

**GIRO D'ITALIA**

# Il grido delle adv di Napoli:

La città soffre ancora per problemi di immagine e accusa le amministrazioni locali di una

**Non riparte l'incoming a Napoli. Dopo tre anni dallo scandalo rifiuti, la città non è ancora uscita dal lungo tunnel di discredito che l'ha colpita. E i turisti latitano.** "Il nostro problema è l'immagine. Quello che c'è di buono alla fine non si vede". È con queste parole di **Maria Belfiore**, titolare dell'agenzia **Mary Tour**, che si riassume il sentimento degli agenti napoletani, per i quali l'incoming è la principale fonte di business.

La città, infatti, soffre ancora di una forte contrazione dei flussi turistici. "Diversi anni fa - ricorda infatti **Lea Capolupo**, titolare di **Company Travel Agency** - si lavorava molto, oggi registriamo un netto calo". Perché il passaparola è utilissimo quando serve per diffondere le virtù di un luogo, ma ha effetti devastanti quando l'impatto dei turisti è negativo. "Esiste un problema di vivibilità - rimarca **Regina Fujani**, direttore di **Airon-tour** - che, sebbene non sia più grave come prima, rimane penalizzante ed è legato a diversi fattori, come la viabilità, la sicurezza e l'insufficienza nell'accoglienza e nei servizi ai turisti".

**Le note dolenti della città**

Cantieri aperti da anni per la realizzazione della metropolitana, pochi punti di informazione turistica nei centri strategici, come la stazione o i porti di imbarco verso le isole minori, e l'insicurezza sono tra le note dolenti segnalate dagli agenti di viaggi. "Il turismo porta soldi - aggiunge ancora Fujani -; è vero che risolvere le cose è complicato, ma che almeno si inizi".

Il mancato intervento da parte delle amministrazioni locali e delle istituzioni nazionali è, infatti, un altro aspetto che lamentano gli agenti napoletani, davanti all'indifferenza da parte di chi dovrebbe invece occuparsi dei problemi della città. "Pensare che basti programmare un'importante campagna promozionale e pubblicitaria sarebbe un errore - dichiara Maria Belfiore - . La verità è che si dovrebbe iniziare a risolvere alcune problematiche concrete".

**Ettore Cucari**, titolare dell'agenzia **Sonesta Viaggi** e presidente della **Fiavet** regionale, sembra essere sulla stessa linea dei suoi colleghi: "Una disattenzione da parte delle istituzioni che non intervengono per cercare di porre un freno a determinati comportamenti negativi e neanche per recu-



Ettore Cucari, Sonesta Viaggi



Regina Fujani, Airon-tour



Enrico Califano, I Viaggi Jack Sparrow



Lea Capolupo, Company Travel Agency

perare l'immagine sbiadita del nostro territorio".

**Percezione non veritiera**

Per Cucari, la città paga soprattutto una percezione che è lontana dalla realtà. La vicenda legata ai rifiuti, che ora sembra essere stata risolta, ha diffuso un'impressione negativa in tutto il mondo i cui effetti si trasci- nano ancora oggi. E in più, c'è il tema della sicurezza, che è un altro gravissimo deterrente per i turisti. Ma il presidente **Fiavet** tende a ridimensionare il problema perché "a Napoli non c'è più delinquenza che in molte altre città, che invece attraggono

visitatori da tutto il mondo, com'è il caso di New York, ad esempio". Ma l'immagine di Napoli non è l'unico problema della città. "Perché si possa lanciare una località - afferma ancora Cucari - si deve garantire l'accesso al prodotto".

**Trasporti: tasto critico**

Questo accesso non è facile come sembra. Sebbene l'Alta velocità ferroviaria abbia avvicinato Napoli a Roma, centro nevralgico per il trasporto aereo, raggiungibile oggi in solo un'ora di treno, mancano le vie di accesso diretto. L'aeroporto è uno scalo cittadino, con pochi margini di sviluppo e il porto, a detta di quasi tutti gli agenti, non rappresenta una concreta porta d'ingresso alla Regione, nonostante sia uno dei principali porti europei per il trasporto passeggeri.

"Se si escludono le crociere e si guarda solo alle rotte di collegamento con gli altri porti - fa notare **Giuseppe Ambrosino**, titolare di **Aladino Viaggi** -, è tutto orientato all'outgoing. Non ci sono linee che possano incentivare l'incoming, come potrebbe esserlo una verso Genova". Nei progetti però c'è il rinnovamento dello scalo portuale, con investimenti per quasi 650 milioni di euro e la realizzazione di alcune infrastrutture, tra cui l'adeguamento dell'accessibilità marittima, terrestre e il waterfront.

**Il business crociere**

A fronte di uno scarso contributo all'incoming, rimane però il business delle crociere e Napoli è oggetto di investimenti sempre maggiori da parte delle compagnie crocieristiche, con un traffico che cresce di anno in anno. Ma il vero affare riguardante le crociere, anche in questo caso, è limitato all'outgoing perché "i crocieristi non entrano in città ma vengono impacchettati e portati fuori, ad Amalfi e Sorrento ad esempio" spiega Maria Belfiore. Anche per **Aldo Caruso**, responsabile di **Alitavel**, "il porto è una risorsa solo per chi ci lavora direttamente ma, a livello di incoming, vale poco perché la città non riesce a beneficiarne".

A questo si aggiunge il rischio che sempre più navi vengano trasferite "al porto di Salerno - avverte Caruso -. Le amministrazioni locali stanno incentivando le compagnie, che trovano la soluzione di Sa-



lerno più conveniente rispetto a Napoli".

Un tema caldo anche per Ettore Cucari, che conferma la difficoltà a rendere proficuo un mercato "avulso, che non si lega alla realtà economica locale. A livello di incoming non lascia niente, al massimo la voglia di tornare".

Per il presidente **Fiavet** Campania, l'unica speranza è l'home port ed anche **Confcommercio** Napoli ha lanciato una proposta per realizzare nel terzo approdo italiano un molo destinato alle grandi navi da crociera e agli yacht superiori ai 50 metri. Il porto di Napoli, quindi, per gli operatori ha un ruolo fondamentale, ma è penalizzato dal fatto di non aver realizzato appieno la sua vocazione turistica e l'integrazione economico culturale con la città.

**Martina Tamanti**

**I NUMERI****490 IN PROVINCIA**

Sfiora le 500 unità il numero di agenzie di viaggi fatte registrare ad oggi sul territorio della Provincia di Napoli (Fonte: Regione Campania)

**300 PUNTI VENDITA**

Le agenzie in attività ad oggi nella sola area del capoluogo partenopeo (Fonte: Regione Campania)

**951 LE PARTENZE**

Questo il numero, in migliaia, degli abitanti della Provincia di Napoli che hanno effettuato un viaggio all'estero nel 2009 (Fonte: Uic)

**9,1 I PERNOTTAMENTI**

Sono oltre 9 milioni le notti trascorse dai residenti nella Provincia di Napoli in località turistiche all'estero nel corso del 2009 (Fonte: Uic)

**759 LA SPESA**

È questa, in milioni di euro, la spesa turistica all'estero degli abitanti della Provincia di Napoli fatta registrare nel corso del 2009 (Fonte: Uic)