

# Il cambio di paradigma «Turismo internazionale ora un brand identitario»

IL FOCUS

Nico Casale

Mentre l'attenzione dei mercati internazionali cresce, a Salerno non si resta a guardare. Anzi, si accelera. Di prospettive di sviluppo all'estero, identità territoriale, posizionamento competitivo, ruolo delle infrastrutture ed evoluzione delle competenze necessarie a garantire un'accoglienza all'altezza degli standard globali si è discusso nel corso di «Turismo, infrastruttura strategica e motore di sviluppo: Salerno verso l'internazionalizzazione», evento promosso da Salerno Experience Network Aps. Nella cappella palatina in San Pietro a Corte, ieri, si sono ritrovati istituzioni, amministratori e operatori della filiera turistica per un confronto su come trasformare l'interesse dei mercati stranieri in una leva strutturale di sviluppo.

## L'IDEA DI BASE

«L'idea alla base di Salerno Experience Network - spiega la sua presidente, Rosaria Chechile - è di rilanciare Salerno quale città identitaria con una propria identità storica, le proprie tradizioni e la propria cultura. Quindi, provare a rilanciare Salerno, non solo come hub di smistamento per le due costiere, ma anche come destinazione turistica per cercare di intercettare i tanti turisti che arriveranno nei prossimi anni, grazie alle infrastrutture che abbiamo sul territorio, come porto, stazione marittima, aeroporto e stazione ferroviaria dove arriva l'alta velocità». Tra le prime azioni da mettere in campo c'è quella di promozione della città, «soprattutto all'estero, per farla conoscere», sottolinea Chechile, anticipando che «vorremmo fare un'azione di brandizzazione della città, creando un brand identitario di Salerno». Si punta a fare rete e, infatti, oltre a operatori del turismo e dei trasporti, albergatori, associazioni, «abbiamo già una rete, come quella di Travel Hash-tag, che ci sta aiutando e supportando in questa azione di lancio del territorio e del brand», conclude Chechile. L'assessore al Turismo del Comune di Salerno, Alessandro Ferrara, ribadisce l'importanza di «portare il brand Salerno nei circuiti nazionali ed esteri» e questo «è il momento giusto - sostiene - per poter portare la no-

**L'ASSESSORE FERRARA: SERVONO PIÙ ALBERGHI AMORUSO (AMALFI COAST): 700MILA PRESENZE PREVISTE AL TERMINAL COSÌ SALERNO CRESCE**

► Istituzioni, amministratori e operatori ► Chechile (Experience): «La rete c'è già»  
analizzano lo sviluppo dell'accoglienza Maraio: «Rilancio e destagionalizzazione»



stra città in un circuito di rilievo internazionale». Certo, «c'è ancora tanto da fare», ammette Ferrara, rilevando che «bisogna attrezzare la città con nuovi alberghi e far capire alla gente che Salerno può vivere di turismo». «Bisogna lavorarci e creare queste sinergie - rimarca - perché oggi è un momento importante per una filiera che si va ad aggregare ad una community internazionale e ci permette di entrare in altri mercati e di essere sempre più competitivi».

## IL RILANCIO

L'assessore al Turismo della Regione Campania, Enzo Maraio, osserva che, «a Salerno, si è fatto un grande lavoro di rilancio del turismo, ci sono numeri significativi e, soprattutto, un'opera lungi-

mirante che è stata avviata da anni, legata ad aeroporto e infrastrutture del territorio, che dobbiamo continuare a sostenere, a supportare e a rilanciare. Siamo a un buon punto». «C'è bisogno oggi, anche in raccordo con la Regione, di programmare una promozione turistica - evidenzia - che faccia della programmazione e della destagionalizzazione i due punti cardinali perché oggi di turismo si può vivere, la regione Campania deve vincere la sfida di fare del turismo l'impresa più importante della Campania. L'aeroporto può e deve giocare un ruolo fondamentale e i numeri sono dalla sua parte». Al convegno, oltre che di alta velocità ferroviaria, si è parlato anche di porto e crociere. «Abbiamo un'aspettativa - ricorda Giuseppe Amoruso, presidente di Amalfi Coast Cruise Terminal - port of Salerno, che gestisce il terminal crocieristico - di avere 400mila passeggeri quest'anno da gestire, che si uniscono al turismo che nasce dall'intercostiero, per cui nel nostro terminal prevediamo di gestire oltre 700mila presenze. È il segno di una Salerno che cresce». Quello di ieri «è un evento importante perché Salerno - constata - si dota di un ulteriore strumento per fare in modo che il territorio possa crescere e internazionalizzarsi, che è il nostro mantra, perché prima di costruire il porto e di attrarre le crociere, c'è bisogno di costruire una destinazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Tre «destinazioni» in provincia confronto associazioni-sindaci

