



# SALERNO AL CENTRO DEL MONDO TURISTICO: LA SFIDA DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE PER LE MPMI DELLA FILIERA

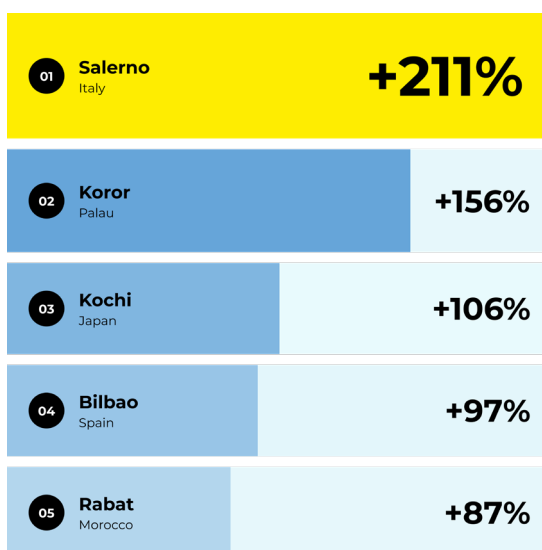
La maturità digitale delle imprese è l'investimento strategico per trasformare il momento d'oro in sviluppo duraturo

di Mara Normando  
PIDMed Researcher

**N**egli ultimi mesi, Salerno è diventata protagonista di una serie di riconoscimenti e analisi che ne confermano la crescente attrattività internazionale. Alla fine del 2025, il *Travel Trends Report* di Skyscanner la classificava tra le destinazioni con la più rapida crescita di interesse al mondo, con un incremento delle ricerche di voli di +211% dal mercato britannico e +418% dal mercato italiano.

A febbraio 2026, alla Borsa Internazionale del Turismo di Milano, la Camera di Commercio di Salerno e Unioncamere Campania presentavano la provincia come hub turistico strategico del Mezzogiorno, con oltre 1,4 milioni di arrivi e 5,1 milioni di presenze nel 2024. Nel 2025, il porto cittadino ha movimentato 140.000 crocieristi, generando un impatto economico diretto di 4,7 milioni di euro.

Numeri che si inseriscono in una strategia territoriale sempre più consapevole: il Destination Management Plan per Salerno e il Cilento, elaborato con il contributo di esperti internazionali, fissa obiettivi ambiziosi di crescita qualificata del traffico internazionale, destagionalizzazione dei flussi e innalzamento della spesa media turistica. Non è più il momento di descrivere Salerno come destinazione emergente: è il momento di chiedersi se il sistema di accoglienza locale sia pronto a raccogliere ciò che il mercato globale sta offrendo. Il turismo è oggi uno dei



Fonte: rielaborazione PIDMed su dati Skyscanner - Trending Destinations 2025

settori in cui la trasformazione digitale avanza con la maggiore velocità e il maggiore impatto competitivo.

A livello globale, il 72% delle prenotazioni turistiche avviene online, il 45% da dispositivi mobili. Il mercato dell'intelligenza artificiale applicata al turismo vale già 2,95 miliardi di dollari nel 2024 e si prevede una crescita annua del 28,7% fino al 2030.

La ricerca accademica documenta benefici concreti: l'adozione di sistemi di revenue management basati su AI è associata a incrementi dei ri-



← cavi alberghieri fino al 10%; strumenti di analisi predittiva migliorano le previsioni di domanda fino al 40%; l'integrazione tra CRM, pricing dinamico e piattaforme di distribuzione digitale rappresenta il nucleo della competitività per chi vuole presidiare i mercati internazionali.

Il viaggiatore contemporaneo sceglie le destinazioni e le strutture anche in base alla qualità dell'esperienza digitale che precede e accompagna il viaggio fisico: recensioni, chiarezza delle informazioni online, semplicità del processo di prenotazione. Senza questi elementi, un'impresa turistica semplicemente non esiste nel mercato globale.

Eppure il quadro europeo delle PMI evidenzia un ritardo strutturale: soltanto il 73% delle piccole e medie imprese ha raggiunto un livello base di intensità digitale, a fronte di un obiettivo UE del 90% entro il 2030. Il settore dell'ospitalità e della ristorazione figura tra quelli con i tassi di adozione tecnologica più bassi.

Per le imprese salernitane questo gap ha conseguenze dirette: senza strumenti digitali adeguati il rischio concreto è che la domanda internazionale venga intercettata dalle grandi OTA (**Online Travel Agencies**), disperdendo i margini a danno delle micro e piccole imprese locali.

In questo scenario si inserisce l'Aeroporto Salerno Costa d'Amalfi e del Cilento, che rappresenta un potenziale abilitatore di trasformazione per l'intero sistema turistico locale.

Riaperto ai voli commerciali nel luglio 2024, lo scalo ha già dimostrato una capacità di attrazione di flussi internazionali significativa nel suo primo anno di attività, con una prospettiva di crescita ambiziosa nel prossimo decennio.

Il suo pieno potenziale, tuttavia, si realizzerà soltanto se la filiera turistica del territorio sarà in grado di intercettare e valorizzare digitalmente i passeggeri che vi transitano.

Un aeroporto internazionale porta con sé una domanda sofisticata e connessa. Spetta alle imprese locali farsi trovare pronte, visibili e competitive nel momento in cui quella domanda si attiva, che si tratti di Londra, Vienna o Parigi.

In questo quadro, la Camera di Commercio di Salerno ha risposto con il Bando PID Turismo: **un milione di euro in voucher a fondo perduto per la doppia transizione digitale ed**

**ecologica delle MPMI della filiera turistica provinciale.** Le imprese del territorio hanno già aderito con ampia partecipazione, investendo in software gestionali, intelligenza artificiale per il pricing dinamico, chatbot multilingue e piattaforme di distribuzione condivisa.

L'articolazione in due misure, fino a 40.000 euro per aggregazioni di imprese, fino a 10.000 euro per realtà singole, ha abbassato la soglia di accesso anche per le strutture più piccole, valorizzando al contempo la logica di filiera.

Una risposta concreta che segnala, nel tessuto imprenditoriale locale, un cambio di mentalità: l'innovazione non è più percepita come opzione, ma come condizione.

C'è però una dimensione che i dati faticano a catturare, e che riguarda l'identità profonda del modello di accoglienza salernitano.

La forza di questo territorio non sta nella capacità di replicare un'offerta standardizzata, ma nella micro-imprenditorialità diffusa che ne innerva il tessuto: il B&B a conduzione familiare, l'agriturismo cilentano che si racconta attraverso la tavola, il ristoratore custode di un sapere che si tramanda.

Sono queste realtà, spesso invisibili agli algoritmi delle grandi piattaforme, a fare la differenza nell'esperienza del visitatore: capaci di trasformare un soggiorno in un ricordo e un ricordo nella ragione per tornare.

Il punto è che il digitale, se ben utilizzato, non sostituisce questa autenticità: la amplifica.

La tecnologia, in questo senso, non è un fine ma uno strumento: serve a fare in modo che l'ospite internazionale riesca a trovare, scegliere e vivere quella qualità di accoglienza che il territorio salernitano sta imparando ad offrire ma che rischia di rimanere invisibile se non adeguatamente comunicata e distribuita nel mercato digitale. La convergenza tra il crescente interesse internazionale per il territorio, lo sviluppo delle infrastrutture di accesso e le risorse istituzionali per l'innovazione disegna per Salerno una finestra temporale preziosa.

Trasformarla in sviluppo durevole richiede che le imprese della filiera turistica investano nella propria maturità digitale come atto strategico consapevole. La sfida è cogliere il momento e trasformare questa consapevolezza in azione.