

 L'intervista **Antonio Longo**

DS3019

DS3019

«Il Cilento non è esploso ancora nella sua interezza»

► Il cofondatore dell'azienda Santomiele: ► «Capaccio ed Acciaroli sono eccellenze che la si farà con il ricambio generazionale le aree interne non sanno cavalcare l'onda»

Carmen Incisivo

«Il Cilento, tutto, nella sua interezza, non è mai esploso davvero. Ci sono zone, soprattutto quelle costiere, che provano a sfruttare peculiarità, bellezze, tradizioni, eccellenze ma ci sono molte altre aree, la maggioranza, che non lo fanno. C'è tanto su cui scommettere ma senza cultura d'impresa non si va da nessuna parte». È l'analisi di Antonio Longo, fondatore - assieme al socio, Corrado Del Verme - di Santomiele Srl, azienda di Prignano Cilento che ha scommesso tutto sul Fico bianco del Cilento Dop e che negli anni è diventata un gioiellino. Non solo per qualità altissima e riconoscibilità dei propri prodotti ma anche per un approccio «narrativo e culturale» al business. Prima di arrivare nel posto in cui è possibile acquistare i prodotti, tanto per fare un esempio, si passa attraverso spazi che raccontano una storia. Il pavimento «accoglie» concetti parmenidei, in tutto riluce un tocco di Magna Grecia: c'è lo storytelling di un modo di stare al mondo, di concepirlo, di proporlo. Un mood cilentano nell'autenticità e nella determinazione, «sfumato» con un goccio di internazionalità accolta e trasformata in un approccio vincente. «Noi non volevamo solo vendere il fico, volevamo far viaggiare le persone nella storia, accoglierle, condividere valori ed esperienze».

Il Cilento sembra essersi fermato, dal punto di vista turistico, in attesa della consacrazione. È d'accordo?

«Non credo che sia esploso nella sua interezza. C'è stato un graduale miglioramento dei servizi e dell'offerta in alcune zone costiere. Parlare di esplosione è eccessivo secondo me».

Ci spieghi meglio...

«Due esempi sono Capaccio Paestum ed Acciaroli: grazie alle amministrazioni comunali che le guidano sono diventate luoghi di riferimento in Campania per concerti ed eventi culturali. Cavalcano bene l'onda, si presentano bene e hanno un'offerta turistica complessiva di qualità. Il resto delle località devono ancora lavorare molto. Le aree interne fanno fatica a crescere, non c'è turismo, c'è una popolazione molto anziana e poi c'è lo spettro dello spopolamento».

Da che cosa deve ripartire il Cilento?

«Dalla cultura d'impresa che qui, fatte salve poche eccezioni, ancora non esiste. Soprattutto nei servizi, negli alberghi, nei b&b. Mi riferisco alle piccole e medie imprese in particolare. Si apre una struttura extra alberghiera ma nessuno ne conosce la gestione, per esempio. Le grandi realtà sono più strutturate e lavorano diversamente ma le piccole sono in affanno».

Come si risolve?

«Con il ricambio generazionale: sono convinto che tra dieci anni le cose potranno essere molto diverse ma ci vuole impegno».

Quali sono i punti di forza e quelli di debolezza?

«I punti di forza prevalgono: si

può lavorare sul concetto di Parco nazionale, sull'ambiente, sull'archeologia e sulla cucina. Che poi sono punti di forza che il Trentino, per esempio, promuove dodici mesi l'anno. La grande debolezza sono senza dubbio le infrastrutture e la viabilità. C'è poi un gap di formazione: bisogna fare esperienza, confrontarsi per evitare quelli che spesso sono grandi errori di comunicazione ma possono costare caro ed è un vero peccato».

Cosa intende?

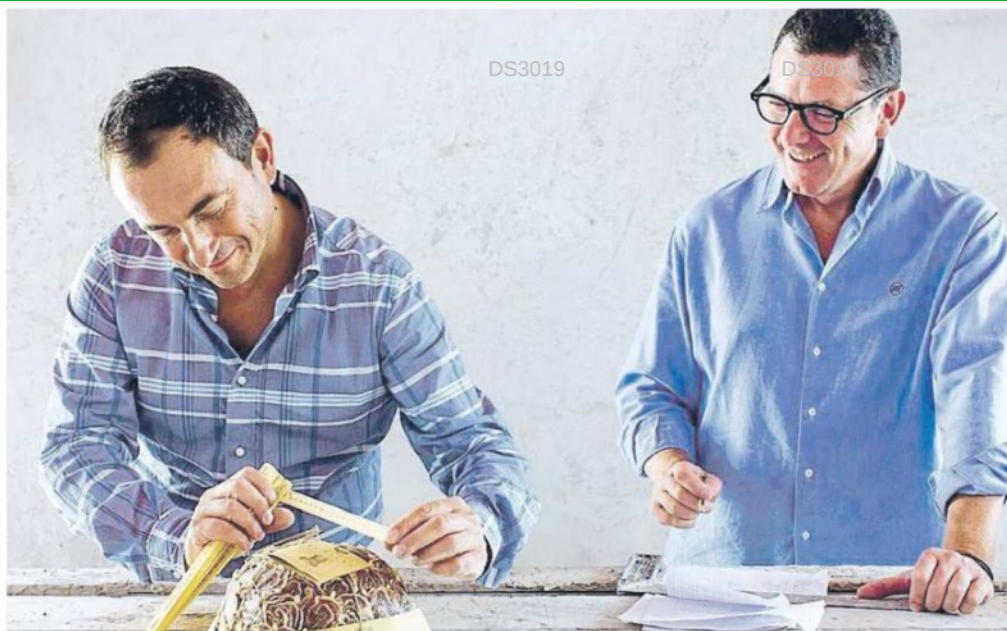
«Faccio un esempio: se in famiglia c'è una nonna che cucina molto bene si pensa di poter aprire un ristorante ma non è così. Voglio ribadirlo: i punti di forza prevalgono ma serve lavorare ed evolvere».

Come hanno fatto le zone che citava prima ad esplodere?

«Hanno attratto e valorizzato eccellenze. C'è un proposta culturale importante, ci sono ristoranti stellati, strutture anche a cinque stelle. Hanno osservato un modo di fare turismo ed hanno provato a cavalcare quell'onda. Capaccio Paestum e Pollica, mi auguro e penso, diventeranno traino per tutto il comprensorio ma noi abbiamo la responsabilità di dotarci di strumenti adatti per essere pronti ed all'altezza. Sono certo che il Cilento può farcela».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





OCCORRE RIPARTIRE
DALLA CULTURA D'IMPRESA
ABBIAMO PUNTI DI FORZA
DOBBIAMO PROMUOVERLI
DODICI MESI L'ANNO
COME FA IL TRENTINO

ANTONIO LONGO E CORRADO DEL VERME immagini per gentile concessione di Santomiele Srl