## L'INCONTRO

Un nuovo passo in avanti verso la costituzione delle Dmo (Destination management organization) della provincia di Salerno. Nella sede di Confindustria Salerno, si è tenuto un altro incontro, voluto dalle associazioni di categoria, cui hanno partecipato i sindaci del territorio, a conclusione del lavoro avviato per la creazione delle tre Dmo, Sele Tanagro Vallo di Diano e Alburni, Salerno e Cilento. Un appuntamento finalizzato a definire contenuti e agenda operativa del percorso che porterà alla costituzione dei comitati promotori, ponendo le basi per il piano strategico e per una governance condivisa tra istituzioni e sistema produttivo. Difatti, a valle della riunione, «sono stati acquisiti - fa sapere Confindustria Salerno - gli elementi indispensa-

bili per la costruzione del piano strategico delle Dmo, una strategia per unire amministrazioni e tessuto produttivo in un progetto di sviluppo integrato e comune». Inoltre, sono state definite quattro commissioni tecniche che svilupperanno i punti essenziali della richiesta di candidatura: una dedicata al modello di governance; una che si occuperà dell'atto regolativo; una terza avrà la responsabilità di elaborare il patto di destinazione; la quarta dovrà identificare le tipologie di turismo da promuovere

**A CONFINDUSTRIA DEFINITO IL PERCORSO PER LA PROMOZIONE DEI TERRITORI I COSTRUTTORI: BORGHETTI DA VALORIZZARE**

sui territori. A prendere parte all'incontro sono stati i rappresentanti del Gruppo turismo di Confindustria Salerno, guidato da Michelangelo Lurgi; Confagricoltura; Confcooperative; Coldiretti; Uncecm Campania; Unpli; Ordine dei Commercialisti Salerno; Rete Destinazione Sud; Ance Aies; Gal Terra è Vita; Comunità montane Gelbison Cervati, Irno - Solofrana, Alburni, Alto e Medio Sele; Comuni di Albanella, Altavilla Silentina, Aquara, Cannalunga, Capaccio Paestum, Castelnuovo Cilento, Castel San Lorenzo, Cava de' Tirreni, Colliano, Contursi Terme, Giungano, Siano, Stella Cilento, Trentinara e Vallo della Lucania.

## IL PATRIMONIO

Per Ance Aies presente il presidente Fabio Napoli. «Particolare rilievo - informa in una nota l'associazione dei costruttori



edili di Salerno - è stato dato anche alla tutela e valorizzazione del patrimonio insediativo, con un focus sui borghi storici della provincia. Questi centri, custodi di un ricco patrimonio culturale e paesaggistico, sono chiamati a rinascere grazie a politiche di recupero edilizio ecosostenibile, miglioramento della qualità della vita e sviluppo di un turismo innovativo e responsabile». Con questo impegno, Napoli

ha confermato «la volontà di lavorare in sinergia con tutti gli attori pubblici e privati, per costruire un futuro sostenibile e attrattivo, capace di rilanciare i nostri territori e valorizzare le comunità locali». Da Ance Aies viene anticipato che, per la costituzione di ogni Dmo, delegherà propri rappresentanti, imprenditori impegnati nella collaborazione per la redazione dei piani strategici di destinazione. «L'obiettivo - viene sottolineato - è favorire la creazione di destinazioni sostenibili, capaci di stimolare lo sviluppo e la rigenerazione dei borghi e delle aree interne, anche attraverso l'istituzione di comunità energetiche e digitali. Inoltre, si punterà a incentivare la ristrutturazione e la costruzione di edifici, strutture turistiche e infrastrutture funzionali allo sviluppo delle destinazioni, sempre secondo i principi di sostenibilità». Obiettivo di Ance Aies è «valorizzare il territorio provinciale, ricco di risorse storiche, culturali, paesaggistiche e naturali e si prepara così a consolidare un sistema integrato di turismo e sviluppo economico».

