

Il Festival nelle Università italiane

di Domenico D'Angelo

(PicMondopeperoncino - 2008)

La fama del Peperoncino Festival arriva nelle Università italiane e gli esperti di marketing turistico vogliono capire le motivazioni di tanto successo. Come è possibile che centomila persone arrivano a Diamante nel mese di Settembre. In un paese di 5.000 abitanti, in una regione emarginata e a Settembre quando è finita la grande stagione turistica?

Il problema se lo pone per prima la IULM di Milano nel 2001 con la professoressa Angela Besana dell'Istituto di economia e marketing relatrice di una tesi di laurea della studentessa Francesca Stranges. Invita Enzo Monaco a Milano per un'intervista con gli studenti.

Nel 2004 Natalia De Patta consegue la laurea in Economia aziendale all'Università della Calabria con una tesi intitolata "La realizzazione degli eventi come strumento di marketing turistico: il caso del Peperoncino Festival di Diamante".

Nel 2005 è la volta dell'Università di Perugia che affronta lo stesso argomento con Rossella Pucci laureata in Scienze della comunicazione.

La Sapienza di Roma con la facoltà di Scienze della comunicazione nel 2006 affida il problema a Gian Luigi Perrone, relatore il prof. Alberico Di Meo. Il titolo della tesi è "Marketing territoriale e turismo gastronomico: il caso del Peperoncino Festival".

Giuseppe Raffo nel 2008 si laurea all'Università della Calabria in Scienze della comunicazione con una tesi che studia il Festival "come modello di evento gastronomico in Calabria finalizzato alla destagionalizzazione del turismo".

Domenico D'Angelo