

Relax, monumenti, shopping «Destinazione Salerno attira visitatori giovani e facoltosi»

I DATI DI CAMERA DI COMMERCIO E ISNART REGISTRANO L'AUMENTO DELLA CAPACITÀ DI SPESA E DELL'INTERESSE DELLE NUOVE GENERAZIONI

Nico Casale

Attrae per la ricchezza del patrimonio artistico e monumentale e perché è un posto ideale in cui rilassarsi. Ai turisti piace (soprattutto) per questi motivi la provincia di Salerno secondo un'analisi dei dati Isnart-Unioncamere sul turismo regionale presentata, da Alessandro Paglia, alla Borsa internazionale del Turismo. Alla Bit presenti, tra gli altri, il presidente provinciale di Confesercenti Salerno e consigliere della Camera di Commercio comparto Turismo, Raffaele Esposito, e il presidente di Fenailp Turismo, Marco Sansiviero. Entrambi concordano nell'evidenziare che il Salernitano è sempre più meta turistica dei giovanissimi.

LO SCENARIO

«Dai dati presentati da Isnart alla Bit - sottolinea Esposito - viene fuori che, in provincia di Salerno, i turisti vengono soprattutto per il patrimonio culturale, circa un 40%. Sono persone anche alto-spendenti, lasciano quindi risorse importanti in città e nei territori che visitano: il grande patrimonio storico, artistico, culturale e religioso. In forte ascesa è, poi, il green, una tendenza importante. Le nuove generazioni vengono a Salerno e provincia e sono persone che si informano anche sul web delle esperienze che possono vivere sui nostri territori». «Dai dati Isnart, inoltre, vediamo che Salerno è in linea con la Campania, ma - constata - riesce anche a smuovere elementi diversificati, come la possibilità di garantire una vacanza in assoluto relax e di sostenere le attività di shopping. Cioè circa il 25% sceglie Salerno perché è un posto ideale per riposarsi e oltre il 26% dei turisti per lo shopping». Esposito rileva che «la Campania sta tornando ai livelli ottimali, anche se non siamo ancora arrivati ai livelli pre-pandemia, ma si osserva una tendenza di crescita. E cresce Salerno, grazie anche ai flussi intercettati dall'aeroporto e all'offerta territoriale che torna competitiva sotto tutti i punti di vista: accoglienza, ospitalità, turismo crocieristico, proposta della città e, in particolare, Luci d'Artista». La kermesse luminosa, che «resta tra le attrattività più rilevanti per la Campania nel periodo invernale», per Esposito, «ha bisogno di una rivitalizzazione, in termini anche di stupore verso i turisti che intercetta sia a livello domestico che interregionale». «Per il prossimo anno - aggiunge - ci saranno importanti novità, come anticipato alla Bit dal governatore De Luca attraverso la Regione Campania che finanzia importanti innovazioni per quest'attività fondamentale per il commercio e per il turismo salernitano». Quanto alle presenze nel periodo invernale, «i dati sono in linea con lo scorso anno, leggermente calati nei periodi infrasettimanali, ma tendenzialmente buoni».

LA CRESCITA

Per Sansiviero, «i dati Isnart confermano quanto la nostra provincia stia vivendo una fase di crescita del turismo, con un forte interesse da parte delle nuove generazioni e di giovani viaggiatori». «È un segnale positivo - ammette - ma al tempo stesso evidenzia la necessità di un lavoro mirato per riadattare il nostro prodotto turistico per intercettare i bisogni e le esigenze di questi nuovi viaggiatori». I dati? «Sono in crescita - spiega - in relazione ai flussi turistici, maggiormente per l'area a Nord della provincia, in primis costiera amalfitana, mentre l'area cilentana ancora fatica a tornare ai livelli pre-pandemia». Quanto a Luci d'Artista, «le parole del presidente De Luca sulla volontà di rinnovare questa manifestazione - rimarca il numero uno di Fenailp Turismo - vanno nella giusta direzione. Serve un rilancio capace di riportare entusiasmo e attrarre visitatori non solo dall'Italia, ma anche dall'estero. Bisogna, dunque, puntare su innovazione e un rinnovo della kermesse per mantenere l'attrattività e la competitività». Sansiviero guarda con favore, poi, all'annuncio, alla Bit, del protocollo d'intesa tra Camera di Commercio e Regione Campania. «La Fenailp Turismo ha lavorato molto negli ultimi mesi in questa direzione - rivendica - sollecitando le istituzioni affinché venissero attuate concrete strategie di marketing operativo. Già a novembre avevamo formalizzato la proposta specifica denominata Progetto Nantes, mirata alla promozione della destinazione Cilento sui mercati europei collegati con l'aeroporto. Sapere oggi che Camera di Commercio e Regione Campania si stanno muovendo su questa linea è un segnale di attenzione che ci conforta e ci rassicura».