ni.ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## SpesaSospesa, 200mila euro raccolti al «Sole365» a Natale

## LA SOLIDARIETÀ

Giuseppe Pecorelli

402.470. È questo il numero di pasti donati al Banco alimentare Campania e al Comitato di Napoli della Croce rossa italiana grazie a «SpesaSospesa», la campagna di Natale dei supermercati «Sole365» per contrastare lo spreco alimentare e sostenere chi vive in condizioni di fragilità. Ieri mattina Antonio Apuzzo, amministratore delegato di «Ap Commerciale-Sole 365», ha consegnato simbolicamente l'assegno di quanto raccolto nelle mani dei direttori generali Roberto Tuorto, per il Banco, e Paolo Monorchio, per la Croce Rossa. Dal 24 novembre al 31 dicembre 2025, i clienti dei supermercati 365 hanno scelto di donare il proprio contributo direttamente in cassa, aggiungendo un euro o di più allo scontrino

della propria spesa. La generosità di tanti ha permesso di mettere da parte la cifra di 201.235 euro, che si è poi «trasformata» nei pasti donati ieri nella sede del Banco alimentare, a Mercato San Severino.

## LA RIFLESSIONE

La donazione è stata accompagnata dalla riflessione sui temi della povertà e delle azioni per fronteggiarla: alla tavola rotonda, moderata dal giornalista Luciano Pignataro, sono intervenuti, oltre ad Apuzzo, Tuorto e Monorchio, anche Francesco Lasaponara, co-fondatore del progetto SpesaSospesa.org e di Fondazione Lab00 Ets, e Paolo Rellini, Ceo e co-founder di Regusto (grazie alla tecnologia blockchain della piattaforma Regusto, ogni centesimo donato è tracciato, garantendo la massima trasparenza agli stakeholder e ai donatori). «Le imprese - evidenzia Apuzzo - hanno il do-



verdi promuovere la solidarietà, di aiutare chi ha più bisogno, di farsi strumento di interconnessione tra chi ha più disponibilità e chi ne ha meno. Viviamo momenti difficili. Le aziende, come quella di un supermercato, hanno questo grande potere di collegare centinaia di migliaia di persone. Lo ritengo un dovere necessario, al di là del piacere dell'animo». Tuorto ricorda che «si consolida per il 4° anno la partnership con 365. Siamo sempre più grati. Mettere insieme le persone è anche il compito di Banco alimentare. Metterci

**OLTRE 400MILA PASTI DONATI A CHI VIVE CONDIZIONI DI FRAGILITÀ AL BANCO ALIMENTARE E ALLA CROCE ROSSA «RISULTATI ECCEZIONALI»**

insieme per avere cura degli altri. La campagna di SpesaSospesa di quest'anno ha dato risultati eccezionali». Monorchio rimarca che «Croce Rossa, in tutto il mondo, assiste persona in grande difficoltà anche nei territori locali. Ringraziamo tutti perché per noi la rete della solidarietà è fondamentale». «Il progetto è nato 6 anni fa - spiega Lasaponara - ed è presente in 15 regioni d'Italia dove è portato avanti da 4 anni. Oggi celebriamo un grande successo di solidarietà». Anche Rellini sottolinea «i numeri molto importanti di quest'anno»: «Regusto ha messo a disposizione la tecnologia per tracciare i fondi che vengono utilizzati per comprare i beni alimentari e per supportare gli enti sul territorio. Diamo un valore aggiunto alle persone che fanno donazioni all'interno della campagna per avere un'evidenza dell'impatto sul territorio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## **Edizione Salerno**

