
Turismo: Università cattolica, "in Italia è in ripresa e sempre più sostenibile"

La ripresa del turismo in Italia sarà all'insegna della sostenibilità. Le scelte di viaggio sostenibili, infatti, nel 2023 risulteranno sempre più decisive per oltre il 70% dei viaggiatori italiani, europei e americani, incidendo nella selezione delle mete di più di 200 milioni di presenze turistiche nel nostro Paese. Inoltre, in virtù del considerevole patrimonio artistico-culturale, l'Italia si conferma un brand consolidato e tra le destinazioni più gettonate in Europa: primo per "intenzioni di viaggio" (47% quasi un viaggiatore su due) e attrattività (in particolare per i britannici, col 54%, e gli americani, col 47%, con un vantaggio rilevante verso i competitor diretti Francia e Spagna). A indicare le nuove tendenze di un settore in ripresa, e che punta a superare i valori pre-pandemici del 2019, è la terza edizione dell'indagine "Comunicazione, media e turismo". L'indagine, realizzata dal Centro di ricerca sulla televisione e gli audiovisivi (Certa) e Cattolicaper il Turismo, in collaborazione con Publitalia '80, è stata illustrata a Milano, alla presenza del ministro del Turismo Daniela Santanchè, dagli autori Massimo Scaglioni, direttore di Certa e responsabile scientifico della ricerca, Vincenzo Zulli, coordinatore Business Development Cattolicaper il Turismo, e Matteo Cardani, direttore generale di Marketing Publitalia '80, lunedì 29 maggio nell'ambito del convegno "Comunicare il turismo sostenibile. Il posizionamento dell'Italia nel percorso verso la sostenibilità: viaggiatori, luoghi, operatori". "Più che una mera tendenza, il turismo sostenibile è una scelta di viaggio che una quota via via crescente di persone compie consapevolmente, nonché una necessità per salvaguardare il benessere dell'ambiente e delle comunità", ha affermato il ministro Daniela Santanchè, introdotta dal rettore Franco Anelli. "Se in termini di sostenibilità culturale l'Italia parte decisamente avvantaggiata, specie in virtù della ricchezza e della diversificazione del proprio patrimonio artistico, storico, architettonico, enogastronomico, paesaggistico, lo stesso non può dirsi per quanto concerne la sostenibilità in termini ambientali. Ne risulta che aspetti come l'attenzione alle tradizioni dei luoghi o il consumo di prodotti enogastronomici a km zero sono in linea con le tendenze generali, mentre aspetti come l'utilizzo di mezzi a minor impatto ambientale o l'ecosostenibilità delle strutture ricettive presentano ampi margini di miglioramento". La "sfida futura cui siamo chiamati a rispondere", ha aggiunto il ministro Santanchè, è "far diventare il turismo la prima industria della Nazione". In questo "la comunicazione può concorrere in maniera cruciale nel definire l'attrattività dei nostri territori e, in particolar modo, la percezione della sostenibilità dei luoghi" in quanto in grado di "trasmettere all'esterno una rappresentazione dell'Italia che metta al centro le sue specificità e buone pratiche". Bisogna, poi, "aiutare gli operatori turistici a diversificare l'offerta". Il rettore dell'Università Cattolica Franco Anelli, aprendo i lavori, ha ringraziato gli autori dell'indagine per "il lavoro svolto" poiché "dimostra ancora una volta di riuscire a far convivere l'approccio accademico e quello professionale, offrendo una ricerca puntuale, ma fruibile da tutti". Inoltre, il tema affrontato dalla ricerca riguarda un aspetto cruciale per il nostro Paese, ha ricordato Anelli precisando come "sostenibilità vuol dire anche capacità di gestire e conservare le risorse per continuare a offrire un turismo che sappia integrare la dimensione culturale e quella paesaggistica".

Gigliola Alfaro