



# Pasqua 2007

## Indagine preliminare

(marzo 2007)

**Codice Prodotto- OSPN02-R01-D01**

Copyright © 2007  
Osservatorio del Turismo della Campania  
Tutti i diritti riservati

## Indice

|   |    |
|---|----|
| Intervista a Santino Barili , Presidente EPT di Avellino .....                    | 3  |
| Intervista a Ettore Curari , Presidente EPT di Caserta.....                       | 5  |
| Intervista a Luigi D'Anna , Presidente EPT di Benevento .....                     | 6  |
| EPT di Salerno.....   | 8  |
| Incontro con Costanzo Iaccarino, Presidente della Federalberghi di Sorrento ..... | 10 |
| Incontro con Vincenzo Lombardi Presidente dell'EBIT .....                         | 12 |

## **Intervista a Santino Barili , Presidente EPT di Avellino**

Secondo il Presidente Barile non è semplice effettuare una previsione del movimento turistico nel prossimo periodo pasquale, a causa dell'influenza che il fattore climatico ha avuto da sempre su questi andamenti; la sensazione che si ha, in parte mutuata dalle esperienze pregresse e in parte da verifiche puntuali con locali operatori del settore, è che il flusso conoscerà probabilmente un lievissimo incremento, pur restando in prevalenza un fenomeno di tipo escursionistico (per circa l'80%).

In questo particolare periodo dell'anno il turismo, in alcune zone dell'Irpinia, sarà legato essenzialmente all'elemento religioso nei giorni precedenti la Pasqua, o a quello ambientale nel lunedì in Albis, in questo caso prevalentemente diretto verso i vasti comprensori del Lacero e del Terminio, con una significativa incidenza degli aspetti riferiti all'enogastronomia. Proprio per la prevalenza della componente escursionistica il periodo medio di permanenza sarà sicuramente inferiore ai 3 giorni, con una connotazione del fenomeno tipicamente "di prossimità". Le nazioni da cui arriveranno la maggior parte dei turisti stranieri saranno la Germania, il Belgio e la Francia; con una percentuale significativa di cittadini italiani emigrati che, insieme alle loro famiglie, fanno ritorno al proprio paese d'origine.

Non sono state messe in campo azioni specifiche né dalla Regione Campania, né dai singoli operatori per favorire un incremento delle presenze pasquali. Tuttavia, a livello di strategia globale per lo sviluppo turistico del territorio, è stato istituito un Tavolo di concertazione permanente per il turismo della provincia di Avellino (che comprende Enti Parco, EPT, Comunità Montane, i due Assessorati all'Agricoltura e al Turismo, lo Stapa Cepica, FIAVET e Federalberghi) che a causa della sua recente istituzione non ha, per il momento, portato ancora benefici.

Inoltre, per favorire l'afflusso di turisti nei periodi di bassa stagione, sono stati organizzati degli eventi quali "Musica in Irpinia" e un grande festival rock internazionale di 3 giorni, cercando di sfruttare zone come la fascia del Terminio, ricca di ristoranti, bar e luoghi di intrattenimento per i giovani. Infatti, per aumentare l'attrattiva turistica del territorio nei periodi di minore concentrazione di presenze – come in giugno, a differenza del trimestre successivo - bisognerebbe incrementare il numero di eventi, pubblicizzandoli e promuovendoli fortemente, in modo da creare una serie di attrattori ludici di diverso genere, per sopperire alla scarsa presenza di quelli culturali; allo stesso modo, sarebbe importante sensibilizzare i cittadini sui "tesori" ambientali e, in taluni casi, culturali, in loro possesso per favorire processi virtuosi legati al meccanismo del "passaparola".

## **Intervista a Ettore Curari, Presidente EPT di Caserta**

La lettura che il presidente Cucari dà del fenomeno turistico nel periodo pasquale, non alimenta previsioni incoraggianti: non si prevede, infatti, alcun incremento del flusso turistico rispetto all'anno 2006; un risultato più che positivo potrebbe essere già il mantenimento dei livelli raggiunti negli anni precedenti.

La causa di ciò è da ricercare, soprattutto, nel fatto che l'evento pasquale è venuto a cadere in un momento ancora troppo lontano dalla stagione estiva, per poter stimolare gli utenti finali ad andare in vacanza per un tempo superiore ai 3-5 giorni (periodo stimato per la Pasqua 2007). Le nazioni da cui proverrà il maggior flusso turistico, stando agli ultimi anni, saranno Italia, per la stragrande maggioranza degli arrivi, Germania, Inghilterra, Spagna e Francia; inoltre si sta verificando un aumento delle popolazioni provenienti dall'est Europa, in particolare dalla Russia, probabilmente dovuto sia alle capacità di spesa di questo popolo che all'incremento dei collegamenti aerei. Il turismo di questo periodo è legato in particolare alle componenti leisure, culturale ed enogastronomico, mentre non si rileva alcun ruolo determinante di quello religioso.

Purtroppo per la Pasqua non sono state poste in atto strategie di alcun tipo per l'incremento del flusso turistico, né dalla Regione Campania, né dagli altri enti, né tantomeno dai singoli operatori turistici. Sarebbero, invece, importanti delle politiche che puntino a promuovere grandi eventi, diretti soprattutto a favorire un turismo di qualità più che di quantità, dato che i prezzi del nostro paese, in genere, risultano essere tra i più alti nel panorama europeo. Il problema più rilevante per lo sviluppo e l'attuazione di queste strategie resta comunque la difficoltà di effettuare un reale controllo e monitoraggio dei flussi turistici del territorio campano, a causa, soprattutto, dell'extralberghiero, totalmente fuori controllo negli ultimi anni.

## **Intervista a Luigi D'Anna , Presidente EPT di Benevento**

Il Presidente D'Anna dell'EPT di Benevento, durante il nostro incontro, ha voluto evidenziare lo sforzo effettuato dall'associazione stessa per risolvere il problema del turismo extralberghiero. Si è cercato di censire la maggior parte degli agriturismi che, ad oggi, ammontano a circa 120/130 nella provincia di Benevento; ma nonostante il lavoro svolto, permangono non poche difficoltà: solo pochi di essi, ad esempio, compilano il modulo C59, trovandolo spesso di difficile comprensione; a tal proposito sarebbe opportuno organizzare corsi per approfondire, ma soprattutto per spiegare, il ruolo del C59 e l'importanza della raccolta dei dati statistici sui flussi turistici della zona, elementi di base per attuare eventuali politiche di sviluppo.

Nel periodo di Pasqua è atteso, rispetto allo scorso anno, un lieve incremento (salvo eventuali imprevisti legati al fattore meteorologico), originato probabilmente dalle diverse strategie di marketing e di incoming che, pur non essendo direttamente legate al periodo pasquale, attraverso la vendita di pacchetti, di particolari itinerari e con i notevoli sforzi degli operatori turistici, hanno cercato di favorire la promozione delle bellezze e delle risorse tipiche del beneventano.

Le nazioni da cui arriverà il maggior numero di turisti, stando alle esperienze passate, saranno la Germania e i paesi dell'Est, quali Romania e Bulgaria (fenomeno caratterizzato da un trend di crescita continua).

Secondo il Presidente però, per stimolare un aumento duraturo e significativo delle presenze, in questo come in altri periodi dell'anno, risulterebbero più efficaci politiche tese ad incrementare un turismo nazionale, più che internazionale, cercando di avviare processi di fidelizzazione, di allungare la permanenza con la riduzione dei flussi legati all'escursionismo, con la promozione magari di un sistema di agevolazioni volto ad aumentare i giorni

di pernottamento che, nel caso del periodo pasquale, resta sempre inferiore ai 3 giorni.

Potrebbe risultare utile, inoltre, una maggiore collaborazione tra enti provinciali, con la creazione di pacchetti o itinerari che puntino a valorizzare in modo unitario le zone di Napoli, Caserta, Avellino e Benevento, così diverse eppure tutte così interessanti, in modo da realizzare notevoli sinergie; potrebbero crearsi ad esempio dei collegamenti tra la vicina Pietralcina, caratterizzata da un turismo religioso, e Benevento, caratterizzata invece da un turismo prevalentemente culturale e leisure.

Altra iniziativa importante potrebbe essere quella di colmare una carenza strutturale, con la costruzione di strutture alberghiere appartenenti alle grandi catene internazionali (Best Western, Hilton...) che, per la loro diffusione e le loro caratteristiche, sono conosciute e apprezzate in tutto il mondo e costituirebbero, da sole, un importante volano di promozione delle aree interne della Campania.

## **EPT di Salerno**

Dai primi segnali percepiti, in seguito ai contatti telefonici con le strutture ricettive alberghiere, si prevede che il flusso turistico nel periodo pasquale 2007 sarà sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. Tenendo in ovvia considerazione il fatto che le condizioni metereologiche rappresenteranno la variabile principale per determinare la reale consistenza dei movimenti che caratterizzeranno il periodo in questione; circostanza che assume un peso preponderante soprattutto per la costiera amalfitana.

In tale periodo il turismo proverrà, principalmente, dalla stessa Regione Campania, dalla Gran Bretagna e dalla Germania ed avrà essenzialmente un carattere leisure, poiché nella maggior parte dei casi le vacanze pasquali costituiscono un modo per rivedere parenti e amici e non rappresentano, sicuramente, l'apertura della stagione estiva. Allo stesso tempo, grazie ai numerosi attrattori storici-artistici presenti in particolare nelle aree di Paestum e Velia, il turismo culturale risulta essere il prodotto più ricercato in tale periodo dell'anno (è stimabile in una percentuale del 60/70%). In questi casi il flusso turistico sarà fortemente legato a fenomeni escursionistici, anche se si prevede che, in molti casi, la permanenza media sia stimabile tra i 3 e i 5 giorni. Nella provincia di Salerno inoltre, inciderà fortemente anche l'aspetto religioso: basti pensare che il rito della Via Crucis ad Amalfi e a Minori, rappresenta un evento di grande richiamo per la Costiera Amalfitana.

Non sono state attivate particolari politiche per l'incremento dei flussi turistici in questo periodo dell'anno dalla Regione Campania; i singoli operatori hanno promosso invece dei pacchetti composti da un minimo di 3 notti cercando di effettuare anche una politica di controllo sui prezzi; saranno altresì attivati dei collegamenti marittimi tra Salerno e la Costiera Amalfitana e l'isola di Capri. Ovviamente bisognerebbe intervenire con strategie che valorizzino e sostengano maggiormente le risorse paesaggistiche, artistiche e



storiche della provincia di Salerno, puntando ad incrementare, soprattutto nei periodi di bassa stagione, un turismo di qualità più che di quantità. A tal proposito risulterebbero determinanti l'organizzazione di eventi, un'intensa campagna mediatica ed una cura scrupolosa per l'organizzazione dei servizi turistici, elevando gli standard qualitativi e professionali delle strutture alberghiere e ottimizzando tutte le attività collaterali al turismo.

## **Incontro con Costanzo Iaccarino, Presidente della Federalberghi di Sorrento**

Le stime del Presidente Iaccarino evidenziano un lievissimo incremento che interesserà il flusso turistico di quest'anno nel periodo pasquale , rispetto al 2006.

In penisola sorrentina il dato relativo agli arrivi non sarà assolutamente influenzato in modo significativo dal fenomeno escursionistico, allo stesso modo di quanto accaduto in occasione delle festività degli anni precedenti; la maggior parte dei turisti, infatti, proveniente in particolar modo dall'Inghilterra, dagli Stati Uniti e dall'Italia stessa, soggiornerà per un periodo medio di circa 3-5 giorni.

Come è ben noto il mercato turistico, negli ultimi anni, ha subito notevoli cambiamenti; con l'introduzione di internet e delle prenotazioni on line effettuate direttamente dall'utente finale si è provocato uno sconvolgimento sia della domanda che dell'offerta. Il ruolo precedentemente svolto dai tour operator oggi è stato soppiantato dalle innumerevoli "agenzie" on line, considerate più comode e veloci. E' interessante notare, inoltre, come la Penisola Sorrentina stia divenendo meta dei visitatori provenienti dall'Est europeo, in particolare dalla Russia (anche se tale fenomeno è da considerarsi ancora marginale), mentre si sta registrando un notevole decremento del turismo nostrano.

Grazie alla posizione e alle attrattive tipiche del luogo, il turismo maggiormente presente in penisola, in questo periodo dell'anno, è caratterizzato principalmente dagli elementi leisure e culturale, mentre quello religioso non riveste un ruolo importante, concentrandosi, per ovvi motivi, in luoghi come Pompei.

Per favorire un incremento del turismo nella Settimana Santa, la Regione Campania non ha provveduto a promuovere alcuna iniziativa; risulterebbero

necessarie, invece, strategie volte a migliorare tutti i servizi collaterali al turismo (trasporti, viabilità, igiene e sicurezza). Importante sarebbe, inoltre, l'organizzazione di un calendario di piccoli eventi, ben coordinati e pubblicizzati dagli enti pubblici, volti ad attirare non solo un numero maggiore di turisti ma anche a coinvolgere gli abitanti del luogo, puntando su un turismo di qualità più che di quantità. E' chiaro che contemporaneamente a tali strategie dovrebbero essere risolti una serie di problemi strutturali, quali il monitoraggio di B&B e agriturismi, ormai fuori controllo, la maggior parte dei quali non censita. Nella penisola sorrentina, infatti, si contano circa 200 B&B che svolgono il loro lavoro assolutamente "al nero", non fornendo, ovviamente, alcun dato relativo al flusso turistico nei vari periodi dell'anno; la mancanza di dati forniti dall'EPT competente, inoltre, non permette di ottenere delle statistiche, sulla base delle quali realizzare strategie e politiche di incremento e diversificazione.

## **Incontro con Vincenzo Lombardi Presidente dell'EBIT**

Secondo il presidente Lombardi il flusso turistico nel periodo pasquale sarà in gran parte influenzato dal fattore climatico, ma l'andamento di quest'anno sarà - rispetto all'anno 2006 - sostanzialmente stazionario, salvo eventi eccezionali (legati ad esempio ad episodi di criminalità) che più volte hanno stravolto qualsiasi tipo di previsione, correggendo al ribasso le stime effettuate.

Il mercato turistico nel territorio campano e nelle isole maggiori in particolare è rappresentato, principalmente, da turisti tedeschi, la cui presenza ha registrato una notevole ripresa durante lo scorso anno, come nel caso dei turisti scandinavi; inoltre, è molto interessante notare come questo territorio si stia aprendo, nel tempo, a nuove nazionalità tra cui russi, indiani e cinesi (fenomeni da considerarsi però ancora sotto l'aspetto prettamente qualitativo, vista la dimensione effettiva). La permanenza media di questi turisti è di circa 3-5 giorni nell'isola di Ischia, mentre è inferiore ai 3 giorni a Napoli e nel resto del territorio.

Nel periodo pasquale il turismo assume soprattutto una connotazione leisure e culturale; mentre invece nel territorio ischitano si assiste ancora ad una netta prevalenza di fattori di scelta legati, in particolar modo, al termalismo e al benessere in generale. Non c'è quindi alcun peso rilevante del fenomeno religioso in una dimensione regionale, mentre questo resta ancora preponderante in alcuni luoghi specifici, come Pompei e Pietralcina, dove le attrattive e la storia del luogo generano e favoriscono soprattutto un turismo di tipo escursionistico.

In relazione a questo particolare periodo dell'anno né Regione Campania né i singoli operatori hanno programmato alcun evento o messo in campo strategie volte ad incrementare il flusso turistico; sono però stati pianificati alcuni

appuntamenti, come ad esempio “la Borsa del turismo ambientale e rurale”, per promuovere lo sviluppo del turismo culturale ed enogastronomico.

Sicuramente molte potrebbero essere le azioni e le strategie da studiare e porre in essere, volte a sostenere ad esempio il turismo scolastico o quello sociale, che attualmente si caratterizzano per discreti trend di crescita; come pure iniziative che puntino alla concessione di contributi economici ai tour operator, permettendo loro di creare dei pacchetti turistici contenendone i prezzi; o, infine, progettare itinerari particolari rivolti ad un turismo di nicchia o a target specifici - che stanno assumendo un ruolo molto importante in seguito ai cambiamenti che investono il settore - cercando poi di fidelizzare tale clientela, superando le difficoltà legate alla scarsa presenza di servizi collaterali al turismo.