

## Rassegna stampa - Press Tour Ischia Congressuale - 30/05/2024

Ansa	<a href="#">Diffondere il brand Ischia nel mondo</a>
Il Mattino	<a href="#">Ischia gioca ora la carta dei congressi</a>
Repubblica Napoli	<a href="#">Ma a Napoli folla di visitatori</a>
Il Dispari	<a href="#">La rinascita del turismo congressuale a Ischia</a>
<i>Meeting&amp;Congressi</i>	<a href="#">Ischia aggiorna la sua immagine e punta sul congressuale</a>
<i>Ediman</i>	
<i>E20Express</i>	<a href="#">La rinascita del turismo congressuale a Ischia</a>
<i>ADC Group</i>	
Il Giornale del Turismo	<a href="#">Ischia apre al turismo congressuale</a>
Quality Travel	<a href="#">Ischia per il Mice. Bella sorpresa!</a>
Guida Viaggi	<a href="#">Ischia: Il Mice per destagionalizzare con qualità</a>



ZCZC0121/SXR

ONA24146012199\_SXR\_QBXO

R CRO S44 QBXO

Diffondere il brand Ischia nel mondo, si conclude press tour Organizzato da Convention Bureau e Unione Industriali Napoli

(ANSA) - ROMA, 25 MAG - Si conclude oggi il "press tour" a Ischia organizzato dal Convention Bureau Napoli e dall'Unione Industriali Napoli, che ha coinvolto le istituzioni locali, strutture alberghiere, complessi termali, servizi di trasporto e il Castello Aragonese. "Diffondere il brand Ischia nel mondo congressuale vuol dire incrementare e migliorare la tipologia di prodotto da offrire agli organizzatori - dichiara il presidente del Convention Bureau di Napoli (CBN), Margherita Chiaramonte-. A Napoli il comparto è in costante crescita, ma bisogna continuare a lavorare per mantenere il livello raggiunto, riconosciuto dai dati ICCA 2024 che posizionano Napoli tra le prime 5 città italiane e le prime 100 al mondo, come destinazione congressuale". "Siamo felici del lavoro che stiamo svolgendo con il CBN che ha manifestato interesse nello sviluppo del congressuale sull'isola - dichiara Gianna Mazzarella, presidente della Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli -. Ischia si presta a questo tipo di turismo perché ha una predisposizione naturale ai grandi eventi e per il mercato MICE (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions). È fondamentale anche la collaborazione con l'amministrazione, in particolare il team della DMO (Destination Management Organization), che ha mostrato una visione che ci consente di intraprendere questo percorso con ottimismo". "Siamo onorati e felici di condividere con CBN questa collaborazione che ci dà modo di far conoscere l'isola e le sue bellezze ad un settore a cui siamo fortemente interessati", dichiara il sindaco di Ischia Porto, Enzo Ferrandino. "Ischia si presta al MICE - continua - offrendo ai professionisti, oltre i servizi standard, l'opportunità di rigenerarsi immergendosi nelle acque termali, nella nostra natura o più semplicemente ammirando gli splendidi panorami in un clima mite capace di suscitare nell'immediato, sensazioni positive. Dalla collaborazione tra il Comune di Ischia con la sua DMO e gli operatori, in questo caso rappresentanti da Confindustria Napoli - Sezione Turismo, possono nascere sicuramente grandi occasioni per lo sviluppo turistico della nostra isola." "Tra gli obiettivi del press tour anche sensibilizzare gli organizzatori di eventi nell'individuare date con minore affluenza turistica leisure, inizio primavera e fine autunno, per l'organizzazione di convegni e team building sull'isola, favorendo così la destagionalizzazione", conclude Giovanna Lucherini, direttrice del CBN. (ANSA).

PIO

25-MAG-24 12:55 NNNN

## Ischia gioca ora la carta dei congressi «Location naturale per grandi eventi»

### LA STRATEGIA

I segnali di crescita sono arrivati numerosi negli ultimi anni, a dispetto delle emergenze provocate dai disastri e dal dissesto idrogeologico dell'Isola Verde. Il turismo congressuale come nuova sfida sul mercato interno e internazionale. Il «press tour» a Ischia organizzato dal Convention Bureau Napoli e dall'Unione Industriali Napoli, che ha coinvolto le istituzioni locali, strutture alberghiere, complessi termali, servizi di trasporto e il Castello Aragonese, ha colto in pieno la tendenza e l'opportunità di sviluppo che viene dal comparto e che vede Ischia protagonista per le sue caratteristiche naturali e di patrimonio strutturale per l'accoglienza, dagli alberghi alle terme. Caratteristiche che in tempi passati tanti personaggi famosi hanno sfruttato per rigenerarsi e anche per dare sfogo alla creatività. «Diffondere il brand Ischia nel mondo congressuale vuol dire incrementare e miglio-

rare la tipologia di prodotto da offrire agli organizzatori - dichiara il presidente del Convention Bureau di Napoli (CBN), Margherita Chiaramonte - A Napoli il comparto è in costante crescita, ma bisogna continuare a lavorare per mantenere il livello raggiunto, riconosciuto dai dati ICA 2024 che posizionano Napoli tra le prime cinque città italiane

e le prime cento al mondo, come destinazione congressuale».

### LE PROSPETTIVE

«Siamo felici del lavoro che stiamo svolgendo con il CBN che ha manifestato interesse nello sviluppo del congressuale sull'isola - dichiara Gianna Mazzarella, presidente della Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli -. Ischia si presta a questo tipo di turismo perché ha una predisposizione naturale ai grandi eventi e per il mercato MICE (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions). È fondamentale anche la collaborazione con l'amministrazione, in particolare il team della DMO (Destination Manage-

ment Organization), che ha mostrato una visione che ci consente di intraprendere il percorso con ottimismo». «Una collaborazione che ci dà modo di far conoscere l'isola e le sue bellezze ad un settore a cui siamo fortemente interessati», dichiara il sindaco di Ischia - Enzo Ferrandino -. L'isola offre oltre i servizi standard, l'opportunità di rigenerarsi immergendosi nelle acque termali, nella nostra natura o più semplicemente ammirando gli splendidi panorami in un clima mite. Dalla collaborazione tra il Comune e gli operatori possono nascere sicuramente grandi occasioni per lo sviluppo».

«Tra gli obiettivi del press tour anche sensibilizzare gli organizzatori di eventi nell'individuare date con minore affluenza turistica leisure, inizio primavera e fine autunno, per l'organizzazione di convegni e team building sull'isola, favorendo così la destagionalizzazione», conclude Giovanna Lucherini, direttrice del CBN.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**CONVENTION BUREAU  
E INDUSTRIALI:  
«BRAND IN CRESCITA  
ORA INCREMENTARE  
L'OFFERTA AL MONDO  
DEGLI ORGANIZZATORI»**

La città

DS3019

DS3019

# Ma a Napoli folla di visitatori in migliaia dalle navi da crociera Lunghe file per Starbucks

**di Paolo Popoli**

Fuori dai Campi Flegrei l'effetto bradisismo non incide su commercio e turismo a Napoli, per ora. Ieri le strade del centro erano affollate di visitatori da più parti d'Italia e soprattutto da stranieri.

Per la sezione locale di Federalberghi, sono 20 mila le presenze in due notti nelle strutture ricettive cittadine, con una percentuale di occupazione delle camere che in tutti i weekend di maggio si attesta sull'80 per cento. I dati sono stabili rispetto allo scorso anno. «E le disdette sono pari quasi allo zero - spiegano dall'associazione degli albergatori - se non qualcosa fisiologica e non direttamente imputabile al bradisismo».

Napoli si conferma regina tra le scelte del turismo nazionale e internazionale, con presenze di massa che però incidono sui servizi.

A garantire il pienone, ieri, le

due navi da crociera al Beverello: la Msc Grandiosa e la Viking Jupiter. «Soprattutto Msc porta molto movimento», raccontano gli addetti dal parcheggio dei bus turistici City Sightseeing, anche ieri molto gettonati dai visitatori.

I numeri della compagnia di navigazione parlano chiaro: 4.300 passeggeri in transito a Napoli con la Grandiosa, 1.100 imbarcati ieri dallo scalo napoletano e altri 1.175 che invece hanno concluso in città la loro crociera.

Nel complesso è un giro di circa 6.500 persone. Gran parte dei 4.300 di Msc sono scesi a terra per escursioni a Napoli e dintorni: e a loro vanno aggiunti i passeggeri della Viking Jupiter, per lo più tedeschi e inglesi. A Capodichino, intanto, è stato il secondo giorno per il nuovo collegamento diretto aereo tra Napoli e New York di Delta Air Lines.

Folla sul lungomare e in Galleria Umberto I con code da Star-

bucks, numeri alti anche per musei e luoghi d'arte, bene il belvedere di Monte Echia con l'ascensore gestito da Anm: solo nella mattinata di ieri ha contato 1.500 ingressi rispetto ai mille registrati nell'intera giornata di venerdì. La media, negli scorsi week end tra sabato e domenica, è stata di 5.000 biglietti staccati.

Il termometro del turismo lo danno infine le file ai ristoranti, ai banconi dello street food e a locali storici come il Gambrinus: «C'era coda già alle 7,30 del mattino, all'apertura - dicono dal caffè di piazza Trieste e Trento - da febbraio è sempre così, non ci siamo mai fermati, le presenze in città restano altissime». A proposito di destagionalizzazione, si è concluso a Ischia il press tour promosso da Convention Bureau Napoli e Unione degli industriali per promuovere il turismo congressuale sull'isola verde.

***Federealberghi: nei weekend di maggio abbiamo avuto l'80% di camere occupate***



## La rinascita del turismo congressuale: a Ischia la Convention Bureau di Napoli e gli Industriali del turismo

**UGO DE ROSA**

Location e panorama da sogno, cultura e bellezze naturali, un'esperienza culinaria unita alla proverbiale accoglienza del territorio, costituiscono gli ingredienti di Ischia che si presenta al mondo giornalistico del settore congressuale. Un press tour di tre giorni (23-25 maggio), organizzato dal Convention Bureau Napoli e dall'Unione Industriali Napoli, che ha coinvolto le istituzioni locali, prestigiose strutture alberghiere (L'Albergo della Regina Isabella, Pagoda Lifestyle Hotel, Continental Terme Hotel, Hermitage Resort&Thermal SPA, Hotel La Madonnina), complessi termali (Giardini Poseidon), servizi di trasporto (AliLauro Spa, Imperatore Travel) e il Castello Aragonese.

"Diffondere il brand Ischia nel mondo congressuale vuol dire incrementare e migliorare la tipologia di prodotto da offrire agli organizzatori – dichiara il

Presidente del Convention Bureau di Napoli (CBN), Margherita Chiaramonte-. A Napoli il comparto è in costante crescita, ma bisogna continuare a lavorare per mantenere il li-

vello raggiunto, riconosciuto dai dati ICCA 2024 che posizionano Napoli tra le prime 5 città italiane e le prime 100 al mondo, come destinazione congressuale".

"Siamo felici del lavoro che stiamo svolgendo con il CBN che ha manifestato interesse nello sviluppo del congressuale sull'isola – dichiara Gianna Mazzeola, Presidente della Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli -. Ischia si presta a questo tipo di turismo perché ha una predisposizione naturale ai grandi eventi e per il mercato MICE (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions). È fondamentale anche la collaborazione con l'amministrazione, in particolare il team della DMO (Destination Ma-

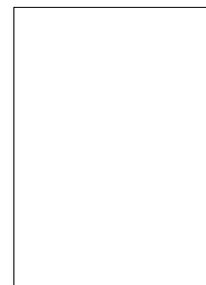
agement Organization), che ha mostrato una visione che ci consente di intraprendere questo percorso con ottimismo."

"Siamo onorati e felici di con-

dividere con CBN questa collaborazione che ci dà modo di far conoscere l'isola e le sue bellezze ad un settore a cui siamo fortemente interessati – dichiara il Sindaco di Ischia Porto, Enzo Ferrandino -. Ischia si presta al MICE offrendo ai professionisti, oltre i servizi standard, l'opportunità di rigenerarsi immergendosi nelle acque termali, nella nostra natura o più semplicemente ammirando gli splendidi panorami in un clima mite capace di suscitare nell'immediato, sensazioni positive. Dalla collaborazione tra il Comune di Ischia con la sua DMO e gli operatori, in questo caso rappresentanti da Confindustria Napoli – Sezione Turismo, possono nascere sicuramente grandi occasioni per lo sviluppo turistico della nostra isola."

"Tra gli obiettivi del press tour anche sensibilizzare gli organizzatori di eventi nell'individuare date con minore affluenza turistica leisure, inizio primavera e fine autunno, per l'organizzazione di convegni e team building sull'isola, favorendo così la destagionalizzazione", conclude Giovanna Lucherini, direttrice del CBN.

[www.ildispari.it](http://www.ildispari.it)



# Il Dispari



## PRESS TOUR

Margherita Chiaramonte (CBN): Il prestigio del brand Ischia, anche nel mondo congressuale, dimostra l'ampiezza e la varietà dell'offerta che il territorio propone agli organizzatori di eventi

# Ischia aggiorna la sua immagine e punta sul congressuale



 Redazione  29.05.2024

Un nuovo logo, un nuovo portale, e una Dmo dedicata, Visit Ischia: queste le novità annunciate durante il press tour sull'Isola Verde organizzato dal Convention Bureau di Napoli e dalla Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli e al quale ha preso parte anche Meeting e Congressi.

Dal 23 al 25 maggio i giornalisti, che sono approdati a Ischia su aliscafi targati AliLauro – la società ha anche una nuova lounge per i passeggeri, al molo Beverello di Napoli – hanno potuto scoprire alcuni degli highlight che Ischia offre al MICE.

Questo a iniziare dalle principali strutture alberghiere di alto livello, ognuna con caratteristiche uniche e posizioni affascinanti: L'Albergo della Regina Isabella, Pagoda Lifestyle Hotel, Continental Terme Hotel, Hermitage Resort & Thermal Spa, Hotel La Madonna.

Per continuare con le attività esclusive dell'isola, come quelle proposte dai Giardini Poseidon, un complesso termale che consente di privatizzare alcuni spazi, o come l'aperitivo che si può gustare tra le mura del poderoso Castello Aragonese, dopo averne scoperto la storia accompagnati da una guida.

Il tutto "condito" da panorami mozzafiato, mare cristallino, servizi impeccabili ed esperienze gastronomiche sublimi, in grado di spaziare dal gustoso street food alla meraviglia di cene stellate.

## La presenza delle istituzioni

I giornalisti sono stati accolti dal sindaco di Ischia Porto, Enzo Ferrandino, che ha affermato: "Siamo onorati e felici di condividere con CBN questa collaborazione, che ci dà modo di far conoscere l'isola e le sue bellezze a un settore, quello congressuale, a cui siamo fortemente interessati. Ischia si presta al MICE offrendo ai professionisti, oltre ai servizi standard, l'opportunità di rigenerarsi immergendosi nelle acque termali, nella nostra natura o più semplicemente ammirando gli splendidi panorami in un clima mite capace di suscitare nell'immediato sensazioni positive. Dalla collaborazione tra il Comune di Ischia con la sua DMO e gli operatori, in questo caso rappresentanti da Confindustria Napoli – Sezione Turismo, possono nascere sicuramente grandi occasioni per lo sviluppo turistico della nostra isola".

Punto di vista condiviso anche da CBN: "Diffondere il brand Ischia nel mondo congressuale vuol dire incrementare e migliorare la tipologia di prodotto da offrire agli organizzatori – ha dichiarato la Presidente del Convention Bureau di Napoli, Margherita Chiamonte -. A Napoli il comparto è in costante crescita, ma bisogna continuare a lavorare per mantenere il livello raggiunto, riconosciuto dai dati Icca 2024, che posizionano Napoli tra le prime cinque città italiane e tra le prime cento al mondo, come destinazione congressuale".



## La rinascita del turismo congressuale a Ischia. Chiaramonte (CBN): "Un brand di prestigio per un territorio che propone agli organizzatori di eventi un'offerta ampia e variegata"

L'Isola Verde mette in mostra le sue bellezze e la sua efficienza nel press tour organizzato dal Convention Bureau di Napoli e dalla Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli

Location e panorama da sogno, cultura e bellezze naturali, un'esperienza culinaria unita alla proverbiale accoglienza del territorio, costituiscono gli ingredienti di **Ischia** che si presenta al mondo giornalistico del settore congressuale.



(In foto Vincenzo Agnese, Responsabile DMO del Comune di Ischia)

Un **press tour di tre giorni** (23-25 maggio), organizzato dal **Convention Bureau Napoli e dall'Unione Industriali Napoli**, che ha coinvolto le istituzioni locali, prestigiose strutture alberghiere (L'Albergo della Regina Isabella, Pagoda Lifestyle Hotel, Continental Terme Hotel, Hermitage Resort&Thermal SPA, Hotel La Madonnina), complessi termali (Giardini Poseidon), servizi di trasporto (AliLauro Spa, Imperatore Travel) e il Castello Aragonese (in foto sotto).

“Diffondere il brand Ischia nel mondo congressuale vuol dire incrementare e migliorare la tipologia di prodotto da offrire agli organizzatori – dichiara il Presidente del Convention Bureau di Napoli (CBN), **Margherita Chiaramonte**. A Napoli il comparto è in costante crescita, ma bisogna continuare a lavorare per mantenere il livello raggiunto, riconosciuto dai dati ICCA 2024 che posizionano **Napoli tra le prime 5 città italiane e le prime 100 al mondo, come destinazione congressuale**”.



“Siamo felici del lavoro che stiamo svolgendo con il CBN che ha manifestato interesse nello sviluppo del congressuale sull'isola – dichiara **Gianna Mazzarella (in foto sopra)**, Presidente della Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli –. Ischia si presta a questo tipo di turismo perché ha una predisposizione naturale ai grandi eventi e per il mercato MICE (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions). È fondamentale anche la collaborazione con l'amministrazione, in particolare il team della DMO (Destination Management Organization), che ha mostrato una visione che ci consente di intraprendere questo percorso con ottimismo.”



“Siamo onorati e felici di condividere con CBN questa collaborazione che ci dà modo di far conoscere l'isola e le sue bellezze ad un settore a cui siamo fortemente interessati – dichiara il Sindaco di Ischia Porto, **Enzo Ferrandino** (nella foto sopra) -. Ischia si presta al **MICE** offrendo ai professionisti, oltre i servizi standard, l'opportunità di rigenerarsi immergendosi nelle acque termali, nella nostra natura o più semplicemente ammirando gli splendidi panorami in un clima mite capace di suscitare nell'immediato, sensazioni positive. Dalla collaborazione tra il Comune di Ischia con la sua **DMO** e gli operatori, in questo caso rappresentanti da Confindustria Napoli – Sezione Turismo, possono nascere sicuramente grandi occasioni per lo sviluppo turistico della nostra isola.”

“Tra gli obiettivi del press tour anche sensibilizzare gli organizzatori di eventi nell'individuare date con minore affluenza turistica leisure, inizio primavera e fine autunno, per l'organizzazione di convegni e team building sull'isola, favorendo così la destagionalizzazione”, conclude **Giovanna Lucherini**, direttrice del CBN.

# Ischia apre al Turismo Congressuale

**L'Isola Verde punta alla rinascita dell'offerta e mette in mostra le sue bellezze e la sua efficienza nel press tour organizzato dal Convention Bureau di Napoli e dalla Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli**

**C**Location e panorama da sogno, cultura e bellezze naturali, un'esperienza culinaria unita alla proverbiale accoglienza del territorio, costituiscono gli ingredienti di Ischia che si presenta al mondo giornalistico del settore congressuale. Un press tour di tre giorni organizzato dal Convention Bureau Napoli e dall'Unione Industriali Napoli, che ha coinvolto le istituzioni locali, prestigiose strutture alberghiere (L'Albergo della Regina Isabella, Pagoda Lifestyle Hotel, Continental Terme Hotel, Hermitage Resort&Thermal SPA, Hotel La Madonnina), complessi termali (Giardini Poseidon), servizi di trasporto (AliLauro Spa, Imperatore Travel) e il Castello Aragonese. "Diffondere il brand Ischia nel mondo congressuale vuol dire incrementare e migliorare la tipologia di

prodotto da offrire agli organizzatori – ha dichiarato il Presidente del Convention Bureau di Napoli (CBN), Margherita Chiaramonte - A Napoli il comparto è in costante crescita, ma bisogna continuare a lavorare per mantenere il livello raggiunto, riconosciuto dai dati ICCA 2024 che posizionano Napoli tra le prime 5 città italiane e le prime 100 al mondo, come destinazione congressuale".

"Siamo felici del lavoro che stiamo svolgendo con il CBN che ha manifestato interesse nello sviluppo del congressuale sull'isola – ha aggiunto Gianna Mazzarella, Presidente della Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli – Ischia si presta a questo tipo di turismo perché ha una predisposizione naturale ai grandi eventi e per il mercato MICE (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions). È fondamentale anche la collaborazione con l'amministrazione, in particolare il team della DMO (Destination Management Organization), che ha mostrato una visione che ci consente di intraprendere questo percorso con ottimismo."

Intervenendo all'incontro, il Sindaco di Ischia Porto, Enzo Ferrandino si è detto felice di poter far conoscere l'isola e le sue bellezze ad un settore a cui il territorio è fortemente interessato: "Ischia si presta al MICE offrendo ai professionisti, oltre i servizi standard, l'opportunità di rigenerarsi immergendosi nelle acque termali, nella nostra natura o più semplicemente ammirando gli splendidi panorami in un clima mite capace di suscitare nell'immediato, sensazioni positive. Dalla collaborazione tra il Comune di Ischia con la sua DMO e gli operatori, in questo caso rappresentanti da Confindustria Napoli – Sezione Turismo, possono nascere sicuramente grandi occasioni per lo sviluppo turistico della nostra isola."

La direttrice del CBN, Giovanna Lucherini ha infine spiegato che tra gli obiettivi del press tour c'era anche quello di "sensibilizzare gli organizzatori di eventi nell'individuare date con minore affluenza turistica leisure, inizio primavera e fine autunno, per l'organizzazione di convegni e team building sull'isola, favorendo così la destagionalizzazione".



# Ischia per il MICE. Bella sorpresa!

Cosa non deve mancare se si vuole organizzare un evento di successo?

La **bellezza** della meta scelta, certo, la **professionalità** del team, la **gastronomia** e, senza dubbio, una **struttura alberghiera** all'altezza. Ma alla gioia di vivere della popolazione del luogo, alla sua cordialità, alla sua simpatia non avete pensato?

Male, perché **è quello che fa la differenza**.

Ed è proprio quello che offre **Ischia**, isola bellissima a un'ora di aliscafo da Napoli, conosciuta per il suo mare, le sue prodigiose acque termali, le sue vedute spettacolari, ma forse non ancora per essere una **meta ideale per il MICE**, specialmente fuori stagione.

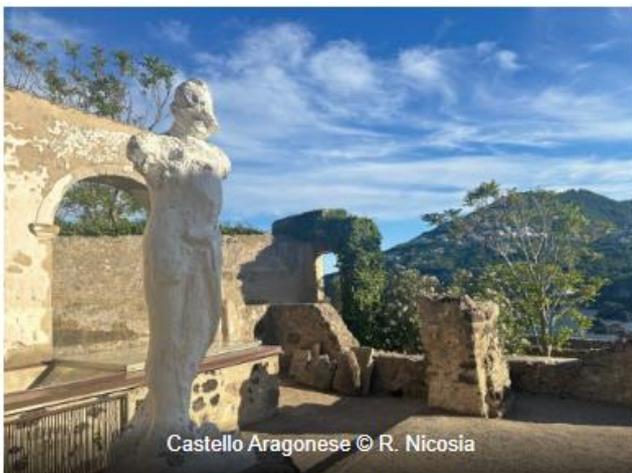
Abbiamo trovato alberghi belli e perfettamente attrezzati, con direttori simpatici ed empatici, con quel quid in più che solo la gente di Napoli e dintorni ha nel DNA.

## CRONACA DI UN PRESS TRIP

Ma cominciamo con ordine. Siamo a fine maggio, la temperatura è ideale anche per i bagni di mare ma senza affollamento. Arriviamo a **Ischia Porto** dopo un breve e comodo transfer a bordo di uno degli **aliscafi AliLauro**, che collegano le isole del golfo con il molo Beverello di Napoli.

Siamo pronti per l'incontro col **sindaco Enzo Ferrandino** che ci racconta le peculiarità di quest'isola dal passato agricolo, che non vuole vivere di solo mare, sole e acque termali, ma valorizzare la zona collinare interna, i suoi scorci panoramici di pregio, la sua storia antica al crocevia di diverse civiltà.

Per rilanciare l'immagine, investire sull'accoglienza e implementare la strategia di comunicazione, è stato recentemente creato con la consulenza di **Joseph Ejarque** il **DMO VisitIschia** (che con la parola inglese *Visit* vuole essere facilmente trovato anche dai visitatori internazionali), ricco di contenuti esperienziali ma anche forte di un sistema raccolta dati a consuntivo che permetta di creare un profilo completo e aggiornato di tutti i visitatori. Fondamentale puntare sulla **destagionalizzazione**, e in questo senso il **MICE** è l'asset più importante su cui fare affidamento.



## LA STRUTTURA ALBERGHIERA

Ischia ha **25mila posti letto** in **376 hotel** suddivisi nei diversi comuni dell'isola, e ottimi alberghi strutturati per convegni ed eventi di diverse dimensioni, dai boutique hotel per piccole riunioni e board meeting a strutture con capienza fino a 600 persone.

Ecco quelli visitati per voi nel press trip organizzato dal **Convention Bureau Napoli** e dalla sezione turismo dell'**Unione Industriali Napoli**.

### Hotel Continental Ischia

Inserito in un grande parco fiorito di 30mila mq, l'**Hotel Continental Ischia**, che fa parte del gruppo Leohotels, è uno dei punti di riferimento del MICE, con **240 camere** in diversi edifici dallo stile mediterraneo, **12 sale modulari** equipaggiate con le più moderne tecnologie, capaci di ospitare **da 15 a 350 persone**, e begli spazi esterni per cocktail e ricevimenti. Nel grande parco si trovano 4 delle 5 piscine dell'hotel (di cui una tropicale in una serra) e un secondo ristorante circondato dal verde del parco, *Il Giardino*, che può accogliere fino a quattrocento persone. La struttura dispone di un campo da tennis, un piccolo vigneto, di una pineta e di un ampio parcheggio. Oltre ai trattamenti termali, l'albergo propone trattamenti benessere e di balneoterapia nella Spa e un ricco programma di attività post-congress di team building e di scoperta.

### Hermitage Resort & Thermal SPA

Situato a **Ischia Ponte**, con vista sul magnifico Castello Aragonese, l'**Hermitage** è un hotel di **150 camere** costruito alla fine degli anni Sessanta in stile mediterraneo, dotato di tre punti di ristoro, piscina con pool bar, una nuova piscina degradante effetto sabbia in costruzione e la Cinthia Terme Spa. Una **sala congressi di 188 mq**, modulabile, realizzata con tecnologie innovative che consentono una fruizione multimediale ottimale dell'evento ospitato in maniera personalizzata, può trasformarsi per accogliere eventi da **10 a 180 persone**, mentre le terrazze e i giardini coi gazebo sono ideali per feste e cerimonie. **Punti forti della struttura il senso di una vera e calorosa accoglienza e l'attenzione al dettaglio.**

### Pagoda Lifestyle Hotel

Ubicato in una piccola baia dalle acque cristalline, con veduta spettacolare su tramonto, il **Pagoda** è un hotel di design con piccola piscina vista mare, terrazze panoramiche degradanti, e discesa a mare privata su una insenatura protetta da frangiflutti. Il Pagoda ha due ristoranti, un lounge bar, e **55 camere** di diverse tipologie e dimensioni in stile minimal white dotate di domotica. Una sala da 55 posti è ideale per piccoli meeting, in un quadro elegante e discreto. Tra gli *highlights* le proposte personalizzate come il tour privato al Castello Aragonese e il Vintage Tour a bordo di un Ape. Eccezionale la posizione a 5 minuti dal molo di sbraco di **Ischia Porto**.

### Hotel La Madonnina

Una terrazza a picco sul mare a **Casamicciola** accoglie il boutique hotel **La Madonnina**, nato come residenza privata di un milanese che, per ricordo, ha portato qui una piccola statua della Madonna che dà il nome all'albergo. Dotato di **21 camere** con terrazzo o balcone, spiaggia privata con lettini sulla pedana di legno e un'area wellness, l'albergo gode di una posizione di assoluto privilegio. Gli eventi e le cerimonie si svolgono principalmente sulle terrazze e al ristorante, ma per riunioni più formali c'è una piccola **sala da 60 posti**. La fonte naturale di acqua calda a 37/40° che sgorga direttamente dal mare è un vero gioiello.

## **L'Albergo della Regina Isabella**

È la *Grande Dame* di Ischia, l'unico 5 stelle lusso dell'isola. Nato per volere di Angelo Rizzoli nel 1956, il **Regina Isabella** ha accolto negli anni personaggi celebri dello spettacolo e del jet set. La sua struttura si raccoglie intorno a una baia di **Lacco Ameno**, con tre edifici collegati fra loro, *Regina Isabella*, *Sporting e Royal*, che ospitano in totale **128 camere**, di cui **27 luxury** con mobili d'antiquariato e maioliche dipinte a mano. Quattro le piscine, di cui una alle **Terme della Regina Isabella**. **Quattro sale da 30 a 150 persone** accolgono eventi e convegni, ma nelle vicinanze è disponibile l'Auditorium "Leonardo Carriero" in grado di ospitare fino a 450 persone. Una barca privata si può noleggiare per gite in mare. Il Regina Isabella offre ai suoi ospiti la possibilità di scegliere tra **tre ristoranti**, gestiti dall'Executive Chef stellato Pasquale Palamaro, e **tre bar**.

## **Cena stellata da Indaco**

Ma una delle più belle sorprese del Regina Isabella è la **cucina stellata del ristorante Indaco** che prende il nome dal colore del cielo al crepuscolo. Il ristorante di fine dining, che si affaccia su una piccola baia all'estremità dell'hotel, nasce nel 2009 con lo chef ischitano **Pasquale Palamaro**, che nella sua carriera ha lavorato con chef stellati come Aimo e Nadia, Alfonso Iaccarino e Ugo Alciati, e ha dedicato il periodo invernale alla propria formazione a fianco di chef del calibro di Antonio Cannavacciuolo dell'Hotel Villa Crespi di Orta San Giulio e di Anthony Genovese del Pagliaccio di Roma. Nel 2013 ha ottenuto **una Stella Michelin** per la sua cucina prevalentemente marinara, in cui sono presenti non soltanto i prodotti del territorio isolano ma anche quelli dell'orto privato, coltivato con passione.

## **BENESSERE MEDITERRANEO**

Nelle immediate vicinanze dell'hotel Regina Isabella, affacciato sulla spiaggia di sabbia di San Montano in una delle più belle baie dell'isola, il **Parco Negombo**, non è solamente un centro termale, ma anche un giardino esotico creato nel 1947 dal Duca Luigi S. Camerini in un contesto ambientale unico e una galleria a cielo aperto di opere di artisti contemporanei, tra cui Arnaldo Pomodoro. Il Parco ha **14 piscine** con acque termali, terapeutiche e marine sparse tra i fiori, le rocce vulcaniche e le opere d'arte contemporanea di un giardino così elegante da essere stato inserito tra i *Grandi Giardini Italiani*. Un percorso da completare anche nel suo Centro Benessere, dove propongono trattamenti che sfruttano i benefici delle acque termali che seguono tecniche moderne e tradizioni antiche ma anche massaggi e trattamenti ayurvedici.

Anche i **Giardini Poseidon** si possono considerare una destinazione nella destinazione, con spiaggia, tre punti ristoro (di cui uno con servizio per gruppi fino a 40 persone), sale per eventi, una boutique e un **Centro Benessere di 500 mq. Di medicina riabilitativa e trattamenti olistici**. Il **parco termale**, il più grande dell'isola, ha **20 piscine** con acque curative con temperature che variano da 28° C a 40° C, **tre piscine con acqua di mare** per il nuoto sportivo, **una grotta di vapore termale** secondo la tradizione greco-romana scavata nel tufo, **tre gruppi "Kneipp"**. C'è anche una terrazza Vip per massimo 12 persone su una terrazza privata. A completare l'offerta del parco c'è la **spiaggia privata** lunga 500 metri, perfettamente **attrezzata**, con gli iconici **ombrelloni in rafia naturale**, e **sorvegliata**. Per chi cerca solo il relax o gli sport acquatici c'è lo stabilimento privato **Poseidon Beach**.

## **L'ICONA DI ISCHIA: IL CASTELLO ARAGONESE**

Una delle cose più spettacolari da fare a Ischia è la visita del **Castello Aragonese**, fortezza cinquecentesca circondata da mura che sorge su un'isola vulcanica sulla costa orientale dell'isola, cui è collegata da un ponte in muratura. Durante le incursioni dei pirati quasi tutta la popolazione trovava rifugio e protezione dentro le mura. Nel periodo di massimo splendore, nel XVI secolo, vivevano qui 1892 famiglie e c'erano un monastero, un'abbazia e tredici chiese, tra cui la cattedrale.

Dal 1912 è proprietà privata della famiglia Mattera, che ancora abita in un'ala del castello, e che dagli anni Novanta lo ha aperto al pubblico per visite guidate. Per raggiungere la sommità, oltre ad un tunnel scavato nella roccia, c'è un ascensore. All'interno del Castello, un **hotel di 20 camere** con vista spettacolare su **Ischia Ponte**, un ristorante con 10 tavoli aperto a cena e un bistrot. In estate il Castello Aragonese ospita mostre di arte, pittura e incontri culturali ed è animato da concerti, rappresentazioni teatrali, conferenze e festival. Dal suo belvedere, la vista su Ischia Ponte è spettacolare.

## ISCHIA: IL MICE PER DESTAGIONALIZZARE CON QUALITÀ

01/07/2024 | CORPORATE, IL PUNTO DI VISTA

Una destinazione come nessun'altra: accogliente, esperienziale, identitaria, strutturata, facilmente raggiungibile. Che **Ischia** sia da sempre un' **icona del leisure** non è certo una novità dei nostri giorni. A rifugiarsi tra calette e giardini sono storicamente anche i **vip**: se l'amore platonico tra Vittoria Colonna e Michelangelo Buonarroti è avvolto nella leggenda, quello turbolento e passionale che unì **Liz Taylor a Richard Burton** è inciso nelle cronache rosa dell'isola e, a perenne memoria, anche – ahinoi – su un mattone del Castello Aragonese.

### Post congress sul territorio

Ischia è un **gioiello paesaggistico e ricettivo** – con un potenziale ancora scalabile, da qui la spinta promozionale attivata dal **Convention Bureau Napoli** e dalla **Sezione Turismo dell'Unione industriali Napoli** con il supporto delle **istituzioni locali e dei portatori d'interesse privati** – vocato per dna alla **destagionalizzazione** del prodotto turistico attraverso la **meeting industry**. Difficile, comunque, parlare di "stagioni di spalla" per l'Isola Verde, che vanta un clima mite quasi tutto l'anno e si presta, pertanto, a ospitare **eventi e congressi arricchiti di esperienze outdoor sul territorio**, impianti termali in primis.



Per catalizzare la spinta sui **mercati nazionale e internazionale**, la maggiore delle **Flegree** si presenta al Mice – così come al leisure individuale e gruppi – con alcune novità: un coloratissimo logo, un portale ricco di informazioni e la **Dmo Visit Ischia**.

### Sinergie rigenerative

"Siamo felici di condividere con il Convention Bureau di Napoli questa **collaborazione**, che ci dà modo di far conoscere l'isola e le sue bellezze a un settore a cui siamo fortemente interessati – dichiara il **sindaco di Ischia Porto Enzo Ferrandino** -. Ischia si

presta al Mice offrendo ai professionisti, oltre i servizi standard, l'**opportunità di rigenerarsi immergendosi nelle acque termali**, nella nostra **natura** o più semplicemente ammirando gli splendidi panorami in un **clima mite** capace di suscitare nell'immediato, sensazioni positive. Dalla collaborazione tra il **Comune di Ischia con la sua Dmo, Confindustria Napoli – Sezione Turismo e gli operatori** possono nascere sicuramente grandi occasioni per lo sviluppo turistico della nostra isola".

### Incrementare l'offerta

"Diffondere il brand Ischia nel mondo congressuale vuol dire incrementare e migliorare la tipologia di prodotto da offrire agli organizzatori – dichiara **Margherita Chiamonte, presidente del Convention Bureau di Napoli (Cbn)** -. A **Napoli** il comparto è in costante crescita, ma bisogna continuare a lavorare per mantenere il livello raggiunto, riconosciuto dai **dati Icca 2024** che la posizionano **tra le prime 5 città italiane e le prime 100 al mondo** come destinazione congressuale".

## Favorire la destagionalizzazione

La ricettività rappresenta uno dei fiori all'occhiello dell'isola, sia per le strutture sia per la non solo proverbiale, bensì anche tangibilissima, **accoglienza riservata agli ospiti**. Qualche esempio?

Dai ricordi della Dolce Vita che riverberano tra fotografie, divani e lampadari di cristallo del sontuoso **l'Albergo Regina Isabella**, che alle **sue cinque stelle somma quella Michelin di Pasquale Palamaro**, chef creativo e raffinato del ristorante interno "tutto di mare" **Indaco**, agli scorci a strapiombo sulla scogliera del **Pagoda Lifestyle Hotel**, dalle terrazze a sbalzo con vista panoramica sul Castello Aragonese dell'**Hermitage Resort&Thermal Spa** all'intreccio di giardini e piscine del **Continental Terme Hotel** e alla raffinata riservatezza dell'**Hotel La Madonnina**, qui tutto è rivolto al benessere dell'ospite tanto nei momenti di lavoro quanto in quelli di relax dopo l'impegno.

"È importante – afferma **Giovanna Lucherini, direttrice del Cbn** – sensibilizzare gli organizzatori di eventi nell'**individuare date con minore affluenza turistica leisure**, inizio primavera e fine autunno, per l'organizzazione di convegni e team building sull'isola, favorendo così la destagionalizzazione".

## Lavorare insieme

"Siamo felici del **lavoro che stiamo svolgendo con il Cbn**, che ha manifestato interesse nello sviluppo del congressuale sull'isola – dichiara **Gianna Mazzarella, presidente della Sezione Turismo dell'Unione Industriali Napoli** -. Ischia si presta a questo tipo di turismo perché ha una **predisposizione naturale ai grandi eventi e per il mercato Mice**. È fondamentale anche la **collaborazione con l'amministrazione**, in particolare il team della Destination Management Organization **Visit Ischia**, che ha mostrato una **visione** che ci consente di intraprendere questo percorso con **ottimismo**".

## Terme, natura, enogastronomia

Ischia è **facilmente raggiungibile** in meno di un'ora di navigazione con gli **aliscafi AliLauro** (nella cordata di armatori cui è andato l'incarico di gestire la rinnovata stazione marittima partenopea) **dal molo Beverello di Napoli** mentre per i transfer interni, con particolare attenzione ai gruppi e al Mice, **Imperatore Travel** offre puntuali servizi con navette.

Accanto alle **eccellenze naturalistiche**, che riverberano in location e panorami indimenticabili, la **cultura** e l'**esperienza culinaria** completano un'**offerta estremamente competitiva sul mercato sempre più sfidante del congressuale, soprattutto internazionale**. Alla vasta proposta di spazi tradizionali e di venue inusuali si affiancano infatti i complessi termali quali i **Giardini Poseidon**, l'antica suggestione del **Castello Aragonese** (da visitare in compagnia di una guida per scoprirne le peculiarità più nascoste), le **spiagge private** delle strutture alberghiere e i moltissimi **locali tipici**, che offrono momenti **post congress e bleisure** di altissimo profilo.

*Paola Olivari*