



TURISMO e Psicologia
Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

RIPROGETTIAMO IL FUTURO DEL TURISMO

Stefan Marchioro
Università degli Studi di Padova



PADOVA UNIVERSITY PRESS

RIPROGETTIAMO IL FUTURO DEL TURISMO

RIASSUNTO:

Il turismo è uno dei comparti più colpiti dalla pandemia COVID-19. Tutte le componenti della sua vasta catena del valore sono state coinvolte. Al di là degli scenari e delle previsioni sulla ripresa del turismo internazionale, è necessario interrogarsi sul modello di sviluppo del turismo conosciuto fino al 2019 che si era rivelato non sempre sostenibile. La necessità di un cambio di paradigma anche nel turismo era già presente prima della pandemia. Lo scenario post COVID potrebbe accentuare un orientamento della domanda verso destinazioni attente alla sostenibilità. Il raggiungimento o il mantenimento di posizioni di competitività sul mercato, dipendono dalla effettiva capacità di adattarsi ai cambiamenti che continuano a condizionare il fenomeno turistico a livello globale.

Parole chiave: impatti del COVID-19 sul turismo, cambiamento di scenario, turismo sostenibile

LET'S RE-DESIGN THE FUTURE OF TOURISM

ABSTRACT:

Tourism is one of the sectors most affected by the COVID-19 pandemic. All components of its vast value chain have been involved. Beyond the scenarios and forecasts on the recovery of international tourism, it is necessary to ask ourselves about the tourism development model known up to 2019 which had not always proved sustainable. The need for a paradigm shift also in tourism was already present before the pandemic. The post-COVID scenario could accentuate an orientation of demand towards sustainability-conscious destinations. The achievement or maintenance of competitive positions on the market depend on the effective ability to adapt to the changes that continue to affect the tourism phenomenon on a global level.

Keywords: impacts of COVID-19 on tourism, change of scenery, sustainable tourism

RIPROGETTIAMO IL FUTURO DEL TURISMO

1. Premessa

Siamo in una fase in cui non appare ancora chiaro se la pandemia da COVID-19 possa essere considerata completamente debellata. E' certo però che – a livello globale - gli impatti della pandemia avranno ripercussioni sul piano sociale, economico e quindi turistico, anche nei prossimi anni.

A livello internazionale e nella gran parte delle destinazioni europee e del nostro Paese, si è passati da una costante crescita del turismo - con anche situazioni di *overtourism* - ad un improvviso e prolungato stop di pressoché tutte le attività turistiche, con conseguenze molto rilevanti sul piano economico ed occupazionale. Il turismo è infatti uno dei comparti economici più colpiti dalla pandemia COVID-19. Tutte le componenti della sua vasta catena del valore sono state coinvolte. Secondo l'UNWTO¹, nel 2020 gli impatti della pandemia hanno comportato 1 miliardo di arrivi di turisti internazionali in meno, con una perdita complessiva di 1,3 trilioni di dollari di entrate totali da esportazioni dal turismo internazionale e 100-120 milioni di posti di lavoro nel turismo a rischio. Le donne, che rappresentano il 54% della forza lavoro del turismo, i giovani e i lavoratori dell'economia informale sono tra le categorie più a rischio.

Fare previsioni su quando potrà davvero riprendere il fenomeno turistico a livello internazionale è ancora difficile, stante una situazione ancora non stabilizzata dal punto di vista socio-sanitario in molti Paesi.

Ma al di là degli scenari e delle previsioni, la domanda di fondo che intendiamo porci è “siamo sicuri di voler tornare a quel modello di sviluppo economico e turistico?”

L'esigenza di riprogettare il modello di sviluppo del turismo

Il modello di sviluppo turistico conosciuto sino al 2019 si era rivelato non sempre sostenibile, né da un punto di vista ambientale, né sul piano sociale e molto spesso nemmeno dal punto di vista economico.

