

Il fatto - L'ambizione del Piano punta a una trasformazione qualitativa del modello turistico su tutto il territorio provinciale

Cciaa, Piano Strategico per il Turismo: l'Aeroporto al centro del rilancio

Passaggio da una promozione atomizzata dei singoli luoghi a una regia coordinata

Smettere di navigare a vista per dotarsi di una bussola strategica: il territorio salernitano lancia la sfida al mercato globale trasformandosi da insieme di singole località in una destinazione turistica organizzata. Dopo la presentazione delle linee generali avvenuta nei mesi scorsi, la Camera di Commercio ha avviato oggi la fase operativa del Piano Strategico sul Turismo: uno strumento concreto, nato dalla consapevolezza che il turismo moderno richiede organizzazione per trasformare le potenzialità del territorio in economia reale e sostenibile per le imprese. Il documento, frutto della collaborazione tecnica con ISNART e FTOURISM (Josep Ejarque), traccia la rotta per superare la frammentazione dell'offerta attraverso una governance unitaria e il potenziamento delle infrastrutture, con l'Aeroporto di Salerno nel ruolo di principale volano di crescita.

Gli Obiettivi Strategici L'ambizione del Piano non si limita alla crescita numerica, ma punta a una trasformazione qualitativa del modello turistico salernitano. Al centro della strategia c'è il passaggio da una promozione atomizzata dei singoli luoghi a una regia coordinata, capace di intercettare segmenti di mercato più ampi e altospesanti. In questo scenario, lo scalo aeroportuale funge da acceleratore strategico: l'obiettivo è sfruttare l'infra-



“
Obiettivo è sfruttare l'infrastruttura per incrementare il traffico internazionale
”

struttura per incrementare il traffico internazionale, intercettando visitatori da mercati esteri ancora poco esplorati. Parallelamente, la sfida cru-

ciale resta la destagionalizzazione: il Piano mira ad aumentare i flussi nei periodi di bassa stagione, valorizzando asset come la cultura, il relax e l'enogastronomia per rendere la provincia una destinazione attrattiva 365 giorni l'anno. Questo riequilibrio temporale, unito a un'offerta di "prodotti-esperienza" strutturati, permetterà di innalzare la spesa media dei visitatori, garantendo una crescita sostenibile per l'intera filiera.

Analisi dei flussi e profilo del turista La solidità del progetto poggia su un'analisi scientifica dei

flussi e del sentiment curata da ISNART, i cui dati hanno permesso a FTOURISM di elaborare una visione strategica e prodotti turistici mirati, riducendo i margini di errore negli investimenti. Le rilevazioni mostrano l'efficacia di modelli di attrazione complementari: se il Salerno Letteratura Festival intercetta un target internazionale e altospesante, Luci d'Artista consolida il turismo domestico. Un'offerta che incontra il pieno favore del turista tipo — prevalentemente appartenente alla Generazione Y — che esprime un altissimo

grado di soddisfazione (8,5/10), premiando l'eccellenza dell'accoglienza e dell'enogastronomia salernitana. Prossimi Passi: l'Unità Operativa e il Digitale

Per garantire che il Piano si traduca immediatamente in azioni concrete, è stata istituita un'Unità Operativa specifica all'interno della Camera. Questa struttura avrà il compito di guidare la fase operativa attraverso una serie di incontri con Comuni e stakeholder, gestendo al contempo il nuovo portale web dedicato. Si tratta di un'architettura pensata per facilitare il dialogo costante tra gli attori della filiera e monitorare i risultati, assicurando l'effettiva "messa a terra" della strategia. "Il futuro turistico delle destinazioni salernitane non è più semplice promozione di luoghi, ma governo del sistema, sviluppo di prodotti-destinazione e promozione integrata — dichiara il Presidente di Unioncamere e della Camera di Commercio di Salerno, Andrea Prete. Con il piano strategico passiamo da una visione frammentata a una regia coordinata. L'obiettivo è colmare le fragilità storiche, puntando su accessibilità e narrazione autonoma, affinché la nostra provincia possa competere stabilmente sui mercati internazionali durante tutto l'anno".

Assomare Italia Fenailp - Disparità di trattamento penalizza imprese locali e altera concorrenza. A rischio programmazione

Carburante agevolato, disparità a Salerno: imprese del settore chiedono chiarimenti

L'associazione di categoria Assomare Italia - Fenailp Turismo, che riunisce 35 aziende del comparto del noleggio nautico professionale, segnala il perdurare di una grave anomalia nell'applicazione delle agevolazioni sul carburante previste dal D.lgs. 504/1995 (Testo Unico delle Accise), con particolare riferimento al punto 3 della Tabella A. Nonostante il possesso di regolari autorizzazioni rilasciate dai competenti uffici, diversi operatori associati stanno riscontrando, di fatto, l'impossibilità di accedere al carburante agevolato, senza che siano state fornite motivazioni chiare o risposte formali alle numerose sollecitazioni inviate nel

tempo. Una situazione che appare ancora più paradossale se si considera che imbarcazioni provenienti da altri dipartimenti riescono regolarmente a effettuare rifornimento usufruendo delle agevolazioni previste, determinando così una evidente alterazione delle condizioni di mercato e della concorrenza, a danno delle imprese locali operanti su Salerno. «Ci troviamo di fronte a una disparità di trattamento inaccettabile che penalizza esclusivamente le aziende del territorio, pur in presenza di autorizzazioni valide e di un quadro normativo che dovrebbe garantire uniformità di applicazione. In uno spirito di collaborazione istituzionale,

chiediamo da tempo un chiarimento definitivo che, ad oggi, non è mai arrivato», dichiara il presidente di Assomare Italia-Fenailp Turismo Davide Di Stefano. Di Stefano ricorda inoltre che nel luglio 2025 si è svolto un incontro ufficiale con la dirigenza competente, nel corso del quale era stata assicurata una rapida risoluzione della problematica. «A quell'incontro non sono però seguiti atti formali né risposte alle successive comunicazioni inviate via PEC, lasciando le imprese in una condizione di totale incertezza», sottolinea. La questione assume una rilevanza strategica alla luce della programmazione della stagione turistica 2026, at-

tualmente in fase di definizione. L'impossibilità di accedere al carburante agevolato impedisce alle aziende di predisporre correttamente listini, tariffe e offerte commerciali, con inevitabili ripercussioni sull'intera filiera turistica. Un tema ancora più urgente se si considera il significativo incremento dei flussi turistici previsto su Salerno a partire da marzo 2026, che richiede certezze operative e condizioni di concorrenza eque per consentire al comparto nautico di contribuire pienamente allo sviluppo economico e occupazionale del territorio. «Ribadiamo la necessità di un intervento chiarificatore immediato da parte delle istituzioni com-



petenti affinché venga ripristinata una corretta applicazione delle agevolazioni previste dalla legge e garantite pari condizioni a tutte le imprese, nel rispetto delle regole e del mercato», conclude Di Stefano.