

TURISMO ESPERIENZIALE E NUOVE DIMENSIONI DEL TURISMO POST COVID-19



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Elisa Meglioli

CISET - Centro Internazionale di Studi sull'Economia del Turismo

Codice n. M1 Unità3 SU1



Riassunto

Panoramica

Scopi e obiettivi
Cosa imparerete - LO
Parole e termini chiave
Background

Sezione 1

**Turismo
esperienziale e
nuove dimensioni
post COVID-19**
Approfondimento
Risorse esterne

Sezione 2

**Domande aperte &
riflessioni**
Suggerimenti
Elementi principali

Sezione di chiusura

Per continuare il vostro
apprendimento
Elenco dei riferimenti
Nome e crediti
dell'autore



Scopo e obiettivi

Lo scopo di questa presentazione è di:

- Definire il concetto di “esperienza” e il “turismo esperienziale” così come lo percepiscono i turisti stessi;
- Fornire indicazioni operative per la creazione di esperienze;
- Discutere gli effetti del COVID-19 nel settore del turismo;
- Riflettere su come la pandemia potrebbe influenzare nello specifico il turismo esperienziale.



Cosa imparerete (risultati dell'apprendimento)

Alla fine di questa presentazione, sarete in grado di:

- Capire cosa cercano i turisti esperienziali;
- Creare esperienze e attività esperienziali;
- Conoscere le principali tendenze che guideranno la ripresa del turismo post-COVID-19.

Parole chiave e termini

Turismo esperienziale

Una forma di turismo basato sulle esperienze che i turisti vivono durante le loro vacanze.

Pandemia COVID-19

La situazione di emergenza sta influenzando pesantemente il settore del turismo, valorizzando le nuove tendenze che dovrebbero guidare la ripresa.



Background

"Esperienza" ed "Esperienziale" sono diventate due parole molto utilizzate nel settore del turismo, ma non c'è una chiara definizione di ciò che queste parole significano.

Guardandoli dal lato della domanda, capiremo cosa cercano i turisti esperienziali e quali sono le principali caratteristiche di un'esperienza.

Saprete come creare prodotti più attrattivi e organizzare delle attività esperienziali.

Dall'altro lato, discuteremo gli effetti della pandemia, riflettendo su come i cambiamenti potrebbero influenzare specificamente il turismo esperienziale.



SEZIONE 1

Turismo
esperienziale e
nuova dimensione
post COVID



Turismo e COVID-19:

La pandemia sta colpendo pesantemente il settore del turismo e le sue conseguenze continueranno ad impattare il turismo negli anni a venire.

Secondo l'UNWTO - Organizzazione Mondiale del Turismo, il 2020 ha registrato:

-73%	-1.300
Arrivi di turisti internazionali	miliardi di dollari

Cosa possiamo aspettarci allora?

Da un punto di vista **quantitativo**, la maggior parte degli esperti non vede un ritorno al turismo internazionale prima del 2023.

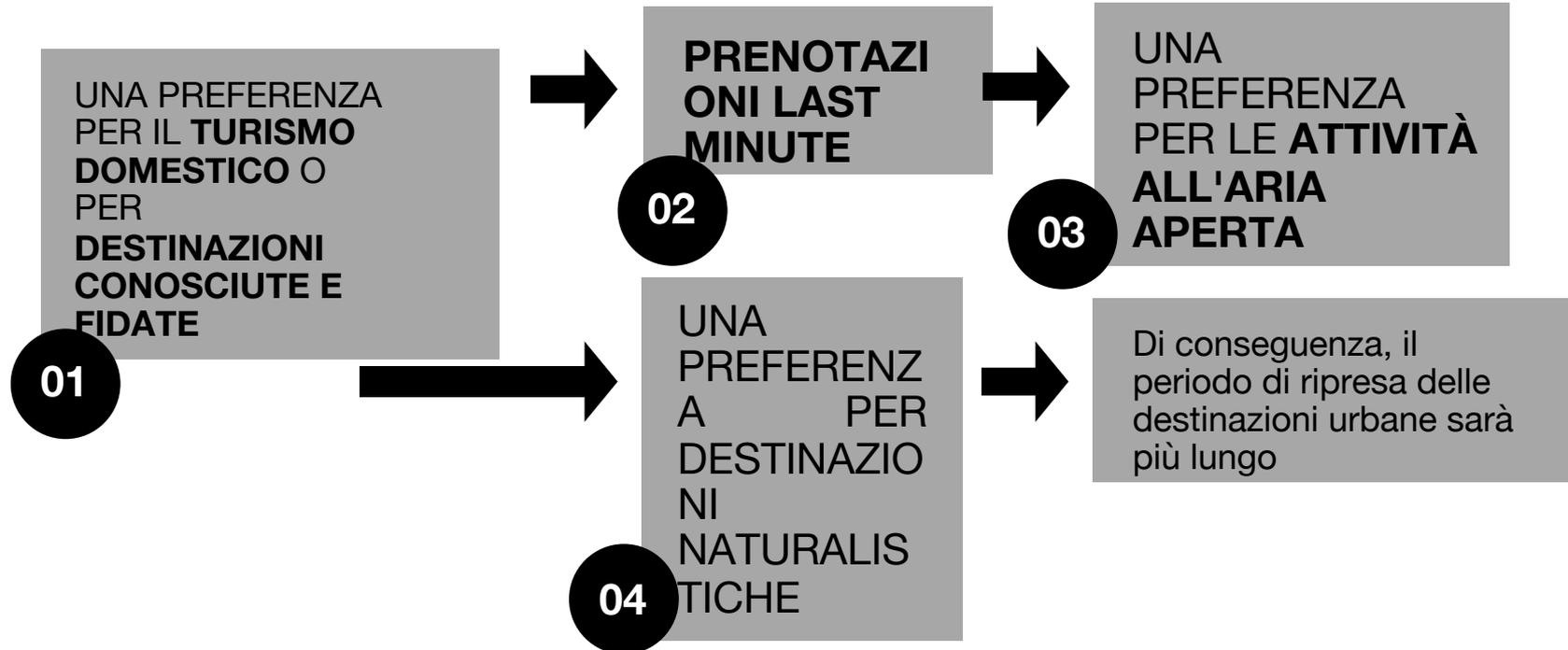
Questo dipenderà:

- dal ritmo dell'introduzione della vaccinazione;
- dal coordinamento tra i paesi sulle procedure di viaggio;
- dalle conseguenze economiche di questa situazione.



Principali tendenze del turismo dopo il COVID-19: implicazioni a breve-medio termine

Secondo gli esperti, alcune tendenze possono essere previste nel breve-medio periodo per guidare la ripresa, come:



Principali tendenze del turismo dopo il COVID-19: impatto a lungo termine

Diversi studi e analisi di mercato evidenziano alcune tendenze che avranno un impatto a lungo termine. La maggior parte erano presenti anche prima della pandemia, anche se si prevede saranno accelerate:

DIGITALIZZAZIONE



DIVARIO ECONOMICO



SOSTENIBILITÀ



SALUTE E SICUREZZA





DIGITALIZZAZIONE

Tour virtuali, chatbot, self check-in/check-out sono stati implementati dalle aziende per creare servizi più sicuri per il consumatore e questa tendenza dovrebbe continuare con un uso più pervasivo dell'automazione, dei pagamenti contactless e dei servizi digitali.

SICUREZZA E SALUTE

Queste saranno le prime priorità nella scelta della destinazione e delle attività. È probabile che le persone preferiscano "soluzioni private" per limitare il contatto fisico con gli estranei e sentirsi più sicuri.

DIVARI ECONOMICI

Questa situazione porterà all'incremento della disuguaglianza tra i consumatori: i dipendenti che hanno lavorato da casa, hanno mantenuto il lavoro e il reddito e hanno accumulato risparmi. Al contrario, altri hanno perso il loro lavoro e il reddito.

