Turismo e clima: nuovi modelli per le imprese e le destinazioni turistiche italiane

shutterstock-1496855453-55394ecc

Cambia il clima? Secondo ENIT cambia anche il modo di fare turismo . Lo dicono i primi risultati della ricerca **“Turismo Climate-sensitive"**, presentata all'ultima edizione della BIT - Borsa Internazionale del Turismo, per analizzare il contesto di cambiamento e per mettere a punto di nuovi modelli di lavoro per imprese e destinazioni turistiche.

Nel contesto di un 2023 classificato come l'anno più caldo mai registrato a ricerca, frutto della collaborazione tra la Fondazione Santagata di Torino e Studio Giaccardi & Associati di Ravenna, ha voluto concentrarsi sull'**impatto dell'emergenza climatica sui comportamenti dei viaggiatori e sull'offerta turistica**, proponendo nuovi modelli operativi per le imprese e le destinazioni turistiche italiane.

Cambiamenti nelle preferenze dei viaggiatori

Uno dei dati più significativi emersi è la modifica nelle abitudini di viaggio dei turisti stranieri: un calo del 25% delle presenze nei mesi estivi, con un corrispondente aumento nei periodi di primavera e autunno. Questo spostamento di flussi turistici indica una trasformazione del concetto stesso di alta stagione, con le mezze stagioni che diventano sempre più attrattive per i viaggiatori.

Siti UNESCO e turismo culturale

L'indagine ha posto particolare attenzione al turismo culturale e ai 59 siti UNESCO italiani, utilizzandoli come indicatori dell'adattabilità del sistema turistico nazionale ai cambiamenti climatici. Nel 2022, il turismo legato al patrimonio culturale ha generato oltre 142 milioni di presenze e un ritorno economico superiore ai 12 miliardi di euro, sottolineando l'importanza di integrare l'emergenza climatica nelle strategie di sviluppo del settore.

Verso un turismo climate-sensitive

L'ENIT sottolinea l'urgente necessità per le destinazioni turistiche e le imprese del settore di adottare un **approccio climate-sensitive, prevedendo l'integrazione dell'emergenza climatica nei modelli di business**. Circa il 51% dei clienti, secondo dati di Booking del 2023, pianifica viaggi e vacanze basandosi sulle previsioni climatiche, evidenziando un cambio radicale nelle preferenze dei consumatori paragonabile all'impatto della digitalizzazione avvenuto oltre un decennio fa.