

COMUNICATO STAMPA

Da *Italian Way* a *Italian Why*?

Ministero del Turismo con Unioncamere e Isnart per rispondere alle nuove domande di un turismo che cambia.

La transizione verso nuovi modelli turistici accelerata dalla pandemia e dal conflitto in Europa.

Roma, 29 marzo 2022 – Oggi il 50% dei turisti in Italia appartiene alle generazioni Y e Z, nati dopo il 1981 e nativi digitali, il 94% è attento alle opzioni di viaggio sostenibili e il 40% sceglie di esplorare destinazioni poco conosciute, assetato di riscoperta e senso di appartenenza. E' un turismo "nuovo" e in rapida evoluzione, che fa i conti con le conseguenze di una pandemia non ancora del tutto superata e con i timori internazionali per lo sviluppo del conflitto in Ucraina

"Azioni di valorizzazione e promozione del settore turistico dei territori e delle produzioni di qualità", è il progetto finanziato dal **Ministero del Turismo** e realizzato in collaborazione con **Unioncamere** e **Isnart**, con l'obiettivo di promuovere l'offerta turistica nazionale valorizzando territori, prodotti e comunità in risposta alle nuove tipologie di domanda turistica.

Il progetto ha permesso di individuare i cambi di paradigma necessari a sviluppare nuovi approcci alla valorizzazione e alla programmazione turistica per rispondere a modificazioni profonde intervenute nelle motivazioni di acquisto, passando da una narrazione basata sull'*Italian Way* a una narrazione costruita sull'*Italian Why*?

Il progetto ha analizzato i dati raccolti dall'**Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio - Unioncamere / Isnart** sull'evoluzione di offerta e domanda, insieme a 3 esempi di co-progettazione di cammini turistici e a 3 casi di comunicazione innovativa delle destinazioni.

"Dall'analisi e dallo studio dei nostri territori emergono i tanti giacimenti storico, culturali e naturalistici e tutte quelle destinazioni turistiche che molti italiani hanno riscoperto in questi ultimi due anni" sottolinea il vice presidente di **Unioncamere**, **Giorgio Mencaroni**. *"Le Camere di commercio ne hanno identificate circa 200, realizzando una prima mappa territoriale su cui avviare le prime progettualità. Le destinazioni turistiche sono, infatti, ambiti territoriali identitari e spesso di piccole dimensioni che permettono di realizzare interventi con maggiore precisione. Il lavoro svolto fino ad oggi è un passo avanti decisivo, che deve rappresentare la base per sviluppare progettualità innovative anche su altri territori"*.

"Dopo un 2020 'anno zero per il turismo', nel 2021 è cominciato un recupero ma oggi la guerra così vicina pone più di un dubbio sulla possibilità di tornare ai livelli pre-pandemia" ha dichiarato il presidente di **Isnart** **Roberto Di Vincenzo**. *"Il turismo sta cambiando perché cambia la domanda dei turisti. Se prima le scelte partivano dal 'cosa' (cosa voglio fare, cosa voglio vedere), oggi il trend è dominato dal 'perché' (perché voglio viaggiare? quale motivazione mi spinge?), un cambiamento profondo legato a necessità di auto-realizzazione e auto-determinazione. Occorre quindi superare il classico Italian Way of Tourism verso un più attuale Italian Why?, per far scegliere l'Italia come meta turistica, comprendendo e intercettando numerosi nuovi fenomeni tra i quali quelli dello slow tourism e della staycation."*



Il **Turismo Culturale** continua ad avere un ruolo centrale nell'organizzazione dell'offerta, tanto che oltre il 53,1% degli operatori lo individua come propria area di specializzazione, dato che lo pone al vertice dell'attenzione dell'industria turistica, prima del **Turismo Naturalistico** con il 51,1%, del **Turismo Balneare** e legato agli sport acquatici con il 29,3% e del **Turismo Enogastronomico** con il 23,8%.

Il **Cammino Enogastronomico Tarantino**, che ha visto impegnata la Camera di commercio di Taranto, si sviluppa nel territorio dei comuni di Castellaneta, Ginosa, Manduria, Massafra, Crispiano, Palagiano, Martina Franca cuore di alcune delle produzioni tipiche enogastronomiche che fanno della Puglia e di Taranto una delle protagoniste italiane del food & beverage.

Un territorio che vuole aprirsi a un turismo esperienziale fatto di cibo identitario, natura e mobilità dolce.

Il **Cicloturismo** continua a registrare un interesse crescente sia sotto il profilo della domanda, +30% di turisti che scelgono la bicicletta nel biennio 2019-2021, che per la sua dimensione economica in quanto la spesa procapite di questa categoria di turisti è superiore alla media complessiva. La **Via Verde della Costa dei Trabocchi**, percorso ciclabile di 42 km che collega i comuni di Ortona e Vasto in provincia di Chieti, sviluppato con la collaborazione della Camera di commercio di Chieti – Pescara, è un caso di eccellenza che dimostra l'importanza di investimenti dedicati. Il percorso, intorno al quale sta crescendo un sistema turistico dedicato al cicloturismo, è parte integrante della «Rete ciclabile dei Trabocchi» (300 km totali con 12 percorsi dedicati tra mare e collina) e, più in grande, della «Ciclovía Adriatica», che sarà una vera e propria dorsale cicloturistica del Paese.

Il **Turismo Religioso** in Italia rappresenta il 2,5% del totale dei turismi, il 70% dei turisti sono italiani e tra gli stranieri 3 su 10 sono tedeschi. Un esempio in questo ambito, che ha avuto il supporto della Camera di commercio di Padova, è quello del **Cammino di Sant'Antonio**, un percorso che si estende per oltre 400 Km dai santuari Antoniani di Camposampiero in Veneto attraverso la Basilica di Sant'Antonio di Padova fino al Santuario della Verna in Toscana attraversando l'Emilia-Romagna e gli Appennini.

In chiave di valorizzazione e promozione del settore turistico, il progetto ha preso in esame anche l'attività di comunicazione innovativa delle destinazioni, in particolare attraverso l'analisi di 3 casi: **Sardegna Nuragica e Sud Sardegna** (in collaborazione con la Camera di commercio di Cagliari-Oristano), **Duino-Aurisina** (in collaborazione con la Camera di commercio della Venezia-Giulia) e **Cosenza e la Sila Grande** (in collaborazione con la Camera di commercio di Cosenza).

Il progetto realizzato dal **Ministero del Turismo** in collaborazione con **Unioncamere** e **Isnart** è stato presentato oggi a Roma nel corso di un evento a cui hanno partecipato **Giorgio Mencaroni**, Vice Presidente Unioncamere, **Roberto Di Vincenzo**, Presidente di Isnart, **Stefano Mantella**, Responsabile dell'Unità di Missione per il PNRR del Ministero del Turismo, **Carlo Ricci**, Direttore del GAL Costa dei Trabocchi, **Manuela Santoro**, Consulente Turistico, **Emma Taveri**, Chief Visionary Officer di Destination Makers, **Claudio Ucci**, Direttore del Consorzio Abruzzo Travelling, **Carmen Valente**, Manager di rete di Salento delle Murge, **Michela Valentini**, Destination Manager di OGD Padova, **Padre Nicola Zuin**, Direttore della Casa di Spiritualità presso i Santuari Antoniani di Camposampiero.