

Martedì 25 SETTEMBRE 2018

AL VIA LA BITM

Al Trentino serve turismo di qualità

ANNA SCUTTARI

S' inaugura stamattina, presso la Sala delle Marangonerie del Castello del Buonconsiglio, la XIX edizione della Borsa del Turismo Montano, quest'anno dedicata ai «Tesori della montagna». Tra i relatori di oggi la ricercatrice Anna Scuttari, dell'Eurac di Bolzano, di cui anticipiamo parte dei contenuti del suo intervento.

La crescita del turismo globale è continua e significativa. Secondo i dati ufficiali diffusi dall'Organizzazione Mondiale del Turismo, l'Europa è la meta turistica più ambita nel mondo e registra il 51% degli arrivi turistici globali: oltre 670 milioni di arrivi in un solo anno con un trend in continua crescita. (Quasi) ogni luogo è al tempo stesso origine e destinazione, in una frenetica dinamica di sviluppo del settore dell'accoglienza complementare mediante affitti brevi e del sistema dei trasporti, tra collegamenti low cost e treni veloci.

CONTINUA A PAGINA 47

(segue dalla prima pagina)

In questo panorama, l'Italia risulta la quinta meta più visitata del mondo e nel 2017 assorbe ben 58 milioni di arrivi provenienti dall'estero. Di fronte ad un aumento costante ed evidente della «quantità» di turismo e della «diversità» dei turisti, diviene necessaria una riflessione sulla «qualità» dell'offerta turistica. Come gestire dei flussi turistici in costante crescita e dei mercati turistici sempre più diversificati? Come far fronte alle sfide linguistiche, culturali, ambientali legate ad una pervasività sempre più evidente del turismo sui territori, sulle città e sulle aree più sensibili? Le destinazioni si trovano di fronte ad un trade-off tra quantità e qualità del turismo, all'interno del quale il turismo di nicchia può rappresentare una via d'uscita, ma al tempo stesso può essere un rischio. Se da un lato, infatti, esso è fondamentale per il posizionamento delle destinazioni rispetto ai competitor e può migliorarne l'attrattività, dall'altro può essere una scelta rischiosa in un contesto di variabilità della domanda globale di turismo, soprattutto laddove si creassero fenomeni di dipendenza dalla nicchia. D'altra parte, molti sono i cambiamenti sociali in corso che favoriscono il proliferare dei turismi di nicchia nelle destinazioni alpine. Diversi studi di Eurac Research, basati su metodologie di ricerca qualitative e quantitative, evidenziano come alcune nicchie siano alimentate da fenomeni come l'individualismo nella pratica ricreativa, l'attenzione per la salute, l'ambiente e le economie green, ma anche la ricerca di

Montagna e vacanze, al via oggi la bitm
 Al Trentino serve turismo di qualità

ANNA SCUTTARI

una vacanza varia e carica di esperienze ad alto valore emozionale. Diversamente da quanto accadeva nel secolo scorso, oggi le attività in vacanza non sono più soltanto attività «di famiglia». Spesso gli individui selezionano le attività del proprio tempo libero, in particolare gli sport, in funzione del proprio gusto, indipendentemente dal nucleo familiare di riferimento. Inoltre, la fidelizzazione a uno sport diventa sempre più difficile, mentre la sperimentazione di attività fuori dal comune, anche noleggiando attrezzature in loco diventa un valore per i turisti-consumatori. Si sviluppano così una o più offerte di nicchia in un territorio, che dovrebbero essere in grado di avvicinare sia principianti, che professionisti, proponendo al contempo diverse modalità di fruizione di una stessa area geografica. Una simile specializzazione si traduce nella creazione di alcuni prodotti turistici innovativi, che - se rispecchiano l'identità del territorio - possono rappresentare un forte vantaggio competitivo rispetto alle destinazioni concorrenti. Fondamentale rimane comunque la necessità di evitare la dipendenza da un solo prodotto di nicchia, o da un solo mercato, per evitare fenomeni di dipendenza. Un ulteriore elemento da considerare è

che una nicchia rimane tale fino a quando la quantità non prende il sopravvento sulla qualità, fino a quando cioè i grandi numeri non richiedono un intervento di regolamentazione del sistema. In altre parole, fino a quando la qualità non soffre a causa del successo. Infatti, se è vero che un turismo di nicchia si differenzia da un turismo di massa per una questione di quantità, allora è anche vero che il successo di un prodotto turistico rischia di trasformare il turismo di nicchia in turismo di massa. Nell'area alpina, un esempio di turismo di nicchia che si è rapidamente evoluto in turismo dei grandi numeri è il turismo in bicicletta, sia su strada che sui sentieri. Questa evoluzione, legata sia all'innovazione delle biciclette elettriche, ma anche alla riscoperta della bicicletta per gli spostamenti quotidiani in ambito urbano, ha fatto sì che la mountainbike in alcune zone montane si sia inaspettatamente sposata con gli impianti a fune, producendo un connubio interessante e inaspettato per i più. Certamente, questo sviluppo ha portato con sé una maggiore accessibilità del territorio montano, ma anche molte sfide di gestione, prima tra tutte la conciliazione tra escursionisti e ciclisti in alta quota. La necessità di regolamentazione e gestione è cresciuta

con il crescere dell'intensità dei flussi, mostrando come le «nicchie» emergenti possano diventare, in alcune realtà, dei fenomeni di più largo impatto. Come illustrato nel caso della bicicletta, diventare un punto di riferimento a livello internazionale per una specifica motivazione di viaggio può portare a un tale successo, da mettere in crisi il sistema turistico stesso, segnando un passaggio delicato dalla nicchia alla massa. E se è vero che la massa implica una maggiore ricaduta economica sul territorio, è anche vero che comporta un aumento degli impatti ambientali e sociali, con il rischio di snaturare completamente l'offerta e la destinazione. All'aumentare della quantità dei turisti diventa quindi fondamentale la gestione dei flussi, nello spazio e nel tempo, per garantire il minor impatto possibile sui territori. Diviene necessario un intervento sui comportamenti dei turisti, per educarli alla sostenibilità. Intervengono quindi politiche di regolamentazione, di gestione e di educazione, meccanismi di incentivo o disincentivo, volti a minimizzare il più possibile gli impatti pro capite. Sono meccanismi molto delicati, perché rivedono l'equilibrio tra impatti economici, sociali e ambientali del turismo, in favore di questi ultimi e in un'ottica di lungo periodo. Se avviene il passaggio dalla nicchia alla massa, il percorso necessario al vero successo delle destinazioni è quello dell'educazione alla sostenibilità, per perseguire il difficile equilibrio tra quantità e qualità.

Anna Scuttari
 Ricercatrice presso Eurac Research di Bolzano