

SALERNO&CILENTO ESSENZA MEDITERRANEA

Verso la costruzione e promozione di un sistema di offerta e prodotti nella Provincia di Salerno



CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO



PERCHÉ NASCE IL PROGETTO DI SVILUPPO TURISTICO PROMOSSO DALLA CAMERA DI COMMERCIO DI SALERNO?



CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO

MISSION

Potenziare il traffico dell'**Aeroporto Salerno Costa d'Amalfi e del Cilento** per favorire la **crescita dei territori e delle imprese**

Organizzare l'offerta turistica in **prodotti integrati** e riconoscibili dal **mercato**

Supportare **imprese** e **operatori** nello sviluppo di proposte competitive

Rafforzare l'**attrattività** dei territori e la qualità dei **flussi turistici**

Coordinare politiche e azioni di sistema con i comuni a livello **provinciale**

Promuovere le macro-destinazioni sui **mercati internazionali**



MISSION

La Camera di Commercio di Salerno è la **CASA DELLE IMPRESE** e di tutti gli **operatori** che animano il territorio della **Provincia di Salerno**.

Supportare la crescita dell'**Aeroporto Salerno Costa d'Amalfi e del Cilento** significa generare ricadute positive in termini di **sviluppo turistico** ed **economico** dei territori, favorendo l'**occupazione** e contribuendo a contrastare i fenomeni legati allo **spopolamento** e alla **fuga dei giovani**.

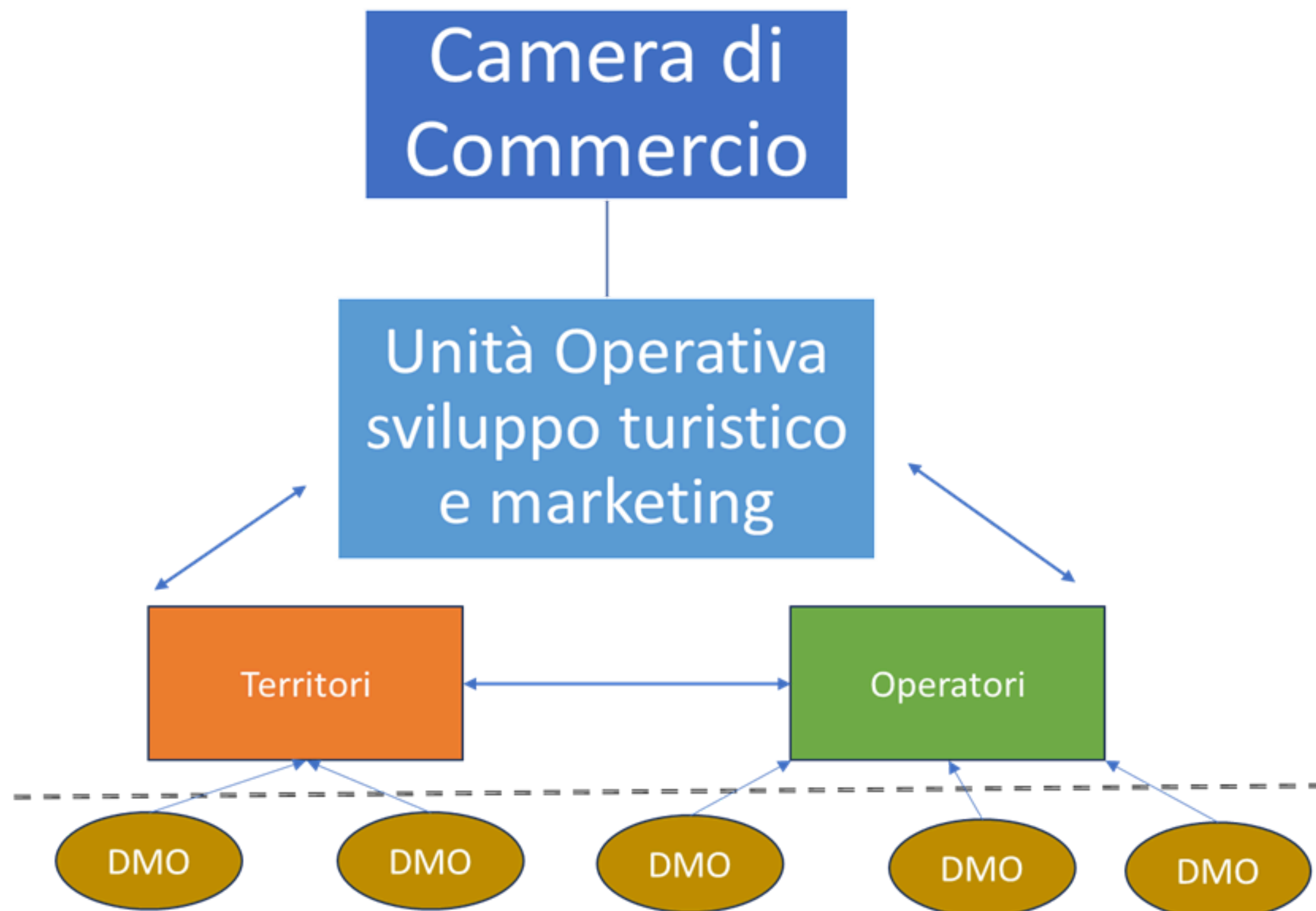




**QUAL È IL MODELLO DI *GOVERNANCE*
INDIVIDUATO?**



CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO



IL MODELLO

La CCIA come regia operativa centrale, attraverso un'**unità operativa** dedicata allo sviluppo turistico e al marketing a **supporto degli operatori e imprese del territorio**

IL MODELLO

DI COSA SI OCCUPA L'UNITÀ OPERATIVA DI SVILUPPO TURISTICO E MARKETING?

Si tratta di una **struttura tecnica** permanente che rende possibile una governance operativa e tecnica, orientata al **mercato** e allo sviluppo della provincia di Salerno.

- Non sostituisce i Comuni
- Non sostituisce le DMO, distretti turistici, GAL, enti parco, associazioni ecc.
- Non sostituisce la Regione

OBIETTIVO: TRASFORMARE I TERRITORI IN DESTINAZIONI ORGANIZZATE, RICONOSCIBILI E COMPETITIVE MEDIANTE LA COLLABORAZIONE CON GLI OPERATORI E IMPRESE DEL TERRITORIO

LO STATO DI AVANZAMENTO





**QUALI SONO LE MACRO-DESTINAZIONI
OGGETTO DELL'ANALISI?**



**CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO**

CAMBIO DI PASSO:

Destinazioni diverse con
identità proprie e proposta
di valore diversa e
differenziata





SALERNO CITTÀ

Area Territoriale	Comune
Capoluogo	Salerno

MACRO-AREA PIANA E VALLE DEL SELE

Area Territoriale	Comuni
Alto e Medio Sele	Comune di Campagna Comune di Castelnuovo di Conza Comune di Colliano Comune di Contursi Terme Comune di Oliveto Citra Comune di Santomenna Comune di Valva
Piana del Sele	Comune di Battipaglia Comune di Bellizzi Comune di Eboli Comune di Pontecagnano Faiano
Valle del Picentino	Comune di Castiglione del Genovesi Comune di Giffoni Sei Casali Comune di Giffoni Valle Piana Comune di Montecorvino Pugliano Comune di Montecorvino Rovella Comune di Olevano sul Tusciano Comune di San Cipriano Picentino Comune di San Mango Piemonte Comune di Acerno



MACRO-AREA CILENTO, VALLO DI DIANO E ALBURNI (AREA DEL PARCO NAZIONALE E COMUNI LIMITROFI)

Area Territoriale	Comuni
Lambro e Mingardo	Comune di Ascea, Comune di Camerota, Comune di Celle di Bulgheria, Comune di Centola, Comune di Cuccaro Vetere, Comune di Futani, Comune di Laurito, Comune di Montano Antilia, Comune di Pisciotta, Comune di Roccagloriosa, Comune di Rofrano, Comune di San Giovanni a Piro, Comune di San Mauro la Bruca, Comune di Alfano
Zona del Tanagro	Comune di Auletta, Comune di Buccino, Comune di Caggiano, Comune di Ricigliano Comune di Romagnano al Monte, Comune di Salvitelle, Comune di San Gregorio Magno
Gelbison e Cervati	Comune di Cannalonga, Comune di Castelnuovo Cilento, Comune di Ceraso, Comune di Gioi, Comune di Moio della Civitella, Comune di Novi Velia, Comune di Orria, Comune di Perito, Comune di Salento, Comune di Vallo della Lucania



MACRO-AREA CILENTO, VALLO DI DIANO E ALBURNI (AREA DEL PARCO NAZIONALE E COMUNI LIMITROFI)

Area Territoriale	Comuni
Vallo di Diano	Comune di Atena Lucana, Comune di Buonabitacolo, Comune di Casalbuono, Comune di Monte San Giacomo, Comune di Montesano sulla Marcellana, Comune di Padula, Comune di Pertosa, Comune di Polla, Comune di Sala Consilina, Comune di San Pietro al Tanagro, Comune di San Rufo, Comune di Santo Arsenio, Comune di Sanza, Comune di Sassano, Comune di Teggiano
Zona del Bussento-Golfo di Policastro	Comune di Casaletto Spartano, Comune di Caselle in Pittari, Comune di Ispani, Comune di Morigerati, Comune di Santa Marina, Comune di Sapri, Comune di Torraca, Comune di Torre Orsaia, Comune di Tortorella, Comune di Vibonati
Alburni	Comune di Aquara, Comune di Bellosguardo, Comune di Castelcivita, Comune di Controne, Comune di Corleto Monforta, Comune di Ottati, Comune di Petina, Comune di Postiglione, Comune di Roscigno, Comune di Santo Angelo a Fasanella, Comune di Serre, Comune di Sicignano degli Alburni



MACRO-AREA CILENTO, VALLO DI DIANO E ALBURNI (AREA DEL PARCO NAZIONALE E COMUNI LIMITROFI)

Area Territoriale	Comuni
Calore Salernitano	Comune di Campora, Comune di Capaccio Paestum, Comune di Castel San Lorenzo, Comune di Felitto, Comune di Giungano, Comune di Laurino, Comune di Magliano Vetere, Comune di Monteforte Cilento, Comune di Piaggine, Comune di Roccadaspide, Comune di Sacco, Comune di Stio, Comune di Trentinara, Comune di Valle dell'Angelo, Comune di Albanella, Comune di Altavilla Silentina
Alento e Montestella	Comune di Casal Velino, Comune di Castellabate, Comune di Cicerale Comune di Laureana Cilento, Comune di Lustra, Comune di Montecorice, Comune di Ogliastro Cilento, Comune di Omignano, Comune di Perdifumo, Comune di Pollica, Comune di Prignano Cilento, Comune di Rutino, Comune di San Mauro Cilento, Comune di Serramezzana, Comune di Sessa Cilento, Comune di Stella Cilento, Comune di Torchiara, Comune di Agropoli



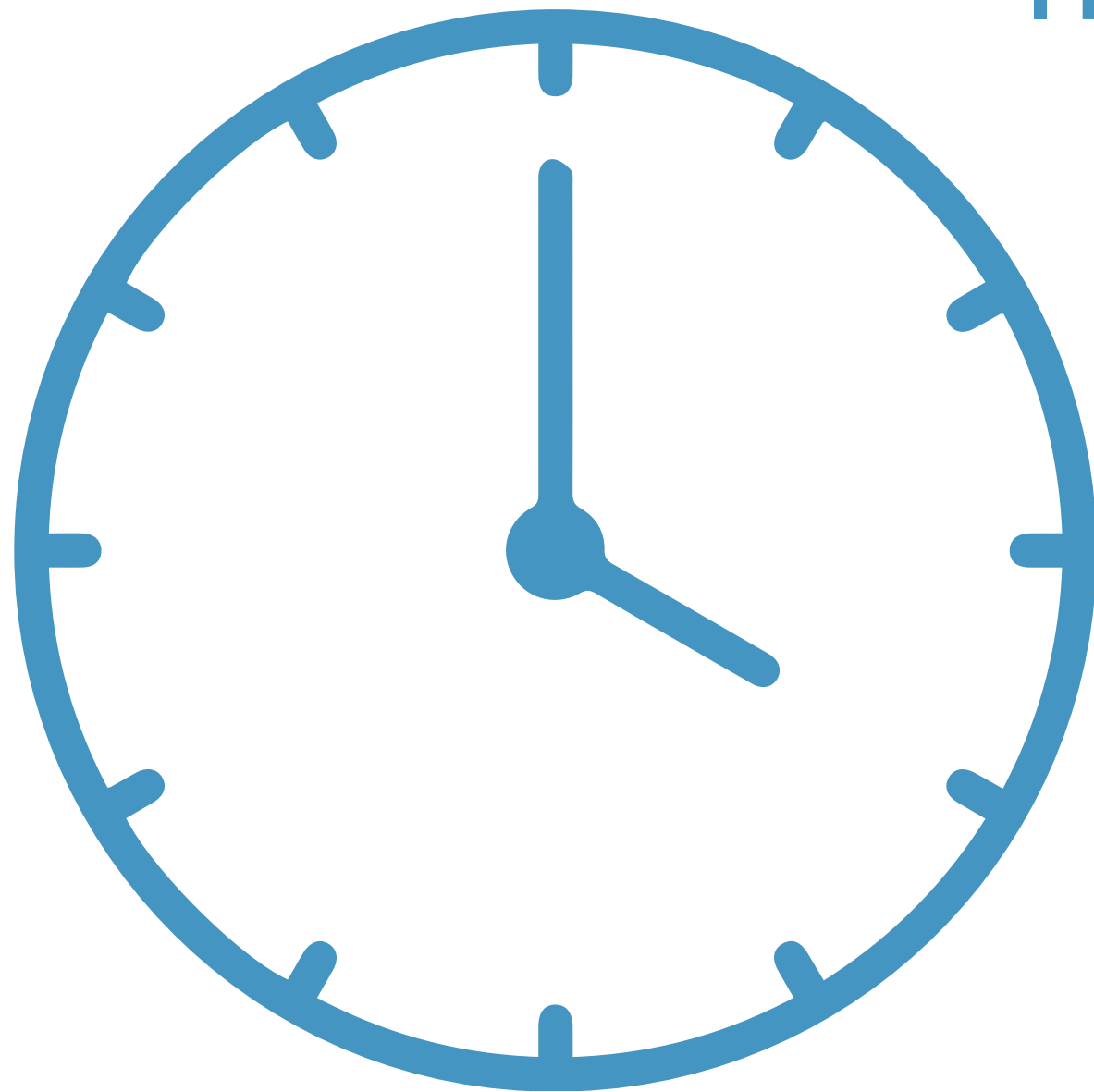
QUALI SONO GLI OBIETTIVI DEL DESTINATION MANAGEMENT PLAN?



CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO

FAVORIRE LA CRESCITA DELL'AEROPORTO SALERNO COSTA D'AMALFI E DEL CILENTO E LO SVILUPPO TURISTICO DELLE 4 MACRO-DESTINAZIONI

I TEMPI DEL MERCATO NON CORRISPONDONO CON I NOSTRI



VETTORI AEREI → **18 - 24 mesi di anticipo**

TOUR OPERATOR → **12 - 16 mesi di anticipo**

TURISTI INTERNAZIONALI → **6 - 12 mesi di anticipo**

TURISTI ITALIANI → **3 mesi di anticipo**

Il mercato e la domanda decidono con mesi di anticipo
I vettori aerei vogliono garanzia di mercato/domanda



RISCHIO SISTEMICO DI FINESTRA DI MERCATO CHIUSA

UN LAVORO GIÀ INIZIATO: *PARTNERSHIP*

Aeroporto di Salerno, vince la linea di marketing territoriale

DEPARTURES		SALERNO	
Data	Destination	Airport	
22/05/2026	Genova	GOA	
22/05/2026	Milano Malpensa	MXP	
22/05/2026	Torino	TRN	
22/05/2026	Trieste	TRS	

AIR ROUTE DEVELOPMENT

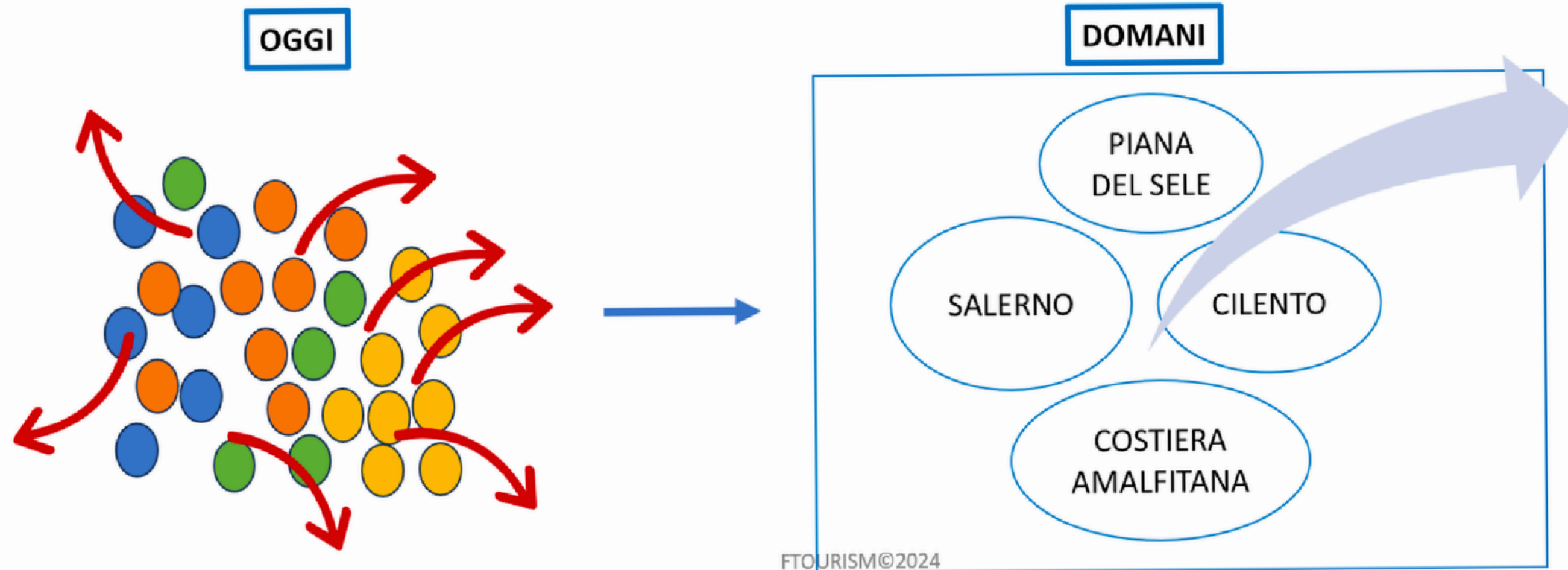
Divisione dei compiti fra Aeroporto di Salerno-Cilento e CCIA

Obiettivo: promuovere lo sviluppo di nuove rotte internazionali e mantenere quelle esistenti

NUOVI COLLEGAMENTI verso Londra, Bruxelles, Vienna, Lione, Nantes, Santorini, Palma di Maiorca, Ibiza, Mykonos

STRUTTURARE UN SISTEMA-DESTINAZIONE INTEGRATO E COMPETITIVO

IL LIMITE ATTUALE DELLA COMPETITIVITA'



VISIONE TURISTICA
AUTOREFERENZIALE

VISIONE ORIENTATA AL MERCATO E ALLA
LOGICA DI PRODOTTO-DESTINAZIONE



Salerno & Cilento
Essenza Mediterranea



FAR EVOLVERE L'OFFERTA DA TERRITORIO A PRODOTTO DESTINAZIONE

- **Salerno** – città cosmopolita e culturale – porta d'accesso
- **Paestum** – *heritage* iconico – offerta balneare – wellness
- **Cilento & Vallo di Diano** – borghi, natura e gusto (*slow tourism, bike, cammini, mare & nautica, enogastronomia*)
- **Piana del Sele** – enogastronomia, paesaggio rurale, *wellness*, offerta termale

POSIZIONAMENTO DEI TERRITORI

OGNI DESTINAZIONE DEVE RISPONDERE A UNA DOMANDA SEMPLICE: "PER COSA SEI UNICA NELLA MENTE DEL VIAGGIATORE?"

01 **Salerno** – la Porta Contemporanea del Mediterraneo

02 **Paestum** – grande paesaggio della Magna Grecia e Cultura Eterna

03 **Cilento & Vallo di Diano** – l'Anima del Mediterraneo Autentico

04 **Piana del Sele** – Il Cuore Agricolo e Gastronomico del Sud Italia

**Un unico filo conduttore:
L'ESSENZA MEDITERRANEA**

COSTRUZIONE DI UN'OFFERTA INTEGRATA CON GLI OPERATORI DEL TERRITORIO



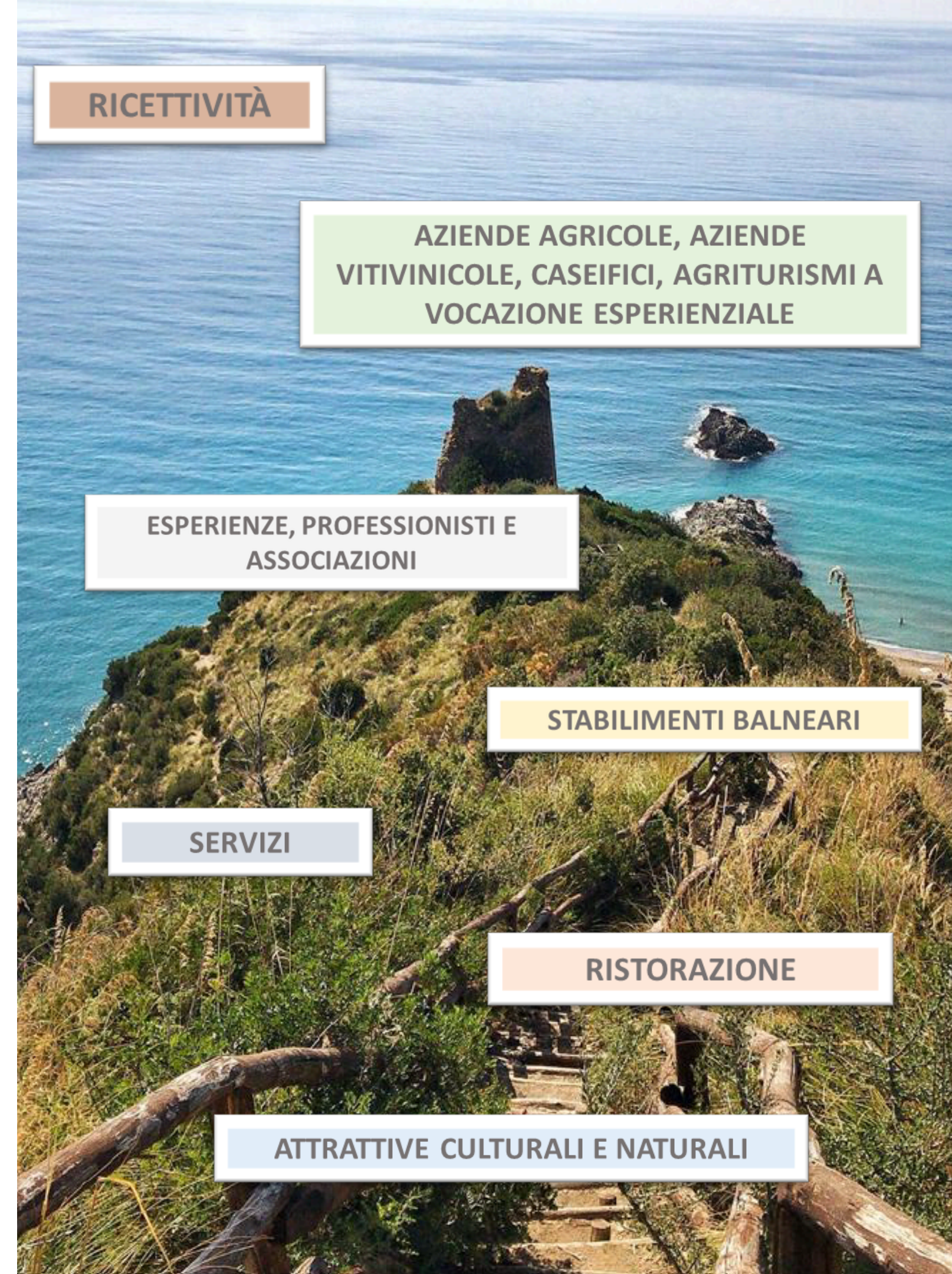
→ **NETWORK DI DESTINAZIONE:**
coordinamento tra territori e operatori

→ **RETI DI PRODOTTO:**
aggregazione di imprese su singoli tematismi

→ **CATALOGO DELL'OFFERTA:**
strumento per promuovere e vendere i prodotti sviluppati

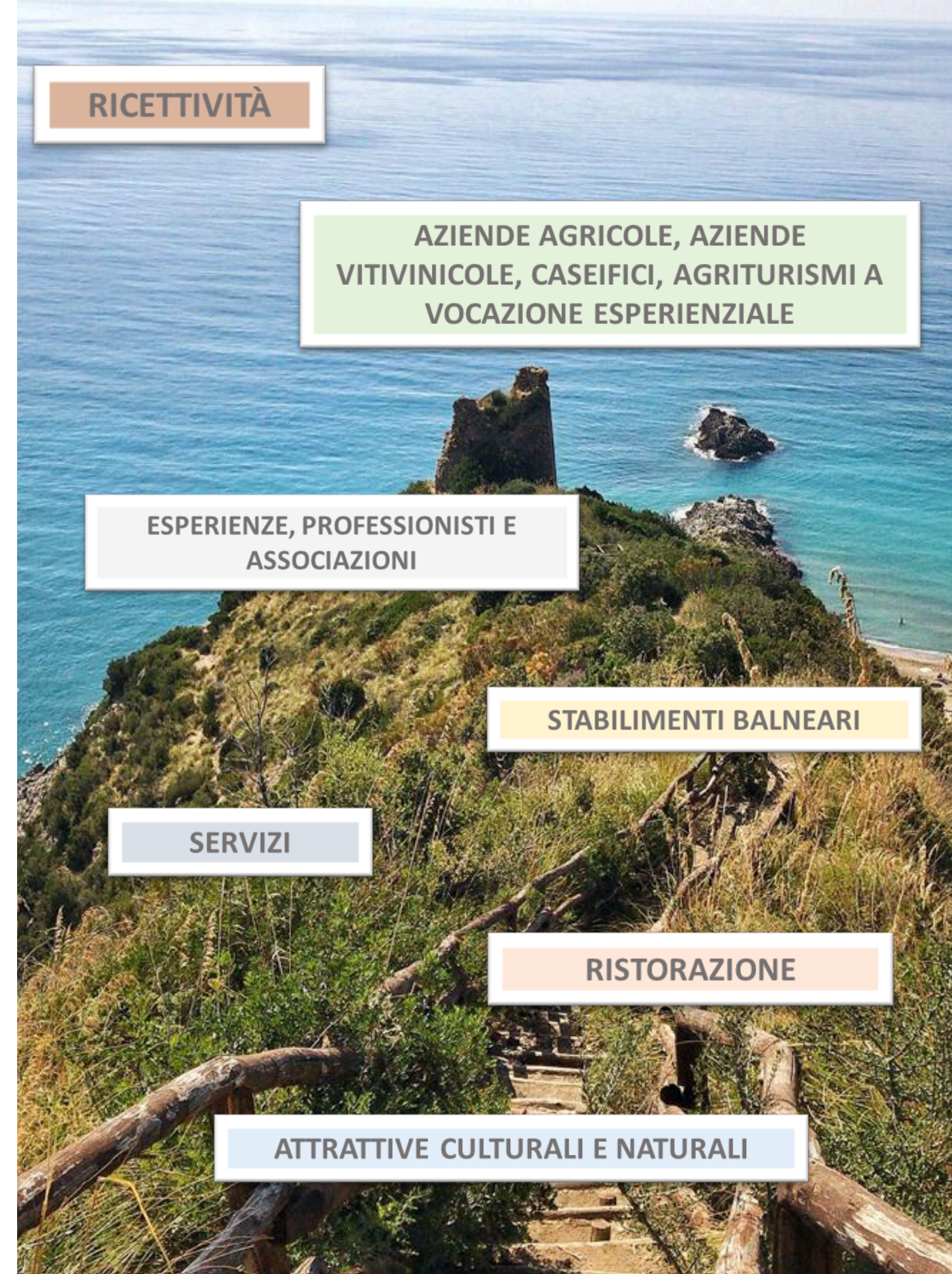
CREAZIONE NETWORK SALERNO & CILENTO: CHE COS'È?

- Un unico **NETWORK DI DESTINAZIONE**, aperto a tutte le aziende dei diversi ambiti del turismo
- Un Network sostenuto dalla **Camera di Commercio di Salerno** e dalla **Regione Campania**
- Un Network con adesioni **volontarie** e **gratuite**
- Un Network con **standard qualitativi comuni**
- Un Network che abbraccia tutti gli operatori del territorio mediante la strutturazione delle **Reti di Prodotto** per favorire uno sviluppo turistico



CREAZIONE NETWORK SALERNO & CILENTO: PERCHÉ ADERIRE?

- Promozione e visibilità sui **canali social** e sul **portale di destinazione** Salerno & Cilento: Essenza Mediterranea
- Creazione di **contenuti personalizzati (canali social, sito-web, blog e materiale promozionale)**
- Promozione dell'offerta degli aderenti al Network in occasione di **fiere di settore, conferenze stampa** e contatti **B2B e B2C**



RICETTIVITÀ

AZIENDE AGRICOLE, AZIENDE
VITIVINICOLE, CASEIFICI, AGRITURISMI A
VOCAZIONE ESPERIENZIALE

ESPERIENZE, PROFESSIONISTI E
ASSOCIAZIONI

STABILIMENTI BALNEARI

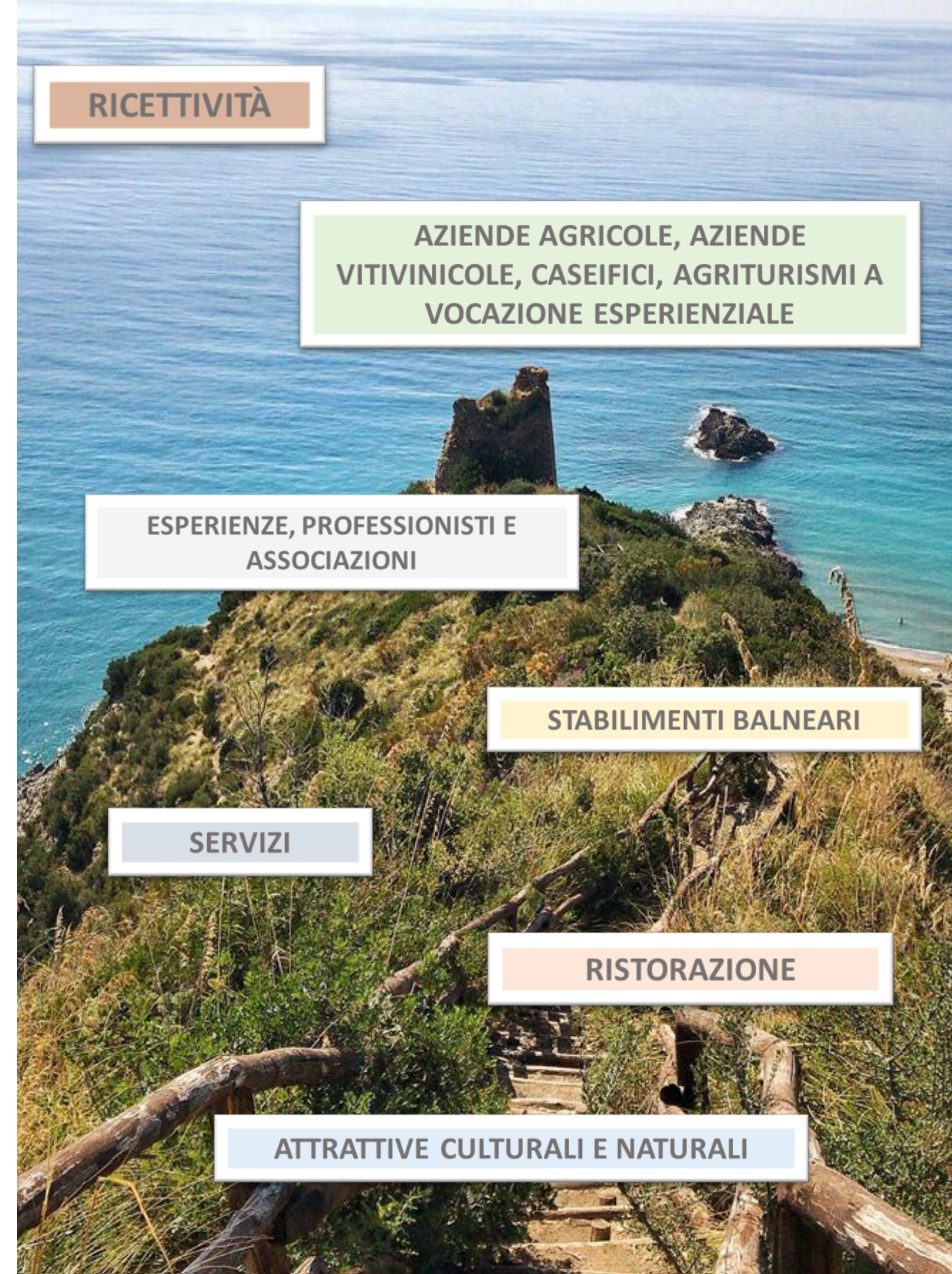
SERVIZI

RISTORAZIONE

ATTRATTIVE CULTURALI E NATURALI

CREAZIONE NETWORK SALERNO & CILENTO: PERCHÉ ADERIRE?

- Possibilità di utilizzare il **marchio Salerno & Cilento** come riferimento riconoscibile dai turisti
- Ricevere supporto nella creazione di **prodotti turistici** in linea con i mercati e segmenti obiettivo
- Favorire **contatti e prenotazioni dirette** tramite il portale di destinazione (CTA - al booking engine dell'operatore o form di contatto)

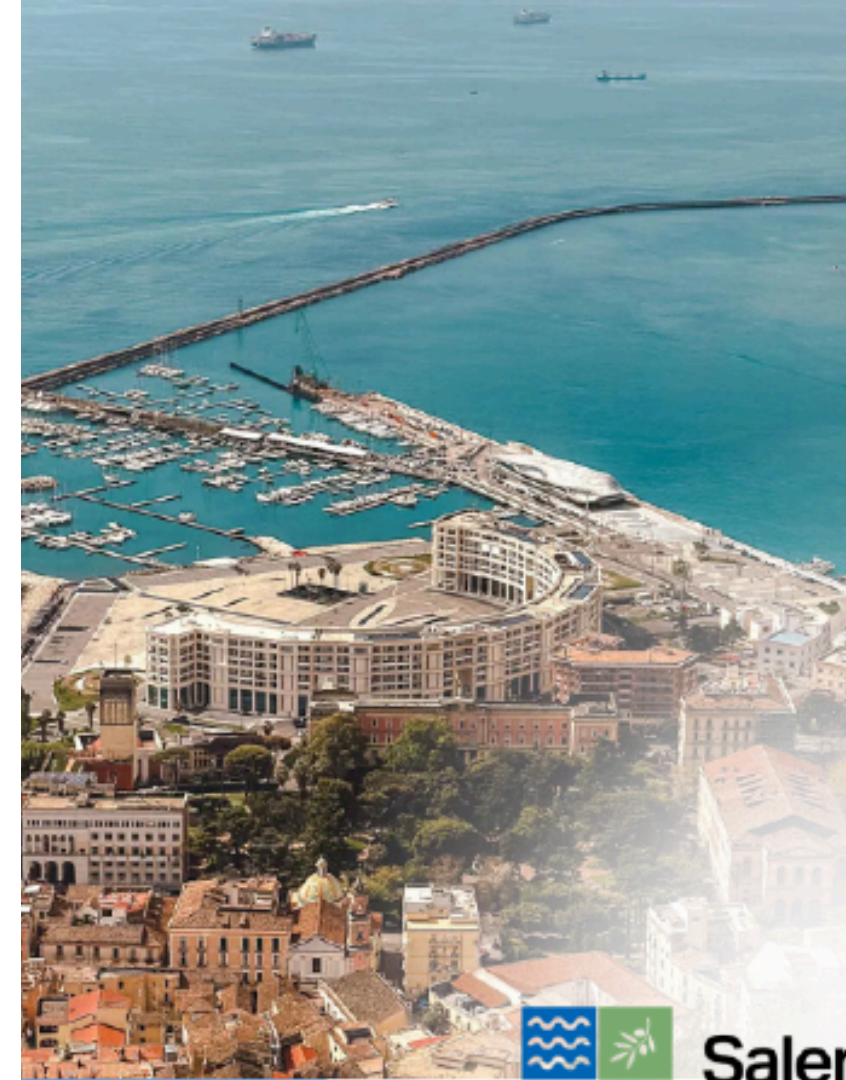


CREAZIONE NETWORK SALERNO & CILENTO: COME ADERIRE?

INVIO MODULO DI ADESIONE

- COPIA DEL DOCUMENTO DI RICONOSCIMENTO DEL TITOLARE DELL' ATTIVITÀ
- DESCRIZIONE DELL' ATTIVITÀ
- MATERIALE FOTOGRAFICO DELL'ATTIVITÀ (ALMENO 10 FOTO AD ALTA RISOLUZIONE)

[CLICCA QUI PER ADERIRE](#)



Salerno & Cilento
Essenza Mediterranea



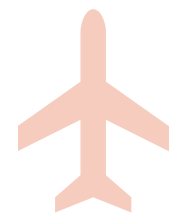
COSTRUZIONE DELLE RETI DI PRODOTTO CON GLI ADERENTI AL NETWORK



COSTRUZIONE DEL CATALOGO COMMERCIALE CON GLI ADERENTI AL NETWORK



PROMOZIONE DEL CATALOGO COMMERCIALE DEGLI ADERENTI AL NETWORK



Partecipazione a fiere nazionali e internazionali

Workshop e incontri

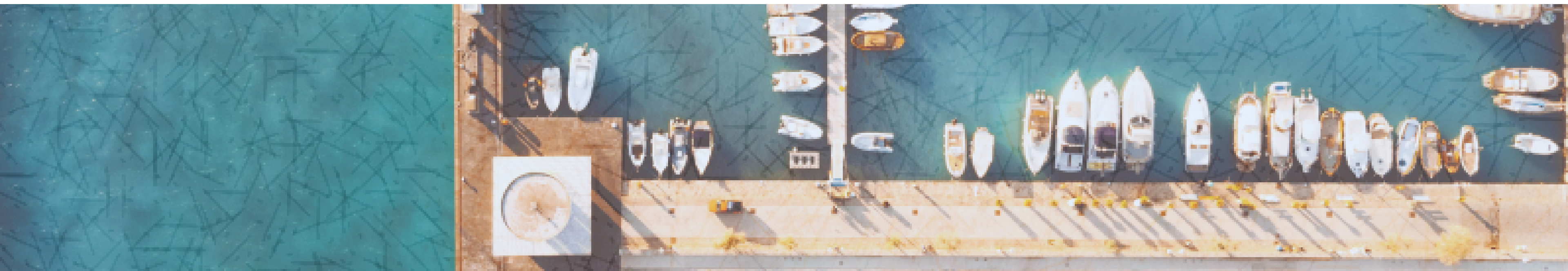
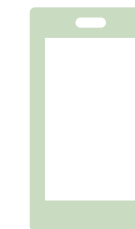


Presentazioni della destinazione sui mercati *target*



Attività di comunicazione e promozione mirata

Campagne di *digital marketing*



PROMUOVERE E PROMO-COMMERCIALIZZARE L'OFFERTA IN MODO COORDINATO

UN ECOSISTEMA DIGITALE UNICO CHE CONNETTE DESTINAZIONI, PRODOTTI E OPERATORI.

Comunicazione integrata e orientata alla conversione, coerente con il branding e l'ecosistema digitale della destinazione.

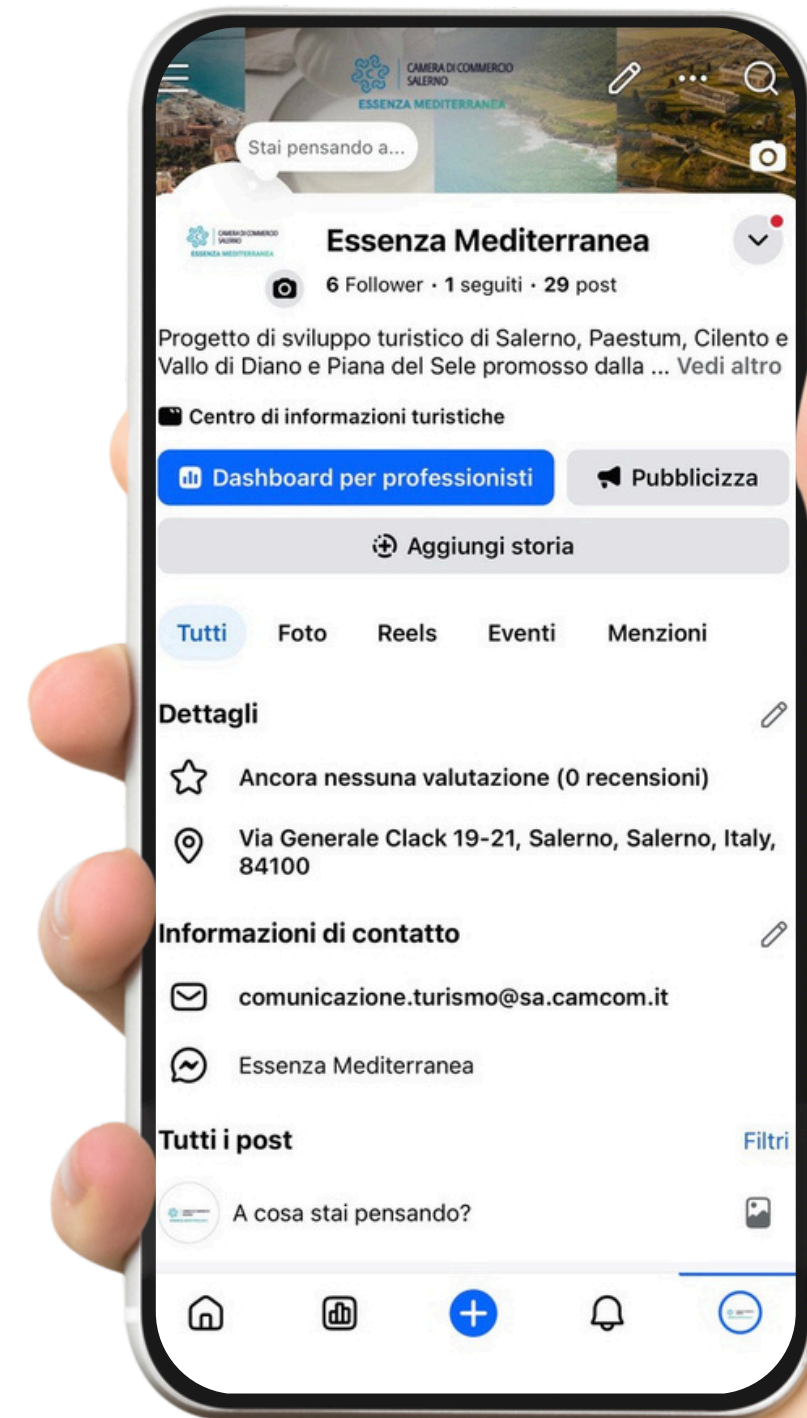


UN LAVORO GIÀ INIZIATO:

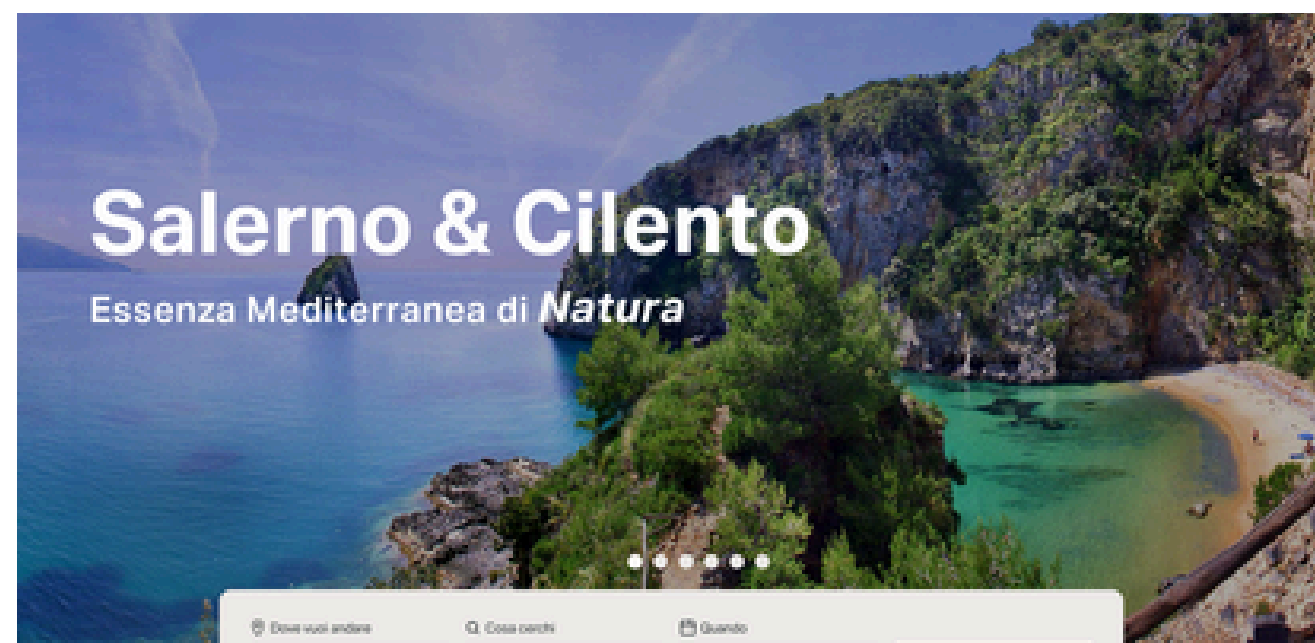
CONTENT MARKETING E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT



PROFILI
SOCIAL
GIÀ
ATTIVI

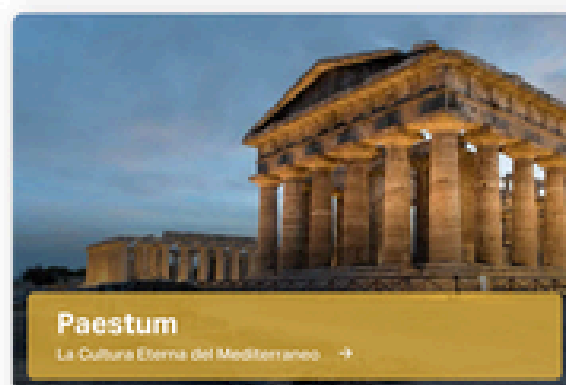
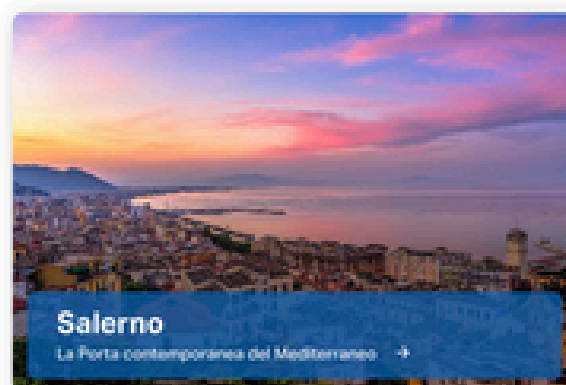


PORTALE DI DESTINAZIONE



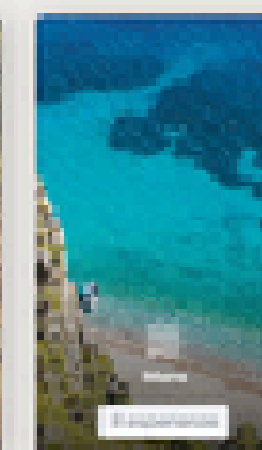
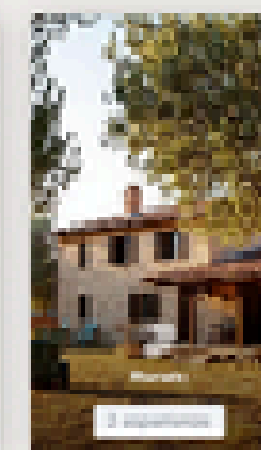
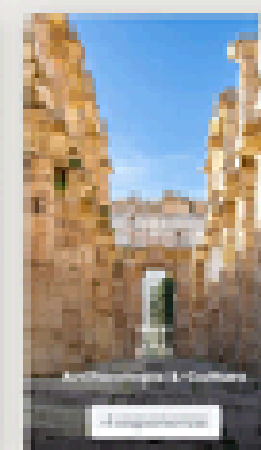
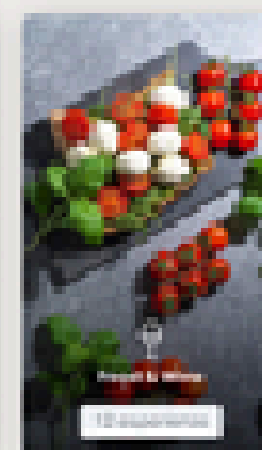
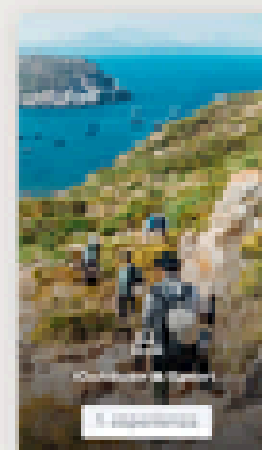
Quattro anime, un'unica terra

Ogni angolo della Provincia di Salerno racconta una storia diversa. Scegli la tua avventura.



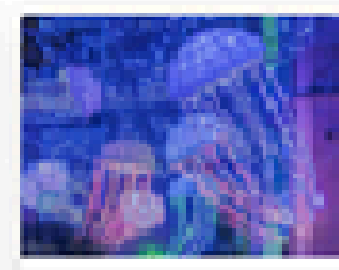
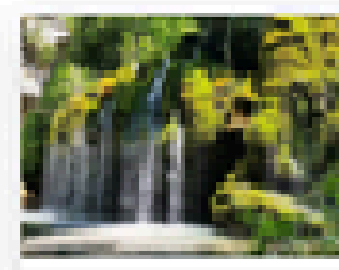
Vivi l'esperienza

Lasciati guidare dalla passione. Ogni esperienza è un viaggio nell'anima di questa terra.



Prossimi eventi

Non perderti le esperienze che rendono unica questa terra.



MARCHIO DI DESTINAZIONE



Salerno & Cilento

Essenza Mediterranea

Mare - Natura - Cultura - Enogastronomia

PROMO-COMMERCIALIZAZIONE DELL'OFFERTA

OBIETTIVO: CREARE INTERESSE NEL MERCATO (PARTNERSHIPO GESAC)

MERCATI

- LONDRA (STV)
- BRUSSELS (CRL)
- VIENNA (VIE)
- LIONE (LYS)



P.R

PRESENTAZIONE



PRESS RELATIONS

**PRESS OF
BLOGGER
TRAVEL TOUR**



DIGITAL ADS

- **SOCIAL ADS**
- **DIGITAL ADS**

AUMENTARE VISIBILITÀ, RICONOSCIBILITÀ E POSIZIONAMENTO SUL MERCATO

Prodotto turistico	Mercati obiettivo	Posizionamento
Cultura, archeologia (identità mediterranea)	UK, Francia, Germania, Italia	Autentico Mediterraneo/ Culla di civiltà
Slow & Green Tourism	Germania, Austria, Paesi Bassi, Svizzera	Natura autentica/tradizioni/rurale
Outdoor & Bike	Germania, Austria, Paesi Bassi, Svizzera	Avventura mediterranea tra mare, colline e parchi naturali
Enogastronomia	Francia, Belgio, UK, Italia, Svizzera, USA	Dieta Mediterranea/Mozzarella
Mare e famiglia	Italia	Il mare autentico del Sud
Wellness	Svizzera, UK, Germania	Silenzio e natura mediterranea
City (short) Break	UK, Francia, Italia, Germania	Nuove scoperte
Termale	Italia	Wellness



CONCLUSIONE

Il futuro turistico delle destinazioni salernitane non è più promozione di luoghi, ma governo del sistema, sviluppo di prodotti-destinazione e promozione integrata