

Salerno & Cilento

Essenza Mediterranea

www.visitsalernoandcilentocom

Costruzione di una nuova destinazione turistica unitaria
Salerno · Piana del Sele · Paestum · Cilento e Vallo di Diano

Un progetto promosso dalla **Camera di Commercio di Salerno**



Conferenza stampa, 17 luglio 2026, Salerno



Salerno & Cilento
Essenza Mediterranea



Perché nasce Visit Salerno & Cilento

Un patrimonio straordinario, ma un'immagine frammentata



Siti UNESCO

Paestum, Velia e la Certosa di Padula



Parco Nazionale

Cilento, Vallo di Diano e Alburni



Dieta Mediterranea

Patrimonio immateriale UNESCO, nata qui



Costa e borghi

Un'estesa fascia costiera e centri autentici



Il paradosso

Il mercato riconosceva le singole località, ma non una destinazione.

E ciò che il mercato non identifica come destinazione difficilmente entra nelle scelte di viaggio.

La risposta: il destination building

Un percorso di destination building

Avviato a gennaio 2026 con la regia della Camera di Commercio di Salerno



1. Analisi

Studio della domanda, della reputazione online e degli attrattori dei territori



2. Strategia

Destination Management Plan: visione unitaria, obiettivi, modello di governance



3. Governance

La Camera coordina la macro-destinazione; i territori valorizzano le proprie specificità

Costruire una destinazione competitiva significa **definire un'identità condivisa, organizzare l'offerta, mettere in rete gli operatori** e trasformare le risorse del territorio in esperienze turistiche riconoscibili e promo-commercializzabili.

Una destinazione, quattro identità

Strategia unitaria, ma differenziata: ogni territorio si rafforza dentro un racconto condiviso



Salerno

Città contemporanea, di mare e city break, porta d'accesso alla destinazione



Piana del Sele

Terra del gusto e delle produzioni agroalimentari d'eccellenza



Paestum

Heritage classico e grande archeologia



Cilento e Vallo di Diano

Natura, mare, borghi, cammini e Dieta Mediterranea

Dalle attrattive ai prodotti turistici

La strategia parte dalla domanda, non dai confini amministrativi

Il viaggiatore contemporaneo non sceglie una provincia o un comune: **sceglie un motivo di viaggio.**



Mare e nautica



Cultura e archeologia



Outdoor e cammini



Cicloturismo



Enogastronomia



Turismo rurale e lento



City break

Ogni linea di prodotto è un'esperienza completa: itinerari, servizi, operatori e contenuti dedicati. Alcuni prodotti attraversano l'intera destinazione, altri caratterizzano specifiche aree.

Gli obiettivi della strategia

- 1 Aumentare la notorietà della destinazione sui mercati italiani e internazionali
- 2 Strutturare prodotti turistici competitivi e trasversali ai diversi territori
- 3 Favorire la destagionalizzazione e l'allungamento della permanenza media
- 4 Ampliare i mercati di provenienza dei visitatori
- 5 Rafforzare la collaborazione tra istituzioni, imprese e comunità locali
- 6 Sviluppo e potenziamento dell'Aeroporto di Salerno Costa d'Amalfi e del Cilento



Il portale di destinazione [Visit Salerno & Cilento](#) segue questa strategia...



Il portale della destinazione

www.visitsalernoandcilent.com — realizzato in collaborazione con InfoCamere

122

esperienze

50

itinerari

120

operatori in rete

4

lingue

- ✓ Si naviga per motivi di viaggio, non per confini amministrativi
- ✓ Piattaforma informativa e ispirazionale: sceglie, pianifica, mette in contatto
- ✓ Mappatura condivisa dei territori: attrattori, eventi, eccellenze anche dei borghi più piccoli
- ✓ Italiano, inglese, tedesco e francese: progettato per i mercati internazionali

Il Network Visit Salerno & Cilento

La destinazione si costruisce insieme agli operatori

Chi ne fa parte

120 operatori già in rete: imprese ricettive, guide, aziende agricole, ristoratori, operatori dell'outdoor e fornitori di esperienze.

Una vetrina dinamica dove viaggiatori e tour operator entrano in contatto diretto con i fornitori locali.

Cosa fa



Accompagnamento e formazione degli operatori



Sviluppo di reti di prodotto tra imprese



Offerta coordinata, orientata ai mercati nazionali e internazionali



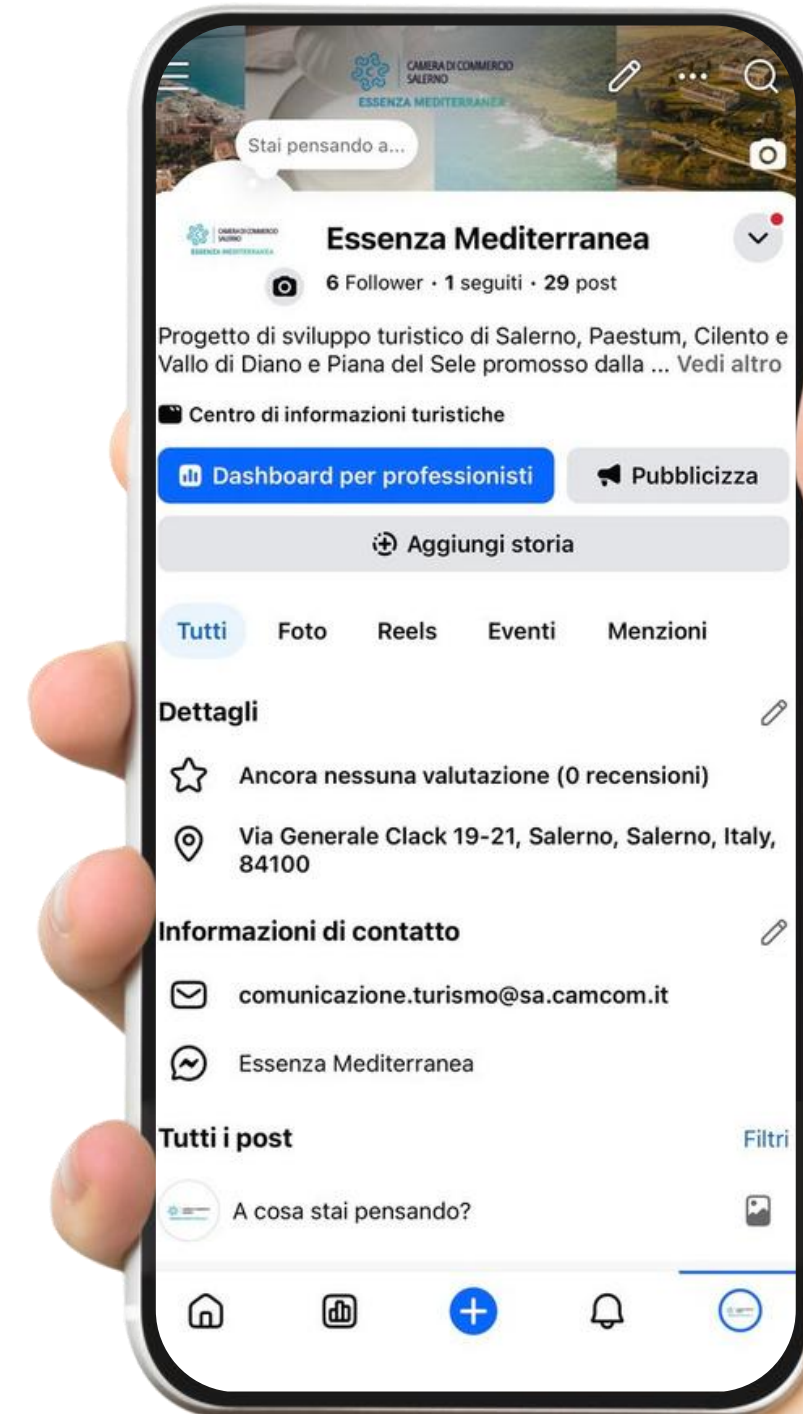
Il Network è aperto: nuovi operatori possono aderire per ampliare l'offerta e rafforzare il sistema turistico del territorio.

La promozione della destinazione

Una strategia di comunicazione coordinata, già in esecuzione



@essenzaa_mediterranea



Essenza Mediterranea

L'aeroporto come porta d'accesso

Trasformare i nuovi collegamenti in flussi turistici: il viaggio stampa con Aeroitalia



I nuovi voli Aeroitalia

19 frequenze settimanali dal 22 maggio

- ✓ Milano Malpensa — fino a 2 voli al giorno
- ✓ Torino — 3 a settimana
- ✓ Genova — 2 a settimana
- ✓ Trieste — 2 a settimana



Il viaggio stampa

3 giorni nella destinazione con giornalisti delle principali testate nazionali e di settore: *QN Viaggi, Travel Quotidiano, Libero Quotidiano, The Flight Club, Ovetto di Colombo / La7.*

Salerno e il centro storico · la Piana del Sele e le produzioni d'eccellenza · la costa cilentana in barca, Acciaroli e Pioppi · la Certosa di Padula · l'Area Archeologica di Paestum

La destinazione vissuta, non presentata.

Cosa è stato realizzato da gennaio 2026



Destination Management Plan della destinazione



Brand «Salerno & Cilento – Essenza Mediterranea»



Portale ufficiale organizzato per esperienze e prodotti



Network degli operatori Visit Salerno & Cilento (in continua crescita)



Promozione sui canali Facebook e Instagram di Visit Salerno & Cilento



Contenuti fotografici e video dedicati ai prodotti turistici e alla promozione delle destinazioni Salerno, Paestum, Piana del Sele, Cilento e Vallo di Diano



Educational tour con la stampa nazionale per i nuovi voli



Riunioni sul territorio (Salerno, Paestum, Pioppi e Padula)

***Il Mediterraneo non è uno scenario.
È un modo di vivere.***

Salerno & Cilento — Essenza Mediterranea

www.visitsalernoandcilentocom

Un progetto promosso dalla Camera di Commercio di Salerno