



# STUDIO di FATTIBILITA'

VI.T.A. S.a.s. di TERESA FRANCO & C.

## Sommario

<b>PREMESSA</b> .....	3
<b>IL SETTORE TURISTICO DAL 2019 AL 2022 E I BRAND TURISTICI ITALIANI</b> .....	4
<b>I FLUSSI TURISTICI NEL 2023</b> .....	7
<b>LE PERCENTUALI REGIONE PER REGIONE</b> .....	8
<b>FOCUS TURISMO IN CAMPANIA</b> .....	9
<i>IL SETTORE TURISTICO CAMPANO</i> .....	9
<i>FOCUS TURISMO IN PROVINCIA DI BENEVENTO</i> .....	11
<b>IL CASO VI.T.A. S.a.s. di TERESA FRANCO &amp; C.</b> .....	13
<i>ALTRE STRUTTURE RICETTIVE PRESENTI NELL'AREA TAMMARO-TITERNO</i> .....	15
<b>STRATEGIE DI MARKETING DA ATTUARE PER INCENTIVARE IL MERCATO</b> .....	17
<b>CONCLUSIONI</b> .....	20
<b>FONTI</b> .....	21

## PREMESSA

Il presente documento s’inserisce nell’Avviso Pubblico **Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione degli attrattori culturali e naturali delle Aree SNAI del Vallo di Diano, Cilento Interno e Tammaro Titerno**, ed ha lo scopo di analizzare il turismo e la struttura ricettiva Albergo D’Onofrio, sita in Telesse Terme, aderente al suddetto bando.

Il turismo costituisce un settore fondamentale per l’economia nazionale, sia per la capacità di contribuire alla crescita del Paese sia per l’opportunità di valorizzare dei territori, la loro identità e specificità. L’emergenza sanitaria ha determinato un crollo notevole delle attività, con conseguenti limitazioni degli spostamenti. Ma nonostante lo shock subito, il comparto ha avuto una reazione straordinaria nel 2021 dimostrando una ripresa, che si è rafforzata l’anno successivo e ancora nel 2023.

Infatti, i dati relativi al 2022 avevano fatto registrare un incremento annuo delle presenze in Italia pari a +39,3% rispetto al 2021, con un notevole recupero del turismo dall’estero, vale a dire la componente che era stata maggiormente penalizzata dalla pandemia. Nonostante tutto, il bilancio consuntivo del 2022 ancora registrava un numero di presenze inferiore – di circa 34 milioni di unità – a quello osservato nel 2019 e un saldo pari a -7,8%, tanto da far posizionare l’Italia nel confronto con gli altri Paesi dell’Unione in quarta posizione per numero di presenze nel 2022, dopo Spagna (16,6%), Francia (16,3%) e Germania (14,7%). Le cose sono andate molto meglio nel 2023. I dati di Assoturismo Confesercenti fotografano che i turisti in visita in Italia tornano su livelli superiori al 2019 (ultimo anno pre-Covid), con 445,3 milioni di presenze nelle strutture ricettive, in aumento dell’8,1% rispetto al 2022 e anche rispetto al 2019, quando le presenze si erano attestate a 436,7 milioni. A trainare il buon andamento, soprattutto gli stranieri che hanno contribuito in modo determinante al sorpasso sul 2019: le presenze estere hanno segnato il +13,7% sul 2022 e, in valori assoluti, si sono attestati a oltre 228,5 milioni (220,6 milioni nel 2019). Più debole il rafforzamento del mercato italiano, che ha segnato un aumento del +2,8% sull’anno precedente, per un totale di 216,8 milioni di pernottamenti (in linea con i dati del 2019, quando si registrarono 216 milioni di presenze).

## IL SETTORE TURISTICO DAL 2019 AL 2022 E I BRAND TURISTICI ITALIANI

Per evidenziare come le diverse destinazioni abbiano risposto alla crisi turistica post-pandemica, proprio a partire dal 2022 l'Istat ha avviato uno studio incentrato sui "Brand turistici territoriali", ovvero quei luoghi caratterizzati da un contesto turistico tipico, comunemente riconoscibile e riconosciuto nell'immaginario collettivo, perché fortemente caratterizzato e tendenzialmente omogeneo dal punto di vista paesaggistico e culturale. Si tratta di un'indagine condotta nell'ambito della fase di elaborazione del nuovo Piano Strategico di Sviluppo del Turismo per il periodo 2023-2027. Da questa analisi emerge con forza come la "riconoscibilità" di un territorio abbia favorito la ripresa dell'attività turistica, determinando spesso performance migliori della media nazionale. Tutte le aree osservate (sono state 21) hanno registrato nel 2022 un incremento dei flussi turistici rispetto al 2021 e, oltre la metà di esse (13 su 21), hanno realizzato volumi di presenze turistiche superiori o comunque in linea con quelli pre-pandemici. Il Lago di Garda, la Valle d'Itria, le Langhe e il Roero, le Cinque Terre, il Salento, la Maremma toscana e laziale, la Val Gardena, il Lago Maggiore e il Gargano e le Isole Tremiti si sono posizionati su livelli superiori a quelli del periodo pre-pandemico; territori come la Riviera dei fiori, la Val di Fassa e Val di Fiemme, il Lago di Como e la Val Pusteria confermano sostanzialmente i flussi turistici registrati nel 2019. Anche le aree che ancora soffrivano il contraccolpo della pandemia, come la Gallura e Costa Smeralda, la Costiera amalfitana, il Chianti e la Costiera sorrentina e Capri, hanno registrato rispetto al 2021 tassi di crescita di gran lunga superiori alla media nazionale.

Sempre facendo riferimento ai dati del 2022, anche la categoria delle "Grandi città" (composta dai 12 comuni italiani con più di 250mila abitanti) ha mostrato decisi segnali di ripresa rispetto al 2021, con un incremento delle presenze pari al 104,4% contro il +39,3% medio nazionale (va però tenuto conto che proprio questa categoria era stata quella che aveva subito le maggiori perdite durante il periodo pandemico).

Tra i comuni che hanno fatto registrare maggiori incrementi rispetto al 2021 si sono segnalati anche quelli con vocazione montana e con turismo termale (rispettivamente +46,8% e +43,2%). In merito al turismo termale, l'Italia in questi ultimi due anni ha rafforzando il suo ruolo di eccellenza nell'ecosistema turistico, grazie agli oltre 320 stabilimenti che operano nel Bel Paese, al secondo posto in Europa in termini di presenze (Federterme, 2021).

Anche i comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica hanno mostrato una netta ripresa in termini di presenze, allineata alla media nazionale (+39,3%), mentre incrementi più contenuti si registrano nei comuni culturali con due o più vocazioni (+33,3%), nei comuni del turismo lacuale (+29,7%) e nei comuni con vocazione marittima (+21,1%). Un segmento turistico di particolare interesse – anche per la capacità di guidare la transizione verso scelte

turistiche più sostenibili – è, infine, quello dei borghi. Le presenze del 2022, infatti, hanno superato i livelli pre-pandemici del 2019, con un incremento del +13,7% delle presenze.

<b>BRAND TURISTICI</b>	<b>VAR. %2022-2019</b>	<b>VAR. % 2022-2021</b>
Lago di Garda	6,8	34,7
Valle d'Itria	6,0	37,2
Langhe e Roero	4,7	29,7
Cinque Terre	4,4	64,1
Salento	4,1	6,5
Maremma toscana e laziale	3,6	11,5
Val Gardena	3,1	74,5
Lago Maggiore	2,2	50,7
Gargano e Isole Tremiti	0,3	6,2
Riviera dei fiori	0,0	37,1
Val di Fassa e Val di Fiemme	-0,1	59,6
Lago di Como	-0,5	5,6
Val Pusteria	-0,6	54,3
Gallura e Costa Smeralda	-5,4	40,6
Isole Eolie	-5,5	15,8
Riviera romagnola	-6,7	17,7
Costiera amalfitana	-7,3	90,0
Chianti	-8,0	60,8
Versilia	-8,0	16,8
Costiera sorrentina e Capri	-9,3	132,4
Costa degli Dei	-16,9	23,1
Cilento	-36,1	9,2

*Elaborazione interna su dati Istat 2022*

La vulnerabilità mostrata dal settore turistico durante l'emergenza sanitaria ha confermato l'urgenza ma anche la possibilità di promuovere uno sviluppo maggiormente sostenibile, equilibrato e diversificato della domanda e dell'offerta. Si vanno affermando, infatti, nuovi comportamenti turistici che rendono sempre più attrattivi e competitivi i segmenti emergenti (i **piccoli centri, le realtà culturali "minori", i borghi**), in grado di soddisfare le nuove tendenze di un turismo esperienziale e orientato al benessere, a cui però è richiesto una rimodulazione delle offerte, per andare incontro alle esigenze di questi nuovi turisti. Come, ad esempio, il settore del turismo all'aria aperta, composto da Campeggi e Villaggi turistici, che nel 2021 ha registrato una notevole crescita, arrivando ad ospitare quasi 1 turista su 5 (18,9% delle presenze totali), pur registrando una lieve flessione nel 2022, assestandosi comunque su livelli superiori rispetto al periodo pre-pandemico (16,3% di presenze nel 2022 rispetto al 15,3% del 2019).

**Presenze dei clienti negli esercizi ricettivi. Anni 2019, 2021 e 2022 (valori assoluti, valori percentuali e variazioni percentuali)**

TIPO DI CLIENTI	2019	2021	2022
		<b>VALORI ASSOLUTI</b>	
Residenti	216.076.587	183.054.967	206.656.479
Non residenti	220.662.684	106.123.175	196.105.434
<b>Totale</b>	<b>436.739.271</b>	<b>289.178.142</b>	<b>402.761.913</b>
		<b>VALORI PERCENTUALI</b>	
Residenti	49,5	63,3	51,4
Non residenti	50,5	36,7	48,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
		<b>VARIAZIONI PERCENTUALI</b>	
	<b>2022/2019</b>	<b>2022/2021</b>	
Residenti	-4,4	12,9	
Non residenti	-11,1	84,8	
<b>Totale</b>	<b>-7,8</b>	<b>39,3</b>	

*Elaborazione interna su dati Istat 2022*

## I FLUSSI TURISTICI NEL 2023

Il 2023 si è conferma essere l'anno della definitiva ripartenza: sono aumentati gli stranieri in Italia (+3,6%), tra cui spiccano quelli statunitensi (17,3%), mentre in valori assoluti, i turisti registrati nelle strutture ricettive risultano circa 50,5 milioni, per un totale di circa 207 milioni di pernottamenti. Sono questi i dati forniti dall'Osservatorio BIT (fonti Assoturismo-Confesercenti, Confturismo, Banca d'Italia, ENIT, ForwardKeys, Italian Hotel Monitor, Ministero del Turismo). A maggio 2023 il saldo della bilancia dei pagamenti turistici dell'Italia è risultato in surplus di 2,3 miliardi di euro, in lieve aumento rispetto allo stesso mese del 2022 (2,0 miliardi). Sia la spesa dei viaggiatori stranieri in Italia (4,7 miliardi) sia quella dei viaggiatori italiani all'estero (2,4 miliardi) hanno registrato un incremento, rispettivamente del 20 e del 25 per cento, rispetto al mese corrispondente dello scorso anno. Per il mese di agosto l'Italia (43,3%) ha confermato la sua posizione davanti Spagna (42,8%) e Francia (30,6%) per tasso di prenotazione delle strutture ricettive presenti sulle piattaforme online.

