

Turismo in Campania sono le aree interne la sorpresa del 2024

Alle destinazioni marine, dell'archeologia e dei luoghi di cultura si affiancano quelle dei borghi e delle aree verdi

IL REPORT

Mariagiovanna Capone

Il turismo si conferma una risorsa chiave per l'economia nazionale, registrando numeri in crescita nonostante le sfide legate all'inflazione e all'aumento dei costi operativi. Secondo il dossier dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio, svolto da Isnart per Unioncamere ed Enit, il 2024 si è chiuso con oltre 880 milioni di presenze turistiche, mentre la spesa complessiva dei visitatori ha superato i 108 miliardi di euro, con un incremento del 25% rispetto al 2023 e del 29% rispetto al 2019. Le presenze turistiche crescono anche in Campania, dove a entrare nel cuore dei vacanzieri sono Costiera amalfitana, penisola sorrentina, Capri e Cilento, oltre a Napoli e Pompei superando nel 2023 i 20 milioni e mezzo. A farsi largo, a sorpresa, sono piccoli borghi, località di nicchia sia delle montane sia marine. La Regione rimane una delle destinazioni più ambite, grazie alla varietà del suo patrimonio storico, artistico e naturalistico. Il turismo culturale, in particolare, continua a essere il principale fattore di attrazione a livello nazionale: quattro turisti su dieci scelgono il nostro Paese per la sua ricchezza culturale, con una percentuale che sale al 50% tra gli stranieri. A questi si aggiungono il turismo enogastronomico e quello sportivo, segmenti in forte crescita che contribuiscono a diversificare l'offerta e ad allungare la stagione turistica.

NUMERI IN CRESCITA

Uno dei dati più significativi del 2024 riguarda il tasso di occupazione delle strutture ricettive, che ha raggiunto il 67,7%, con un incremento di 16,7 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Questo aumento è stato trainato soprattutto dalla ripresa del turismo internazionale, con un +2,3% rispetto al 2023 e un impressionante +18% rispetto al 2019, a testimonianza di un ritorno ai livelli pre-pandemia e di una domanda sempre più solida da parte dei viaggiatori esteri. Nonostante l'incremento delle vendite, molte imprese del settore lamentano difficoltà nel raggiungere margini di profitto soddisfacenti. L'aumento generalizzato dei costi dall'energia alle materie prime, fino al personale ha determinato una situazione in cui solo il 30% degli operatori turistici è riuscito a generare utili, mentre il 60% ha dichiarato di aver chiuso il bilancio in pareggio. Rispetto al 2023, quando sette imprese su dieci erano in utile, si tratta di un'inversione di tendenza preoccupante, che impone una riflessione sulle strategie future del comparto.

LE METE CAMPANE

I turisti che hanno scelto la Campania l'estate 2024, assegnano un voto di 7.9 su 10 alla qualità e l'accoglienza ricevuta nelle strutture di alloggio. Molto meglio per cortesia e ospitalità della gente: 8.1 su 10; un voto simile alla ristorazione che raggiunge 8.2, uguale per la qualità del mangiare e del bere. L'offerta culturale è valutata ottima e prende un 7.5, quella dell'intrattenimento 7.6. A sorpresa, l'organizzazione del territorio, cioè i collegamenti e gli orari di apertura e chiusura, si beccano un bel 7.7, stesso punteggio per le informazioni turistiche ottenute. Fanalino di coda, ma pur sempre valutato molto bene dai turisti, è il costo dell'alloggio, che raggiunge 7.4. Le aree più ambite appartengono a tre cluster principali: Pompei per la cultura, Amalfi per l'enogastronomia, Salerno per la proposta green. I piccoli centri hanno poi aumentato le presenze e tra queste Teggiano, Padula, Montesano della Marcellana, Atena Lucana. La scelta della nostra Regione è motivata soprattutto da Ricchezza del patrimonio artistico e monumentale (38,2%), ideale per rilassarsi (27,8%), natura (23,8%), shopping (23,4%), per i luoghi unici (20,1%) e per l'intrattenimento (19,6%). La scorsa estate in Campania sono arrivati un milione 300mila turisti. Molto bene anche a Natale: oltre 200mila turisti tra il 23 dicembre e il 6 gennaio.

EFFETTO GIUBILEO

L'avvio del Giubileo ha già avuto un impatto positivo sui flussi turistici: durante le festività natalizie, le presenze internazionali sono aumentate del 2,9% rispetto al 2023, con un picco del +9% a Roma. La

Capitale, grazie all'evento religioso, si prepara a vivere un biennio di forte crescita, con previsioni di ulteriore incremento dei visitatori nel corso del 2025. Sono attesi 35 milioni di arrivi e il giro d'affari stimato è compreso tra i 4 e i 4,5 miliardi di euro, ma il ritorno economico dell'Anno Santo si estenderà anche al resto d'Italia: a Napoli arriveranno 18 milioni di visitatori e a Venezia si prospetta una crescita del 25 per cento delle presenze. Oltre alla componente religiosa, la cultura rimane il motore principale del turismo italiano.

ITALIANI PIÙ PRUDENTI

Mentre il numero complessivo di presenze turistiche è rimasto sostanzialmente stabile (+0,4% sul 2023), si evidenzia una divergenza tra la domanda interna e quella estera. Gli italiani hanno viaggiato meno (-1,2% rispetto all'anno precedente), in parte a causa dell'aumento dei costi e della tendenza a preferire destinazioni più economiche o viaggi all'estero. Al contrario, il turismo straniero ha registrato un incremento significativo, confermando l'Italia come una delle mete più richieste a livello globale. Dal punto di vista della spesa, i visitatori internazionali si dimostrano più propensi a investire nel proprio soggiorno, con una media di 113 euro al giorno contro i 99 euro degli italiani. Questo dato riflette non solo una maggiore disponibilità economica, ma anche una diversa concezione del viaggio.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Un trend emergente nel settore turistico è l'adozione di strumenti di Intelligenza Artificiale per migliorare la gestione delle prenotazioni e l'assistenza ai clienti. Secondo i dati raccolti, il 13,5% delle imprese turistiche in particolare hotel di fascia alta ha già implementato soluzioni basate sull'AI, come chatbot per la gestione delle richieste o algoritmi di ottimizzazione delle tariffe. Questa trasformazione digitale rappresenta un'opportunità per aumentare l'efficienza operativa, ma solleva anche questioni legate alla personalizzazione dell'esperienza e al ruolo del personale umano nel settore dell'ospitalità. Se da un lato l'automazione può semplificare i processi, dall'altro la qualità dell'accoglienza resta un elemento distintivo dell'offerta turistica italiana, difficilmente replicabile attraverso la sola tecnologia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA