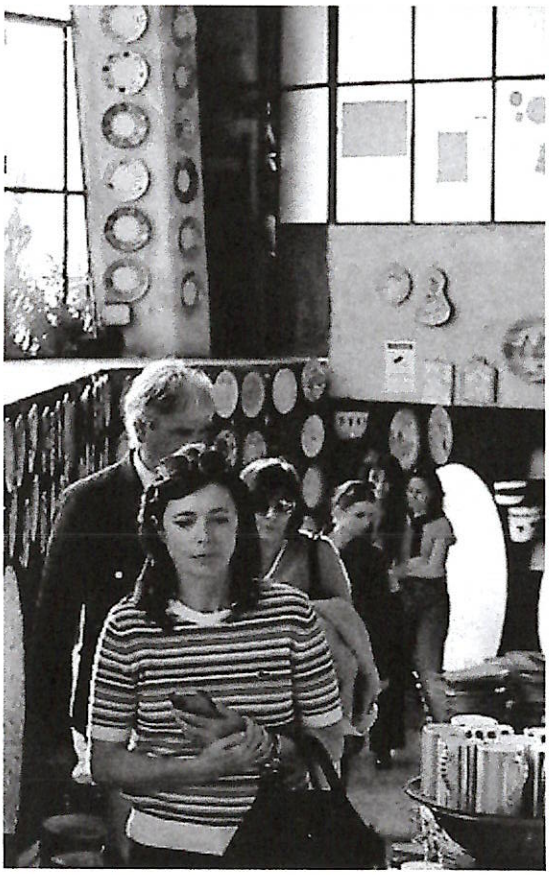
# Meraviglie in mostra per i tour operator «Così promuoviamo il nostro territorio»



LA PROMOZIONE

Nico Casale

È dalle colorate vie delle botteghe di Vietri sul Mare che è cominciato ieri il tour di Salerno e di alcune delle località della sua provincia dei tredici buyer e quattro giornalisti provenienti da Londra e Parigi. L'occasione è data da «Salerno Wonders», iniziativa organizzata dalla Camera di Commercio di Salerno con cui, dopo l'apertura dell'aeroporto Salerno-Costa d'Amalfi dello scorso anno, si punta a promuovere il territorio salernitano sui mercati internazionali. «Con "Salerno Wonders" ribadisce Andrea Prete, presidente della Camera di Commercio - vogliamo offrire ai buyer e ai giornalisti internazionali un'esperienza diretta delle nostre eccellenze, creando le basi per nuove collaborazioni strategiche».

GLI OPERATORI

Il tour è partito da Vietri sul Mare, che ha incantato gli ospiti con il panorama mozzafiato e le ceramiche artistiche. Gianni Leone, senior director del tour operator Southall Travel, in Inghilterra da oltre vent'anni, ricordando che «originariamente siamo stati specializzati soprattutto su Dubai e il territorio dell'oceano Indiano», rileva che, «soprattutto dopo la pandemia, la domanda si stava spostando sull'Europa. Quindi, noi, che nasciamo come agenzia abbastanza di lusso, ci siamo ritrovati a dover ridisegnare anche le modalità con cui "rivendere" l'Europa». Si punta anche su Salerno e Cilento, in particolare dopo l'apertura del Salerno-Costa d'Amalfi. «In Inghilterra - dice Leone - si è parlato moltissimo della riapertura dell'aeroporto di Salerno e dei nuovi voli che permetteranno al mercato di arrivare qui». «Tutte le agenzie che sono qui presenti evidenzia Leone - sono sicuramente in grado di promuovere ancora di più questo territorio, la cultura di Salerno e di tutta la zona del Cilento che andremo a visitare». «Ci sono delle aree dell'Italia ragiona - che non hanno vissuto appieno i benefici che può arrecare un turismo di qualità, che poi non è soltanto e necessariamente un turismo alto-spendente. Quando parlo di turismo di qualità, parlo anche di quelle persone che vogliono visitare il territorio per conoscere tradizioni e cultura. E, poi, tornano in Inghilterra e diventano loro stessi un volano eccezionale per promuovere il territorio». Clémence Troesch-Varlet del tour operator

francese Worldia, anticipa di voler «scoprire un'altra parte della Campania, che il turismo straniero non conosce molto. Tutti conoscono Napoli e la Costiera amalfitana, ma so che Salerno e il Cilento hanno molti gioielli da mostrare e, quindi, da far vedere a tutti quelli che vogliono venire in Italia». «In Francia conferma Troesch-Varlet - c'è un amore per l'Italia per le vacanze. È la prima destinazione in Europa che i viaggiatori scelgono. Mi occupo anche del mercato americano e del Canada e sono sicurissima che ci saranno delle belle cose da proporre». «Fino al 14 aprile, i 13 buyer e i 4 giornalisti della stampa turistica specializzata ospiti spiega Ugo Picarelli, che coordina l'iniziativa di Salerno Wonders nell'elaborazione del programma e delle attività legate alla conferenza e al B2B di lunedì - avranno l'occasione, attraverso un educational tour articolato secondo itinerari giornalieri ed esperienziali, di conoscere l'autenticità delle nostre destinazioni con la variegata offerta culturale, archeologica, naturalistica, enogastronomica, artigianale e del wellness». Il tour è proseguito al porto turistico Marina d'Arechi e, poi, all'aeroporto Salerno-Costa d'Amalfi. A seguire, il gruppo ha raggiunto Paestum, dove alloggia, per concludere la serata alla tenuta Vannulo, azienda biologica per la produzione della mozzarella, con la visita al Museo della Civiltà Contadina e agli allevamenti di bufale, che ogni mattina ascoltano musica di Mozart per due ore, perché rilassa, oltre ad essere alimentate solo con fieno da erba biologica coltivata nella tenuta stessa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA