

Turismo delle Origini, tavola rotonda al Palazzo Comunale di Sorrento con istituzioni e addetti ai lavori

Giacobbe: “Segmento in crescita: 4,2 mld di euro di spesa e quasi 700mila visitatori in Italia”

Il turismo delle origini, noto anche come turismo di ritorno o delle radici, è un fenomeno che coinvolge gli italiani all'estero e i loro discendenti, rappresentando il 15% del totale delle presenze turistiche in Italia nell'arco di un anno. Un bacino potenziale pari a circa 80 milioni di persone, secondo le stime dell'Enit per un giro d'affari, del solo continente americano, che si aggira intorno ai 650 milioni di euro per un totale di 670mila arrivi ogni anno in Italia. I principali mercati di questa tipologia di turismo sono costituiti da Brasile, dove risiedono 25 milioni di persone di origine italiana, Argentina (20 milioni) e Usa (17 milioni), seguiti da Francia, Svizzera, Germania e Australia. Il 30% del turismo delle radici copre sia un target giovane che va dai 25 ai 34 anni (25,7%) sia una fascia che va dai 55 ai 64 anni (24%). Questi viaggiatori programmano visite a lunga permanenza in Italia, con una media di sette giorni a viaggio, generando un indotto economico significativo. Solo nel 2021, infatti, ha mosso oltre 4,2 miliardi di euro.

Sono alcune delle cifre emerse nel corso della tavola rotonda dal titolo “Turismo delle origini e nuove frontiere per lo sviluppo turistico del Paese”, che si è tenuta questa mattina al Palazzo Municipale di Sorrento, alla presenza di istituzioni, addetti ai lavori ed esperti del settore. Un segmento, quello del turismo delle origini, inserito nel Piano triennale del Turismo 2023-2027 di recente passato nella IX commissione del Senato e finanziato anche attraverso i fondi del Pnrr, come ricordato dal senatore Francesco Giacobbe, segretario della commissione, intervenuto all'incontro.

"Il turismo di ritorno rappresenta un'opportunità unica per la destagionalizzazione del turismo e la creazione di un legame diretto con la rete di italiani nel mondo che può favorire investimenti ed esportazioni in nuovi mercati - ha spiegato - In particolare a Sorrento il turismo delle origini potrebbe favorire molte attività tradizionali e proprie della cultura locale come l'intarsio, l'artigianato, la produzione agroalimentare. Anche la scelta dell'amministrazione locale di puntare sui grandi eventi, si sposa in pieno con le strategie per lo sviluppo del turismo delle Origini. Per questo credo che Sorrento e la penisola potranno essere, come al solito, protagonisti di questa nuova avventura".

Luigi Di Prisco, presidente del consiglio comunale, ha invece ricordato come "Già nel 2008 a seguito del protocollo di gemellaggio tra la nostra città e quella argentina di Mar del Plata mi sono fatto promotore di alcune iniziative di scambio culturale tra giovani dei due territori invitando ragazzi argentini di origine sorrentina di seconda o terza generazione, e favorendo quindi un ritorno alle origini del loro paese natio. Negli anni abbiamo dato la possibilità a decine di giovani di fare questa esperienza fantastica, ed oggi parlare di turismo di ritorno o delle origini per me è motivo di grande entusiasmo, perché significa che quel seme portato avanti a fatica per anni potrà dare frutti importanti".

Per Felice Casucci, assessore al Turismo della Regione Campania, il turismo delle origini è "Una grandissima chance per la Campania, da sempre terra di emigrazione. La questione è quella di strutturare e di creare un progetto, anche culturale, per farlo diventare anche un'opportunità economica per tanti operatori del settore".

"E' un turismo su cui punta Enit anche in vista dell'Anno delle radici che sarà nel 2024. È un turismo che si muove su tutto l'anno, con un piccolo picco ad agosto, e riguarda anche molto i giovani che

vogliono riscoprire le loro origini. E' quindi un turismo in grado di garantire la distribuzione dei flussi lungo tutto l'arco dell'anno. La spesa media di circa 74 euro e questo lo rende accessibile a tutti, perché spesso si dorme a casa dei parenti e si perde la componente alberghiera" ha evidenziato Sandro Pappalardo consigliere cda Enit.

Gli italiani all'estero sono quindi i primi ambasciatori del brand Italia presso potenziali nuovi turisti in ingresso, è stato sottolineato negli interventi. Infatti, negli italo-discendenti vive la tradizione di un luogo turisticamente attrattivo assieme alle diverse dimensioni culturali che connotano l'italian way of life. Una nicchia di mercato ad elevato potenziale di crescita e in grado di valorizzare il patrimonio di identità e di valore rappresentato dalle nostre memorie, dalle nostre famiglie e dalle nostre tradizioni, rendendolo fruibile e accessibile ai turisti.