

Siracusa. Rilanciare il mercato di Ortigia: digitale ed internazionale con un piano marketing

Il Comune alla ricerca di una società che si occupi di marketing per la promozione e la valorizzazione del mercato di Ortigia. L'obiettivo è scritto, nero su bianco, su una delibera approvata dalla giunta retta dal sindaco, Giancarlo Garozzo. Così l'amministrazione comunale intende dare un ulteriore contributo in termini di promozione turistica e di supporto alle attività economiche e, in particolare, enogastronomiche del territorio, con lo sguardo puntato in maniera particolare sullo street food e sul folklore. Non è un mistero che i turisti sono particolarmente attratti dal mercato e dai suoi protagonisti. Lo testimoniano le numerose visite, tappa obbligatoria per chi arriva in visita nel capoluogo. Lo testimoniano anche i numerosi servizi giornalistiche di testate internazionali specializzate. Con queste premesse, il Comune è pronto a compiere una serie di ulteriori passi, sempre nella direzione della promozione. Alla società che sarà selezionata attraverso uno specifico avviso pubblico, spetterà dunque, tra gli altri interventi ipotizzati, realizzare un "app" per smartphone, che servirà principalmente per censire le attività esistenti. Prevista, poi, la "co-brandizzazione" di prodotti con un marchio identitario. Dovrà essere predisposta, inoltre, una specifica segnaletica mirata. Altra idea della giunta, la realizzazione di un corner per la distribuzione di gadget. e merchandising dell'"Amo" (così viene definito il mercato di Ortigia". A questo dovrà aggiungersi la "diffusione di supporti pubblicitari".

"L'obiettivo – afferma l'assessore alle attività produttive,

Gianluca Scrofani – è di promuovere una serie di iniziative che consentano al mercato di Ortigia di riappropriarsi della sua funzione strategica di luogo vocato al rilancio del centro storico. L'Amministrazione intende orientare gli operatori di questa affascinante area a 'fare sistema', avendo come primo traguardo quello di creare un brand e renderlo universalmente noto attraverso l'attuazione di un piano di marketing mirato. Delimitato a sud ovest dal tempio di Apollo, il tempio dorico più antico della Sicilia, e a nord est dall'antico carcere Borbonico, il mercato di via De Benedictis è un vero museo antropologico che merita un'azione di salvaguardia e rilancio sociale ed economico".

L'atto di indirizzo indica alcune iniziative da mettere in campo per l'azione di marketing. Accanto ai tradizionali supporti pubblicitari e alla realizzazione di una specifica segnaletica stradale, la realizzazione di un'applicazione per smartphone Android e iPhone per l'indicazione su mappa delle attività commerciali, la valorizzazione dei prodotti del territorio e la vendita on-line; un marchio identitario unico dei prodotti realizzati dagli operatori del mercato; la distribuzione di gadget e merchandising con marchio "Amo"; un museo che sia il frutto di una ricerca storica e iconografica del mercato.

"Per fare tutto ciò – dice ancora l'assessore Scrofani – non possiamo prescindere dalla collaborazione degli operatori che saranno chiamati a condividere i vari passaggi di questo percorso. Ma la nostra attenzione è rivolta a tutti i mercati della città, alla cui valorizzazione stiamo lavorando nell'ambito del Piano urbano del commercio. I mercati rappresentano il migliore volano per la diffusione dei prodotti del nostro territorio, elementi basilari del mangiare sano, e stanno diventando meta privilegiata dei turisti, sempre più numerosi, che intendono il viaggio come un'esperienza completa in cui soddisfare tutti i sensi. In tale contesto, è chiaro che l'enogastronomia rappresenta una parte fondamentale dell'offerta turistica".