

Turismo attivo in Abruzzo: conferme e nuove prospettive

Roberto Di Vincenzo



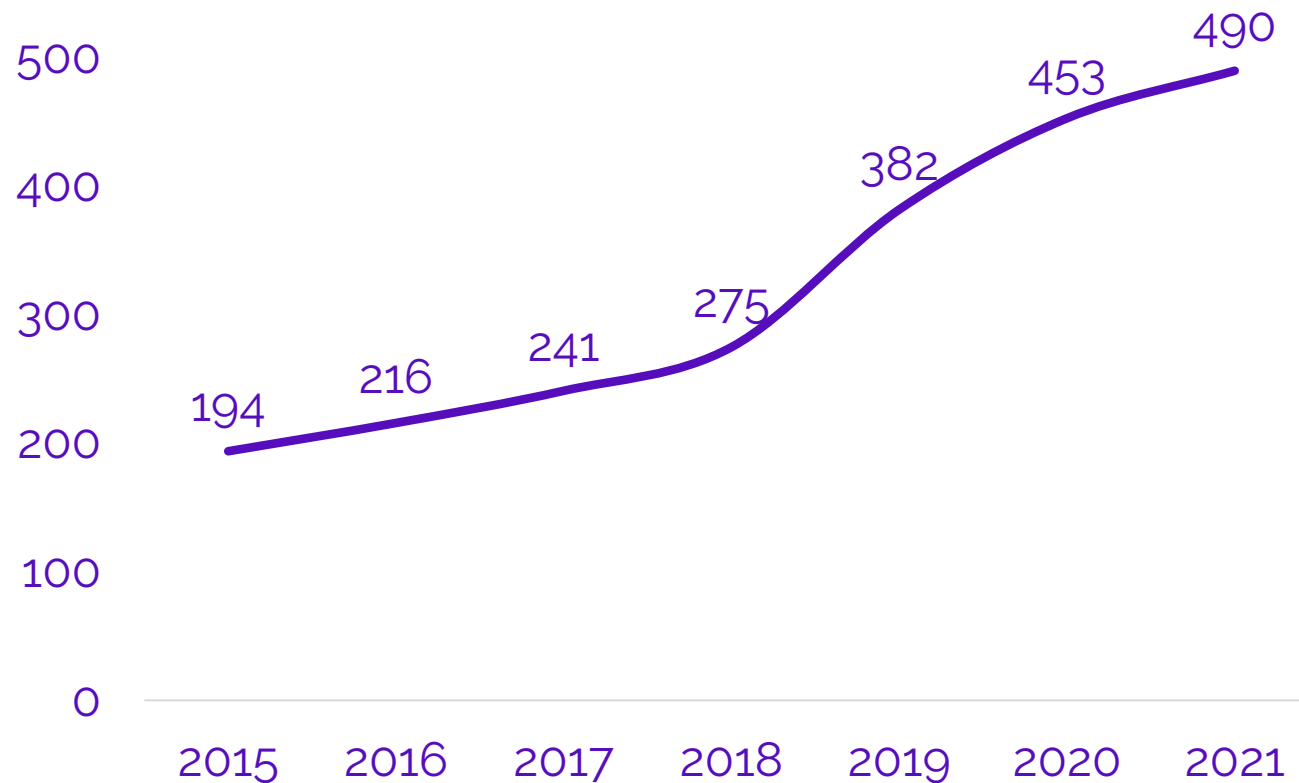
ISNART



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

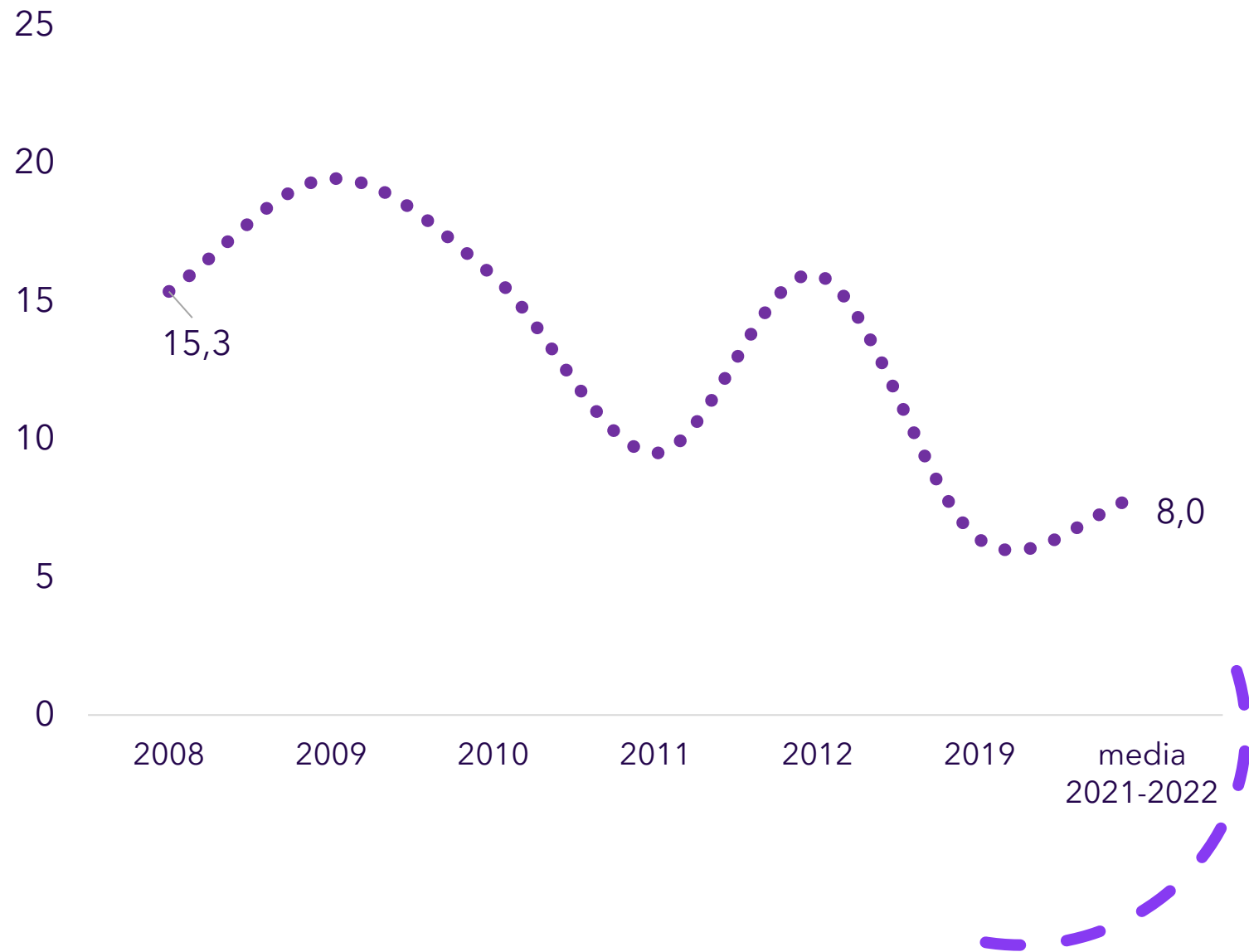



O. R. Ciascai, S. Dezzi and K. A. Rus, *Cycling Tourism. Literature Review to Assess Implications, Multiple Impacts, Vulnerabilities, and Future Perspectives*, luglio 2022

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

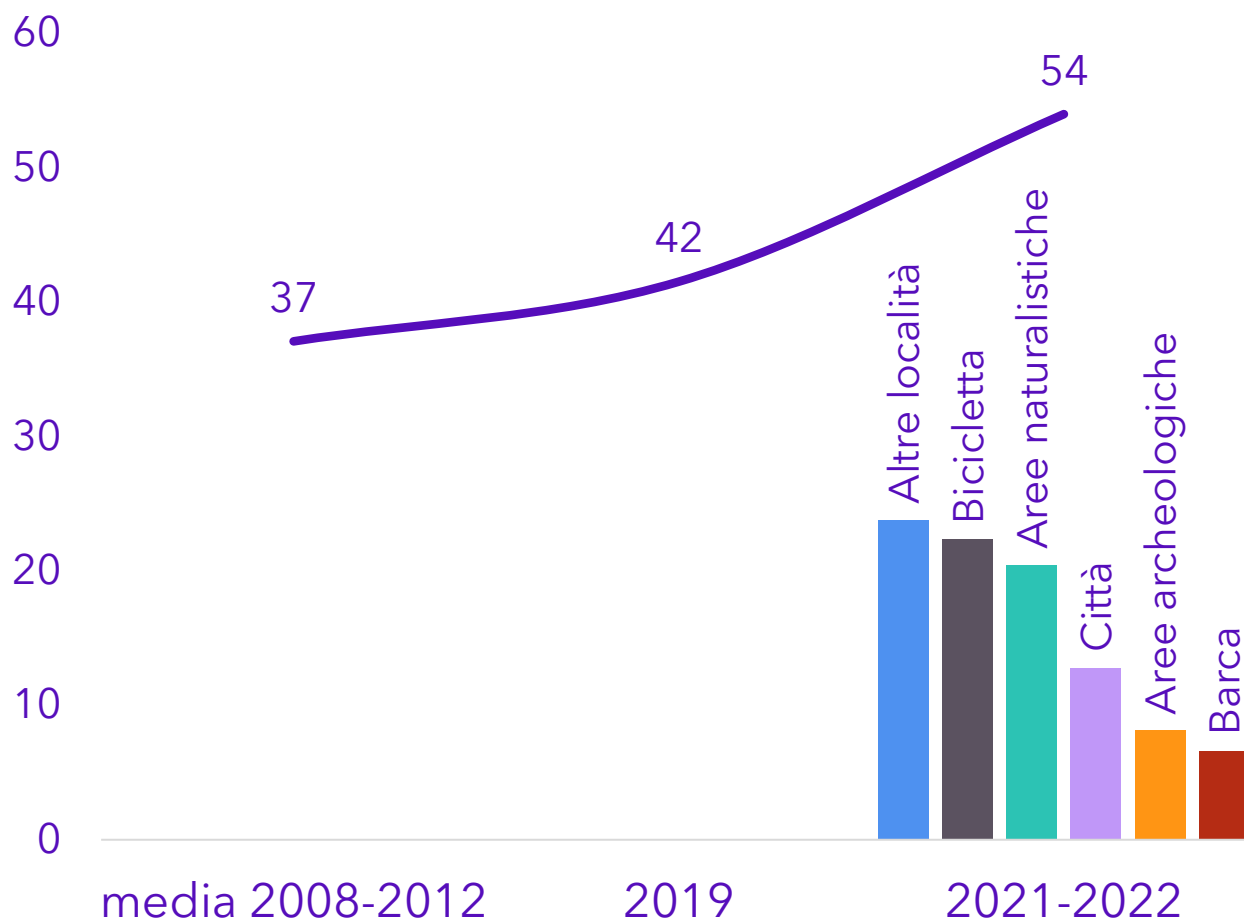
L'apparente calo del turismo attivo va considerato alla luce dei seguenti fenomeni:

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)





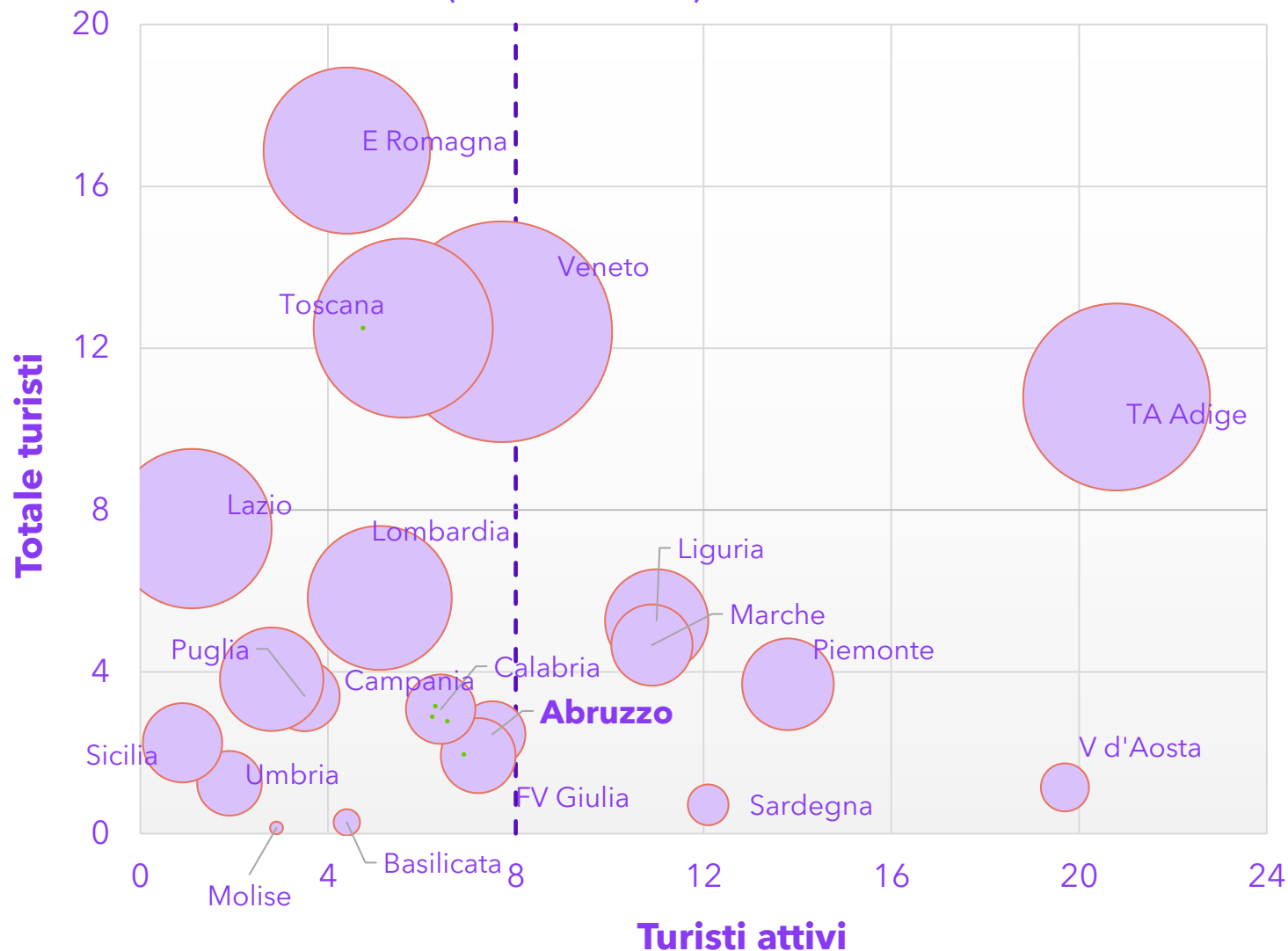
Abruzzo terra di
turismo attivo

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)

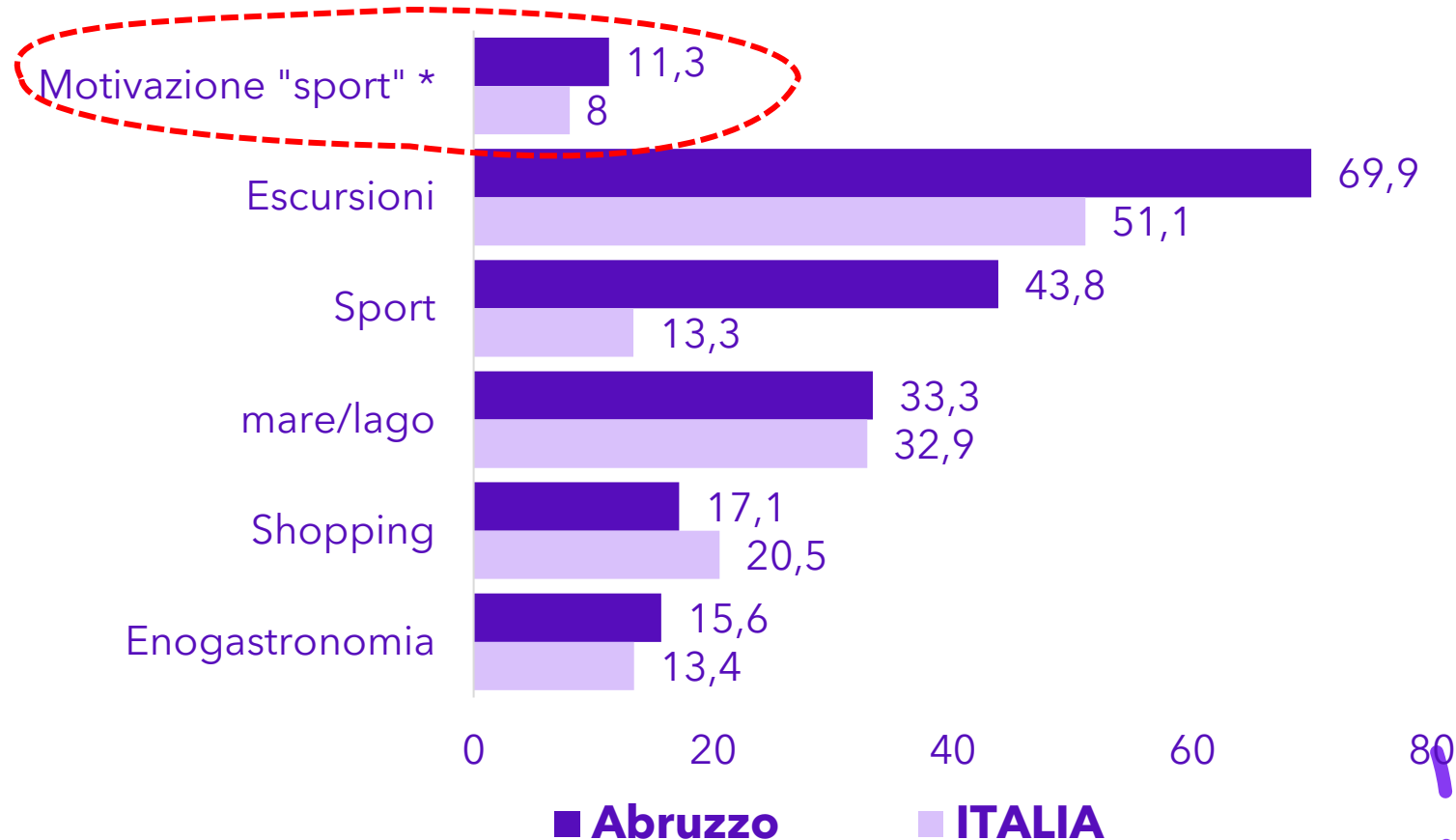


Secondo stime Isnart in Abruzzo il turismo attivo assorbe l'11,3% del totale (8% la media in Italia).

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 (%)

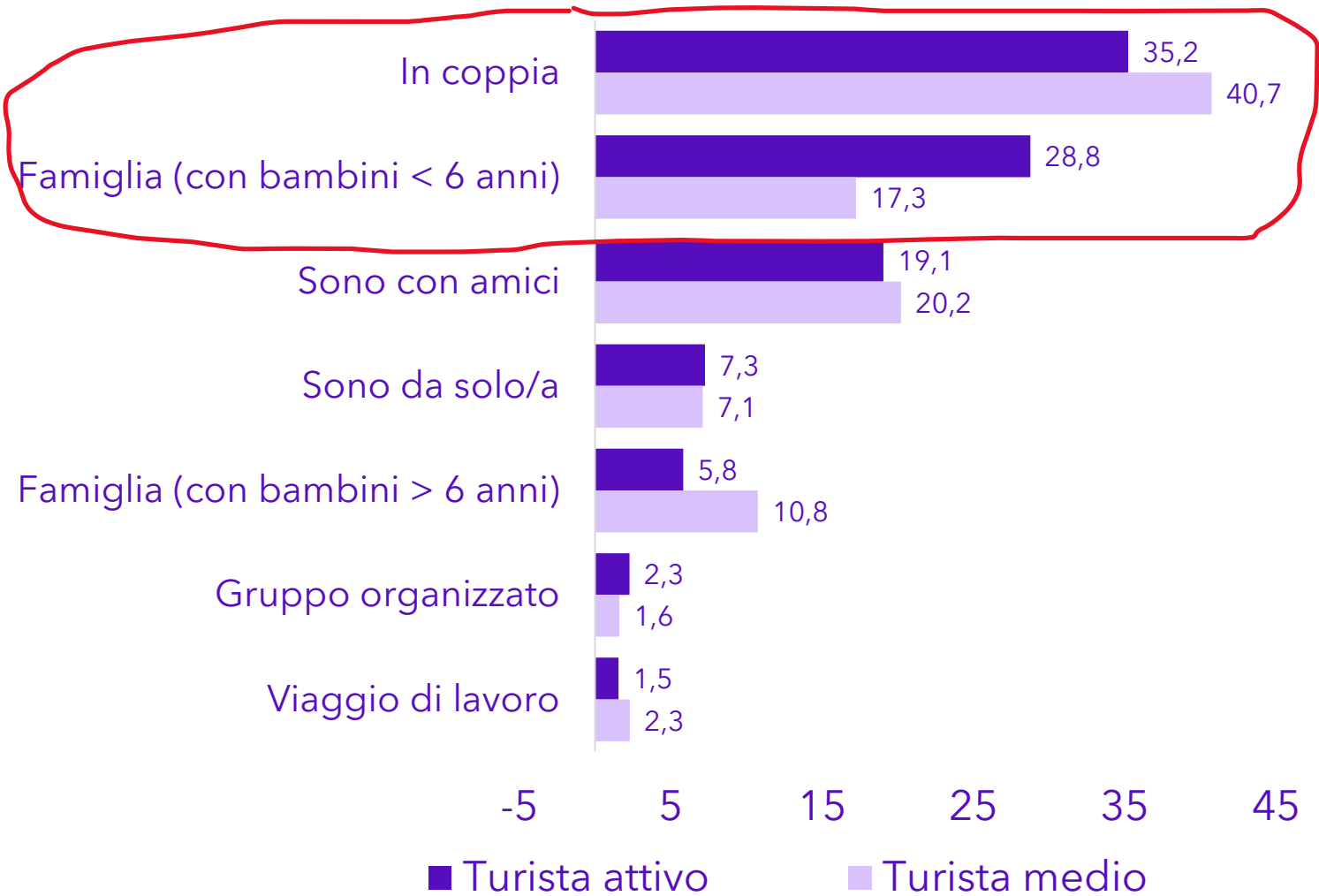


* % su totale turismo

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.

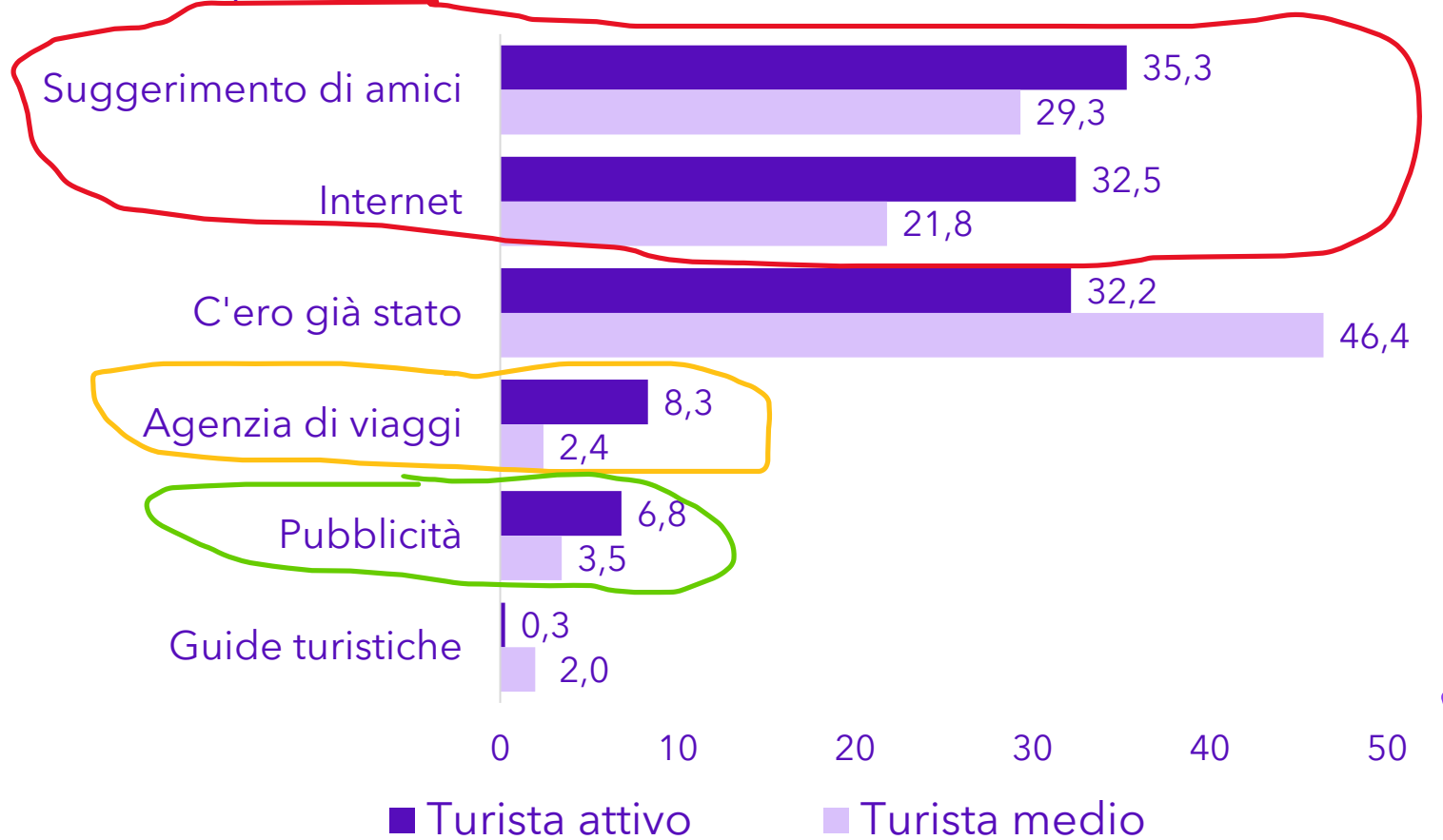
Compagnia del soggiorno in Abruzzo (% sul totale)



Fonte: Isnat, 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.





Grazie