



Turismo - #Covid #Fase2, ripresa legata al turismo di casa nostra, #Demoskopika calcola +21 miliardi di euro

Roma - 25 apr 2020 (Prima Pagina News) Il presidente dell'Istituto di ricerca Demoskopika, Raffaele Rio lancia la strategia del

“sasso nello stagno” per individuare i mercati nazionali da intercettare per la risalita: «Necessario garantire un’offerta in sicurezza per fronteggiare il lockdown psicologico».

Se gli italiani scegliessero di trascorrere una vacanza in Italia, tra i confini nazionali, nell'anno in corso potrebbero spingere il turismo nostrano a uscire gradualmente dalle secche della crisi generata dagli effetti del Covid-19. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze che potrebbero dare una “boccata d'ossigeno” all'intero comparto con una spesa pari a 20,6 miliardi di euro. Un “scelta nazionalista” che potrebbe compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel Belpaese che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze. Sembra quasi una provocazione, e invece è la stima della spesa generata dai “turisti autoctoni” nello scenario di una vacanza in Italia nel 2020, elaborata dai sondaggisti di Demoskopika. Sicilia, Sardegna e Campania registrano il maggiore tasso di appartenenza turistica, scenario ideato da Demoskopika. Tre i gruppi di turisti “autoctoni” sui quali - secondo i ricercatori di Raffaele Rio - si gioca l'immediata partita della ripresa: gli identitari, gli esterofili e i nazionalisti ai quali, solo in un secondo tempo, si aggiungerebbero i turisti stranieri. Sicilia, Sardegna e Campania, inoltre, presentano il maggior tasso di appartenenza turistica, rapporto ideato dall'istituto di ricerca per misurare l'incidenza dei turisti che trascorrono la vacanza nella loro regione di residenza sul totale dei turisti residenti di quella regione. “Se non si getta un sasso nello stagno, l'acqua non fa i cerchi. Finito il lockdown formale – dichiara il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio – bisognerà fare i conti con il lockdown psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. In questa direzione, risulta necessario che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza concentrando e tempificando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli identitari, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli esterofili, cioè turisti italiani residenti in una determinata regione che ogni anno scelgono l'estero quale meta vacanziera; e, infine, i nazionalisti, cluster che rappresenta i turisti italiani residenti in una determinata regione che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma fuori dai confini del loro territorio regionale di residenza. Si tratta – precisa Raffaele Rio - di attivare un pacchetto di interventi che non si limiti esclusivamente all'adeguamento dei prodotti tradizionali ma che valorizzi anche il turismo a “chilometro zero”, i luoghi minori, la montagna, i parchi, i tanti meravigliosi borghi presenti nei nostri territori. Una strategia, dunque, che, come un sasso nello stagno, generi più cerchi concentrici, ognuno dei quali a rappresentare i differenti gruppi di turisti autoctoni da convincere e motivare per la scelta della destinazione più idonea. Ciò –



avverte il presidente di Demoskopika – in costante condivisione tra i vari livelli istituzionali per scongiurare che l'inevitabile competizione che scoppierà tra i sistemi turistici regionali possa generare livelli qualitativamente discriminanti alimentando offerte di serie A e di serie B". (b.n.)

(Prima Pagina News) Sabato 25 Aprile 2020