

TURISMO LENTO, DELL'ESPERIENZA E DELLE RADICI: LA GRANDE SFIDA PER L'ABRUZZO E AREE INTERNE

ESPERTI A CONFRONTO NEL CONVEGNO FONDAZIONE CARISPAQ E ADSI A L'AQUILA. PROF PENCARELLI, "50MILA POSTI LETTO ALBERGHIERI, CON PRESENZE PERO' DI 2,6 MILIONI, LA META' DEL POTENZIALE, AMPI MARGINI DI CRESCITA", SCHIRRU, "AIRBNB FATTORE DI BENESSERE E LAVORO NEI PICCOLI PAESI, DOPO PANDEMIA CRESCE ATTRATTIVITA' PER LUOGHI NON AFFOLLATI"; TEDESCO, "LA FOOD EXPERIENCE TRASCENDE IL CONTENUTO DI UN PIATTO O DI UN BICCHIERE"; CIARROCCA, "DIMORE STORICHE SEMPRE PIU' RICHIESTE, 90 IN REGIONE"

[HTTPS://ABRUZZOWEB.IT/TURISMO-LENTO-DELLESPERIENZA-E-DELLE-RADICI-LA-GRANDE-SFIDA-PER-LABRUZZO-E-AREE-INTERNE/](https://abruzzoweb.it/turismo-lento-delle-sperienza-e-delle-radici-la-grande-sfida-per-labruzzo-e-aree-interne/)

di **Filippo Tronca**

16 Aprile 2023 07:40

REGIONE - ABRUZZOWEB TURISMO

L'AQUILA – In [Abruzzo](#), a fronte di 50mila posti letto alberghieri, le presenze sono pari a di 2,6 milioni, ovvero la metà del potenziale, concentrate nei mesi estivi, e dunque enormi sono i margini di crescita per il turismo, industria che rappresenta oltre il 13% del Pil italiano e il 15% dell' occupazione. E per quello che riguarda le aree interne il turismo esperienziale, al di là degli slogan, va costruito in modo scientifico, con uno sforzo di rete, perché le risorse non fanno da solo il prodotto. La ricettività extra-alberghiera, come le dimore storiche, 90 in regione, ed anche gli airbnb possono essere un fattore di freno allo spopolamento, di crescita dei servizi e di benessere e lavoro per i residenti, e non un rischio di "disneyizzazione" e "musealizzazione" dei borghi.

Tanti gli argomenti affrontati, in una gremita sala conferenze della Fondazione Carispaq a [L'Aquila](#), nel workshop di venerdì scorso dedicato al turismo, nell'ottica dello sviluppo del territorio, e con un focus sui modelli di business vincenti, organizzato dalla Fondazione Carispaq, tramite la sua società strumentale FondAq s.r.l. in collaborazione con Associazioni dimore storiche italiane (Adsi) Abruzzo.

Protagonisti esperti e addetti ai lavori come il professor **Tonino Pencarelli**, ordinario di Economia e gestione delle imprese all'Università degli studi di Urbino, **Gianluca Tedesco**, destination manager e cofondatore della Consulting for tourism, **Laura Schirru**, del team relazioni istituzionali di Airbnb, e **Daniel Kihlgren**, ideatore, fondatore e ceo di Sextantio Group a Santo Stefano di Sessanio.

L'incontro, moderato da **David Iagnemma**, segretario generale della Fondazione Carispaq, è stato aperto dai saluti istituzionali del presidente della Fondazione Carispaq **Domenico Taglieri**, dal segretario generale Adsi **Giovanni Ciarrocca**. dall'assessore al turismo del Comune dell' Aquila, **Ersilia Lancia**.

Entrando dunque nel merito della costellazione tematica affrontata, il professor Pencarelli ha dedicato interessanti passaggi del suo intervento al turismo esperienziale: “un concetto introdotto a partire dagli anni duemila – ha ricordato -. Dal punto di vista del turista è tutto chiaro, un viaggio è di per sé una esperienza. Ma il punto è chi l’esperienza la deve produrre ed offrire. Le risorse non fanno il prodotto, esse vanno costruite, confezionate e vendute. E questo particolare prodotto, l’esperienza, deve essere unica e ti deve arricchire, migliorare, deve essere autentica e non artificiosa. Da questo punto di vista l’Abruzzo ha un potenziale enorme, perché le risorse ci sono, e ci sono tutte le premesse per affermare il prodotto”.

Un prodotto, parlando sempre di turismo esperienziale, però, che “è apprezzato da chi è benestante, disposto a pagare di più. E i territori devono trasformarsi da luoghi a destinazioni, in base a fattori di oggettiva attrattività, accessibilità, comunicazione, con una politica di prezzo adeguata, con animazione ed eventi. E’ importante mantenere il contatto con il cliente, che va fidelizzato, e in tal senso utili sono le mailing list, i database, per azioni mirate di comunicazione, dopo la permanenza. Quando parliamo di turismo la mente va alla struttura ricettiva, ma in gioco in realtà sono tutti coloro che rispondono esigenze dei viaggiatori, ristorazione, commercio, guide, operatori culturali e musei, spettacoli, artigianato, agricoltura, ed anche sistema industriale”.

