



IL TURISMO COME RISORSA TRASVERSALE - LE NUOVE SFIDE DEL SETTORE PER PROGREDIRE

UN'ANALISI SULL'IMPORTANZA DEL TURISMO PER L'ITALIA: TRA CRITICITÀ, POTENZIALE INESPRESSO E NUOVE LEVE DI SVILUPPO SOSTENIBILE

SIMONA BARDINI

Consulente e formatrice

Mi capita spesso di leggere articoli che denunciano la deindustrializzazione italiana, dal manifatturiero alla siderurgia, riducendo il turismo a settore minore, nonostante un PIL in crescita costante e un patrimonio artistico-cul-

turale unico al mondo. Il confronto si concentra quasi sempre sugli stipendi degli operatori, ritenuti medio-bassi, come se questo bastasse a definirne il valore. Certo, non si possono ignorare i problemi reali: la difficoltà nel reperi-

re personale qualificato, il disequilibrio territoriale nella gestione dei flussi, la necessità di prolungare la stagionalità, la frammentazione eccessiva, la bassa digitalizzazione, l'innovazione ancora insufficiente, e una sostenibilità – sia ambientale che economica – spesso inadeguata ai rapidi cambiamenti in atto.

Ottimista per natura, vedo però in queste mancanze un potenziale enorme da valorizzare. Il turismo è una leva trasversale unica, capace di arricchire territori, cultura, aziende e professionalità, importando business e generando ricadute fiscali e sociali. Trasformare le criticità in leve strategiche è il segreto per rinnovare davvero il modo di fare turismo. La sostenibilità, se ben integrata, può diventare un motore di crescita concreta, coinvolgendo produttori e fornitori locali e introducendo interventi organizzativi low-cost in grado di migliorare ricavi, marginalità e redditività. Innovazione, digitalizzazione e intelligenza artificiale possono accelerare il controllo di gestione, rendere più performante il daily reporting e supportare l'andamento economico-finanziario con risposte strategiche tempestive. Analizzare e misurare i KPI chiave permette di

orientare meglio le strategie di marketing e di posizionarsi su segmenti coerenti con la propria identità, ad esempio l'offerta di esperienze slow, autentiche e sostenibili, oggi molto richieste da viaggiatori sensibili e consapevoli, che contribuiscono anche alla riqualificazione di borghi e luoghi dimenticati.

Prolungare la stagionalità resta una delle principali sfide del comparto. Lavorare su target specifici come eventi e MICE, wellness e spa post-vacanze, business travel o enogastronomia, significa creare nuove occasioni di flusso e di cultura identitaria, riducendo la dipendenza da logiche low cost e intercettando mercati alto spendenti. I dati, in questi ambiti, non sono negativi. Anzi: i trend indicano un consolidamento e un potenziale ancora inespresso.

Il turismo quindi può essere considerato un settore minore? No. È una risorsa trasversale, un'industria leggera solo in apparenza, che racchiude in sé il potenziale per contribuire in modo decisivo alla crescita del Paese. Se è vero che l'impegno richiesto è alto, è altrettanto vero che sarebbe molto peggio perdere l'opportunità di farlo evolvere.

Simona Bardini – Consulente e formatrice nel settore turistico-alberghiero, esperta in management, marketing e sviluppo territoriale. Collabora con strutture ricettive e destinazioni per progetti di innovazione, sostenibilità e valorizzazione delle competenze nel turismo.

