

Turismo culturale, lo Sono Cultura: in ripresa, ma pesa situazione internazionale

Inizio >> Economia e cultura

🕒 15 Settembre 2022 11:15 👤 asa

📁 Economia e cultura Turismo 📍 Roma

🐦 Tweet 📌 Share 🌐 Share ✉ Email

📄 PDF

Secondo UNWTO (l'Organizzazione Mondiale del Turismo) il comparto turistico internazionale ha registrato nel 2021 un incremento del 4% rispetto al 2020, un segno di crescita riconducibile ai soddisfacenti tassi di vaccinazione e alla crescente domanda di turismo naturalistico nazionale. Sempre a livello globale, il 2022 si preannuncia come un anno di ulteriore ripresa, anche se gli scenari geopolitici attuali rappresentano una grossa incognita ai fini di un'indagine esaustiva. In pochi mesi, infatti, sembra che tutto sia cambiato.

E' quanto si legge nel rapporto "lo sono cultura", arrivato alla dodicesima edizione, realizzato da Fondazione Symbola e Unioncamere, con la collaborazione del Centro Studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne, insieme a Regione Marche e Istituto per il Credito Sportivo ed è stato presentato, al MAXXI, dal presidente della Fondazione Symbola, Ermete Realacci, dal presidente Unioncamere, Andrea Prete, dal segretario generale di Unioncamere, Giuseppe Tripoli, dal presidente Museimpresa Cda Fondazione Symbola, Antonio Calabrò,

dalla presidente Maxxi e Human Foundation, Giovanna Melandri.

Secondo gli ultimi dati Istat, nei primi nove mesi del 2022, in Italia si è registrato un aumento dei flussi turistici del 22,3%. Qualche segnale emerge, a indicare possibili tendenze che si possono sintetizzare, da una parte, in un graduale spostamento verso il turismo di prossimità e le aree interne, dall'altra, nella crescita della proporzione di generazioni emergenti, nuovo target da accostare, quasi paradossalmente, al turismo ormai consolidato dei seniores. La tendenza è confermata da una recente ricerca realizzata da Unioncamere e Isnart, che attribuisce l'evoluzione della domanda turistica tanto alle ricadute (materiali e atmosferiche) della pandemia quanto al ricambio generazionale – la metà dei turisti in Italia è nata dopo il 1981 – che comporta una spiccata attenzione per la sostenibilità. Così, i turisti del 2022 non si domandano più 'cosa' visitare ma 'perché'. Anche secondo Expedia, le preferenze dei viaggiatori nell'era post pandemica sono sensibili al turismo di massa (il 49% dei viaggiatori intervistati sceglierà mete meno gettonate proprio per non contribuire al fenomeno e per far prevalere la scoperta di luoghi inediti al riconoscimento di destinazioni iconiche) e all'impatto ambientale negativo del viaggiare (il 59% dei rispondenti è disposto a pagare di più preferendo scelte sostenibili).

Agenzia di stampa quotidiana

Registrazione al Tribunale di Roma n. 195/2017

Società editrice: Asacos Srls

N° iscrizione ROC: 37933

ISSN 2705-0033 [AgCult. Notiziario]

Bandi

Cultura e Digitale

diplomazia culturale

Economia e cultura

Editoria

Europa

Eventi

LETTURE LENTE

MiC

Musei

Parlamento

Territorio

Turismo

Newsletter