

Boom delle imprese digitali la Campania è terza in Italia

La frontiera dei nuovi lavori: la nostra regione si piazza dopo Lombardia e Lazio con 2450 aziende sul web. Crescono i "content creator" soprattutto di moda, turismo, benessere. Il caso "Visit Italy"

di PASQUALE RAICALDO

➔ a pagina 5

Campania, 2450 imprese digitali i nuovi lavori corrono sul web

Boom dei content creator, da non confondere con influencer. La regione terza in Italia, dietro a Lombardia e Lazio. Solo a Napoli il settore coinvolge cinquemila professionisti

Dal turismo alla scienza,
dal food all'arte,
ecco le storie
più emblematiche
di chi alla fantasia unisce
competenza tecnologica

L'esercito delle 2450. Un numero che vale alla Campania il terzo gradino del podio, dopo Lombardia e Lazio. Tante sono, qui, le imprese costruite attorno ai digital content creator: realtà che hanno trasformato competenze digitali e fantasia in attività economiche strutturate. Con Napoli che regge il passo di Milano e Roma, merito di un'intera generazione, la Z, che ha compreso come trasformare la propria attività su social e portali web in percorsi professionali.

E guai a parlare di influencer: qui non c'è l'estemporaneità pop di certi TikToker, questa è una storia di competenze e intuizioni, di talenti che intercettano una domanda di contenuti esplosa dopo la pandemia. Lo conferma la prima ricerca sul tema, condotta da InfoCamere e Università di Padova, che indaga l'imprenditorialità digitale in Italia: tra il 2015 e il 2024, il numero di digital content creator è cresciuto del 185%, passando da 9 mila a oltre 25 mila imprese, un'espansione trainata da aziende che operano nei settori della produzione audiovisiva, del marketing digitale e della gestione di piattaforme. Sono raddoppia-

te anche le imprese ibride, che integrano la content creation in settori come moda, turismo e fitness. E se Milano conferma il suo ruolo di hub nazionale con oltre 3.800 imprese, Napoli - con un totale di 1408 nella sua provincia, che muovono 5 mila professionisti - si difende eccome. «Anche qui l'alfabetizzazione digitale è una leva di inclusione, capace di redistribuire opportunità e favorire la partecipazione attiva al mercato del lavoro - spiega Paolo Gubitta, che ha coordinato la ricerca dell'Università di Padova - Oggi il capitale economico è sostituito dal capitale di competenza e di rete, c'è una nuova forma di imprenditorialità diffusa, la competenza tecnologica è al tempo stesso strumento operativo e fattore identitario». «Napoli è protagonista di un fenomeno globale. - spiega Daniele Morgera, in libreria dal 13 febbraio con "L'influenza degli influencer" (scritto con Emanuela Ronzitti per [Marlin Editore](#)) - Corteggiati dalle grandi aziende, i content creator presidiano quasi tutti i settori e sono i nuovi protagonisti della comunicazione cross-mediale. Rispetto agli influencer, non devono orientare il pubblico ma creare contenuti in specifiche nicchie, parlando a target interessati».

Le storie, oltre i numeri. Quella di Andrea Moccia, per esempio, geologo: tra i creatori di Geopop, ha inventato un modello efficace per divulgare la scienza sui social. Al punto da lasciare un posto fisso all'istituto francese dell'energia

per tornare alla base e creare Ciao People, che oggi abbraccia 21 divulgatori esperti e si sostiene con pubblicità e membership. Ha una forte matrice napoletana Visit Italy, il canale di destinazione più seguito d'Europa, il secondo al mondo. Sede nella Galleria Umberto, il ceo è Ruben Santopietro: «Siamo nati nel 2016 dall'intuizione semplice che il turismo sia una forza positiva, soprattutto per le comunità che accolgono - dice - ma la differenza l'ha fatta il lavoro di un team di talenti, in larga parte campani, che si è costruito nel tempo. Oggi, partendo da qui, costruiamo percorsi che valorizzano il 99% dei territori lontani dalle rotte dell'over-tourism». Tra i segmenti più gettonati, il cibo. C'è il caso di Italy Food Porn, piattaforma nata nel 2015 per raccontare la ristorazione italiana con l'estetica del food porn americano. Il founder, Gian Andrea Squadrilli, è napoletano: «Garantiamo ai ristoranti milioni di visualizzazioni, che si convertono in follower e potenziali clienti». E ancora: Nico De Corato, da Fuorigrotta a Dubai: «Ho iniziato raccontando la mia esperienza di vita su un



blog, è diventato strumento di business - dice - oggi gestisco un canale YouTube, condivido soprattutto le mie imprese sportive estreme». E ci sono profili come quello di Petra Scognamiglio, laurea all'Accademia di Belle Arti di Napoli e un progetto dal titolo evocativo, "La Ragazza con l'orecchino di Petra". «Sui miei profili Instagram e TikTok- dice - racconto la storia dell'arte in maniera semplice e ironica con brevi video, con aneddoti su artisti e loro opere».

— **PAS.RAI.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

