



Assessorato alla Cultura e al Turismo
Cultura Turismo Biblioteche ed archivi

Stati Generali del Turismo
Napoli 2020
Il piano strategico del Turismo

16 marzo 2017
Castel dell'Ovo

Si è tenuta questa mattina l'assise pubblica per la presentazione del Piano Strategico del Turismo a Napoli per il prossimo triennio "Destinazione Napoli 2020" promosso dal sindaco di Napoli Luigi de Magistris e dall'assessore alla cultura e al turismo Nino Daniele in collaborazione con Gesac Aeroporto Internazionale di Napoli.

Insieme al sindaco e all'assessore sono intervenuti: Josep Ejarque, esperto di marketing e management turistico - Armando Brunini, AD di Gesac spa, Aeroporto Internazionale di Napoli - Giancarlo Carriero, Presidente Sezione Turismo, Unione Industriali di Napoli - Antonio Izzo, Presidente Federalberghi Napoli - Noemi Frisoli, Marketing manager easyJet Italia - Valentina Della Corte, docente di Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Napoli "Federico II" - Mariapina Trunfio, Direttore del Master in Tourism & Hospitality Management dell'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" - Stefano Consiglio, docente di Organizzazione Aziendale, Università degli Studi di Napoli "Federico II".

L'assise pubblica arriva a conclusione del lungo percorso degli stati Generali del Turismo napoletano.

Nell'agosto del 2016 l'assessorato alla cultura e al turismo del Comune di Napoli ha convocato gli Stati Generali del turismo intendendo con questo avviare un'analisi approfondita della situazione attuale per delineare una strategia di azione volta a qualificare la città e posizionarla tra le principali destinazioni turistiche europee.

Nel massimo storico di presenze turistiche in città, di dilatazione delle stagioni medie e alte nell'arco dell'intero anno solare e di incremento di iniziative e imprese di accoglienza, ricezione e di intrattenimento e servizi da parte degli operatori, è parso quanto mai necessario definire una strategia che valorizzi gli *asset* tradizionali del turismo e puntare su altri *asset*, fino ad ora poco conosciuti e sfruttati

A questo scopo l'assessorato, di concerto con l'Aeroporto Internazionale di Napoli, il Convention Bureau, le due principali categorie di albergatori e tre cattedre universitarie di management del turismo e dei beni culturali, ha aperto i lavori di preparazione degli Stati Generali del Turismo a Napoli.

Si è trattato di un percorso di studio, confronto e ascolto aperto a tutti gli attori del settore e volto a delineare la migliore strategia per gestire il fenomeno del turismo a Napoli, curarlo, valorizzarlo e incrementarlo al massimo, assicurando ai cittadini e ai visitatori la massima sostenibilità e la più adeguata qualità e quantità di servizi.

La metodologia di lavoro

La scelta di adottare una metodologia partecipata è stata dettata dalla volontà di elaborare un documento per la gestione del turismo della città di Napoli per i prossimi quattro anni coinvolgendo gli attori del territorio e allo stesso tempo per generare un dibattito con gli operatori, al fine di acquisire una conoscenza condivisa dell'attività turistica e dei suoi effetti sulla città.

Da subito si è costituito uno *steering committee* formato dai rappresentanti degli enti coinvolti:

Nino Daniele Assessorato alla cultura e al turismo
Armando Brunini Gesac Aeroporto Internazionale di Napoli
Giancarlo Carriero Unione Industriali Sezione Turismo
Antonio Izzo Federalberghi Napoli
Josep Ejarque Fourtourism
Stefano Consiglio Università degli Studi di Napoli Federico II
Valentina Della Corte Università degli Studi di Napoli Federico II
Mariapina Trunfio Università degli Studi di Napoli Parthenope

Un comitato tecnico, composto dallo staff e dai funzionari degli enti partner, ha lavorato alla elaborazione delle linee dettate dallo *steering committee* e ha seguito tutte le fasi dei lavori.

Dalla fine di ottobre 2016 e fino a gennaio 2017 sono stati insediati, presso le sedi comunali di Palazzo San Giacomo e del Castel Nuovo, 6 tavoli tematici di ascolto e di confronto con gli operatori turistici napoletani che hanno affrontato i seguenti temi:

- **Prodotto turistico e Mercati (Leisure)**
- **Prodotto turistico e Mercati (MICE)**
- **Promozione e Comunicazione Turistica**
- **Accoglienza turistica**
- **Accessibilità e Mobilità**
- **Organizzazione e reti per la gestione e per il Marketing di Napoli**

Circa 250 le presenze ai tavoli che hanno fornito spunti e riflessioni interessanti sui quali il comitato tecnico, diretto da Josep Ejarque, ha lavorato.

Parallelamente al lavoro dei tavoli sono state condotte circa 50 interviste *one to one* ad altrettanti personaggi chiave del turismo napoletano, che hanno contribuito ad arricchire notevolmente il quadro.

Ne è emerso che l'obiettivo fondamentale è quello di conferire definitivamente alla città di Napoli lo status di destinazione turistica attrattiva e competitiva, in grado di attrarre flussi turistici, grazie alla sua personalità e peculiarità. È indispensabile perseguire questo obiettivo attraverso un'attiva gestione pubblica, con una cooperazione e implicazione interistituzionale ed una concertazione pubblico-privata, in modo tale che il turismo possa diventare uno dei pilastri economici della città, stimolando e apportando benefici al territorio, ai cittadini e alla destinazione stessa.

La visione emersa propone dunque Napoli come meta turistica a sé stante, in grado di attirare in modo autonomo flussi turistici. Napoli deve costituire la motivazione primaria per una vacanza.

Ma non solo: si desidera avviare un processo interno, al fine di riuscire ad avere una gestione effettiva del turismo, che riguardi anche la programmazione, l'organizzazione e la promozione turistica della città.

Nello specifico si intende puntare a:

1. raggiungere entro il 2020 i due milioni di arrivi turistici;
2. migliorare l'attrattiva e la competitività di Napoli come destinazione turistica;
3. posizionare Napoli come destinazione di turismo urbano a sé stante nel mercato internazionale;
4. incrementare la notorietà e la visibilità del *brand* Napoli e creare un'immagine positiva di Napoli come destinazione turistica;
5. distribuire regolarmente i flussi turistici nei diversi luoghi di attrazione turistica;
6. partecipare e coinvolgere tutte le aziende e tutti i settori collegati al turismo nel processo di crescita attraverso la collaborazione pubblico-privata.

Per perseguire questi obiettivi si attuerà un piano di marketing e sviluppo turistico che prevede, tra le altre, azioni di promozione e marketing territoriale, strutturazione di servizi mirati al turista (accoglienza, informazione, assistenza), dispositivi di sicurezza, formazione degli operatori, sensibilizzazione dei cittadini.

Il presupposto fondamentale per portare a compimento questo ambizioso progetto è la cooperazione tra istituzioni e privati.

L'enucleazione di tutti i passaggi di questo percorso e i punti salienti del piano strategico sono disponibili sul sito istituzionale del comune di Napoli www.comune.napoli.it e sul blog dedicato www.napoliturismo2020.it