

Alessandra Nacca

Dipartimento del Turismo - Coordinatore nazionale dell'Osservatorio del Turismo

È con grande piacere ed interesse che il Ministero del Turismo ha accettato l'invito a partecipare ad una riflessione comune tra Istituzioni, Enti ed Associazioni sui temi del turismo italiano e più in particolare sul turismo giovanile. Riteniamo infatti questo ambito di estrema importanza per lo sviluppo del nostro paese, sia in termini di sviluppo culturale che di sviluppo economico. Le iniziative di Italia Nostra trovano in questo senso la nostra piena attenzione e la nostra disponibilità ad una futura collaborazione che crediamo potrà essere efficace e di grande utilità.

In qualità di Coordinatore nazionale dell'Osservatorio del Turismo, ritengo importante dare il nostro contributo alla progettazione e realizzazione di azioni riguardanti il turismo giovanile fornendo una serie di dati statistici prodotti dal nostro Osservatorio. Le indagini realizzate sono infatti di grande interesse per compiere una riflessione seria e ragionata sul turismo dei più giovani e per pianificare di conseguenza gli interventi futuri in questo settore.

Le informazioni raccolte si riferiscono ad una indagine annuale che raccoglie dati Istat, Banca d'Italia e Unioncamere, con interviste guidate su un campione stratificato di età compresa tra i 18 e 24 anni condotte su tutto il territorio nazionale. I dati sono consultabili sul sito www.ontit.it.

Come primo dato, bisogna sottolineare che nel complesso del turismo italiano, nel 2010 il turismo giovanile rappresenta solo il 9,4%. Una percentuale bassa e sicuramente troppo poco significativa per una nazione ad alta vocazione turistica come l'Italia. Ragione determinante in questo dato, è la scarsa presenza di giovani turisti stranieri che non trovano nel nostro Paese una delle loro principali destinazioni turistiche. In Italia arriva poco meno del 40% percento del turismo giovanile straniero, di cui il 10,7% proviene dagli Stati Uniti, il 9,9% dall'Austria, il 9,3% dalla Germania, mentre percentuali ancora più basse riguardano nazioni come il Giappone, la Svizzera, l'Olanda, la Francia ovvero le nazioni da dove provengono la gran parte dei turisti in Italia e che rappresentano i mercati di maggiore interesse per il nostro Paese.

I giovani stranieri che scelgono la vacanza in Italia prediligono in modo preponderante le città d'arte dimostrando come la nostra cultura sia il fattore di maggiore attrazione anche per il turismo giovanile. Altre motivazioni determinanti per scegliere l'Italia sono lo shopping e l'enogastronomia, elementi questi che caratterizzano la nostra immagine nel mondo e che sono di estrema importanza per l'economia della nazione. Il divertimento e lo sport, che costituiscono solitamente fattori molto rilevanti nella scelta del viaggio, hanno invece percentuali molto basse denunciando in questi settori una scarsa capacità attrattiva del nostro Paese verso i giovani stranieri: solo il 28 % percento fa una vacanza al mare ed ancor meno, il 15 %, in montagna.

A differenza dei ragazzi stranieri, i nostri giovani prediligono dell'Italia decisamente le località marittime che tuttavia associano con sempre maggiore frequenza allo sport ed alla natura. Dato da non trascurare è inoltre l'attenzione al costo della vacanza, trattandosi ovviamente di un target turistico che ha solitamente un budget di spesa limitato.

Elemento trasversale ed unificante sia per gli stranieri che per gli italiani è invece la bellezza del nostro paesaggio quale principale motivazione di scelta del nostro Paese. Informazione confortante questa che ci dimostra la consapevolezza tra i giovani dell'esistenza in Italia di un sistema diffuso di beni culturali, artistici e naturalistici che rappresenta un unicum nel mondo.

Per quanto riguarda le modalità di scelta del viaggio, è di grande interesse, infine, notare come i canali più utilizzati, sia per gli italiani che per gli stranieri, siano il passaparola, le esperienze personali, i tour operator o le agenzie di viaggio. Mezzi che possiamo definire tradizionali, in cui risalta senz'altro la non-presenza di Internet che risulta essere in questo caso agli ultimi posti. Il fatto è sicuramente interessante e ci deve forse far pensare che è stato dato troppo per scontato un ruolo decisivo di Internet nella determinazione delle nostre scelte. La raccolta di informazioni per

una vacanza non trascuri certamente la consultazione del web ma probabilmente per l'idea, il suggerimento, la proposta di un viaggio si preferisce ancora affidarsi a canali più sicuri, confidenziali, tradizionali.

In conclusione, i dati forniti devono farci riflettere sulla valenza del turismo giovanile per il nostro paese e sulle problematiche che devono essere risolte. Questo settore è infatti fondamentale per la nostra cultura e per la nostra economia e non a caso viene considerato un obiettivo strategico dai nostri maggiori *competitor* quali Francia, Spagna e Gran Bretagna.

È necessario dunque migliorare la nostra offerta turistica diretta ai ragazzi partendo innanzitutto dal rafforzamento della comunicazione che deve utilizzare un linguaggio vicino ai giovani; potenziare le strutture ricettive anche in termini di prezzi; offrire motivazioni di viaggio con eventi dedicati quali manifestazioni culturali, sportive, musicali.

Le azioni per il turismo giovanile che si devono mettere in atto non possono non coinvolgere le scuole italiane e proprio in tale ottica il Dipartimento del Turismo ha, tra l'altro, attivato in collaborazione con il MIUR il progetto *Da Mille a un Milione*, per portare i ragazzi in viaggio d'istruzione sui luoghi del Risorgimento.

Più in generale le attività che mirano a formare nei ragazzi una cultura del turismo, come quelle portate avanti da Italia Nostra con *Turismo a Scuola di Sostenibilità*, sono di fondamentale importanza per la crescita culturale ed economica del nostro Paese e per questo devono essere supportate ed incoraggiate dalle Istituzioni.