Esperienza e turismo esperienziale

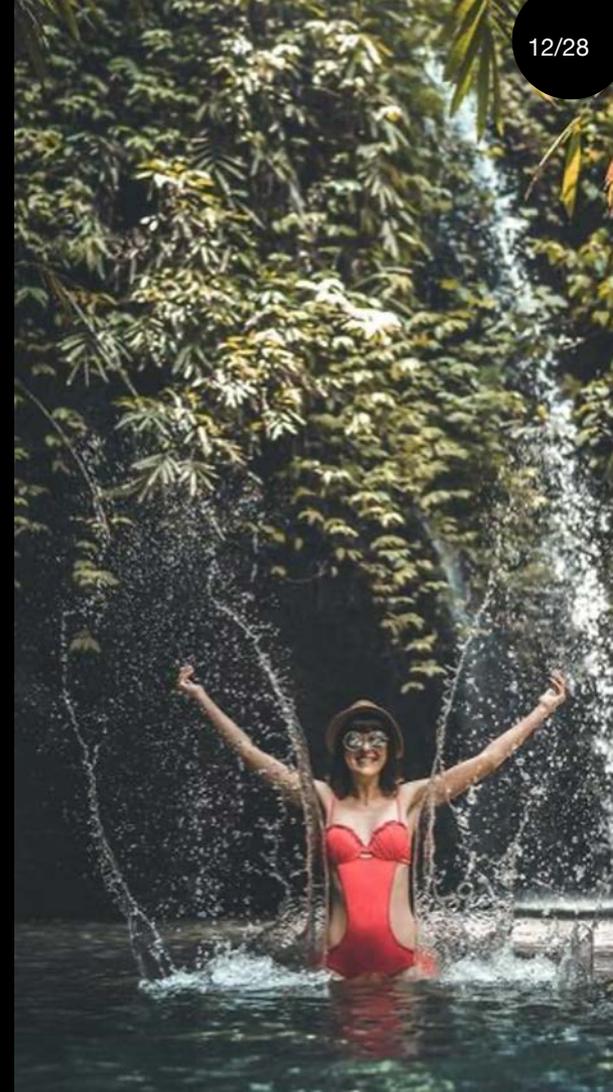
Come si è visto, "esperienza" ed "esperienziale" sono due parole molto usate nel settore turistico, ma non esiste una definizione chiara e condivisa del loro significato.

Guardandole dal punto di vista della domanda (**chiedendo direttamente al turista**) il Ciset ha condotto un'indagine cercando di capire cosa i turisti stessi percepiscono come esperienziale.

COME?

- ❖ Attraverso un sondaggio online;
- ❖ Distribuito principalmente attraverso i social network;
- ❖ Raccogliendo quasi 200 risposte.

Partendo dai risultati del sondaggio, definiremo le caratteristiche alle base della creazione di attività esperienziali.



Risultati del sondaggio

L'unicità, la scoperta della tradizione locale e il fare qualcosa di emozionante sono stati valutati come gli elementi più rilevanti per scegliere un'esperienza.

Diversi studi sottolineano come le persone non vogliono agire e sentirsi come un turista durante la vacanza, ma vogliono vivere il luogo **come un locale** o **come un insider**.

Per questo motivo, cercano luoghi **fuori dai sentieri battuti** - cioè luoghi non completamente modificati dai turisti né adattati alle esigenze dei turisti.

Il contatto con la comunità locale è anche importante, poiché i turisti percepiscono di avere fatto un'**esperienza diretta con la cultura locale**.



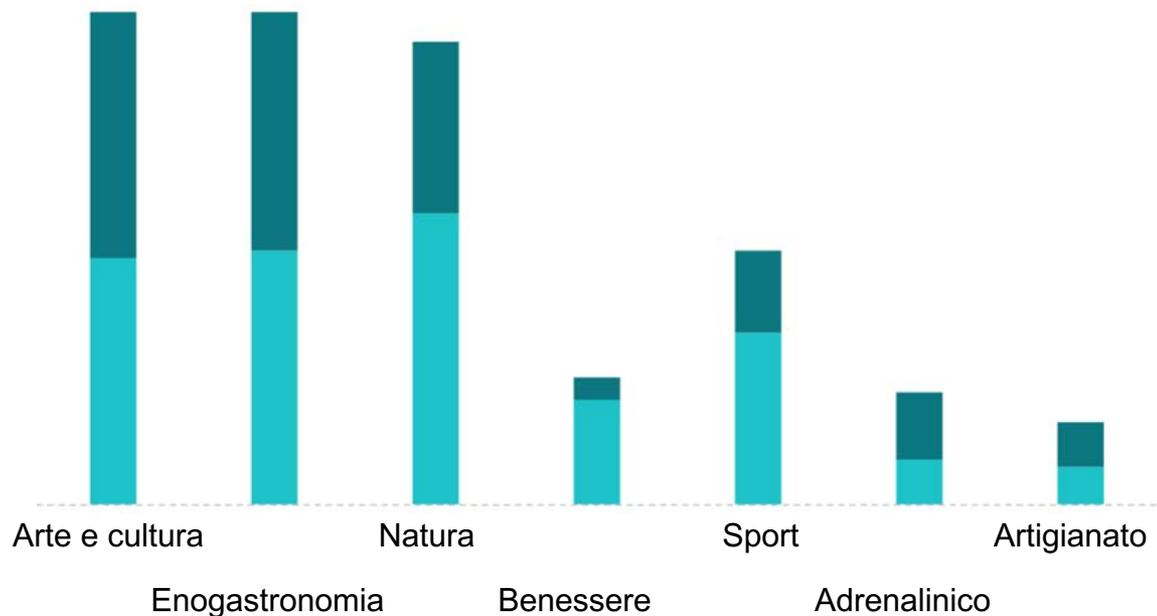
- Scoprire luoghi nascosti
- Fare qualcosa di unico
- Scoprire le tradizioni locali
- Fare qualcosa di emozionante
- Conoscere la comunità locale
- Fare qualcosa di nuovo
- Sostenere l'economia locale

