

Il Turismo molisano del futuro è già presente

La scorsa edizione delle BIT di Milano, termometro da anni dell'andamento dei flussi turistici verso le destinazioni italiane, ha fornito validi elementi al fine di far convergere la promozione e dunque la creazione di pacchetti specifici, in favore di alcuni particolari mercati stranieri (oltre a quello nazionale). Si parla di un 30% di aumento del turismo internazionale verso il nostro Paese e secondo un recente sondaggio del gruppo Globus, l'Italia domina la cima della classifica "must-see" europea per il 2023, con il 22% delle preferenze. Altro dato interessante emerso da un sondaggio riguardante i turisti che ritornano in Italia più volte, viene fuori che almeno il 20% di coloro che hanno trascorso le proprie vacanze negli ultimi 5 anni in Italia sono ritornati per ben tre volte. Non dimentichiamo che il marchio 'Made in Italy', è uno dei marchi più conosciuti al mondo!

Il superamento della linea di demarcazione tra il blocco delle attività ed il ritorno alla normalità dopo la terribile pandemia che ha arrestato completamente per quasi due anni tutti i flussi turistici interni ed esterni ha di fatto liberato le persone da un fardello psicologico, spingendole verso un ritorno alle abitudini pre-covid, alimentando a dismisura il desiderio di viaggiare. Tale criticità ha apportato comunque, delle variazioni sulla scelta del luogo e la tipologia di vacanza. Il luogo dove trascorrere le vacanze diventa esperienziale, cambiando di fatto i precedenti stereotipi di centro turistico, spesso preferito per la bellezza oppure per la presenza di beni monumentali.

Da sondaggi effettuati ultimamente emerge una ricerca da parte dei Turisti di una migliore qualità della vacanza garantita da una maggiore sicurezza del posto, buona alimentazione, un ambiente più sano e la semplicità nel costruire rapporti

personali con gli attori e gli abitanti della destinazione scelta. Ciò che non si può avere nel quotidiano, lo si ricerca nel tempo libero. Secondo le stime del Rapporto Ecotur, infatti, emerge che il trend di crescita del turismo natura & buon cibo non si arresta, e circa il 60% dei tour operator è molto attento a questo boom, cercando strutture in grado di fornire prodotti e servizi dedicati.

La ricerca del nuovo Turista verte verso destinazioni che presentano nel proprio "contenitore di servizi" programmi motivazionali con un'offerta esperienziale, soprattutto nei segmenti naturalistico, enogastronomico e del benessere. Fornire ai mercati più motivazioni per essere preferiti e soprattutto unici e non replicabili altrove, spingono il visitatore a spendere di più, alimentando l'economia locale e favorendo la crescita di posti di lavoro, elemento vitale per scongiurare lo spopolamento di interi villaggi.

Il turismo natura e benessere, il turismo termale tradizionale ed il turismo culturale e d'arte dei piccoli borghi sono le tipologie di turismo in espansione, seguono il turismo enogastronomico, le crociere ed il turismo montano, si registra un una flessione delle vacanze "all inclusive".

Ad esempio, il segmento di prodotto riferito al "Wedding destination" ovvero l'organizzazione di eventi nuziali in favore di coppie provenienti dall'estero (ma anche dall'Italia) è indirizzato fortemente verso destinazioni che rappresentano tradizioni e costumi tipici del posto, i quali proprio per quest'aspetto non hanno nessun riscontro in altri territori (ecco un caso dove il connubio tra unicità e gastronomia rappresentano la motivazione che spinge le coppie a preferire una destinazione anziché un'altra). Basti pensare che tale segmento ha prodotto nel 2022 oltre 2 milioni di presenze!

Le destinazioni molisane possono inserirsi in questo filone a pieno titolo, grazie comunque a una buona "green & food

reputation” che in aggiunta ad ulteriori prodotti individuabili attraverso un’analisi del potenziale a disposizione (tramite sondaggio di opinione su cluster specifici) formano un ipotetico contenitore in simbiosi con il nuovo trend ma che comunque necessita di azioni di supporto.

Il clima di relax e di quiete che si respira, la natura incontaminata che offre uno spettacolo di rigogliosità, di profumi, di suoni e di colori e la cultura storica della popolazione offre a pochi chilometri un entroterra ricco di paesi con stupendi centri storici e piccole botteghe artigianali, dove si possono trovare ancora prodotti e oggetti tipici della terra e della civiltà molisana.

Ribadendo quanto scritto nel mio precedente articolo, risulta “in primis” obbligatorio l’attuazione di un piano programmatico degli interventi e di concerto con le istituzioni deputate alla promozione delle destinazioni italiane all’estero, promuovere le numerose tematiche turistiche molisane attraverso pacchetti di soggiorno. Attraverso la dotazione di 1 miliardo e 380 milioni di euro quale “Fondo rotativo imprese per il sostegno alle imprese e gli investimenti di sviluppo nel turismo” promosso dal Ministero del Turismo e gestito da Invitalia, si vuol favorire un riammodernamento delle strutture italiane al fine di essere al passo con le nuove aspettative dei turisti internazionali, mentre ENIT ha lanciato ultimamente alcune campagne ad hoc per promuovere luoghi e percorsi.

Ecco, gli ingredienti ci sono, la parola ora alle istituzioni locali.

Se ci siete, battete un colpo!

Mino Reganato