

Il clima rivoluziona le stagioni del turismo. Tendenze e soluzioni.

di Francesca Alliata Bronner

HUFFINGTON POST ONLINE - BLOG

23 Febbraio 2024

I cambiamenti climatici stanno mutando le scelte di viaggio, le mete e le partenze. Lo studio di Enit analizza e misura l'impatto dell'emergenza climatica nei comportamenti della domanda e dell'offerta di viaggio.



Non esistono più le mezze stagioni. Mai come in questi tempi il vecchio tormentone che fa sorridere significa tanto. Soprattutto parlando di turismo, influenzato decisamente dal clima “impazzito”, che sta assistendo a una rivoluzione nei modi e nei tempi di andare in vacanza: la mezza stagione diventa alta stagione e viceversa.

Lo confermano i numeri: in Italia i turisti stranieri diminuiscono del 25 per cento nei mesi estivi con un contestuale aumento in primavera e autunno a causa dei cambiamenti climatici eccessivi nel nostro paese, dalle bombe d'acqua alle temperature bollenti di cui siamo stati spettatori e vittime. In sintesi, i cambiamenti climatici stanno mutando le scelte di viaggio, le mete e le partenze. È quanto emerge dal primo studio mai realizzato sul tema realizzato presentato da Enit (durante l'ultima edizione della Bit di Milano a inizio

febbraio) dal titolo “Turismo Climate-sensitive” che ha il duplice scopo di analizzare e misurare l'impatto dell'emergenza climatica nei comportamenti della domanda e dell'offerta di viaggio, e contemporaneamente di contribuire, sulla base di dati oggettivi, alla messa a punto di nuovi modelli di lavoro per imprese e destinazioni turistiche riducendo le minacce e individuando nuove opportunità.

Il 2023 è stato l'anno più caldo di sempre secondo i dati di Copernicus Climate Change Service: l'aumento delle temperature medie sta dunque modificando criteri, tempi, modalità e costi di vacanza, al mare, in montagna, nell'outdoor, nelle città d'arte, nei siti archeologici e museali. La “forzante calore”, cioè il progressivo aumento delle temperature medie incide profondamente sul settore. Il turismo, infatti, è una delle attività di interesse maggiormente esposte, perché l'Italia è al centro dell'“hot spot mediterraneo” nel quale gli eventi climatici estremi si sono accelerati del 20 per cento negli ultimi anni.

Ma il 2023 è stato anche l'anno della definitiva ripresa per il settore turistico, con il ritorno dei viaggiatori internazionali e quote di venduto per le imprese ricettive italiane superiori al 2019. Su questo tema Enit-Unioncamere ha commissionato a Isnart un altro studio (sulle imprese) molto indicativo e utile: le aziende ricettive italiane hanno

chiuso l'anno con una quota di occupazione camere media del 51% (+3,8 per persona rispetto al 2019, anno di picco del turismo italiano). Il clima autunnale favorevole ha generato un effetto di allungamento della stagione turistica, nonostante l'aumento dei costi. Ben 7 imprese su 10 dichiarano di aver chiuso l'anno con utili di bilancio. "All'ordine del giorno, non si può più fuggire da questo, un ripensamento strategico climate-sensitive dei modelli di ospitalità, promozione e organizzazione turistica a tutti i livelli", spiega Ivana Jelinic, presidente e ceo Enit. "Cresce la consapevolezza dell'importanza di un'offerta maggiormente orientata alla sostenibilità ambientale ed ai servizi green, elementi divenuti driver fondamentali di marketing e di posizionamento sul mercato, in particolare rispetto alla domanda straniera. Più della metà delle aziende turistiche italiane mostrano una grande attenzione alla formazione del personale, considerata leva fondamentale di qualificazione del settore (dal cameriere al manager), tanto che il 20% degli operatori dichiara di averne già migliorato le condizioni contrattuali", sottolinea Jelinic.

Per trovare risposte adeguate e muoversi al meglio tra flussi turistici in aumento e clima "impazzito" è bene approfondire la ricerca alle voci: "Impatto climatico, turismo culturale e siti Unesco" ed "Evoluzione del rapporto domanda e offerta nel turismo climate-sensitive". In particolare, l'indagine sul turismo culturale si propone di esaminare la gestione del patrimonio artistico in Italia utilizzando i 59 presidi Unesco come cartine di tornasole della capacità di

risposta del sistema nazionale alle criticità del cambiamento climatico.

Va ricordato che il nostro Paese nel 2022 registrò oltre 142 milioni di presenze nel turismo heritage con una spesa o valore di ritorno superiore ai 12 miliardi di euro. Da qui un cambio importante di strategia di destinazioni, ota (online travel agency) e imprese, il cui perno è integrare l'emergenza climatica nel business, invece che farsi trovare impreparati, coinvolgendo tutti gli interessati a far parte delle nuove decisioni. In primis, gli stessi clienti che per il 51% (Booking, 2023) decide di programmare viaggi e vacanze basandosi sulle previsioni climatiche rispetto al periodo e alla destinazione prescelta.

A questo scopo sono già disponibili a tutti nuove piattaforme per consentire al viaggiatore di scegliere e programmare in base a quei "forecast". È in atto, infatti, un cambiamento radicale del rapporto domanda e offerta turistica di portata pari o superiore a ciò che avvenne oltre 15 anni fa con l'impatto digitale. L'indagine Enit - pubblicata su tutti i canali istituzionali - mette a disposizione degli operatori italiani un modello di intervento fatto di 8 policy per le destinazioni e 7 policy per le imprese. La base dati è offerta dallo studio di 10 destinazioni: Austria, comune di Courmayer, Convenzione delle Alpi, San Sebastian (Spagna), Irlanda, Lubiana (Slovenia), Norvegia, Scozia, Porto (Portogallo) e Valencia (Spagna) e 7 imprese: Booking (Usa), Expedia (Usa), Marriott (Usa), Boutiquehotel Stadt Halle (Austria), Hotel Doolin (Irlanda), Hotel Ullensvang (Norvegia) e Whatley Manor (Gran Bretagna).