Il modello di business poi deve partire “da una banale domanda: come fare ricavi che superino i costi. E dunque occorre individuare in primis il target, il segmento, ed è importante che tra operatori privati e assessorato regionale al Turismo ci deve essere forte sinergia e coordinamento ad esempio non deve accadere che una Regione spenda risorse per la promozione turistica in Cina, quando invece gli operatori sono calibrati su altri mercati di riferimento”.

Ha preso poi la parola Gianluca Tedesco, che opera in particolare nella Val d’Orcia in Toscana: “Una destinazione comprende oltre alla ricettività, che è solo un aspetto, anche l’architettura, la logistica e i trasporti, i servizi di base, la storia e il racconto del territorio, la food experience. Ci sono poi però piccoli borghi che non hanno una ricettività adeguata, che rappresenta in ogni caso condizione necessaria. I racconti sono quelli che spingono il turismo delle radici, del ritorno. L’esperienza del food è forte e centrale nell’offerta turistica. Ma l’esperienza però trascende il contenuto di un piatto o di un bicchiere. In una cantina toscana con degustazione a 50 euro, partecipavano anche astemi, che pagavamo la stessa cifra: giusto così, perché quello che veniva offerto non era solo gli assaggi di vini di qualità, ma la possibilità di entrare in una cantina del ‘400, godere dell’atmosfera, del racconto del mondo che questo luogo rappresenta”.

Spiega poi a proposito di comunicazione: “persino Firenze deve promuovere non solo se stessa, ma il Chianti e il territorio circostante. A maggior ragione nei piccoli borghi abruzzesi serve una comunicazione non parcellizzata e sconnessa, ma di ampio raggio territoriale, individuando i punti di forza e calcolando bene la permanenza media, e la ricaduta economica, soprattutto se si mettono in campo investimenti significativi”.

Ha preso poi la parola Laura Schirru, che ha affrontato il tema dell’offensiva anche legislativa che intende limitare la proliferazione degli airbnb e degli affitti brevi in tante, troppe città italiane, che drogano il mercato degli affitti, facendo schizzare i prezzi in alto, devastando il tessuto sociale, innescando meccanismi infernali di gentrificazione: “Partiamo dal presupposto che tante volte gli airbnb sono po’ il capro espiatorio di tutta una serie di problemi a monte, come la mancanza di edilizia popolari, di studentati, di politiche per la casa, c’è poi la paura dei proprietari di affittare la loro casa a causa della morosità dell’inquilini, optando dunque per gli affitti brevi ai turisti”.

Detto questo ha rivelato Schirru; “Uno studio assolutamente indipendente del Politecnico di Torino mostra che borghi con airbnb hanno una maggiore crescita economica con grandi benefici anche per i residenti, e si registra un freno allo spopolamento, con maggiori

occasioni di lavoro, migliori servizi e anche di intrattenimento e qualità della vita a beneficio di chi ci vive tutto l'anno, non sono dei turisti. L'airbnb è una risorsa soprattutto dove non ci sono strutture alberghiere, come appunto i piccoli borghi. Per quel che riguarda l'Abruzzo, abbiamo rilevato nel 2022, rispetto al 2019, un aumento dell'80% di ricerche di ospitalità intorno ai parchi nazionali abruzzesi. Del resto la pandemia ha determinato una valutazione negativa per mete turistiche in luoghi affollati, nei tradizionali hot spot, come le grandi città, e una crescita della voglia di stare in luoghi più appartati, più a contatto con la natura, più selvaggi, e da questo punto di vista l'Abruzzo ha avuto benefici, ed esprime una crescente potenzialità”.

A fare il punto sulle dimore storiche, segmento alto della ricettività extra-alberghiera, è stato il segretario generale Adsi Ciarrocca: “Le dimore storiche in Abruzzo sono 90, un numero triplicato in pochi anni e in crescita, e stanno registrando una forte ripresa post-pandemia: il 92% delle dimore storiche occupa i tre quarti delle camere, un dato eccezionale. Occorre poi riflettere su un altro aspetto: l'Abruzzo ha 62% del territorio non antropizzato, e le dimore storiche sono al 54% nei centri sotto i 20mila abitanti. Esse dunque rappresentano una offerta di ricettività principalmente concertata nelle aree interne. Come Adsi collaboriamo ora con il governo per il grande progetto, il cui bando è appena scaduto, del turismo delle radici, focalizzato sugli italiani all'estero, e che entrerà nel vivo nel 2024. Anche le dimore storiche abruzzesi devono farsi trovare preparate. Altra opportunità è la legge regionale sul sistema culturale, appena approvata, che prevede un ruolo anche per il nostro settore”

“È stato un incontro molto partecipato e di proficuo confronto – ha chiosato Taglieri –con esperti che operano nel settore turistico esperienziale. Con questo appuntamento la Fondazione Carispaq, dopo la pubblicazione di bandi specifici per il settore turistico, ha inteso fornire strumenti ed esempi di buone pratiche che possono essere replicati anche nella nostra provincia”.

“La Provincia dell'Aquila, nel suo insieme, sta diventando una meta di viaggio sempre più apprezzata, per questo dobbiamo lavorare per supportare questo trend con infrastrutture e strategie che aiutino il settore turistico a crescere e a diventare fattore di sviluppo delle Comunità. E 'importante inoltre, così come la nostra Fondazione da anni sta facendo – ha concluso Taglieri – investire sul potenziale di cui le aree interne dispongono per una promozione turistica che deve essere condotta sulla base di un modello di sviluppo eco-sostenibile e di rigorosa tutela dell'ambiente.”