### **Tre "destinazioni" in provincia confronto associazioni-sindaci**

#### **Primo piano**

### **Tre "destinazioni" in provincia confronto associazioni-sindaci**

*A CONFINDUSTRIA DEFINITO IL PERCORSO PER LA PROMOZIONE DEI TERRITORI I COSTRUTTORI: BORGHI DA VALORIZZARE*

di Redazione

3 Minuti di lettura

28 gennaio 2026

## **L'INCONTRO**

Un nuovo passo in avanti verso la costituzione delle Dmo (Destination management organization) della provincia di Salerno. Nella sede di Confindustria Salerno, si è tenuto un altro incontro, voluto dalle associazioni di categoria, cui hanno partecipato i sindaci del territorio, a conclusione del lavoro avviato per la creazione delle tre Dmo, Sele Tanagro Vallo di Diano e Alburni, Salerno e Cilento. Un appuntamento finalizzato a definire contenuti e agenda operativa del percorso che porterà alla costituzione dei comitati promotori, ponendo le basi per il piano strategico e per una governance condivisa tra istituzioni e sistema produttivo. Difatti, a valle della riunione, «sono stati acquisiti - fa sapere Confindustria Salerno - gli elementi indispensabili per la costruzione del piano strategico delle Dmo, una strategia per unire amministrazioni e tessuto produttivo in un progetto di sviluppo integrato e comune». Inoltre, sono state definite quattro commissioni tecniche che svilupperanno i punti essenziali della richiesta di candidatura: una dedicata al modello di governance; una che si occuperà dell'atto regolativo; una terza avrà la responsabilità di elaborare il patto di destinazione; la quarta dovrà identificare le tipologie di turismo da promuovere sui territori. A prendere parte all'incontro sono stati i rappresentanti del Gruppo turismo di Confindustria Salerno, guidato da Michelangelo Lurgi; Confagricoltura; Confcooperative; Coldiretti; Uncem Campania; Unpli; Ordine dei Commercialisti Salerno; Rete Destinazione Sud; Ance Aies; Gal Terra è Vita; Comunità montane Gelbison Cervati, Irno - Solofrana, Alburni, Alto e Medio Sele; Comuni di Albanella, Altavilla Silentina, Aquara, Cannalonga, Capaccio Paestum, Castelnuovo Cilento, Castel San Lorenzo, Cava de' Tirreni, Colliano, Contursi Terme, Giungano, Siano, Stella Cilento, Trentinara e Vallo della Lucania.

## **IL PATRIMONIO**

Per Ance Aies presente il presidente Fabio Napoli. «Particolare rilievo - informa in una nota l'associazione dei costruttori edili di Salerno - è stato dato anche alla tutela e valorizzazione del patrimonio insediativo, con un focus sui borghi storici della provincia. Questi centri, custodi di un ricco patrimonio culturale e paesaggistico, sono chiamati a rinascere grazie a politiche di recupero

edilizio ecosostenibile, miglioramento della qualità della vita e sviluppo di un turismo innovativo e responsabile». Con questo impegno, Napoli ha confermato «la volontà di lavorare in sinergia con tutti gli attori pubblici e privati, per costruire un futuro sostenibile e attrattivo, capace di rilanciare i nostri territori e valorizzare le comunità locali». Da Ance Aies viene anticipato che, per la costituzione di ogni Dmo, delegherà propri rappresentanti, imprenditori impegnati nella collaborazione per la redazione dei piani strategici di destinazione. «L'obiettivo - viene sottolineato - è favorire la creazione di destinazioni sostenibili, capaci di stimolare lo sviluppo e la rigenerazione dei borghi e delle aree interne, anche attraverso l'istituzione di comunità energetiche e digitali. Inoltre, si punterà a incentivare la ristrutturazione e la costruzione di edifici, strutture turistiche e infrastrutture funzionali allo sviluppo delle destinazioni, sempre secondo i principi di sostenibilità». Obiettivo di Ance Aies è «valorizzare il territorio provinciale, ricco di risorse storiche, culturali, paesaggistiche e naturali e si prepara così a consolidare un sistema integrato di turismo e sviluppo economico».

**ni.ca.**

**© RIPRODUZIONE RISERVATA**