Risultati del sondaggio

L'ESPERIENZA
LE È STATO
DESCRITTO
COME:

fare qualcosa di **UNICO**,
in un **LUOGO NON TURISTICO**
con **persone del posto**

Risultati del sondaggio: le esperienze più richieste



Le esperienze legate all'**arte e alla cultura**, all'**enogastronomia** e alla **natura** sono le più richieste, come confermano anche gli approfondimenti di Airbnb e Tripadvisor.

Alcuni esempi delle esperienze citate:

PERFORMANCE
CULTURALE **MAORI** IN
AUSTRALIA

LEZIONE DI **DANZA** IN ARGENTINA

**LABORATORIO
D'INTAGLIO**
a **BALI**

LABORATORIO **MUSICALE** IN UN PUB IN IRLANDA

ANTICO **LABORATORIO** DI ARTIGIANATO
CELTICO (**LEGNO E LANA**) IN IRLANDA

**VISITA AL
MEMORIALE** dell'11 settembre
DI **NEW YORK**

Esperienze ed emozioni

VISITA DEL MEMORIALE dell'11 settembre DI NEW YORK



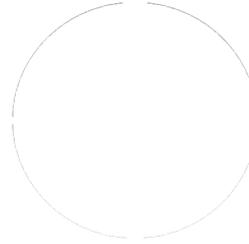
UN'ESPERIENZA ALTAMENTE EMOTIVA:
sottolinea l'importanza della dimensione emotiva,
come riconosciuto anche dal risultato del
sondaggio (vedi slide 12).



L'EMOZIONE CREA MEMORIA:
Diversi ricercatori sottolineano come la
"memoria" sia il valore aggiunto che differenzia
un'esperienza dalle più tradizionali "attività" o
servizi turistici.

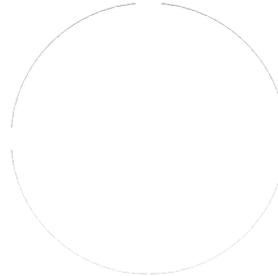
Le esperienze erano basate su:

Prendendo le esperienze precedentemente menzionate, possiamo vedere che si basano su:



ALTO LIVELLO

DI PARTECIPAZIONE DEI
CONSUMATORI



LIVELLO MEDIO-ALTO

DI CONTATTO CON
LA COMUNITÀ LOCALE

Come il COVID-19 avrà un impatto sui viaggi esperienziali:

Ognuno dei 4 mega-trend introdotti nella prima parte di questa presentazione dovrebbe influenzare il turismo esperienziale:

DIGITALIZZAZIONE



I turisti esperienziali sono abituati a cercare informazioni e prenotare online i loro viaggi ed esperienze, quindi questo non avrà un impatto negativo ma sarà invece rafforzato: probabilmente, anche i turisti meno abituati avranno acquisito familiarità con questi strumenti.

GAP ECONOMICO



Da un lato, la ripresa dipenderà dai segmenti dei più anziani e ricchi e i turisti esperienziali più motivati sono persone mature, istruite e ad alto reddito. Dall'altro lato i Millennials, che in alcuni paesi hanno una situazione lavorativa più precaria, rappresentano la maggior quota di mercato per il turismo esperienziale e questo potrebbe sbilanciare la situazione.

SOSTENIBILITÀ



I turisti esperienziali sono già inclini a visitare destinazioni meno conosciute e luoghi fuori dai sentieri battuti. Inoltre, preferiscono utilizzare i servizi locali in linea con le tendenze del turismo sostenibile, anche se questo è dovuto più alla ricerca di un'esperienza "autentica" che a motivi ideologici.

