
Vacanze in Italia

Autore: Aurelio Molè

Fonte: Città Nuova

L'Italia non spaventa più per il Covid 19. Cambiano i "sentiment" verso il nostro Paese e si spera in una ripresa per la vacanze imminenti. Maggiori approfondimenti nel numero di luglio della rivista Città Nuova

Il post Covid è un'occasione per riscoprire le vacanze in Italia. L'estate ci presenta una profonda crisi del settore, ma anche un'occasione per conoscere meglio il Belpaese. Brevi gite fuori porta, fine settimana allungati, vacanze vere e proprie per chi potrà permetterselo per non tralasciare le bellezze dei borghi, dei paesaggi, dell'arte e della natura italiana. Un recente **studio di Enit-Agenzia nazionale del turismo** ci dice che «alla vacanza non si rinuncia neppure in tempo di Covid. Del 47,5% di italiani che partiranno in estate, la maggior parte quest'anno resta in patria (83%) mentre il 6,9% andrà all'estero ed il 3% andrà sia in Italia che all'estero. I viaggi si allungheranno fino ad ottobre» e «il mordi e fuggi sarà uno dei trend della stagione estiva». Nostra intervista a **Giovanni Bastianelli, direttore esecutivo Enit**. **In che modo far ripartire il turismo in Italia?** I viaggiatori non sembrano intenzionati a rinunciare alle vacanze. Il test sarà la riapertura delle frontiere regionali e la ripresa dei voli internazionali. L'Italia non spaventa e anzi viene considerata come un Paese Covid free, iper monitorato e rassicurante. Enit sta supportando il settore attivando campagne ad hoc a livello internazionale con il supporto di tutte le 30 sedi estere dell'Agenzia. Inoltre ogni 15 giorni Enit lancia il bollettino con i dati ufficiali sul turismo per orientare ed aiutare la ripresa della filiera. È stimolato il networking e il confronto tra istituzioni e operatori con webinar internazionali e un costante monitoraggio. Inoltre per un assaggio di Italia è possibile scaricare l'App di Enit gratuita e panoramica che permette di avere spunti di viaggio da visitare live. Giovanni Bastianelli, direttore esecutivo Enit. **Come attirare la presenza degli europei in Italia al tempo della pandemia?** Quest'anno ci si attende una maggiore incidenza del turismo domestico che detterà i primi segnali di ripresa. Ma ci aspettiamo anche flussi dai Paesi di prossimità come la Germania che possono raggiungere l'Italia in auto. Le realtà legate al turismo long haul (lungo raggio, *ndr*) vivranno una partenza proiettata in avanti. Ma non si potranno tirare le somme fino al termine della stagione. Il mondo del turismo si adatta facilmente al cambiamento e all'evoluzione. Venezia (12%) e Firenze (29%) hanno quote piuttosto basse di visitatori domestici - dipendono fortemente dal turismo internazionale - e come tali sono potenzialmente più vulnerabili alla ripresa a differenza di Torino e Napoli che invece godono anche di un mercato domestico. Una maggiore dipendenza dai viaggi a corto raggio rispetto alla media e lunga distanza può anche contribuire a un recupero più forte e meno volatile. Per l'Italia, per "corto raggio" si intendono gli arrivi da altri paesi dell'Europa occidentale. Su questa metrica, l'Italia è relativamente vulnerabile, con solo il 56% degli arrivi internazionali provenienti dai mercati a corto raggio. Questo è molto più basso rispetto alla Spagna (78%), alla Francia (75%) e all'Europa occidentale in totale (67%). In altre parole, l'Italia è relativamente più dipendente dai mercati delle fonti a lungo raggio e come tale può essere soggetta a una ripresa più volatile. **Vi risulta un cambiamento di "sentiment" verso l'Italia?** L'Italia è più amata che mai. Proprio nella pandemia la Penisola ha avuto conferma non solo della vicinanza umana di artisti internazionali che hanno manifestato solidarietà, ma anche della voglia di non perderla di vista e di tornare a visitarla il prima possibile. A fine di maggio si contano oltre 753,7 mila citazioni sul viaggio in Italia - di cui 50 mila comparse sul web e 703,7 mila dai social - che hanno prodotto 207,1 milioni di interazioni. Cala progressivamente lo spazio dedicato dai principali quotidiani europei e americani al tema Covid in Italia e oltre 618 mila reazioni di gradimento (di cui 85.400 di affetto, 335.200 di empatica tristezza, 60.300 di stupore) sono riservate alla Penisola. Il trend epidemico non è più il solo polo di interesse delle ricerche web sull'Italia: il tema "economia" (13 per cento delle ricerche web) supera il macro-

tema “sanità” (9,3%). Sale anche la cultura (5,2%), in quarta posizione, ad alimentare il *sentiment* positivo. Il trend negativo è completamente azzerato. Le ricerche web sul turismo in Italia producono oltre 300 milioni di visualizzazioni, un numero enorme pari all'intera popolazione europea. Le grandi città d'arte, Roma, Venezia e Milano rilevano il maggior volume di citazioni. *Sentiment* positivo con in testa il Duomo di Milano e la città di Pisa.