

**Prof. Ennio Forte ([link alle note biografiche](#))**

### **Intervento tenuto alla presentazione del Comitato G. Vico il 27 settembre 2008**

Il prof. E. Forte ammette la propria sorpresa nell'apprendere i dati sulle emissioni inquinanti dell'attività marittima nell'area portuale di Napoli, tuttavia tiene a risaltare l'importante realtà che essa rappresenta a livello nazionale e per l'economia della città. Difatti precisa che circa il 70% della produzione dell'industria armatoriale proviene dal Golfo di Napoli costituendo l'unico dato positivo che affranca il generale degrado della città. La stessa attività crocieristica è in continua crescita registrando, negli ultimi tempi, punte di un milionequattrocentomila crocieristi l'anno. Il dato negativo è che questi non restano più di un giorno e, nella maggior parte dei casi, le persone non sbarcano per la, oramai, triste fama di cui gode Napoli. Cita come paragona Barcellona dove sbarcano circa trentunomilioni di persone contro i seimilioni di Napoli. Tale enorme disparità è data dalla capacità di fare marketing della città spagnola, che ben riesce a "vendere" la sua arte, la sua cultura e la sua storia, contro la incapacità, da parte della città napoletana, di riuscire a valorizzare una storia, una cultura ed un patrimonio artistico tra i più preziosi al mondo.

Il prof. E. Forte suggerisce che un valido modello economico per rilanciare Napoli è, sicuramente, quello della Logistica: Napoli la città della Logistica. Premesso che in molte città la logistica è vissuta come uno strumento per innalzare la qualità della vita e di tutte le componenti ambientali, a Napoli, la sua storia, la sua posizione, costituiscono una naturale vocazione allo scambio, al commercio, alla creatività e quindi all'adozione di tale modello economico. Il modello propone la città Logistica basandosi su quattro leve dello sviluppo logistico territoriale. La prima è la realizzazione nella zona Est di Napoli del Distripark (complesso logistico retroportuale, dotato di strutture di stoccaggio e di distribuzione delle merci, in grado di fungere da elemento di interscambio fra diverse modalità di trasporto e da anello di congiunzione fra industria e servizi. Di solito è localizzato in una zona franca; n.d.r.). Questi a Barcellona ha dato lavoro a 60.000 addetti. Oggi, che la legge italiana ha finalmente fatto dell'area retroportuale della zona Est un'area franca, vi sono anche le condizioni per realizzarlo. La seconda leva è, quella che viene definita, la corona logistica, cioè la possibilità di realizzare nelle periferie (si vedano le strutture dimezzate) attività logistiche quali, ad esempio, la piattaforma farmaceutica, quella ecologica, la cittadella postale, invece Napoli, ad oggi, non ha neanche un terminal bus. Terza leva, la quale pur senza pianificazione si è sviluppata con deleterio impatto per la viabilità, è costituita dalla presenza dei grandi centri commerciali, gli ipermercati. Quarta ed ultima leva è costituita proprio dalla realizzazione degli assi logistici, un sistema di trasporto, un corridoio che ottimizzi il flusso merceologico tra le piattaforme ed i grandi centri commerciali.

Il professore conclude tornando sull'importanza del Marketing Territoriale come valorizzazione del territorio e del patrimonio artistico e culturale.

[Link al Comitato Giambattista Vico](#)