

Aeroporto, fiducia Gesac «Impegno con le compagnie per promuovere il Cilento»

Il manager Barbieri illustra le iniziative in cantiere per attrarre più turisti stranieri

Brigida Vicinanza

L'aeroporto Salerno Costa d'Amalfi parla più lingue e fa volare il territorio salernitano oltre i confini italiani con un incoming di turisti (tra francesi e inglesi) che quest'estate affolleranno quasi sicuramente il territorio. Le prospettive sono rosee, tra l'impegno di Gesac - la società che gestisce i due scali campani - e quello che dovrà essere il lavoro di squadra non solo di chi fa del turismo la propria missione ma anche delle istituzioni per la promozione con un panorama vista Cilento. La costruzione dell'infrastruttura va avanti nei tempi giusti e per essere un aeroporto nuovo rispetto a tanti altri scali (piccoli) in Italia, quello situato tra Bellizzi e Pontecagnano vanta già una connettività molto più ampia. Ma, tra polemiche e qualche parola di troppo, dettata dalla non conoscenza (in alcuni casi) si rischia di arrivare facilmente ad un allarmismo infondato, come quello per l'arrivederci di Jet2com a Salerno. Se le compagnie non vendono a sufficienza (pare siano stati venduti solo il 2% dei biglietti da Birmingham e Manchester) può succedere che le strade si separino prima di arrivare a percorrerle. Ma tutto passa anche dal marketing territoriale, importante tassello che andrebbe a chiudere il puzzle composto anche dalla connettività dell'aeroporto con i mezzi di trasporto a latere. Quando sarà completato il prolungamento della metropolitana i risultati saranno ancora più tangibili: i voli nazionali potrebbero non cedere il passo per forza di cose al sistema ferroviario che viene preferito nella competizione cielo-terra-mare.

L'OBIETTIVO

«La provincia di Salerno è meravigliosa ed è conosciuta benissimo attraverso la costiera amalfitana ma il Cilento è altrettanto straordinario e potrebbe rappresentare una grande occasione - dichiara l'ad di Gesac Roberto Barbieri - Noi faremo la nostra parte». Non è escluso infatti che con alcune compagnie ci sarà un ulteriore impegno per la promozione proprio del Cilento con tour operator e giornalisti stranieri che saranno invitati molto probabilmente ad affacciarsi alla realtà più da vicino. «Cercheremo di connettere il territorio e lo faremo con Volotea ma anche con British Airways, tra le più importanti che hanno scommesso su un aeroporto appena riaperto - continua l'amministratore delegato - Salerno è una grande opportunità da preservare per non perderla».

IL MARKETING

Ma come fare? La risposta potrebbe essere alla portata: puntare sul marketing territoriale e sulle azioni da mettere in campo in un lavoro sinergico che possa unire tutti gli attori istituzionali e associativi che orbitano attorno al settore, abbracciando un unico obiettivo che porta all'impegno di Gesac nella gestione delle due realtà aeroportuali che fanno sintesi unica tra di loro. L'unico comune denominatore sembra essere il successo, a piccoli passi e grandi dosi di lavoro. Per la fine del 2025 sarà pronto il terminal di aviazione generale che funzionerà in maniera promiscua tra generale e commerciale, poi il nuovo terminal: «Da parte nostra c'è il massimo impegno e anche di più: voli, destinazioni, promozione, utilizzando la nostra credibilità - spiega Barbieri - come punto di forza e anello di congiunzione con le compagnie sul mercato». Tutto questo nasce sicuramente dalla storia positiva dell'esperienza Capodichino che si incrocia oggi con quella di Salerno: «Abbiate fiducia, continueremo su questa strada. Si semina e si raccoglie, la base c'è».

LE DESTINAZIONI

Il lavoro di Gesac va avanti e fa registrare sempre più dati positivi in materia di crescita. Attualmente, infatti, sono 18 le destinazioni in vendita: 5 nazionali (Catania, Bergamo, Malpensa, Torino e Verona) e 13 internazionali (Barcellona, Berlino, Bruxelles Charleroi, Bucarest, Ginevra, Lione, Londra Gatwick, Londra Stansted, Marsiglia, Nantes, Parigi Orly, Tirana e Vienna). Anche il numero di compagnie aeree presenti a Salerno registra un segno "più" di qualità, grazie all'ingresso di British Airways che, a partire dal 22 maggio, offrirà 3 frequenze settimanali per Londra Gatwick e di Vueling, che collegherà Salerno con Parigi e Barcellona a partire, rispettivamente, dal 20 giugno e 3 luglio. Tutto questo però potrà essere "compromesso"

solo dalla mancanza di una corretta promozione del territorio che spetterebbe proprio a chi ne fa parte e agli esperti del settore che non potranno sedersi in pista e rinunciare al decollo per paura di volare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA