



UNIONCAMERE  
CAMPANIA



CAMERA DI COMMERCIO  
SALERNO

COMUNICATO STAMPA

## **BIT 2026 – Unioncamere Campania: turismo leva strategica di sviluppo tra sostenibilità, innovazione e infrastrutture**

*Milano, 11 febbraio 2026* – Si è svolto oggi, nell’ambito della **Borsa Internazionale del Turismo 2026** in corso a Fiera Milano Rho, il panel “Porti e aeroporti in Campania, grandi hub del turismo regionale”, promosso da **Unioncamere Campania e Camera di Commercio di Salerno**.

All’incontro, ospitato presso il Padiglione 11 – Stand Regione Campania, hanno preso parte Tommaso De Simone, Presidente Unioncamere Campania; Andrea Prete, Presidente Unioncamere e Camera di Commercio di Salerno; Vincenzo Maraio, Assessore al Turismo della Regione Campania e Josep Ejarque, Senior Destination Management & Marketing, con un intervento sulle prospettive e strategie del piano strategico per Salerno e Cilento.

Unioncamere Campania partecipa alla Borsa Internazionale del Turismo (BIT) confermando il **proprio impegno nel promuovere una visione sistemica del comparto turistico**, riconosciuto come asset strategico per lo sviluppo economico regionale al pari dei principali poli manifatturieri.

Il turismo continua, infatti, a rappresentare un **settore chiave per il rilancio dell’economia**, ma per rendere strutturale questa crescita risultano necessari interventi mirati, a partire dal potenziamento dei servizi di mobilità e dell’accessibilità delle destinazioni, così da rendere fruibili anche percorsi alternativi e sostenibili.

*"Il passaggio da semplice 'località' a vera 'destinazione' turistica richiede un cambio di paradigma nel nostro modello di gestione – dichiara il **Presidente di Unioncamere e della Camera di Commercio di Salerno, Andrea Prete** - I dati ci dicono che Salerno e la sua provincia pesano già per il 24% delle presenze turistiche regionali, ma per colmare il divario con i livelli pre-pandemici e competere sui mercati internazionali non possiamo più permetterci un'offerta frammentata. La Camera di Commercio – continua **Andrea Prete** - vuole essere il motore di un coordinamento organico: il nostro ruolo è quello di agire come raccordo strategico tra le amministrazioni comunali e gli operatori turistici. Non intendiamo sovrapporci alle singole identità locali, ma fornire linee guida chiare su cui convergere. Il Destination Management Plan è lo strumento che mette a sistema queste energie, trasformando l'accessibilità garantita dall'aeroporto, dai porti, dall'alta velocità ferroviaria e dalle autostrade in un'esperienza turistica integrata, che vada oltre la stagionalità e i confini dei singoli comuni. Solo attraverso una governance condivisa e una visione d'insieme potremo valorizzare prodotti d'eccellenza — dalle attrazioni naturalistiche del Cilento all'enogastronomia della Piana del Sele — garantendo standard di qualità elevati e una comunicazione digitale all'altezza delle sfide globali."*

*"E' evidente che la logistica è una leva sulla quale investire per migliorare i diversi ambiti nei quali si sta sviluppando il turismo, ma è vero anche che uno dei settori che potenzialmente è in crescita è quello del turismo enogastronomico che, con una logistica migliore, potrebbe crescere in maniera esponenziale, così come anche il turismo di nicchia - spiega il **Presidente di Unioncamere Campania, Tommaso De Simone** - Penso, ad esempio, al cicloturismo che avrebbe bisogno di collegamenti veloci e agevoli. Solo investendo possiamo creare condizioni adeguate per migliorare*

*l'accessibilità e la fruizione delle bellezze che rendono attrattivo il nostro territorio che vanta numerosi siti Unesco".*

*Ha dichiarato **Vincenzo Maraio, Assessore al Turismo della Regione Campania**: “Le infrastrutture non sono semplicemente opere, ma la spina dorsale di una politica turistica moderna. Porti, aeroporti, reti ferroviarie e collegamenti interni devono essere pensati come strumenti di un'unica azione di sistema, capace di connettere territori, imprese e comunità locali dentro una visione condivisa. La sfida non è solo aumentare i numeri, ma governare i flussi: distribuirli meglio nello spazio e nel tempo, aprendo nuove direttrici verso il Cilento e le aree interne e alleggerendo la pressione sulle mete più frequentate. In questo quadro la comunicazione digitale diventa leva strategica: deve orientare le scelte dei visitatori prima, durante e dopo il viaggio, valorizzando itinerari alternativi e modelli di fruizione sostenibile. Solo attraverso un vero gioco di squadra tra Regione, istituzioni locali, sistema camerale e imprese potremo trasformare l'accessibilità in qualità dell'esperienza turistica e fare della Campania una grande destinazione integrata, competitiva e duratura”.*

La domanda turistica è sempre più esigente, informata e attenta all'ambiente: si diffonde una cultura del turismo sostenibile, capace di preservare il patrimonio per le generazioni future e, allo stesso tempo, ampliare l'offerta con esperienze immersive legate a paesaggio, natura ed eccellenze locali.

In questo scenario, **la trasformazione digitale sta modificando profondamente la filiera turistica e i modelli di business**, rendendo possibile un'esperienza di viaggio continua che inizia nella fase di pianificazione online e prosegue anche dopo il rientro del turista.

La Campania può contare su un patrimonio turistico ampio e diversificato – città d'arte, località balneari e termali, siti religiosi, paesaggi naturali ed eccellenze enogastronomiche – in grado di intercettare molteplici segmenti di domanda.

I dati più recenti confermano la solidità del comparto:

- tra gennaio e ottobre 2025 gli alloggi disponibili sul mercato degli affitti brevi hanno raggiunto quota **59 mila (+4%), con circa 4 milioni di giorni prenotati**,
- l'analisi di location intelligence registra oltre **1,3 milioni di turisti nelle destinazioni campane**, con una componente straniera superiore al 57%.
- Il turista tipo appartiene prevalentemente alla **Generazione Y** e sceglie la Campania soprattutto per l'offerta culturale, l'enogastronomia e le bellezze naturalistiche, con una spesa media di circa 102 euro pro capite al giorno.

Fondamentale, in questa prospettiva, il ruolo delle infrastrutture: l'aeroporto di **Napoli-Capodichino ha superato i 13 milioni di passeggeri annui**, mentre lo scalo di Salerno ha registrato una crescita record, e i porti di Napoli e Salerno hanno movimentato complessivamente **oltre 2,3 milioni di crocieristi, confermando la centralità della Campania nei flussi del Mediterraneo**.

Accanto ai risultati positivi emergono tuttavia alcune criticità, tra cui la pressione sulle principali destinazioni, i limiti di capacità degli snodi di accesso e le carenze nei collegamenti verso le aree interne. Diventa quindi necessario rafforzare la governance del turismo, favorire la destagionalizzazione, differenziare l'offerta e orientare lo sviluppo verso modelli sostenibili e di qualità.

Unioncamere Campania si conferma in questo contesto punto di riferimento per l'analisi economica e la programmazione territoriale, contribuendo con studi, rapporti e progettualità a una crescita integrata, consapevole e duratura del sistema turistico regionale.