti, non gestite, che invadono altre zone di Napoli. Ma vogliamo che arrivi il turista interessato a una offerta premium». Poi Cercola diventa duro sottolineando: «Ci devono ascoltare, non possono proporre per piazza dei Martiri paccottiglia cinese come è accaduto con le luminarie di Natale». Dal gruppo di una ventina di imprenditori, insieme a un programma di eventi, par-

tono tre richieste immediate: «A Chiaia va ampliata l'isola pedonale, serve un maggiore decoro, dalla pulizia alla pavimentazione e più sicurezza. Altro che salotto buono, sembriamo un carro merci». Si fa portavoce per tutti Marinella: «Parleremo di più interventi

con l'amministrazione, ma dobbiamo anche rafforzare la nostra rete. Tocca a noi proporre che i negozi facciamo orario continuato. Non siamo da meno di via Toledo e centro storico». Anzi, spiega Donatella Bernabò, «nella narrazione proposta ai turisti dobbiamo introdurre il lungomare. Chiaia è l'unico quartiere di Napoli ad avere due ristoranti stellati e pizzerie di qualità». Presentato anche il portale web che vuole promuovere le prime attività in calendario, dal trekking urbano sui gradoni di Chiaia alle visite gli scorci meno noti, anche con guide capaci di consigliare lo scatto fotografico migliore. Ma dal nucleo di fondatori, Claudia Catapano (Blunauta), Pier Luigi de Caro (Galleria Elena), Massimo

Di Porzio (ristorante Umberto), Maurizio Marinella (E.Marinella), Ciko Orefice (CikOrefice Gioielli), Maura Pane (Studio Rog), Nico Ricciardi (Ricciardi) e Marietta Tramontano (Idem), parte un appello all'unità. Conclude Marinella: «Spesso a Napoli non si fa squadra, ma per ottenere che Chiaia non perda l'occasione della Coppa dobbiamo riuscirci. E ci aspettiamo che ci rispondano in molti».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

130721-ITONWO



“
Va ampliata l'isola
pedonale, serve
un maggiore decoro,
dalla pulizia alla
pavimentazione
e più sicurezza
”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



130721-ITONWO