Infatti, il fenomeno dell'*overtourism* aveva caratterizzato negli ultimi decenni molte destinazioni, non solo città come Venezia, Amsterdam o Barcellona², ma quasi tutti i centri storici e le principali località turistiche, con conseguenze spesso serie per l'ambiente e per le comunità ospitanti, tanto da costringere le amministrazioni locali ad intervenire con misure di regolamentazione dei flussi turistici ed escursionistici. La Città di Venezia aveva aperto la strada con la campagna di sensibilizzazione *#EnjoyRespectVenezia*³, poi mutuata anche da altre città d'arte, ma alla vigilia del COVID le criticità dell'*overtourism* erano ancora tutte presenti. In Italia, complice la mancata organizzazione delle destinazioni, imprese e territori erano fortemente dipendenti dal ruolo delle *Online Travel Agencies* (OLTA) e dalla sola leva del prezzo. Si stava cioè creando un circolo vizioso con un costante aumento di turisti nelle destinazioni italiane ma con una riduzione delle marginalità per imprese e territori, rendendo il modello di sviluppo del turismo sempre meno sostenibile anche sul versante economico.

La necessità di un cambio di paradigma anche nel turismo era pertanto già sotto gli occhi di tutti prima della pandemia.

2. Qual turismo dopo la pandemia?

Superato il difficile scoglio della tenuta dell'offerta e della domanda attraverso il sostegno ad imprese e lavoratori della filiera turistica e alle destinazioni nel loro complesso, sarà necessario concentrarsi sui possibili cambiamenti che gli effetti della pandemia determineranno in ambito turistico. Lo scenario post COVID potrebbe accentuare una tendenza già in atto nei mercati di riferimento per il nostro Paese (quelli di lingua tedesca e nordici), particolarmente attenti alle

¹ <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>

² <https://www.statista.com/topics/4316/overtourism-in-european-destinations/#dossierSummary>

³ <https://www.comune.venezia.it/it/enjoyrespectvenezia>

TURISMO E PSICOLOGIA, 14 (1), 2021

conseguenze dei cambiamenti climatici e quindi a un diverso modello di fruizione della vacanza e del tempo libero: un turismo più sostenibile nella proposta e più responsabile nella fruizione potrebbe quindi fortemente caratterizzare l'evoluzione del mercato, insieme agli elementi relativi alla sicurezza e alla qualità del sistema sanitario delle destinazioni. Se questi assunti risulteranno fondati, verrà rafforzato un orientamento della domanda verso destinazioni attente alla sostenibilità ambientale - vere e proprie "eco destinazioni" - che propongano attività all'aria aperta e non di massa e per le realtà urbane, verso destinazioni che privilegeranno una riduzione del traffico, dell'inquinamento e la facilità nella fruizione e nella visita. Tutto questo potrebbe ulteriormente accentuare anche l'orientamento al turismo slow (cicloturismo, cammini, equiturismo, navigazione fluviale, etc.) che stava già caratterizzando la domanda prima del COVID.

3. Conclusioni

Oggi più che mai quindi, per le destinazioni turistiche, il raggiungimento o il mantenimento di posizioni di competitività sul mercato, dipendono dalla effettiva capacità di adattarsi ai cambiamenti che continuano a condizionare il fenomeno turistico a livello globale.

Cosa fare per accompagnare le nostre destinazioni in questo cambiamento epocale? Sicuramente affiancandole nella ridefinizione dell'offerta turistica e delle proprie linee strategiche e di azione; valorizzando le aree interne, il turismo rurale, i progetti dei Borghi e dei Cammini, integrando queste proposte con quelle delle grandi destinazioni turistiche del turismo culturale, del mare, della montagna, del lago e delle terme e contribuendo così a rigenerarne l'offerta; sulla scia di quanto fatto dalla Francia con *Open Experiences*, dalla Gran Bretagna con *New Mind* o dai paesi mitteleuropei con *Deskline 3.0*, dotare le destinazioni, le regioni e il livello nazionale di una piattaforma digitale interoperabile (DMS) per una gestione integrata dell'informazione, accoglienza e promozionalizzazione dell'offerta turistica. Infatti, solo organizzando e gestendo l'offerta delle destinazioni turistiche a livello territoriale ed affrancandosi dalla totale dipendenza dalle OLTA sarà possibile concorrere a governare e non subire il cambiamento in atto.

Alla luce di scenari fortemente modificati, emerge quindi con ancora più forza la **necessità per le destinazioni di darsi una dimensione organizzativa e gestionale adeguata ai tempi** secondo schemi evoluti e riconosciuti.

BIBLIOGRAFIA

Marchioro, S., Miotto, A. (a cura di) (2018), *La governance del turismo nell'era del digitale*, Bolzano: Gallica1689, ISBN: 978-88-85437-05-0