Secondo gli ultimi dati Istat, nel 2023 solo il rallentamento della domanda domestica non ha permesso di superare pienamente i livelli pre-Covid. Le cifre si riferiscono in particolare al numero degli ospiti registrati l'anno scorso negli alberghi, negli alloggi per le vacanze e nei campeggi della Penisola (escludendo quindi le case private per gli affitti brevi, che non rientrano nell'analisi): un flusso che ha superato nel 2023 i 125 milioni di persone, per un incremento del 5,48% rispetto al 2022, ma senza appunto riuscire a raggiungere i livelli pre-Covid del 2019, quando si erano sorpassati i 131 milioni di ospiti. A mancare all'appello sono stati soprattutto gli italiani (-2,08%), mentre i viaggiatori internazionali sono saliti del 14,7%. Un trend che ha invertito il tradizionale rapporto tra domanda domestica e straniera nelle strutture ricettive italiane, con la seconda che ha superato la prima. Ma che soprattutto è stato in grado di spingere i fatturati, visto che la spesa dei turisti stranieri aveva già superato i livelli del 2019 nei primi nove mesi dell'anno scorso (+24,5% secondo il Centro Studi Confindustria)

C'è un aspetto che ha dato nuova propulsione a tutti i settori dell'economia e il comparto turistico: **la digitalizzazione**. I servizi disponibili online hanno cambiato, in particolar modo nei viaggiatori che organizzano le vacanze senza rivolgersi ad intermediari (tra questi molti gli stranieri), la concezione stessa che sta alla base dell'andare fuori dalle mura domestiche. Ciò vale non solo per la prenotazione dell'hotel o del volo, ma anche per la ricerca delle esperienze e delle cose da fare, da un concerto alla visita dei monumenti più importanti.

## LE PERCENTUALI REGIONE PER REGIONE

L'istituto Demoskopika ha evidenziato un totale di circa 442,5 milioni di presenze di turisti nel 2023. La crescita stimata è tra l'11,2% e il 12,2% se si fa riferimento ai numeri toccati nel 2022. Scendendo ad analizzare i dati previsionali riferiti ai contesti regionali emerge un quadro particolarmente diversificato, in merito alle presenze e, soprattutto, in riferimento alle variazioni previste:

- Trentino Alto Adige - Presenze: 52,6 milioni, +15,4%. Arrivi: 12,1 milioni, +11,8%.
- Veneto - Presenza: 73,3 milioni, +14,8%. Arrivi: 19,1 milioni, +11%.
- Marche - Presenze: 13 milioni, +13,4%. Arrivi: 2,7 milioni, +13,8%.
- Molise - Presenze: 584 mila, +13,4%. Arrivi: 182 mila, +14,3%.
- Toscana - Presenze: 49,8 milioni, +13,4%. Arrivi: 14 milioni, +13,5%.
- Emilia Romagna - Presenze: 42,8 milioni, +12,2%. Arrivi: 11,4 milioni, +7,4%.
- Lazio - Presenze: 33,8 milioni, +12,8%. Arrivi: 11,5 milioni, +12,8%.
- **Campania - Presenze: 20,8 milioni, +12,3%. Arrivi: 5,7 milioni, +13,1%.**
- Sicilia - Presenza: 15,9 milioni, +12,7%. Arrivi: 4,9 milioni, +8,9%.
- Sardegna - Presenze: 14,7 milioni, + 11,9 %. Arrivi: 3 milioni, +10,2 %.
- Friuli Venezia Giulia - Presenze: 9,6 milioni, +11,1%. Arrivi: 2,6 milioni, +13,7%.

In linea le altre regioni, tra le realtà con la crescita più bassa segnaliamo la Puglia (stabile da tempo con un +10%), l'Umbria (+10%), la Calabria (+8,7%), la Liguria (+6,3%) e il Piemonte (+4,2%).



## FOCUS TURISMO IN CAMPANIA

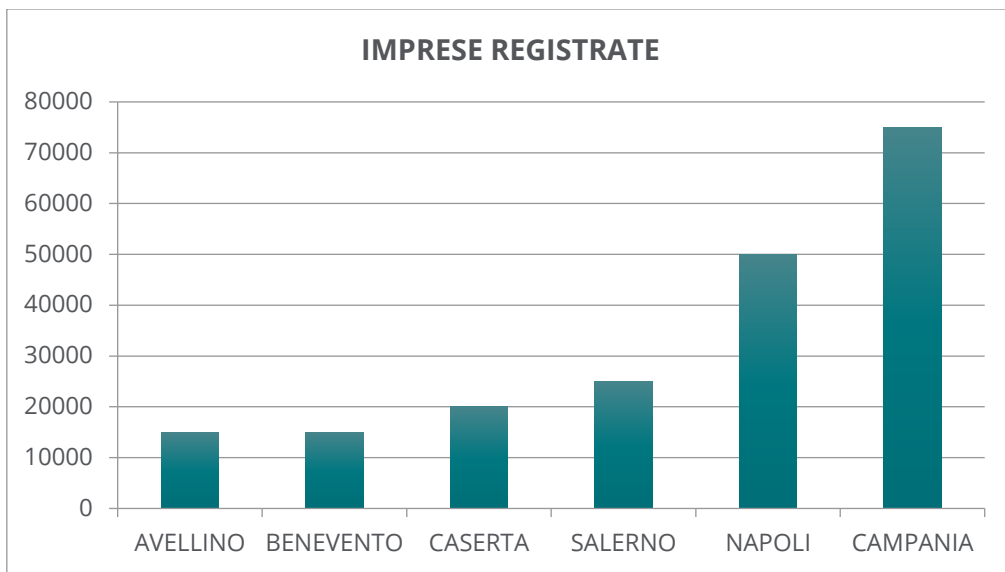
Nel 2022 il Sud Italia ha accolto 5 milioni di turisti suddivisi tra italiani (52%) e stranieri (48%). Il dato emerge dal report [Svimez](#) presentato all'assemblea di [Confcommercio a Napoli](#), in cui spicca il risultato del capoluogo partenopeo, l'unica città del Mezzogiorno che nel 2022 ha fatto registrare una presenza di turisti stranieri più numerosa di quella degli italiani. La relazione - presentata da Luca Bianchi, direttore Svimez, e Gaetano Vecchione dell'Università Federico II - ha messo in risalto come il 70% dei comuni della Campania hanno connotati di località turistiche, con flussi che vengono assorbiti prevalentemente dalle [province di Napoli e Salerno](#).

[Nel 2022, quindi, la Campania è stata la prima regione del Mezzogiorno, attraendo il 22% degli arrivi](#), davanti alla Puglia (20%) e alla Sicilia (19%), più indietro la Sardegna (18%). Il 65% di questi arrivi ha avuto come meta Napoli e provincia, seguita da Salerno e provincia col 27%.

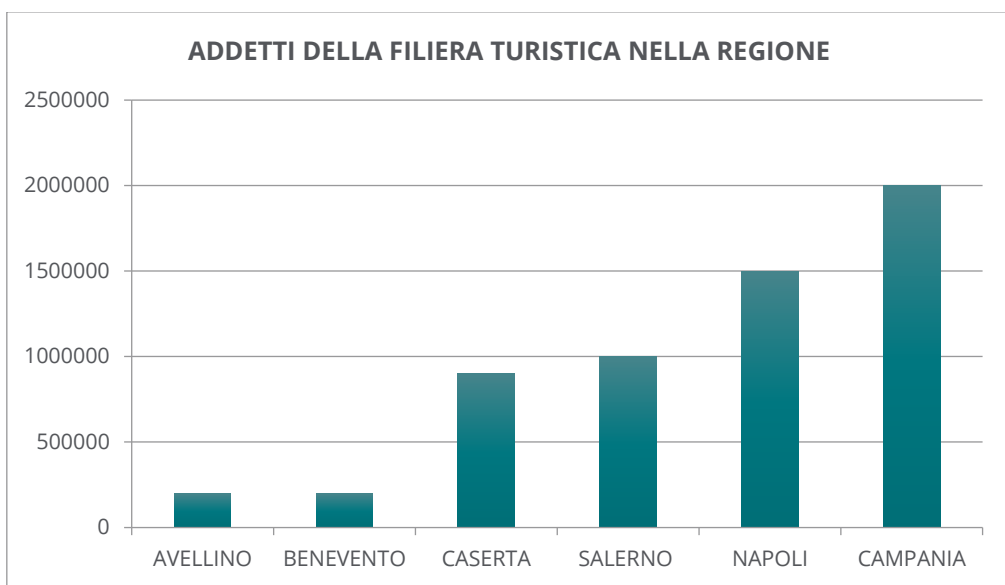
Queste cifre lasciano intravedere che anche la Campania abbia ormai superato lo shock pandemico. Le stime parziali riferite al 2023 per il Mezzogiorno segnalano una variazione più bassa, di circa 2 punti percentuali, rispetto al dato nazionale. Per la Campania si ipotizza un 2024 positivo, trainato dal turismo internazionale, al netto di eventuali peggioramenti degli scenari geoeconomici e geopolitici internazionali. Una regione che attrae per più aspetti. In primis, per il patrimonio storico-archeologico: 6 dei 59 iscritti nella lista del patrimonio Unesco sono situati in Campania. Inoltre, è la regione numero 9 in Italia per prodotti Dop, Igp e Stg. Ed è una regione che si segnala anche per la qualità dei mari: 19 Comuni bandiera blu su 226 presenti in Italia. A dare man forte a queste previsioni sono i dati che ha fatto registrare l'aeroporto di Napoli Capodichino, che ha salutato il 2023 con numeri da record. Napoli è stata per tutto l'anno la città del traffico aereo, del flusso turistico, crocevia di mille incontri e arrivi, partenze, ritorni. Ben 12,4 milioni di viaggiatori sono transitati dall'aeroporto di Capodichino. Questi numeri parlano chiaro e danno all'Aeroporto di Capodichino il titolo di centro nevralgico del turismo nazionale. Capodichino ha fatto registrare ben il 14,1% in più rispetto al 2019 e anche 13,5% rispetto al 2022, considerato anno di transizione dal periodo pandemico. Si tratta di dati che si attestano decisamente al di sopra del totale nazionale, fermo al +2%. Tutto questo mentre è attesa per la prossima estate l'entrata in funzione del secondo scalo aeroportuale campano: Salerno Costa D'Amalfi, che sarà sempre gestito da GESAC e porterà così ad un ulteriore aumento del numero di viaggiatori in Campania.

## IL SETTORE TURISTICO CAMPANO

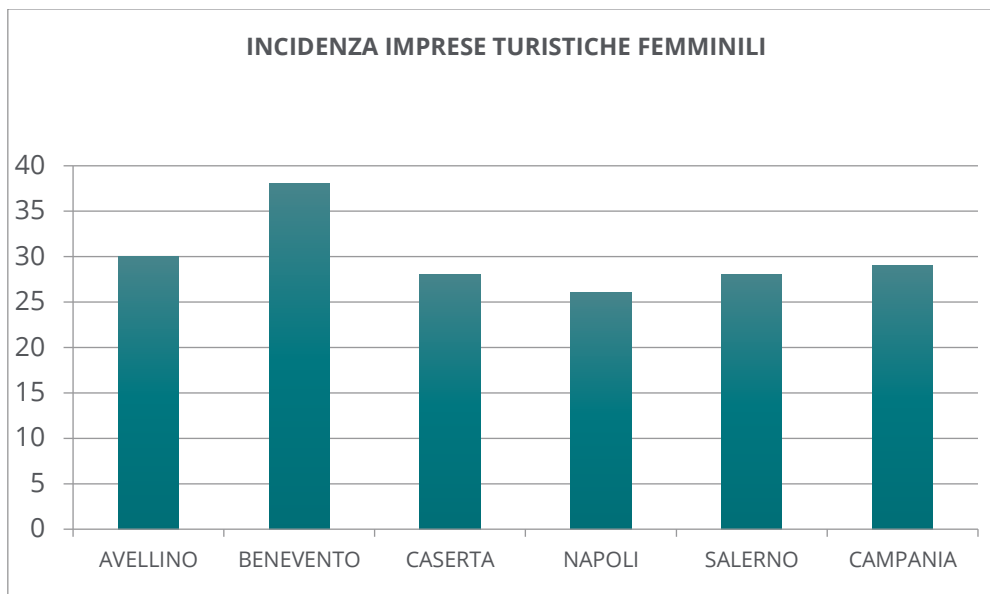
La filiera turistica della Regione Campania conta 60.000,00 imprese registrate al III trim. 2022, che rappresentano circa il 10% del tessuto economico regionale. Le motivazioni che inducono il turista a scegliere questa regione sono prettamente culturali, date per il 40% dall'enorme ricchezza del suo patrimonio; anche la curiosità e l'enogastronomia sono rilevanti fattori di successo, rispettivamente al 17% e all'11%.



*Elaborazione dati interni su Infocamere R.I. 2022*



*Elaborazione dati interni su Infocamere R.I. 2022*



*Elaborazione dati interni su Infocamere R.I. 2022*

A incentivare il turismo campano c'è anche il concetto della **Vacanza Intelligente**, quello di scegliere il luogo di villeggiatura che esuli il sovraffollamento turistico, il cosiddetto overtourism, che permette di avere spazio intorno a sé, natura e bellezza. L'Italia è il Paese più Bello del Mondo e i Borghi ne sono l'espressione più autentica e genuina. Vacanze, dunque, all'insegna del turismo domestico e i borghi si candidano come meta principale delle vacanze intelligenti post-pandemia. La possibilità di conoscere l'Italia, nelle sue varie sfaccettature, è data dalla frequentazione dei Borghi dove le tradizioni culturali e enogastronomiche, il patrimonio ambientale e paesaggistico sono rimasti pressoché intatti. Avere, anche a poca distanza da casa propria, luoghi che vale la pena frequentare e che hanno assunto un'improvvisa notorietà a causa della pandemia non è proprio da tutti. Lo sanno bene molti stranieri che giungono in Italia per le loro vacanze.

### **FOCUS TURISMO IN PROVINCIA DI BENEVENTO**

Sebbene Napoli e provincia e Salerno e provincia detengano il forte primato delle presenze turistiche campane, negli ultimi anni si segnalano delle riprese per quanto concerne i numeri dell'entroterra. Nell'analizzare lo scenario turistico sannita bisogna tener conto che Benevento è la provincia più piccola (superficie: 2.080 Km<sup>2</sup>) e meno popolosa della Campania (abitanti: 263.125, suddivisi in 78 comuni). Questi numeri la caratterizzano come un territorio con bassa densità abitativa (126,48 ab./Km<sup>2</sup>), simile a quello delle regioni con cui confina su tre dei suoi versanti (a nord il Molise, ad est la Puglia Dauna, a sud con la provincia di Avellino).

I dati turistici nel 2022 riferiti alla provincia di Benevento facevano registrare un andamento positivo, con arrivi pari a 50.154 (+46% all'anno precedente) e presenze pari a 106.148 (+57% rispetto all'anno precedente). Tuttavia si trattava di numeri che ancora non tornavano a quelli

riferiti al trend pre-Covid, attestando la provincia in coda allo sviluppo turistico degli altri territori campani.

Tuttavia, nel 2022 si è registrata una crescita molto più significativa per il Sannio, facendo registrare un balzo rilevante, in termini di soggiorni turistici e pernottamenti. Si tratta di cifre mai raggiunte prima.

2021				2022			
Paesi esteri		Italia		Paesi esteri		Italia	
Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2.547	6.730	32.771	61.036	6.334	21.015	43.820	85.133

***Presenze nelle strutture ricettive della provincia di Benevento***

Questa indagine rileva solo le presenze che hanno effettuato almeno un pernottamento, cioè gli ospiti delle strutture ricettive sannite per motivi di villeggiatura, d'affari, di benessere, di cura, sportivi e religiosi. Le elaborazioni, quindi, prescindono invece dal turismo giornaliero, legato in particolare agli eventi di rilievo che vengono realizzati ciclicamente sul territorio provinciale, che costituisce anch'esso un elemento significativo per l'economia del territorio.

La proposta turistica sannita sta ottenendo consensi da parte anche della clientela estera e negli ultimi anni sta beneficiando del ritorno dei connazionali emigrati di prima, seconda e terza generazione.

L'attrattiva turistica del territorio sannita, sia per il post-Covid, sia per le situazioni geopolitiche mondiali, è stata in questi ultimi due anni premiata anche dal fatto che si percepisce come meta tra le più sicure, oltre che paesaggisticamente belle.

## IL CASO VI.T.A. S.A.S. DI TERESA FRANCO & C.

In un contesto storico-naturalistico unico, lontano dal sovraffollamento delle città, si colloca l'Albergo D'Onofrio, complesso turistico accogliente nato per volontà della società [VI.T.A. sas di Teresa Franco](#). La struttura, grazie all'apertura annuale e alla sua posizione strategica, consente di raggiungere in ogni periodo dell'anno tutte [le aree del Vallo di Diano, Cilento Interno e Tammaro Titerno](#). L'albergo è situato a Telesse Terme, cittadina tranquilla e ricca di verde, facilmente raggiungibile grazie alla ex [Statale 87](#), strada realizzata dai Borboni e che corre sul tracciato della via cittadina medievale. Il Comune di [Telesse Terme](#) fa parte dell'[Associazione europea delle città termali storiche \(Ehhta\)](#), un club esclusivo composto da 50 città europee, dislocate in 17 differenti Stati. Questa associazione è certificata dal Consiglio d'Europa e gestisce l'itinerario europeo delle città storiche termali all'interno del programma degli itinerari culturali dell'Unione.

Vicina alla cittadina è l'area naturalistica di [Monte Pugliano](#), dove si può ammirare il fenomeno carsico offerto dalle doline (dette anche "puri"), delle ampie voragini nate dal crollo di antiche grotte scavate dall'acqua. All'epoca dei Sanniti, queste doline assunsero una funzione difensiva, incastonate nelle mura di cinta che vennero edificate. Appena fuori la Telesse moderna sorgono i resti dell'antica Telesia, città sannitica-romana, che testimonia la grande attenzione che i Romani prestarono a questo territorio, che venne allora attraversato dalle arterie più importanti. Tra i resti di quell'era storica spicca anche una grande villa, che secondo alcuni studiosi locali veniva utilizzata per la preparazione dei gladiatori.

Altro polo attrattivo importante è costituito dal complesso idrotermale. Le acque minerali telesine hanno una storia antichissima: le sorgenti sulfuree fuoriuscirono a seguito del grande terremoto del 1349. Oggi le Terme si sono dotate di moderni padiglioni, con centro benessere e piscine che affiancano le strutture storiche. Alla gamma di cure tradizionali si affiancano reparti specializzati nella riabilitazione neuromotoria e respiratoria, nelle terapie vascolari e in quelle dermatologiche. Particolarmente affascinante è il Parco delle antiche Terme Jacobelli, costruite nel 1861 dal cavaliere Achille Jacobelli di S. Lupo, inaugurate ufficialmente nel 1867 e utilizzate solo per un breve periodo. Restando a parlare della ricchezza delle acque, da segnalare il Parco del Rio Grassano e il lago che disegna il confine tra la cittadina di Telesse Terme e quella di Solopaca.

Questa suggestiva cittadina sorge in un'ampia valle, delimitata dalle riserve naturali del [Parco Regionale dei Monti del Matese](#) e del [Parco Taburno-Camposauro](#). Un territorio a forte vocazione viticola, dove viene prodotto oltre il 50% del vino campano.

Dotato di 12 camere, di cui 7 matrimoniali e 5 singole, dal design unico e inconfondibile e create appositamente con materiali innovativi, che rappresentano nel miglior modo il territorio e le tradizioni tutte rivisitate in chiave moderna, l'Albergo D'Onofrio è il luogo ideale per scoprire questi territori, nonché punto strategico per gli spostamenti nella valle. Tutte le camere sono

dotate di frigo-bar e bagno in camera con doccia, phon e kit cortesia, climatizzatore autonomo, monitor tv a schermo piatto, telefono, cassetta di sicurezza, macchina per il caffè/tisane, letti aggiuntivi o culle, kit accoglienza e wi-fi ad altissime prestazioni con copertura totale dell'intera struttura ed in ogni camera. A questo si aggiunge l'**offerta ristorativa**, con sala aperta a 70 persone, e pronta ad accogliere sia a pranzo che a cena i clienti. La cucina, dotata di elettrodomestici di ultima generazione, offre piatti della tradizione usando materie prime a chilometro zero, accuratamente selezionate e sapientemente lavorate. Inoltre, la struttura per venire incontro alle esigenze di suoi ospiti offre **pacchetti vacanze** che variano in base alle stagioni. Nello specifico, per il pacchetto 'Relax e benessere' è stato considerato il periodo corrispondente ai mesi di apertura delle piscine, vale a dire da maggio a settembre, pari a 153 gg; per il pacchetto 'Trekking e le bellezze del Sannio' è stato considerato il periodo da aprile a ottobre, pari a 213 gg.

Nel dettaglio, la struttura alberghiera si è impegnata con una ristrutturazione sistematica a incoraggiare l'orientamento all'innovazione e all'innalzamento qualitativo dei prodotti e dei servizi turistici, al fine di rendere il sistema produttivo locale maggiormente conoscibile e competitivo, oltre ad incentivare l'approccio intersettoriale per favorire la fertilizzazione reciproca fra settori diversi, tradizionali e ad alta tecnologia, fra imprese turistiche, agricole, agroalimentari, culturali e dei servizi al turismo.

Il tessuto imprenditoriale locale risulta costituito da imprese di piccola e media dimensione, che da sole non riescono ad offrire un'offerta globale che sia in grado di rispondere alle esigenze del turista. In tale scenario, la scelta intrapresa si orienta verso la definizione di un "**sistema complesso di offerta territoriale**". Da qui, la necessità espressa anche nella proposta della VI.T.A. S.a.s. di predisporre interventi volti ad aumentare e a migliorare la dotazione di strutture e servizi per la gestione turistica del territorio, individuando forme di organizzazione della destinazione che favoriscano la fruizione del territorio per quello che attiene l'accoglienza, la ricettività e la ristorazione.

È in questo contesto che la struttura è riuscita a contribuire alla realizzazione di un **brand identificativo** della destinazione in grado di caratterizzare il sistema complesso di "offerta territoriale" anche mediante forme di comunicazione innovative ed integrate della qualità, dell'offerta e del marketing territoriale. Sono state adottate strategie di marketing e co-marketing, rivolte a pubblici interni e pubblici esterni, entrambe focalizzate sulla valorizzazione delle risorse territoriali (cultura, prodotti tipici, turismo, ecc...), interventi per la promozione del brand territoriale attraverso azioni mirate alla visibilità su larga scala e realizzazione di strumenti specifici innovativi integrati e coordinati rispetto al Piano di comunicazione di Area.

## ALTRE STRUTTURE RICETTIVE PRESENTI NELL'AREA TAMMARO-TITERNO

L'area Tammaro-Titerno comprende i comuni di, Campolattaro, Castelpagano, Circello, Colle Sannita, Fragneto L'Abate, Fragneto Monforte, Morcone, Santa Croce del Sannio, Sassinoro, Amorosi, Castelvenere, Cerreto Sannita, Cusano Mutri, Faicchio, Guardia Sanframondi, Pietraraja, Pontelandolfo, Puglianello, San Lorenzello, San Lorenzo maggiore, San Lupo, San Salvatore Telesino, Telesse Terme, Solopaca, Casalduni, Reino, Ponte, Pago Veiano, Pesco Sannita, Pietrelcina. Aree importanti per le loro risorse ambientali e culturali e fortemente diversificate per natura e per processi di antropizzazione.

In questo contestano ancora scarseggiano sistemi ad alta ricezione turistica, motivo per cui si è sempre parlato di un turismo "mordi e fuggi" e di una meta ambita quasi esclusivamente da persone provenienti dai confini regionali.

I dati positivi che iniziano a registrarsi negli anni post pandemia focalizzano l'attenzione sulla necessità di attrezzare al meglio - dal punto di vista della ricettività turistica - un territorio rimasto sempre ai margini degli interessi dei viaggiatori e, proprio per questo, una meta che alimenta sempre più i desideri dei viaggiatori mossi dalla voglia di scoprire.

Dai dati emersi dall'elenco degli alloggi presenti in Campania (forniti dalla Regione) attualmente i bed & breakfast, gli alberghi, affittacamere, agriturismi ed hotel presenti risultano essere più di 260, di questi alcuni offrono un percorso Spa, ma con accessi stagionali (esempio: le storiche Terme di Telesse chiudono i reparti di cura dal 25 novembre per riaprire in primavera). Altri presentano arredi essenziali, servizi di ristorazione limitati e pochi garantiscono un turismo di lusso come Acqua Petra Resort di Telesse e Grand Hotel Telesse, due dei pochi alberghi a 4 stelle presenti nell'area Tammaro-Titerno, ma con prezzi notevolmente alti durante tutte le stagioni per un solo soggiorno a notte. Di alberghi, in tutto il territorio, se ne registrano pochi, presenti solo nei paesi di Amorosi, Campolattaro, Pietrelcina e Telesse Terme, mentre il resto delle strutture si articolano tra affittacamere, casa vacanze, bed & breakfast e agriturismi.

Comuni	Strutture ricettive numero
Campolattaro	15
Castelpagano	17
Circello	8
Colle Sannita	11
Fragneto L'Abate	0
Fragneto Monforte	5
Morcone	6
Santa Croce del Sannio	0
Sassinoro	1
Amorosi	1
Castelvenere	6
Cerreto Sannita	12
Cusano Mutri	38
Faicchio	26
Guardia Sanframondi	4
Pietraraja	21

<b>Pontelandolfo</b>	<b>7</b>
<b>Puglianello</b>	<b>4</b>
<b>San Lorenzello</b>	<b>4</b>
<b>San Lorenzo maggiore</b>	<b>3</b>
<b>San Lupo</b>	<b>2</b>
<b>San Salvatore Telesino</b>	<b>7</b>
<b>Telese Terme</b>	<b>19</b>
<b>Solopaca</b>	<b>7</b>
<b>Casalduni</b>	<b>1</b>
<b>Reino</b>	<b>7</b>
<b>Ponte</b>	<b>4</b>
<b>Pago Veiano</b>	<b>3</b>
<b>Pesco Sannita</b>	<b>8</b>
<b>Pietrelcina</b>	<b>20</b>

*Elaborazione interna dati Strutture ricettive - Regione Campania*

In un quadro economico e strategico, in cui occorre intensificare e migliorare l'accoglienza, l'Albergo D'Onofrio, collocato in una zona chiave, permette di raggiungere i maggiori luoghi di interesse dell'area Tammaro-Titerno; riesce a soddisfare le esigenze del turista di passaggio o stanziale con pacchetti economici a prezzi accessibili, regalando soggiorni in camere moderne e di design e presentando i prodotti locali in chiave innovativa; garantisce escursioni esperienziali che possano portare il turista a scoprire i cosiddetti "Corridoi ecologici principali" (costituiti dai fiumi Tammaro e Titerno) e, in generale, le "vie naturalistiche" che mettono in comunicazione tra loro le restanti aree di pregio ambientale (aree boscate, sentieri tratturali-naturalistici, siti di importanza comunitaria, Centri storici e poli turistico-religiosi come Pietrelcina).



## STRATEGIE DI MARKETING DA ATTUARE PER INCENTIVARE IL MERCATO

L'attenzione si concentra, in via prioritaria, sulla definizione e sull'organizzazione di un Sistema Territoriale imperniato sulle componenti fondamentali che possano incentivare il turismo. Il territorio di riferimento, ovvero l'area Tammaro-Titerno, nella sua dimensione spaziale, rappresenta un continuum costruito dal tempo, dalle tradizioni, dalla storia, dalla identità. Un territorio sano, operoso, ben conservato, orgoglioso delle sue tradizioni, aperto al cambiamento, all'innovazione, al confronto e alla competizione, chiuso nella conservazione dei suoi tratti culturali che deve individuare nel suo percorso di progettazione il Turismo come opportunità di sviluppo. Per questo occorre guardare alle motivazioni dei viaggiatori e organizzare un sistema di offerta e di **governance territoriale** in grado di intercettare i cambiamenti nel "consumo turistico".

Le strategie integrate delle aree interne devono intervenire in campo culturale a partire dalla valorizzazione del patrimonio nella sua più complessa e completa accezione (beni, paesaggio, capitale culturale immateriale). Tutto ciò rappresenta uno dei pilastri di sviluppo produttivo, inclusivo, ambientale e di cittadinanza, per contrastare fenomeni di spopolamento, e, al contempo, migliorare la qualità della vita delle comunità locali. In questi contesti il progetto strategico potrà consolidare l'intera filiera culturale, quella naturale e turistica, in sinergia e integrazione con le declinazioni e le vocazioni sociali ed economiche del territorio.

Interessanti esperienze di valorizzazione delle risorse culturali, paesaggistiche e naturalistiche maturate anche al di fuori della politica di coesione, sono emerse in occasione dell'ampio confronto, svoltosi **nel corso del 2019**, con amministrazioni e rappresentanti del partenariato economico e sociale per la **costruzione della programmazione 2021-2027**. Ci si riferisce in particolare alle pratiche e agli strumenti "di comunità" (esempio cooperative, fondazioni, ecc.) o alle nuove formule di partenariati pubblico-privati (partenariato speciale pubblico-privato, partenariato per l'innovazione), per attuare forme più flessibili e sostenibili di gestione del patrimonio culturale diffuso, di attività e servizi culturali che favoriscono dinamiche partecipative locali e costruiscono valori di comunità. L'esperienza fin qui maturata dimostra come occorra consolidare in prospettiva la capacità di analizzare le risorse e le opportunità territoriali – assieme alla capacità progettuale e negoziale degli attori localmente arruolati su questi temi per rendere pienamente efficaci le politiche.

Un tratto comune a molte strategie si può ricondurre sotto l'etichetta di "**turismo sostenibile**" (o "turismo lento"). L'attenzione è posta al "**turismo esperienziale/emozionale**" con la costruzione di nuove offerte di visita che nella Strategia per le Aree interne devono prevedere una solida coalizione locale (associazionismo dei Comuni). Lavorando su ciò verranno fuori le potenzialità dell'Area in oggetto quali:

- la felice posizione logistica che la colloca, naturalmente, quale porta di accesso alla

dorsale appenninica grazie alla vicinanza alla città metropolitana di Napoli, dalla quale dista non più di 60 Km;

- le peculiarità paesaggistiche e il patrimonio di risorse naturali e di capitale umano;
- la collocazione strategica tra i due Parchi Regionali, il Taburno ed il Matese (di prossima elevazione al rango di Parco Nazionale) sulle cui pendici e valli scorrono corsi d'acqua di notevole importanza (il Calore, il Titerno e il Tammaro) e si ritrovano siti di interesse comunitario come zone di protezione speciale (il Parco Paleontologico di Pietraroja, con i ritrovamenti dei fossili, tra cui quello di dinosauro "Scipionyx Samniticus", meglio conosciuto come "Ciro");
- nelle colline del Titerno e della Valle Telesina può apprezzarsi uno dei paesaggi rurali più singolari: il continuum vitato tra i più intensi d'Italia dove la coltura vitivinicola esprime una produzione che, nel raggio di alcuni chilometri, rappresenta oltre un terzo di tutta la produzione vitivinicola di qualità della Campania;
- a tale paesaggio se ne giustappone un altro con protagonista l'ulivo che tiene insieme Titerno, Tammaro e l'area di Pietrelcina.

Altri punti di forza culturali sempre da valorizzare e integrare nel percorso turistico sono: i resti archeologici di epoca Sannita e Romana con ponti, anfiteatri, basiliche, le vestigia della presenza Longobarda con abbazie e monasteri, le chiese barocche e neoclassiche, i borghi medievali con le rocche e i castelli, i palazzi nobiliari, l'artigianato artistico e di qualità della pietra, del ferro e in particolare della ceramica.

L'offerta si contraddistingue così per il mix di turismi che è capace di offrire:

- le bellezze di piccoli borghi che circondano la città capoluogo ricca di tante testimonianze artistiche e storiche, a cominciare dal Complesso di Santa Sofia, patrimonio dell'Umanità dell'Unesco;
- la montagna estiva ed invernale, i suoi turismi out-door (ambiente, sport verdi, avventura);
- il polo termale di Telesse Terme, con la sua ricchissima offerta di turismo-benessere e della riabilitazione medica e sportiva;
- la produzione vitivinicola e olearia sannita, che racconta le tradizioni, i sapori ed i saperi enogastronomici del territorio, con la grande opportunità offerta dopo l'approvazione da parte della giunta regionale (settembre 2023) del Disciplinare per l'esercizio dell'attività enoturistica e oleoturistica, che oggi consente a tutte le cantine di poter svolgere attività enoturistica;
- le vie mistiche e della religiosità con i Riti Settennali di Guardia Sanframondi, i cammini e i conventi di Padre Pio da Pietrelcina, la Via Francigena, i Santuari di Cerreto Sannita, Sassinoro e altri.

Questi e non pochi sono i passaggi su cui lavorare per un'accoglienza degna di nota capace di trasmettere la vitalità e l'unicità della popolazione e del territorio di questa area interna che a breve periodo vedrà sensibilmente migliorato il suo assetto di infrastrutture grazie alla realizzazione della linea ferroviaria ad Alta Capacità Napoli-Bari (i lavori sono in corso e si ultimeranno entro il 2028) e al raddoppio della Superstrada Telesina (l'apertura dei cantieri è programmata per ottobre 2024).

## CONCLUSIONI

La tendenza positiva registrata negli ultimi due anni, l'attenzione che si inizia a prestare alle ricchezze storiche-architettoniche-culturali sannite e alla loro valorizzazione in termini turistici, il miglioramento delle infrastrutture lasciano ben sperare per un concreto decollo turistico del Sannio.

Una convinzione che è ancora più forte se si stringe il campo allo scenario offerto da Telesse Terme, dove negli ultimi anni si è registrata una presenza notevole di turisti, soprattutto di quello di prossimità. La cittadina termale è capace di intercettare il gradimento di tanti campani che hanno deciso di trascorrere l'estate non molto distante dalle proprie aree di residenza. Il sindaco di Telesse, Giovanni Caporaso afferma: «Qui trovano un ambiente accogliente, dove natura, paesaggio, enogastronomia ed eventi rappresentano un mix di grande attrattività. Anche i costi risultano ancora accessibili rispetto agli aumenti esagerati denunciati in molte parti d'Italia». Un dato questo che fa ben sperare a future crescite economiche e turistiche anche per la struttura analizzata.

## FONTI

- ✓ [https://www.milanofinanza.it/news/turismo-nel-2023-il-settore-torna-ai-livelli-del-pre-pandemia-202309071713108112?refresh\\_cens](https://www.milanofinanza.it/news/turismo-nel-2023-il-settore-torna-ai-livelli-del-pre-pandemia-202309071713108112?refresh_cens)
- ✓ [https://www.ansa.it/canale\\_viaggi/regione/campania/2023/11/07/a-napoli-il-primato-dei-turisti-stranieri-nel-mezzogiorno\\_646a5ebd-78f7-445c-97f2-ec5989e168fe.html](https://www.ansa.it/canale_viaggi/regione/campania/2023/11/07/a-napoli-il-primato-dei-turisti-stranieri-nel-mezzogiorno_646a5ebd-78f7-445c-97f2-ec5989e168fe.html)
- ✓ [https://opencoesione.gov.it/media/files/esperienza-di-riuso-1/rapporto-nazionale-turismo\\_cap-53\\_preprint.pdf](https://opencoesione.gov.it/media/files/esperienza-di-riuso-1/rapporto-nazionale-turismo_cap-53_preprint.pdf)
- ✓ [https://camminiditalia.cultura.gov.it/wp-content/uploads/2018/01/Borgh-15\\_12\\_2017-AREE-INTERNE-CTAI.pdf](https://camminiditalia.cultura.gov.it/wp-content/uploads/2018/01/Borgh-15_12_2017-AREE-INTERNE-CTAI.pdf)
- ✓ <http://www.regione.campania.it/assets/documents/elenco-strutture-ricettive-campania-secondo-quadrimestre.pdf>
- ✓ <https://www.sudnotizie.com/confindustria-benevento-nel-tavolo-sulle-dmo-una-strategia-turistica-per-il-sannio/>