

L'importanza del turismo

Il concetto di ricreazione, che comprende sia turismo sia tempo libero, negli ultimi decenni è cambiato molto. Esso non si basa più soltanto sull'offerta turistica legata alle infrastrutture, ma sempre di più anche sull'ospitalità, sull'accoglienza e sull'originalità dell'offerta. L'ospite oggi non vuole più soltanto andare in posto in vacanza, ma vuole vivere un'esperienza unica, che gli resta nella memoria e che vale i soldi che il turista spende per la sua vacanza.

Al turista insomma non bastano più gli elementi base dell'offerta naturale o derivata (sole, spiaggia, mare o montagna, neve, vitto e alloggio, eccetera): egli cerca il valore aggiunto, l'elemento in grado di fare la differenza tra una destinazione turistica e un'altra. Ora che grazie alla politica di apertura dei cieli nel mercato dell'aviazione civile tutte le destinazioni sono potenzialmente sullo stesso piano, visto che si può volare da per esempio da Milano a Stoccolma per 2 Euro a tratta. Le destinazioni, quindi, devono differenziarsi fra di loro. E lo fanno soprattutto cercando di offrire una vera "esperienza vissuta" al visitatore.

La qualità, si dice, è la «formula magica» per l'ottenimento del successo. Ma cos'è veramente la qualità?

- È *ospitalità*, prima di tutto, applicata a tutti i livelli dell'offerta: dal semplice saluto cordiale del tassista al sorriso del cameriere, fino alla capacità di offrire al turista il prodotto che si aspetta, come e quando lo desidera.
- È *accoglienza*, la capacità di far sentire al turista che la sua presenza non solo è accettata, bensì è anche motivo di piacere della popolazione residente. Oltre ai soldi che egli porta alla regione grazie al suo soggiorno, egli crea occasioni di incontro fra lingue e culture diverse e contribuisce ad aumentare la qualità di vita dei residenti: pensiamo per esempio a quante manifestazioni non potrebbero svolgersi se non ci fosse il turismo ad alimentarle!
- È *cultura del servizio*, la quale però non va confusa con il servilismo: cultura del servizio significa offrire al turista ciò che chiede e si aspetta e capire che questo tipo di comportamento non mette a repentaglio l'identità e l'orgoglio di una regione; al contrario, fa di questa regione un esempio di turismo sensibile e durevole.
- È *offerta del valore aggiunto*, un concetto che è sempre più importante, soprattutto in relazione alla situazione di mercato della zona dei laghi dell'Insubria, che non permette di agire drasticamente sui prezzi. Ma se il turista può avere ciò che vuole, e l'organizzazione, l'ambiente e l'ospitalità della popolazione residente trasformano la sua vacanza in un'esperienza, il fattore del costo passa in secondo piano.
- È *dare al turista la possibilità di essere un attore*, e non solo uno spettatore della sua vacanza. Dargli quindi la possibilità di sentirsi a proprio agio e muoversi liberamente sul territorio, con facilità e sicurezza date da un'informazione precisa e capillare oltre che dall'entusiasmo della popolazione residente.
- Infine, la qualità è la possibilità di far sentire ogni *ospite una persona unica*, facendogli capire che i suoi giorni più importanti dell'anno – quelli delle sue vacanze – sono importantissimi anche per noi, che il turista per noi è un amico e che le sue aspettative saranno soddisfatte appieno.