



COMUNICATO STAMPA

Salerno, la Camera di Commercio avvia la fase operativa del Piano Strategico per il Turismo: l'Aeroporto al centro del rilancio

Salerno, 2 marzo 2026 – 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 alto-spendenti.

In questo scenario, lo scalo aeroportuale funge da acceleratore strategico: l'obiettivo è sfruttare l'infrastruttura per incrementare il traffico internazionale, intercettando visitatori da mercati esteri ancora poco esplorati. Parallelamente, la sfida cruciale 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 alto-spendente, *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."