

# Turismo attivo in Abruzzo: conferme e nuove prospettive

Roberto Di Vincenzo



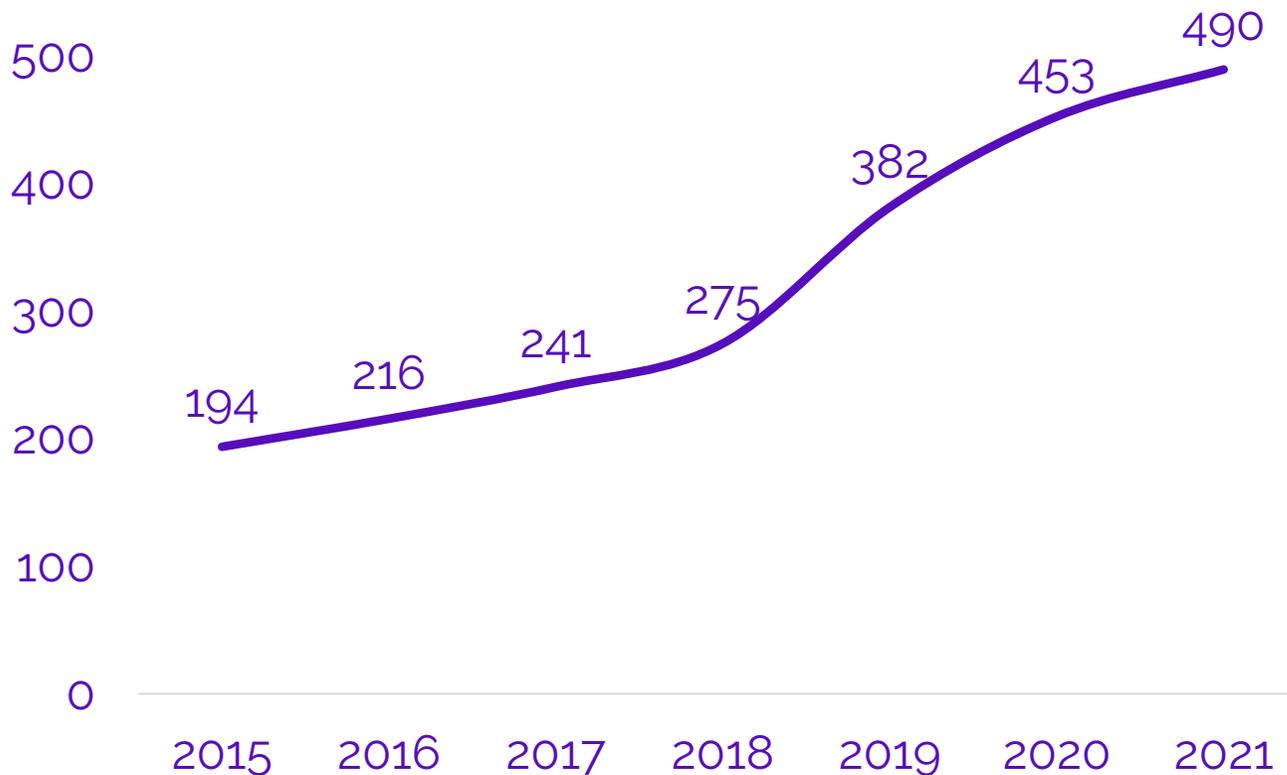
ISNART



## L'importanza crescente del turismo attivo: una diversa prospettiva

I risultati di ricerca sono molto più accurati quando si inseriscono non combinazioni di termini (cycletourism, etc) ma termini separati

Numero di articoli identificati su EBSCO Discovery Service-EDC, Web of Science, Scopus and Google Scholar

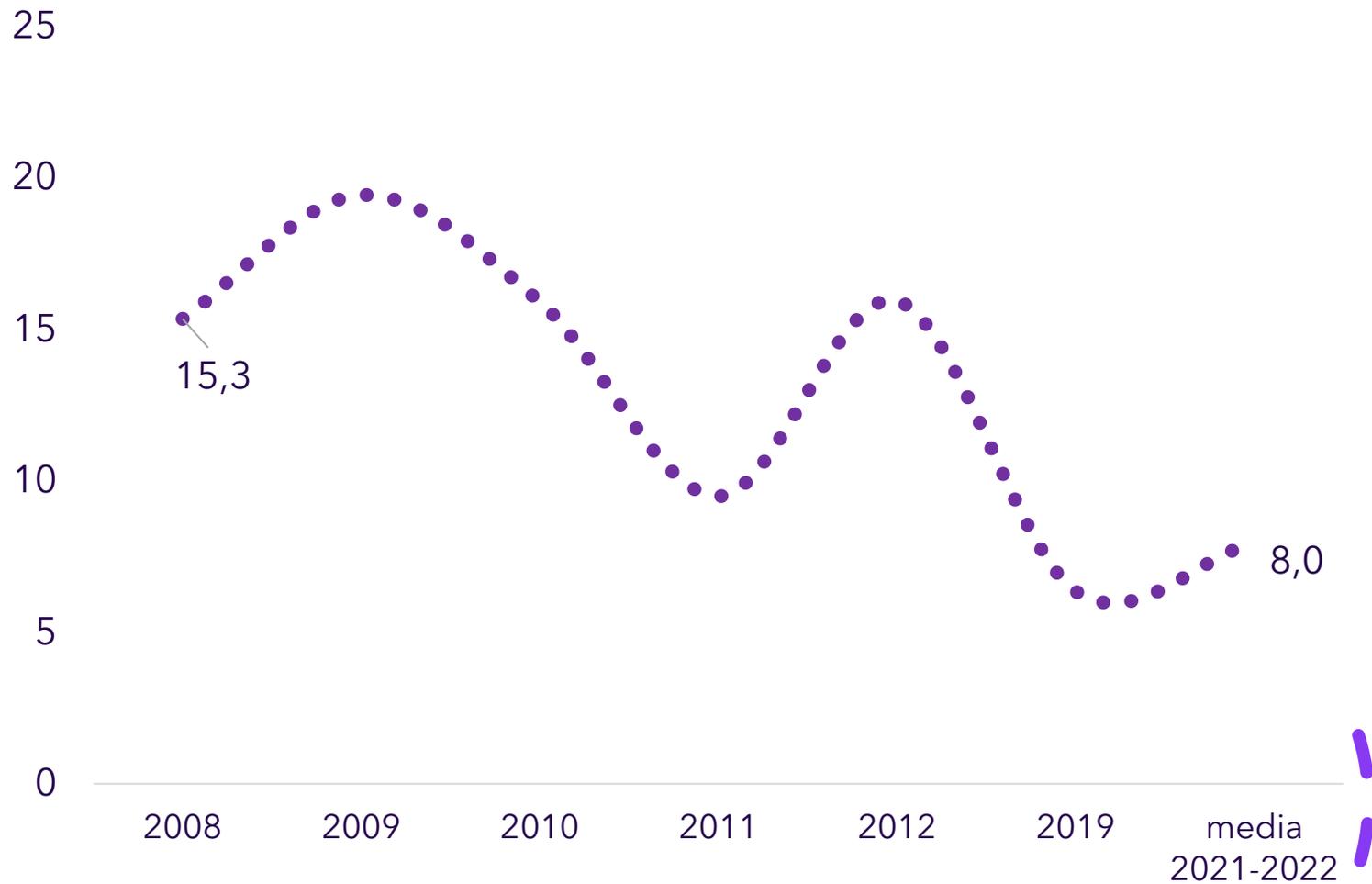


O. R. Ciascai, S. Dezzi and K. A. Rus, *Cycling Tourism. Literature Review to Assess Implications, Multiple Impacts, Vulnerabilities, and Future Perspectives*, luglio 2022

Il turismo attivo è una “macro nicchia” che nell’ultimo biennio ha generato in media in Italia circa **68 milioni** di presenze turistiche (8% del movimento turistico complessivo)



Turisti in Italia che hanno praticato sport durante il soggiorno (% su totale turisti)





Come cambia  
il turismo:  
appunti per  
una riflessione

## **Uno, nessuno, centomila**

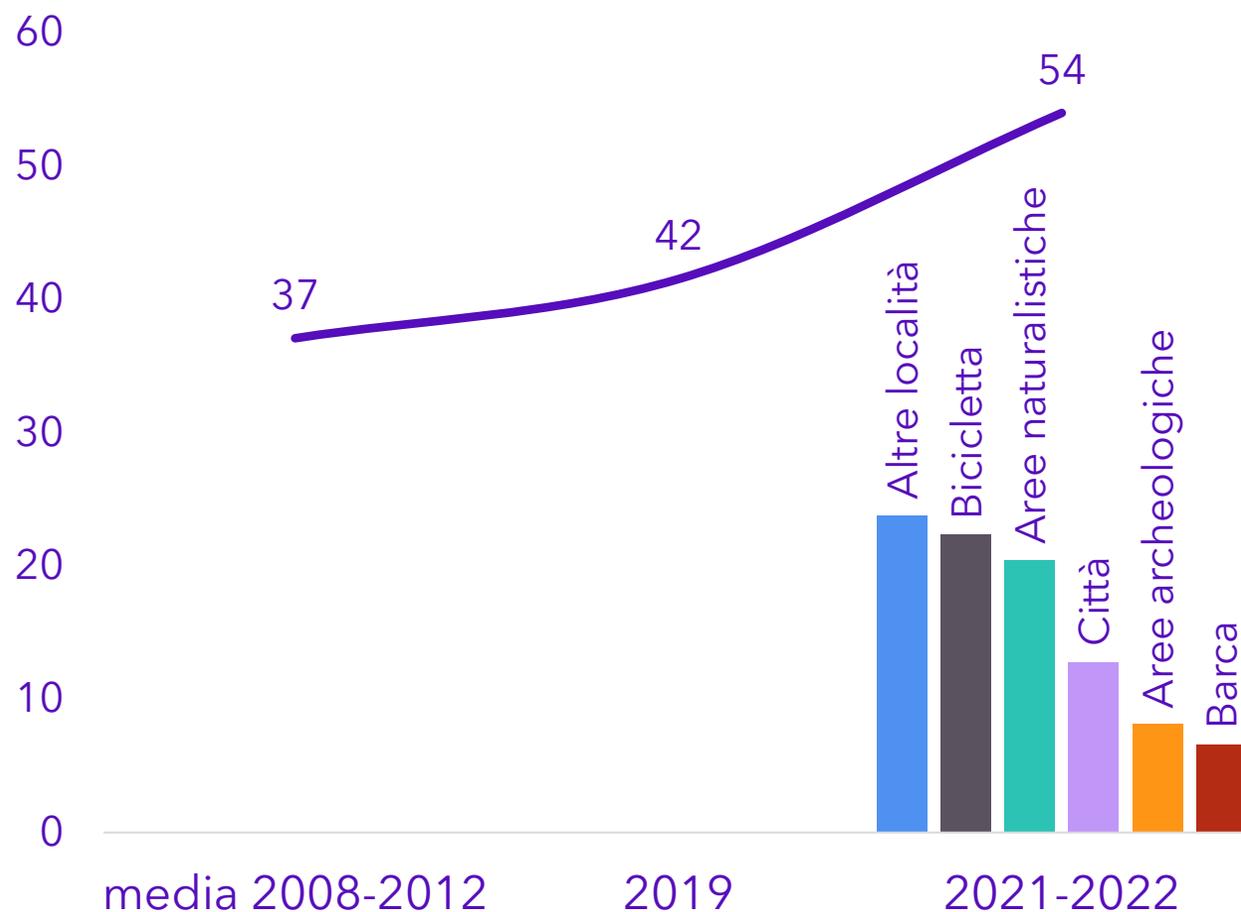
L'apparente calo del turismo attivo va considerato alla luce dei seguenti fenomeni:

1. oggi i turisti sono molto più rigorosi e selettivi nella scelta della destinazione (i motivi di viaggio sono più concentrati)
2. vi è sempre più una ibridazione degli interessi anche all'interno dello stesso viaggio (l'esperienza sportiva si "mescola" con diversi tipi di vacanza)

Effettuare "escursioni" è diventato il comportamento turistico prevalente (54% del totale).

Il territorio tende sempre più ad essere visitato in maniera "attiva". La pratica di uno sport è il corredo di diversi tipi di esperienze turistiche (che non richiedono necessariamente una infrastruttura fisica dedicata)

"Fare escursioni" come pratica durante la vacanza (% sul totale turisti e per tipologia)





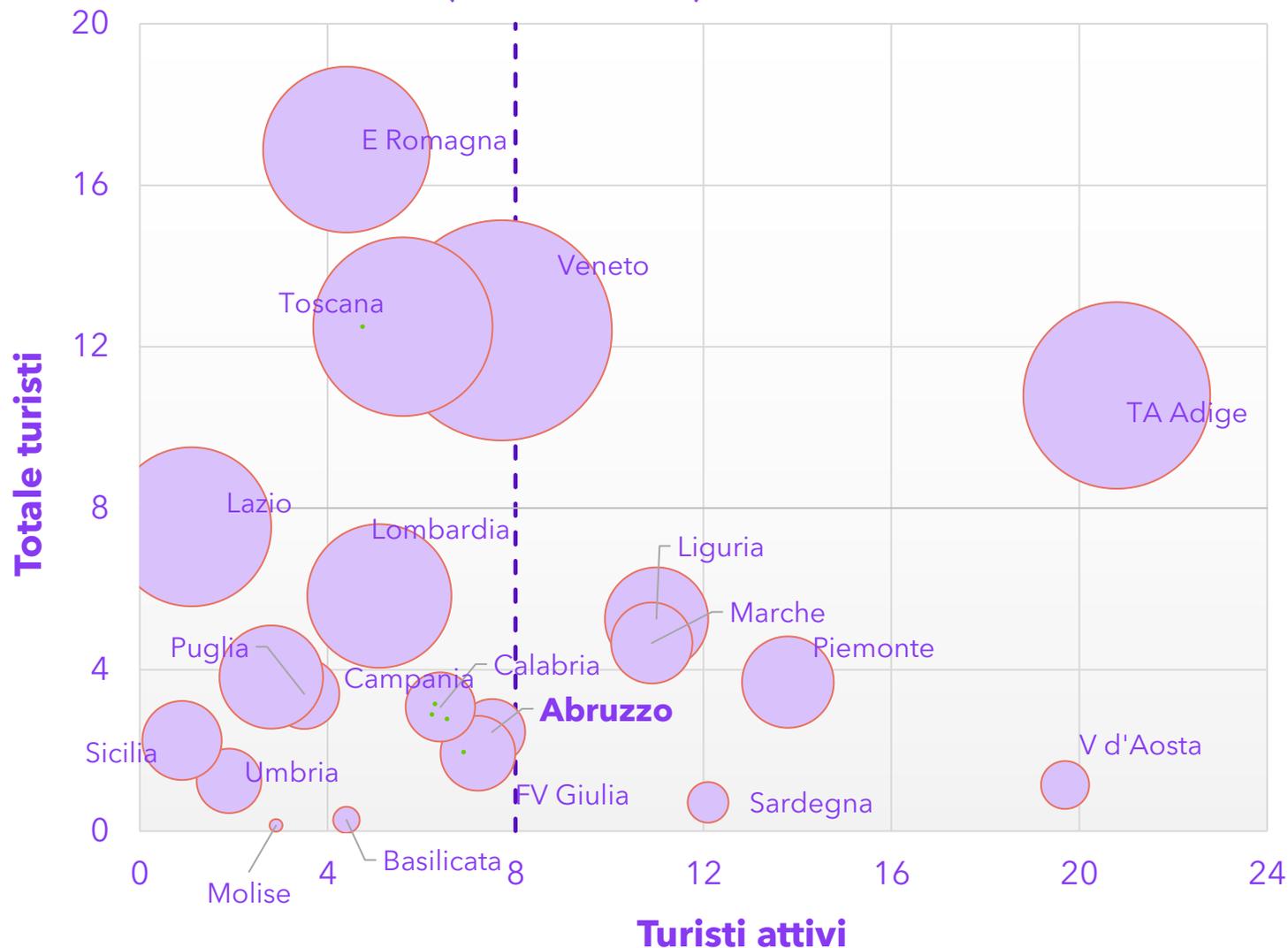
Abruzzo terra di  
turismo attivo

Il turista attivo ha optato per due tipologie di destinazione:

**a.** regioni turistiche con infrastrutture e servizi complementari

**b.** regioni esterne ai circuiti dell'outdoor organizzato, che registrano una certa attrattività

2021-2022. Regioni di destinazione del turismo attivo e totale (% sul totale)

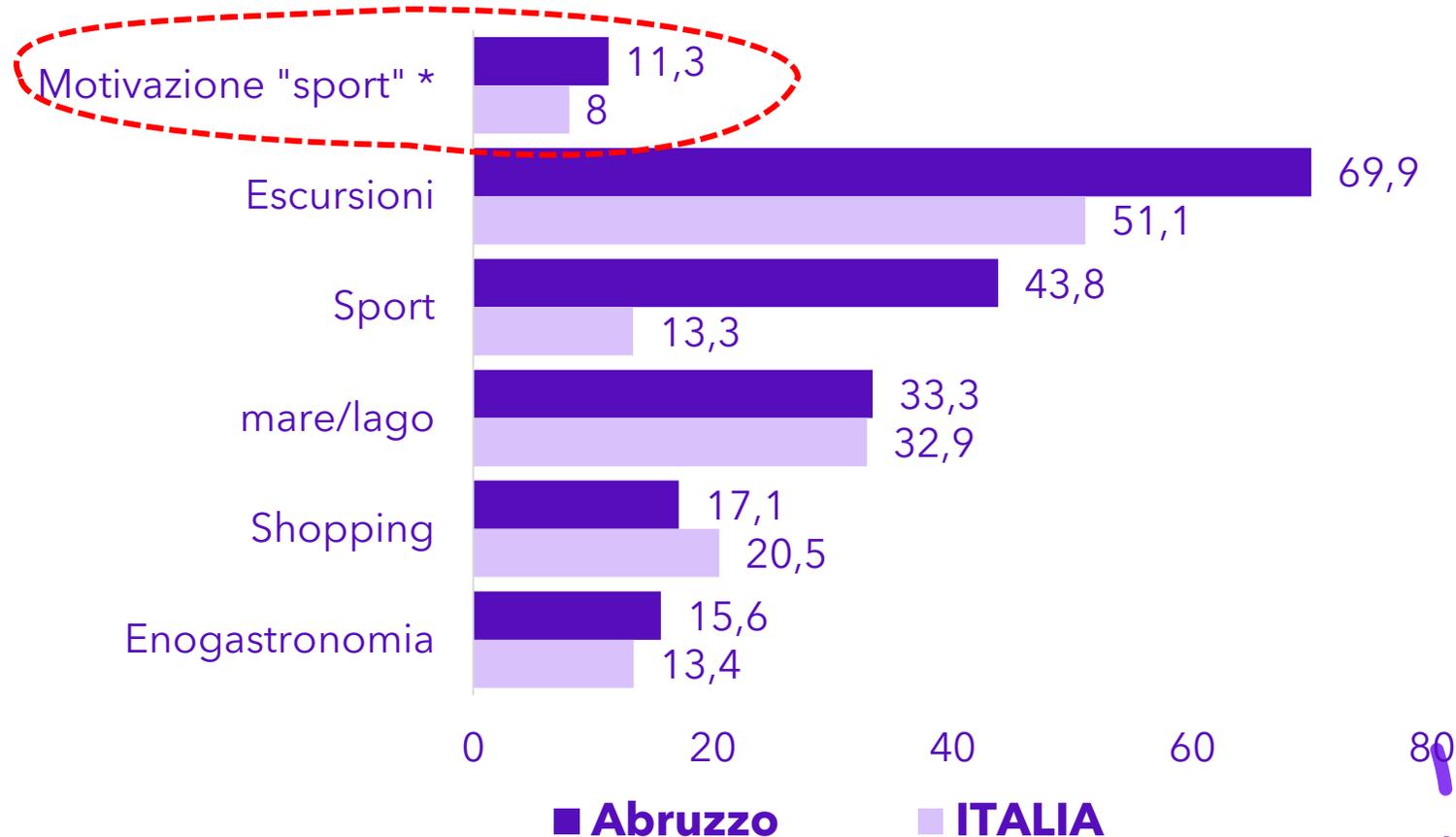


Secondo stime Isnart in Abruzzo il turismo attivo assorbe l'11,3% del totale (8% la media in Italia).

Sono più pronunciate della media le modalità di fruizione attiva del territorio.

L'Abruzzo sembra mostrare un vantaggio competitivo nel turismo outdoor, che può essere ulteriormente sviluppato.

### Turisti attivi ed attività svolte durante il soggiorno in Abruzzo (%)



\* % su totale turismo

Fonte: Isnart, Indagine ai turisti, 2021-2022

Le esperienze di turismo attivo in Abruzzo sono scelte soprattutto da coppie e da famiglie con bambini piccoli oppure da gruppi di amici, anche in maniera organizzata.

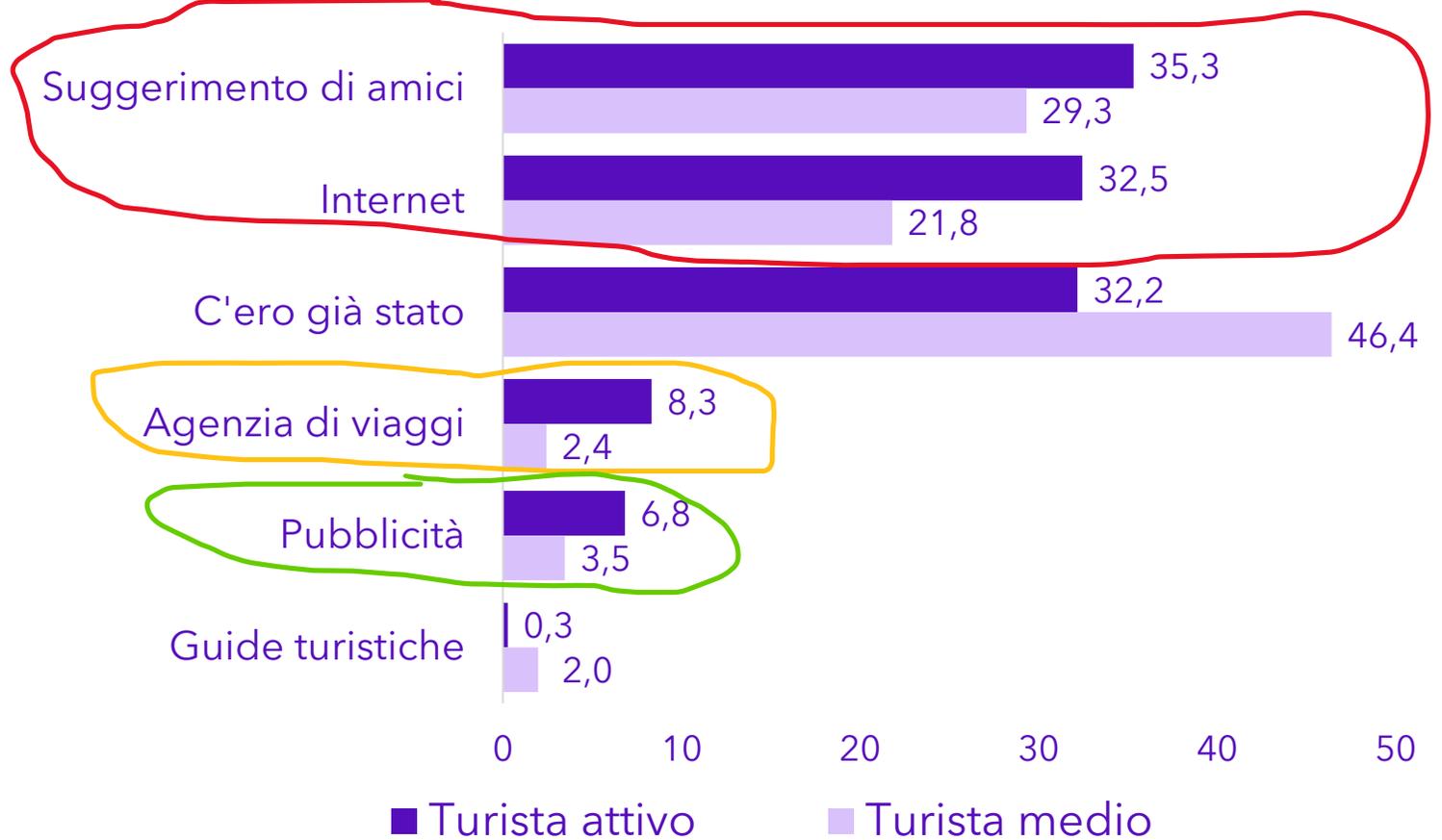
Compagnia del soggiorno in Abruzzo (% sul totale)



Fonte: Isnart, Indagine ai turisti, 2021-2022

La scelta della destinazione del turista attivo è stimolata soprattutto dal racconto di amici o parenti. Il ricorso alle risorse internet è superiore rispetto al turista medio, ci si affida molto alle recensioni che compaiono sulle principali piattaforme.

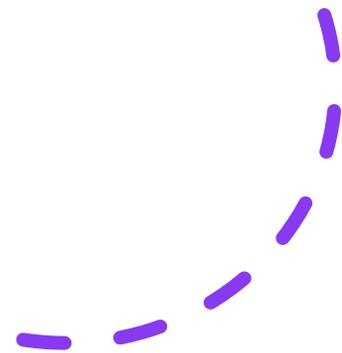
2021-2022. Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno in Abruzzo (possibili più risposte; % sul totale turisti)



Fonte: Isnart, Indagine ai turisti, 2021-2022

# Turismo attivo: una sintesi

- a. l'espansione della domanda di servizi per il turismo attivo è fortemente correlata alla crescita di forme contemporanee di turismo culturale, spesso lontane dai luoghi "noti" es. Aielli;
- b. è adatta alla modalità di vacanza attuale: frammentata, sporadica, attenta ai costi;
- c. è adatta agli spostamenti di prossimità (che ci sono sempre stati e si sono intensificati);
- d. agisce come uno strumento per ampliare ed arricchire diversi tipi di esperienza turistica



# Priorità per l'azione nel turismo attivo

- a. **anticipare:** approfondire la conoscenza dei segmenti emergenti ad alto potenziale, coalizzandosi per concentrare energie e sforzo finanziario,
- b. **essere utili:** curare *l'interfaccia* con il visitatore lavorando molto sui dispositivi mobili e su un ecosistema digitale territoriale e regionale.
- c. **formar(si):** il sistema abruzzese dell'ospitalità è a forte grado di interazione con il cliente (che spesso compensa l'assenza o la scarsità di altri servizi); le imprese devono migliorare la capacità di relazione;
- d. **vedere il tutto:** avere cura del prodotto primario che si offre (core) ma anche dei servizi accessori (che non dipendono da noi) poichè da questi dipende il grado di qualità percepita e di soddisfazione;
- e. **Stimolare il cambiamento:** passare da una visione statica in cui si "vende" territorio (indifferente al soggetto) ad una disegnata dall'esperienza concreta del turista.



# Priorità per l'azione nel turismo attivo



## Mettiamo al centro il turista (in tutti i sensi)

Come nel **teatro "immersivo"** il pubblico è parte integrante dello spettacolo, si annullano le distanze, diviene soggetto attivo al punto da determinare lo sviluppo della storia, ogni volta diversa.

Così nel **turismo**, anche nel medesimo luogo vogliamo e possiamo vivere esperienze diverse. Ogni territorio è fatto di storia, di gente, di possibilità di fare. Quanto più riusciamo a esprimere questo tanto più saremo **ATTRATTIVI**.



Grazie