

Oltre 4 milioni di turisti la Costiera a gonfie vele Cilento in calo post Covid

Il dossier Istat sulle presenze nel 2023: più stranieri che italiani, il boom in estate



Nico Casale

Sono oltre quattro milioni le presenze turistiche registrate, lo scorso anno, in totale, in Cilento e Costiera amalfitana. È quanto emerge dall'ultima indagine sui flussi turistici nel 2023 pubblicata dall'Istat e, in particolare, nella sezione dedicata alle presenze nei brand territoriali. Sommando le presenze in Cilento e in Costiera amalfitana si arriva a 4 milioni 276mila 419. Le performance della Costiera amalfitana vengono classificate dall'Istat tra quelle migliori, insieme con Costiera sorrentina e Capri, Val di Fassa e Val di Fiemme e Cinque Terre perché, lo scorso anno, le presenze in questi quattro brand turistici non solo sono aumentate rispetto al 2022 e al 2019, ma hanno registrato una crescita superiore alla media nazionale. All'opposto si collocano Gallura e Costa Smeralda e il Cilento, con variazioni negative di presenze l'anno scorso sia rispetto al 2022, sia rispetto al 2019.

I BRAND

A livello nazionale, con oltre 447 milioni di presenze negli esercizi ricettivi, nel 2023 l'Italia supera i livelli raggiunti nel 2019 e segna un nuovo picco assoluto. Torna a prevalere la quota di domanda turistica straniera: chi viene dall'estero rappresenta il 52,4% del totale. Le presenze, fa notare l'Istat, hanno superato ampiamente i livelli pre-pandemici negli esercizi extra-alberghieri (+10,3% rispetto al 2019), ma negli esercizi alberghieri, nonostante la crescita rispetto al 2022, risultano ancora inferiori del 2% rispetto al 2019. Oltre la metà delle presenze turistiche del 2023 si concentra in estate: circa 262 milioni da giugno a settembre, il 58,6% del totale annuo. Nei territori corrispondenti ai ventidue brand turistici mappati dall'Istat, tra cui ci sono Costiera amalfitana e Cilento, si concentra il 30% delle presenze turistiche del 2023. Scendendo nel dettaglio, in Cilento, lo scorso anno sono state registrate 2 milioni 069mila 960 presenze turistiche: in calo dell'1% rispetto all'anno precedente, il 2022, e del 36,8% rispetto al 2019. Discorso diverso, invece, per la Costiera amalfitana, dove, nel 2023, le presenze registrate hanno toccato quota 2 milioni 206mila 459. Il che significa +12,8% rispetto al 2022 e +4,6% rispetto al 2019. Quanto ai brand turistici, l'Istat ne individua attualmente ventidue tra i luoghi - viene spiegato - che rappresentano destinazioni e segmenti di mercato tipici e unici, che sono comunemente riconosciuti nell'immaginario collettivo perché caratterizzati da elementi ambientali, culturali e paesaggistici fortemente identitari e distintivi. I brand turistici italiani coprono poco meno di 800 comuni italiani e rappresentano quasi il 9% della popolazione italiana eppure, dal punto di vista turistico, esprimono il 30% sia dell'intera capacità ricettiva italiana in termini di posti letto sia delle presenze nazionali (2023).

L'ANALISI

«È un dato che non ci sorprende», commenta il presidente di Federalberghi Salerno, Antonio Ilardi, che, guardando ai risultati delle presenze in Cilento e in Costiera amalfitana, sostiene che «vincono i territori che sanno proporsi sui mercati internazionali in maniera adeguata». Il leader degli albergatori salernitani guarda, poi, alla città di Salerno, richiamando alcuni dati significativi: «Il capoluogo, grazie alla partecipazione del Comune di Salerno e di Federalberghi a diverse fiere turistiche nazionali e internazionali, consegue il risultato di riportare il numero di presenze a quelle che si attingevano nel 2019, quindi prima della pandemia. Dunque, centra, nel 2023, il ragguardevole risultato di raggiungere un numero di presenze leggermente superiore a quello del 2019, ultimo anno pre-Covid». «Tra l'altro, vale la pena di osservare - prosegue Ilardi - come le presenze nello scorso anno, a Salerno città, siano finanche superiori a quelle di località iconiche della provincia di Salerno, quali Positano, Paestum e Amalfi». Il risultato è «anche frutto - evidenzia ancora il presidente di Federalberghi Salerno - della capacità di destagionalizzare i flussi turistici, dovuta all'evento di Luci d'Artista, che determina un numero di presenze di turisti italiani, a dicembre, superiore finanche a quello di agosto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA