

26 OTTOBRE
2008



TURISMO \ Alla Columbus Citizens Foundation di New York, Claudio Agrelli ha presentato una comunità "un po' particolare", tesa a conservare della città del Vesuvio soprattutto le immagini positive

Napoli o... Partenope?

di Letizia Airos

LA SCORSA settimana, nel corso della tavola rotonda organizzata presso la sede della Columbus Citizens Foundation, intitolata "Ellis Island: 150 anni di storia d'Italia", siamo rimasti colpiti da un intervento un po' particolare in quel contesto, quello di un giovane pubblicitario napoletano.

Claudio Agrelli, 33 anni, proprietario di un'azienda di pubblicità, ha presentato nel corso dell'incontro una nuova comunità che, sotto il nome di "Città di Partenope", sta radunando a Napoli professionisti, imprenditori, giornalisti, studenti, professori, gente comune, per lanciare un movimento che "rifondi" la città. Tutto questo facendo riferimento ad un'entità diversa, tra passato e presente, di cui andare finalmente orgogliosi.

Incuriositi, e forse all'inizio anche un po' scettici, gli abbiamo rivolto alcune domande sulla comunità da lui fondata e su quella che chiama "emigrazione identitaria" all'interno di una città.

Claudio Agrelli ha risposto puntualmente e con grande energia, con la forza di crede fermamente in un'idea, un'idea di cui certamente la sua città in questo momento ha particolare bisogno.

Perché un pubblicitario viene a New York da Napoli a parlare di emigrazione?

«Perché c'è una nuova emigrazione che preoccupa, un fenomeno migratorio tutto napoletano: è l'emigrazione del degrado di Napoli. Ma il degrado resta lì dov'è, sono solo le sue immagini che emigrano, partono dalla città e girano il mondo».

Cosa vuole dire quando parla di "emigrazione di immagini di degrado". Le immagini non sono vere? Poi nel suo intervento ha accennato a persone intervistate scelte apposta tra le più rozze. C'è un complotto contro Napoli?

«Le notizie positive non funzionano: "good news, no news". Le cronache hanno registrato le immagini dell'emergenza rifiuti, della guerra tra clan, dei sassi contro i vigili del fuoco e i campi rom incendiati. Come in una malsana sineddoca, è questa la parte che i mass media hanno scelto per rappresentare il tutto, l'intera città. Sì, i napoletani intervistati sono scelti quasi a dimostrare che al degrado urbano corrisponda un degrado umano. Che Napoli sarebbe altrimenti?»

Ma perché la Napoli "sana" verrebbe nascosta?



«Perché Napoli è una grande campagna pubblicitaria fatta male. Gestita da classi dirigenti individualiste e lassiste e dai napoletani che non mancano di far mostra della loro furbizia e dell'arte d'arrangiarsi. La camorra fa il resto. Ma c'è un'altra parte meno caratteristica semplicemente perché più normale, che lavora, innova, produce. Parlo di gente semplice che manda i figli a scuola e insegna loro la buona educazione. Persone che rispettano le regole e non si riconoscono nei luoghi comuni».

Lei ha parlato di Napoli e Partenope come due entità distinte. Cosa vuol dire?

«Vuol dire tracciare un solco, lasciare fuori non solo camorra e microcriminalità, ma anche volgarità e malcostume, il sottobosco di giovani sfaccendati e pronti a delinquere, i tanti che sono tolleranti e che giustificano sempre chi non rispetta le regole. "Se quelli sono i napoletani, allora noi siamo i partenopei". Con questo slogan quattro mesi fa ho fondato "Città di Partenope". Chi vive la quotidianità di Napoli sa che i Partenopei non sono la minoranza, né sono necessariamente un'élite, anzi; sono molti di più di quel che si immagina. E' nata così una sorta di Second Life, anzi una Second Chance in cui ogni giorno arrivano cittadini a cui viene data persino la Carta d'Identità».



Sono già quasi 700, tutti animati dal desiderio di riconquistare la convivenza civile, abbandonando anarchia, disordine e colpevoli tolleranze».

Dunque cosa è "Città di Partenope"? Cosa fa? Chi sono i soci?

«Non soci, ma cittadini! Città di Partenope è un'identità. E' un vestito messo addosso a un sentimento. Esiste già nel cuore di migliaia e migliaia di persone. Ci sono piazze virtuali con immagini e video, dove i cittadini parlano di Napoli, segnalano eventi, propongono soluzioni ed evidenziano ciò che funziona. Ma bacchettano chi sbaglia con denunce media-

tiche e petizioni collettive. L'unico vincente impegno dei Cittadini è quello di sottoscrivere e osservare il codice etico di Partenope. Una specie di galateo nel quale riconoscersi tutti. Un esempio? "Non tradire mai un'attesa, né deludere chi ti ha dato fiducia" ma anche "se per strada hai una carta da gettare, mettila in tasca finché non incontri un cestino"».

Pensa veramente che una riflessione sulle immagini negative possa aiutare a non minare il senso di appartenenza dei suoi conterranei?

«Sì, perché queste immagini allontanano le coscienze, specie quelle dei giovani. Gli ultimi censimenti rilevano che stanno andando via da Napoli, in media, 4.000 giovani under 26 all'anno. A questo si aggiunge il lassismo delle generazioni precedenti: nel non riconoscere la propria identità c'è la radice del problema di chi pensa sia più facile prenderne le distanze».

Perché ha presentato a New York questa iniziativa. Cosa si aspetta?

«Come Partenope, New York è il simbolo di una nuova condizione esistenziale. New York è anche un eccezionale vola-

no mediatico, ed in quanto tale è un'arma a doppio taglio. Che effetto hanno avuto gli articoli sulla crisi dei rifiuti? Io sono un pubblicitario di 33 anni e ho voluto portare agli italoamericani la voce e l'orgoglio dei partenopei. Una notizia positiva se non sulla città, sui suoi cittadini. Tutti coloro che hanno avvertito un disagio ascoltando quelle notizie possano unirsi a noi su www.cittadipartenope.it».

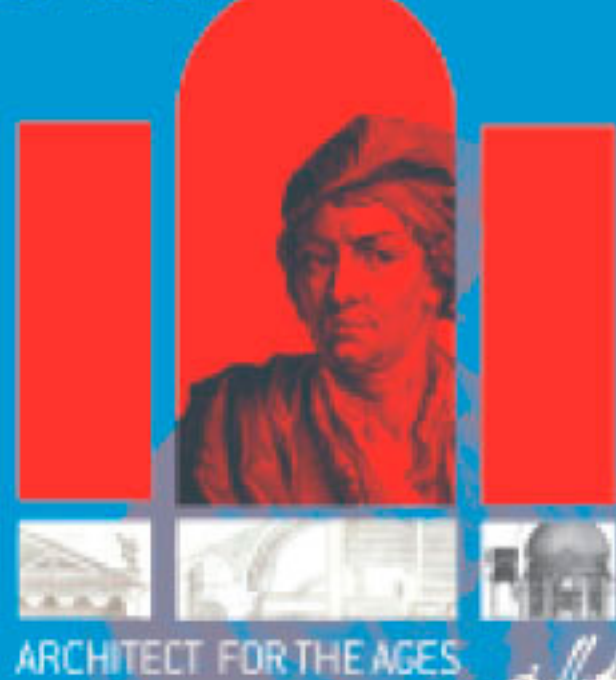
Quali sono le prossime iniziative che pensate di portare avanti, in Italia e all'estero?

«Presto Partenope sarà nelle scuole per diffondere il senso civico agli under 16. Faremo partire dei messaggi sulla rete verso il nord Italia ed il resto dell'Europa. Sono allo studio tante altre iniziative tra cui un premio per i cittadini modello: di Napoli si parla o del pessimo o dell'eccellente, noi invece premieremo ciò che c'è di buono».

Nelle foto, Claudio Agrelli con Antonio Sbarro alla Columbus Citizens Foundation e due scorci della città partenopea

ITALIAN HERITAGE & CULTURE CELEBRATION
MESE DELLA CULTURA ITALIANA • 2008

ANDREA
PALLADIO
1508 - 1580



Ottobre è il mese della cultura italiana!

Celebralo regalandoti o regalando una radio per ascoltare



ATTENZIONE!!!

Tutti coloro che nel mese di ottobre acquisteranno una radio riceveranno

IN OMAGGIO LA T-SHIRT

Di Radio ICN e America Oggi

La Radio Italiana in America 24 ore su 24

Musica-Calcio-Notiziari-Programmi d'informazione d'intrattenimento, religiosi e tanto altro!



Per ordinare una radio riempite il tagliando, ed inviatelo insieme ad un check o ad un money order di \$50.00 (le spese di spedizione sono già incluse) al seguente indirizzo:

ICN RADIO
55 Bergenline Avenue,
Westwood, NJ 07675

Tel. 201-358-0700
opp. 1-888-482-5723
Chiedete di Maria Azzollini

Nome _____

Indirizzo _____

Telefono _____



Una radio per soli \$50!!! **Raggio d'ascolto, 50 miglia da Newark**

WWW.ICNRADIO.COM

Sabato 25 ottobre 2008

NAPOLI

INNOVAZIONE

Agrelli porta la sua Napoli virtuale in Usa, ed è subito boom

Il creativo pubblicitario napoletano Claudio Agrelli porta in Usa la sua Città di Partenope, città virtuale abitata da persone reali con tanto di carta d'identità, una Second Life, o forse una Second Chance, made in Napoli che ad oggi conta quasi 700 cittadini.

Tra gli ultimi cittadini iscritti, molti sono italoamericani, emigrati da Napoli verso la Grande Mela. Ed è a loro che Agrelli si è rivolto intervenendo al convegno Emigration Days a New York, organizzato dal-

l'Asmef con la Columbus Citizens Foundation, il prestigioso ente che dagli anni 60 organizza la celebre parata che dalla 5th Avenue arriva ai piedi della colonna di Cristoforo Colombo a Central Park. L'evento ha visto la partecipazione di **Louis Tallarini**, presidente della Columbus Citizens Foundation, **Alfonsina De Felice**, assessore regionale alle Politiche Sociali e **Pietro Simonetti**, presidente della Commissione regionale Lucani nel Mondo.

Apprezzamenti sull'iniziativa sono stati raccolti anche durante ulteriori incontri nella Grande Mela. Claudio Agrelli è stato ricevuto da **Anthony J. Tamburro**, preside del John D. Calandra Italian American Institute, e da **Renato Miracco**, direttore dell'Italian Cultural Institute of New York. "In soli quattro mesi di tempo - commenta il creativo - Città di Partenope si è decisamente avviata sulla strada della realizzazione delle sue finalità".