

Maraio, missione a New York con 3 grandi compagnie aeree

LO SCOPO: RAFFORZARE I VOLI INTERNAZIONALI «CON CAPODICHINO CONSOLIDIAMO ANCHE IL NOSTRO AEROPORTO E LE AREE INTERNE»

di Redazione

4 Minuti di lettura

2 marzo 2026

IL TURISMO

Nico Casale

La Campania punta con decisione al mercato turistico statunitense e lo fa rafforzando l'asse tra istituzioni e grandi compagnie aeree, con una strategia che guarda al capoluogo di regione, ma in prospettiva anche a Salerno, come porta d'ingresso del Sud. La Regione, con l'assessorato al Turismo, ha svolto una missione istituzionale di New York, che è stata l'occasione per presentare un'azione di comunicazione di lungo periodo costruita in partnership con tre grandi compagnie aeree, Delta Airlines, United Airlines e American Airlines, con la collaborazione dell'Enit - sede di New York.

L'OBIETTIVO

L'obiettivo dell'azione è supportare, in una partnership tra governance pubblica e impresa privata, l'investimento già messo in campo dalle tre compagnie aeree che, tra maggio e ottobre, attivano voli diretti dagli aeroporti di New York verso Napoli Capodichino e voli interconnessi da Chicago e Philadelphia verso l'Italia. «Questa scelta strategica, operata da grandi aziende del trasporto aereo internazionale, mira a rafforzare - viene spiegato dalla Regione Campania - i collegamenti oltreoceano puntando sulla Campania quale hub di riferimento anche per le regioni della Basilicata e della Calabria». L'assessorato al Turismo, per promuovere la destinazione Campania sul mercato Usa, ha

programmato un'azione di comunicazione nei principali aeroporti del Nord America nel periodo marzo-giugno e anche sui social media. Nella due giorni newyorkese del 26 e 27 febbraio è stata presentata questa strategia integrata. E, nel corso del workshop Destination Campania, c'è stato l'incontro tra 15 operatori campani e 50 buyer statunitensi. Illustrata la campagna promozionale in partnership con le tre compagnie, «a testimonianza - viene aggiunto - della sinergia tra istituzioni e grandi player internazionali del trasporto aereo americano, con lo scopo di rapportare la presenza delle compagnie aeree sullo scalo di Napoli e Salerno».

L'IMPEGNO

«Iniziative come questa contribuiscono non solo allo sviluppo turistico, ma anche a sostenere e stimolare ulteriori sfide infrastrutturali e logistiche fondamentali per la crescita competitiva della Campania. Su tutte le infrastrutture strategiche promuoveremo la stessa attenzione», premette l'assessore regionale al Turismo, Enzo Maraio, evidenziando che «negli Usa, abbiamo promosso la nostra regione e anche le aree interne». «È chiaro che il match con le tre principali compagnie aeree americane - fa notare - è orientato sull'aeroporto di Napoli, perché ci sono delle rotte già in essere e che stiamo implementando. Ma quest'azione di marketing deve coinvolgere tutte le infrastrutture sul nostro territorio, quindi in proiezione anche lo scalo di Salerno. Se vogliamo diventare capofila di una proposta turistica ampia interregionale, lo scalo di Salerno è strategico». «Nei prossimi mesi e per le prossime campagne - prosegue - la stessa strategia di marketing e di promozione coinvolgerà anche il resto della regione. C'è un'attenzione concreta anche per lo scalo di Salerno, in particolare per lo sviluppo di rotte nazionali ed europee». «Gesac - sottolinea Maraio - ha svolto un intenso lavoro di promozione integrata del sistema aeroportuale campano. In questa prospettiva, sui diversi mercati di riferimento, si punta a valorizzare in modo mirato ciascuno scalo regionale. Anche Salerno, dunque, assume un ruolo strategico, soprattutto nella direzione di un rafforzamento del turismo nelle aree interne del

Sud della Campania e per intercettare i bacini provenienti dalle regioni limitrofe».

© **RIPRODUZIONE RISERVATA**