



Napoli pronta al rilancio

Per il presidente di Federalberghi Napoli, Salvatore Naldi, tre sono i punti cardine per far ripartire il turismo, in particolare quello congressuale: un rapporto più sinergico con le istituzioni, la creazione di un sistema in rete di imprese private e un programma di promozione adeguato

◆ Annarita Maggi

TIl rilancio del turismo a Napoli passa sempre più attraverso il rapporto sinergico con le istituzioni e l'ideazione condivisa di eventi ed iniziative sul territorio. Ne è fermamente convinto il presidente di Federalberghi Napoli, Salvatore Naldi, che presiede anche il Consorzio di albergatori Napoli Business&Leisure ed è consigliere di Federalberghi Roma, oltre ad essere il patron di importanti alberghi come Renaissance Naples Hotel Mediterraneo e il Marriott Grand Hotel Flora Rome. A dargli ragione sono i numeri. Secondo i

dati di Federalberghi, il 2013 ha infatti segnato nella città partenopea una crescita dell'occupazione di 3 punti percentuali rispetto al 2012 passando dal 62% al 65%. Una leggera ripresa c'è stata anche a Capodanno con un'occupazione camere pari al 91% e, dato ancora più interessante, contrariamente agli altri anni, i turisti, approfittando del calendario favorevole, hanno soggiornato in città anche per 3 giorni consecutivi. Un incremento dovuto proprio anche a una serie di buone iniziative proposte dalle istituzioni che hanno



offerto ai turisti la possibilità di scoprire Napoli in tutta la sua bellezza anche nei suoi aspetti meno noti e che hanno determinato un cambiamento negli stili di consumo: «di solito», spiega Naldi, «la media di soggiorno non oltrepassa l'1,7 giorni, in quanto i visitatori si spostano poi in Costiera Sorrentina o in quella Amalfitana e nelle isole». Va detto tuttavia che non per tutti l'incremento occupazionale si è tradotto in crescita di fatturato: molti alberghi hanno infatti ridotto le tariffe per andare incontro alle esigenze di una clientela composta all'80% da turisti di fascia media. Resta comunque il fatto che la strada delle sinergie tra pubblico e privato ha dato buoni risultati e va portata avanti. «Le amministrazioni locali», continua Naldi, «possono utilizzare i fondi ricevuti per realizzare nuovi eventi appealing sul territorio: ad esempio Federalberghi ha partecipato insieme a Confindustria (sezione Turismo) alla creazione di un opuscolo promozionale per il "Maggio del Monumenti».

Il turismo congressuale è un altro importante settore su cui puntare per rilanciare la destinazione Campania nel mondo, anche se, fa notare Naldi, «al momento, manca un Convention Bureau in grado di coordinare e di dare assistenza all'organizzazione di eventi e congressi su tutto il territorio». Per il futuro, Naldi auspica un'intesa territoriale tra le strutture congressuali, la C.C.I.A.A. il Comune e la Regione e anche la creazione di un sistema in rete di imprese, che consentirebbe di non dipendere troppo dai contributi pubblici. «È necessario, poi», conclude Naldi, «un buon programma promozionale in grado di comunicare tutte le iniziative e valorizzare al meglio le risorse della destinazione».

In apertura, Castel dell'Ovo, il castello più antico di Napoli e uno degli elementi che spiccano maggiormente nel panorama del golfo. Si trova tra i quartieri di San Ferdinando e Chiaia, di fronte a Mergellina. Sopra, Il roof dell'Hotel Mediterraneo Napoli. In basso a sinistra, il presidente di Federalberghi Napoli, Salvatore Naldi