SALUTE E SICUREZZA



Da un lato, i turisti esperienziali preferiscono la soluzione privata e l'esperienza personalizzata, quindi questo non avrà un grande impatto. D'altra parte, il contatto umano gioca un ruolo importante nella dimensione emotiva e nella creazione di esperienze memorabili.

SEZIONE 3

Domande aperte &
suggerimenti



Domande aperte & riflessioni

Pensate a cosa cercate mentre siete in vacanza. Quali attività preferite?

Pensate alla vostra ultima vacanza. Quali attività o esperienze sono state le più significative? Perché?

Cosa ha reso quell'attività/esperienza unica?



Suggerimenti

Prestate attenzione a ciò che i vostri amici o parenti vi raccontano delle loro vacanze.

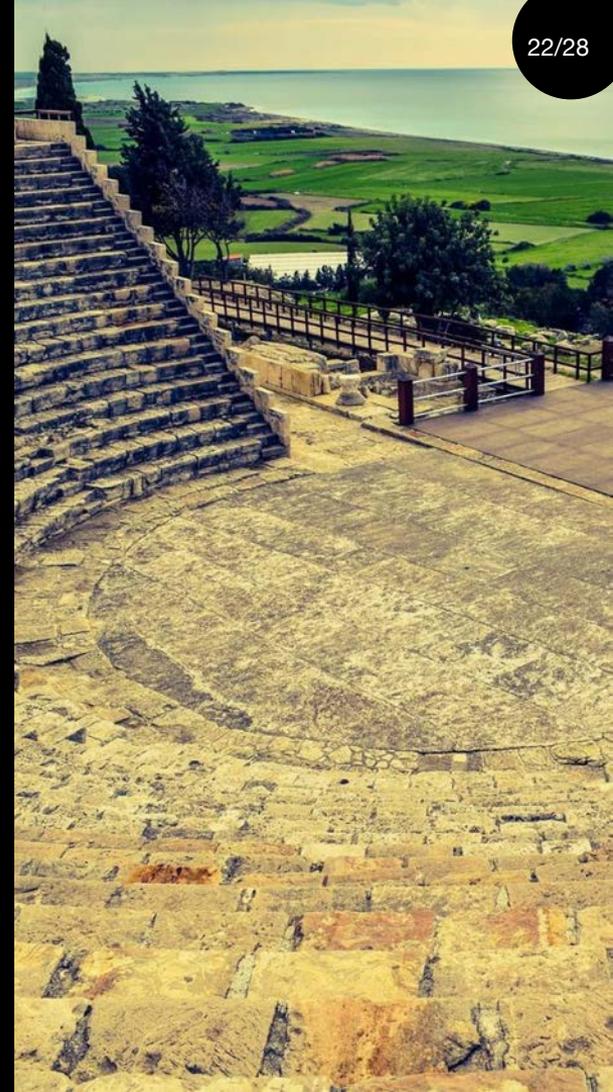
Cosa vi hanno raccontato?

Quali attività/esperienze vi hanno raccontato?

Quanto è stata rilevante la dimensione emotiva?

Fate attenzione, quando i vostri amici o parenti vi chiedono un suggerimento per le vacanze, cosa stanno cercando?

Il prezzo è così rilevante per la loro scelta?





Punti chiave da prendere in considerazione

Questa presentazione riguardava l'esperienza, il viaggio esperienziale e gli effetti della pandemia sul turismo.

Ora che avete finito di guardarla, dovrete essere in grado di:

- Sapere cosa cercano i turisti esperienziali;
- Creare esperienze e attività esperienziali;
- Conoscere le principali tendenze che guideranno la ripresa del turismo dopo il COVID-19.



**Sezione di
chiusura**

Elenco dei riferimento: letteratura accademica

Bharathi Rajan R., *Experiential tourism: understanding tourism trends today to prepare for tomorrow*, Shanlax International Journal of Commerce, 2015
http://www.shanlaxjournals.in/pdf/COM/V3N1/COM_V3_N1_012.pdf

Kim J. H., Brent R. J., McCormick B., *Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences*, Journal of Travel Research, 2012
https://www.academia.edu/7007442/Development_of_a_Scale_to_Measure_Memorable_Tourism_Experiences

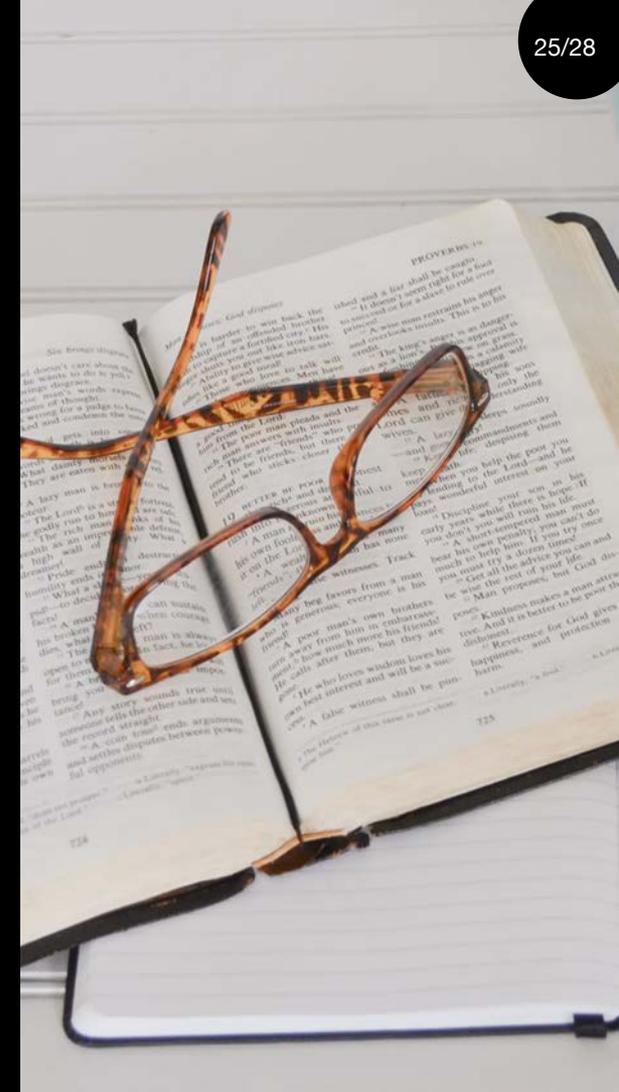
Ooi C., *Theory of tourism Experiences: The management of attention*, in T. O'Dell, & P. Billing Experiencescapes: Tourism, culture, and economy, 2005
https://www.researchgate.net/publication/284036434_A_theory_of_tourism_experiences_The_management_of_a_tention

Ram I., Björk P., Weidenfeld A., *Authenticity and place attachment of major visitor attractions*, Tourism Management Journal, 2016
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151771500134X>

Richards G., Raymond, C., *Creative tourism*, ATLAS News, 2000
https://www.researchgate.net/publication/254822440_Creative_Tourism

Stamboulis Y., Skayannis P., *Innovation strategies and technology for experience-based tourism*, Tourism Management, 2003
https://www.academia.edu/4638947/Innovation_strategies_and_technology_for_experience_based_tourism?auto=download

Tussyadiah Iis P., *Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism*, Journal of Travel Research, 2014
https://www.researchgate.net/publication/266732531_Toward_a_Theoretical_Foundation_for_Experience_Design_in_Tourism



Elenco dei riferimenti: ricerche di mercato

Airbnb, *Airbnb and The Rise of Millennial Travel*, 2016

<https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/2016/08/MillennialReport.pdf>

EventBrite Blog, *Millennial, Fueling the Experience Economy*, 2014

<https://www.eventbrite.com/blog/academy/millennials-fueling-experience-economy/>

McKinsey Global Institute, *The consumer demand recovery and lasting effects of COVID-19*, 2021

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/the-consumer-demand-recovery-and-lasting-effects-of-covid-19>

McKinsey & Company, *Make it better, not just safer: The opportunity to reinvent travel*, 2020

<https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/make-it-better-not-just-safer-the-opportunity-to-reinvent-travel>

Skift, McKinsey&Company, *The travel industry turned upside down*, 2020

<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/travel%20logistics%20and%20infrastructure/our%20insights/the%20travel%20industry%20turned%20upside%20down%20insights%20analysis%20and%20actions%20for%20travel%20executives/the-travel-industry-turned-upside-down-insights-analysis-and-actions-for-travel-executives.pdf>

Skift Team and Peak Adventure Travel Group, *The Rise of Experiential Travel*, 2014

<https://skift.com/wp-content/uploads/2014/06/skift-peak-experiential-traveler-report1.pdf>

Trekkssoft, *Travel Trends Report*, 2019

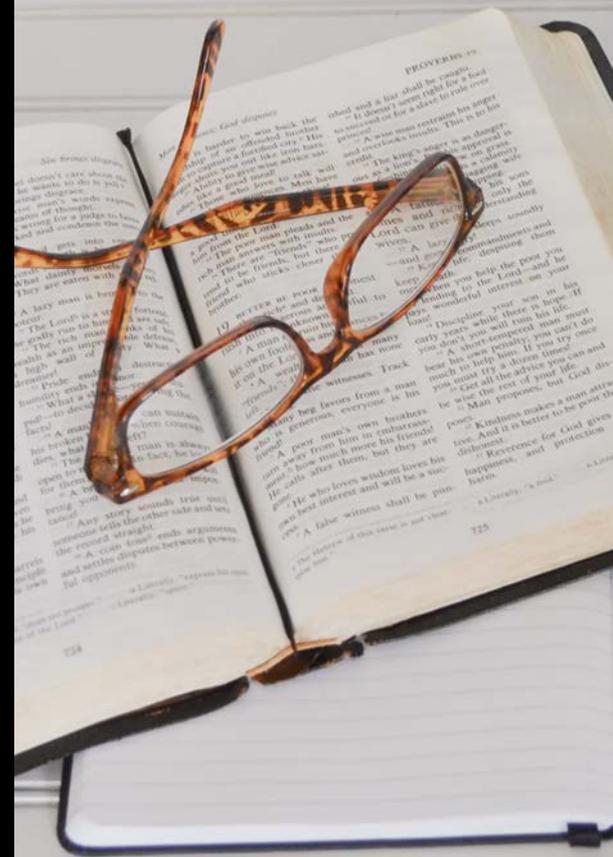
<https://www.trekkssoft.com/en/resources/ebooks/travel-trends-report-2019>

UNWTO news, *New Release*, 31 marzo 2021

<https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>

European Travel Commission, *European Tourism – Trends and Prospect. Quartely report Q4/20*, 2021

https://etc-corporate.org/uploads/2021/02/ETC-Quarterly-Report-Q4-2020_Public-1.pdf

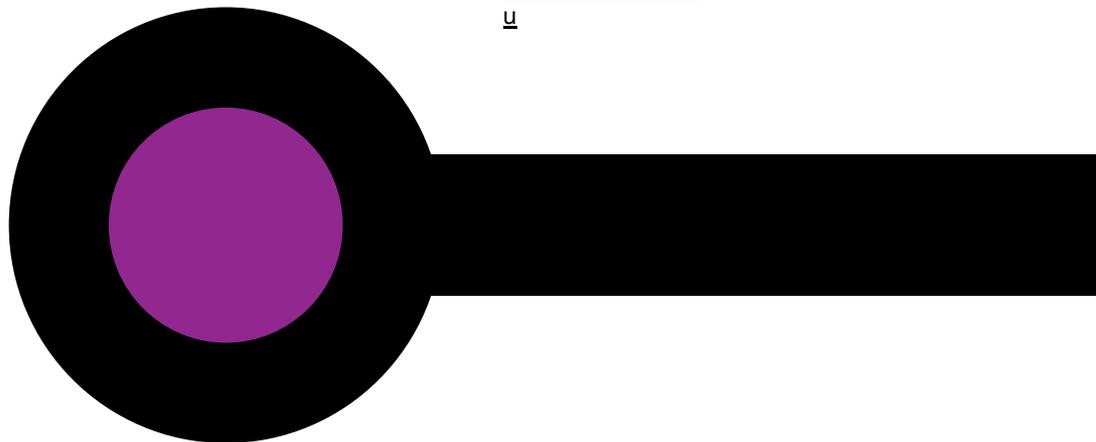




Elisa Meglioli

elisa.me@hotmail.com

Laureata in Lingue Moderne e Contemporanee, nel 2016 ha frequentato il Master in Economia e Gestione del Turismo presso l'Università Ca' Foscari - Venezia, Italia. Collabora con il Ciset - Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica studiando il turismo esperienziale e l'innovazione turistica.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project Number
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the autor, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



This work is licensed under a Creative Commons

Attribution-Noncommercial-ShareAlike 4.0 International License
(CC BY-NC-SA 4.0)

www.euheritage.e

[u](http://www.euheritage.e)