



Il cambio di paradigma

Turismo: la Campania punta su tre settori food, moda e religione

► Oggi la chiusura della Bit a Milano
«Bilancio positivo per la Regione»

LA KERMESSE

Dario De Martino

La declinazione di turismo immaginata dalla Regione Campania parla al plurale. Enogastronomia, religione e filiere produttive di eccellenza a partire dalla moda. Un'idea di turismo esperienziale che abbia Napoli al centro ma che si allarghi, affiancata da uno sviluppo delle infrastrutture del trasporto, alle aree interne e non solo. Di questi concetti si è parlato ieri nel secondo giorno della Bit a Milano dove la Campania, forte di numeri turistici molto alti e dell'America's Cup in arrivo, si è mostrata come una delle Regioni con più forza attrattiva e anche con tante idee di sviluppo. Insomma, dalla Borsa internazionale del turismo di Milano che si chiude oggi, l'assessore al Turismo Enzo Maraio si appresta a tornare a Napoli con un buon riscontro nazionale rispetto alle potenzialità della Campania e tante buone idee nate dal confronto con le altre realtà nazionali e internazionali. E anche il mondo delle imprese è pronto a dare il suo contributo come conferma la partecipazione di Unioncamere, con il suo numero uno Andrea

► L'assessore Maraio: «Ecco i nuovi ambiti per un'offerta competitiva e sostenibile»

Prete, che conferma «il proprio impegno nel promuovere una visione sistematica del comparto turistico, riconosciuto come asset strategico per lo sviluppo economico regionale al pari dei principali poli manifatturieri».

IL CONFRONTO

«Immaginare più forme di turismo, tra loro integrate e complementari. È una visione realizzabile: la programmazione regionale e il gioco di squadra tra istituzioni, imprese e territori devono andare in questa direzione, con l'obiettivo di costruire un sistema turistico più diversificato, competitivo e sostenibile», ha detto Maraio al termine del panel "nuovi turismi tra cultura, artigianato, tradizioni ed enogastronomia" che ha animato ieri pomeriggio lo "Spazio Campania", l'area istituzionale regionale pensata come luogo di confronto e valorizzazione delle eccezionalità territoriali. La relazione tra i turismi, è stata evidenziata, tra gli altri, da Ugo Picarelli, direttore della Borsa mediterranea del turismo archeologico, che ha messo in evidenza come la valorizzazione delle aree interne, l'integrazione dei servizi turistici con il sistema ferrovia-

rio regionale e la costruzione di alternative all'overtourism rappresentino leve strategiche per un turismo più equilibrato. In questa prospettiva si inserisce anche l'itinerario culturale europeo dei siti archeologici subacquei, a partire da Baia sommersa. In quest'ottica, il responsabile comunicazione di Scabec Giuseppe Ariano ha evidenziato il valore strategico di Artecard come strumento di promozione: «Non è soltanto un pass museale, ma una piattaforma che mette in rete i principali luoghi della cultura della Campania, integrando l'accesso al patrimonio con il trasporto pubblico locale». Nel corso del panel è emerso anche il legame tra artigianato, manifattura e patrimonio archeologico, con un riferimento al mondo della moda e ai ritrovamenti emersi negli scavi di Pompei, come l'antica conceria restaurata. «Il turismo legato alla moda è una scommessa e in Campania esistono le condizioni perfette per provarci», dice Eduardo Imperiale

IL PANEL

E a proposito del sostegno delle imprese, importante anche il confronto organizzato da Unioncamere e Camera di Commercio

di Salerno che si è soffermato sul ruolo dei porti e degli aeroporti come «grandi hub del turismo regionale». L'aeroporto di Napoli-Capodichino ha superato i 13 milioni di passeggeri annuali, 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. «Il passaggio da semplice "località" a vera "destinazione" turistica richiede un cambio di paradigma nel nostro modello di gestione», dice Prete. Per il presidente campano di Unioncamere Tommaso De Simone «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. Solo investendo - chiosa De Simone - possiamo creare condizioni adeguate per migliorare l'accessibilità e la fruizione delle bellezze che rendono attrattivo il nostro territorio che vanta numerosi siti Unesco».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**NUOVE SINERGIE
CON UNIONCAMERE
«IL COMPARTO
ASSET STRATEGICO
COME L'INDUSTRIA
MANIFATTURIERA»**

**«RILANCIAMO
L'ARTECARD
PER METTERE IN RETE
TUTTI I POLI
CULTURALI
DEL TERRITORIO»**



LA FIERA L'assessore regionale
al Turismo Enzo Maraio (al
centro) alla Bit di Milano

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

046770

Primo Pomeriggio - 12 febbraio 2026

Il cambio di paradigma
Turismo: la Campania punta su tre settori food, moda e religione

Pompei, lite sull'accoglienza le guide restano sull'Aventino «Nessun dialogo con i vertici»

