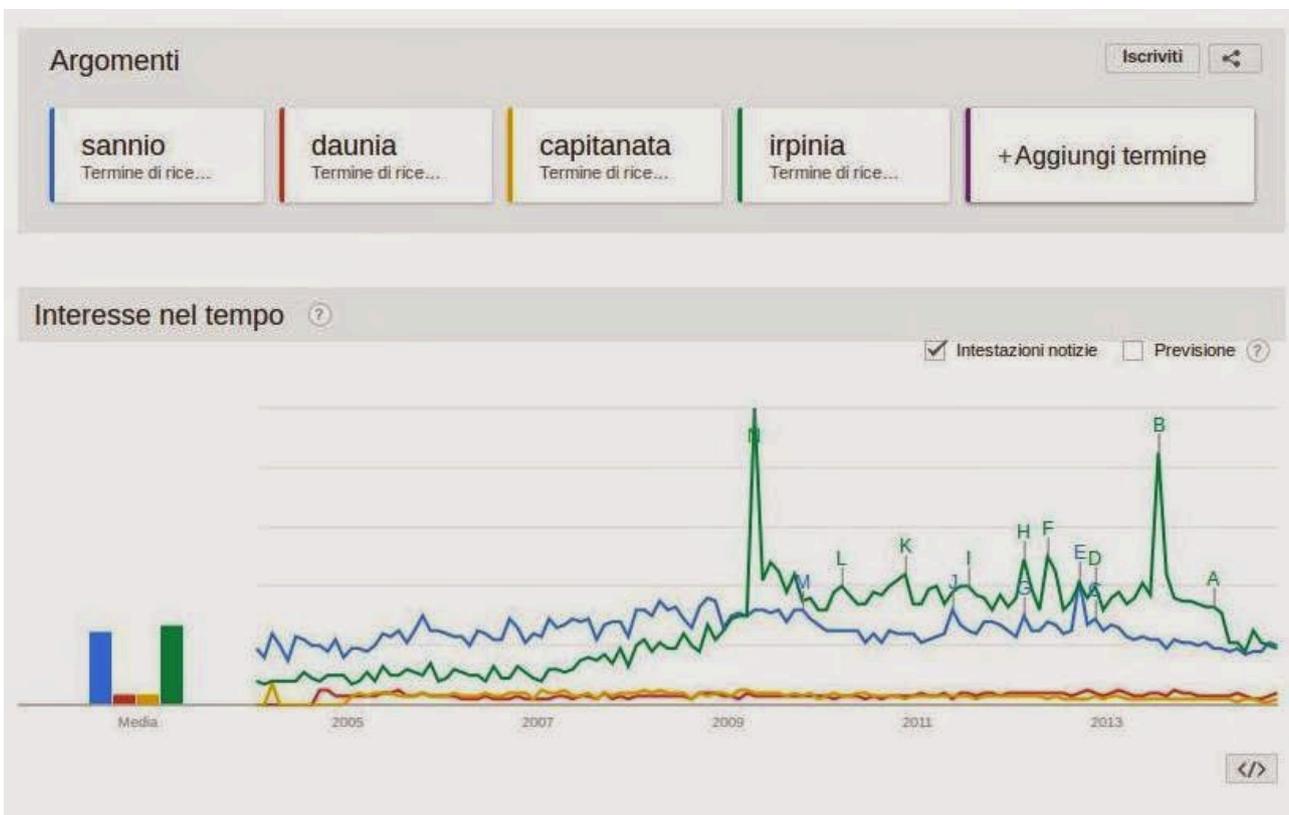


Michele Placentino interviene con una serie di considerazioni particolarmente interessanti sulla lettera meridiana in cui mi interrogavo, traendo spunto da una discussione su un gruppo facebook, sul problema dei diversi toponimi (Daunia e Capitanata) con cui viene indicata la provincia di Foggia.

Scrivo Placentino: “basterebbe interrogare *googletrends* per capire come l’*appeal* di Daunia e Capitanata sia di gran lunga inferiore anche a parole come Sannio o Irpinia.”

L’autore del commento acclude un grafico estratto da *googletrends*, che vedete qui sotto:



Dal grafico si evince distintamente che i toponimi Sannio e Irpinia sono più ricercati (e quindi, verosimilmente, più conosciuti) di Capitanata e Daunia, ed è un risultato inquietante, se si tiene presente che anche sommandoli l’una all’altra, Daunia e Capitanata non raggiungono le altre due province meridionali. Tempo fa Lettere Meridiane aveva condotto un’indagine analoga e i risultati erano stati, anche in quel caso, poco incoraggianti: potete leggerne nel post *Capitanata o Daunia? Google li boccia entrambe*.

“Io penso - aggiunge Michele Placentino - che certe disquisizioni sull’utilizzo del toponimo

Daunia o Capitanata siano superflue. Magari vanno bene per i salotti buoni della cultura foggiana o per far sfoggio della propria erudizione ma dal punto di vista del marketing territoriale ritengo siano perfettamente inutili. Solo due toponimi in Puglia possono costituire da soli un “brand” e cioè Gargano e Salento. Tutti gli altri non hanno alcun appeal per il marketing turistico. Piuttosto sarebbe il caso se di marketing si vuole parlare, di non perdere il treno della “Puglia”. E’ quello il *brand* che si sta diffondendo a livello internazionale e a quello dobbiamo cercare di attaccarci. Oggi la parola Puglia dal punto di vista del marketing turistico sta indicando sempre più una zona circoscritta della nostra regione, della quale purtroppo la provincia di Foggia resta ai margini. Se sugli autobus di Dublino o nella metro di Parigi gira il nome Puglia perché noi dobbiamo perdere tempo (in maniera un po’ provinciale) a cercare di capire se sia meglio Daunia o Capitanata?”

Condivido buona parte della considerazioni di Placentino. Il problema non riguarda, tuttavia, solo l’aspetto del brand o del marketing territoriale ma anche quello della identità – più o meno solida – della provincia di Foggia o, più precisamente se i dauni si sentano... tali, ovvero cittadini della medesima provincia. La ragione della debolezza culturale dei due toponimi sta forse proprio in questa crisi d’identità, in questo difetto di senso di appartenenza.

Facebook Comments

Potrebbe interessarti anche:



• Daunia, Gargano, Capitanata, tra brand e identità

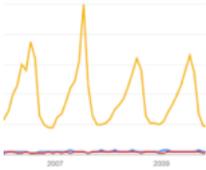


• Daunia o

Capitanata? In testa la Daunia



Ceschin: perché Daunia e Gargano devono sentirsi una cosa sola



Capitanata o Daunia? Google li boccia entrambe

Clicca sul pulsante per scaricare l'articolo in Pdf 

Hits: 15