

# Turismo, serve un nuovo modello di offerta Puntare su sicurezza, benessere e sostenibilità

## Il Politecnico di Milano: una piattaforma per abbinare soggiorno e acquisti

di **Giuliano Noci**

Covid-19 ha colpito duramente il turismo italiano. In molti, in primis il Governo, si sono cimentati nella predisposizione di piani — per lo più di natura finanziaria — a sostegno di un'industria che forse più di altre rischia di essere impattata negativamente dall'emergenza.

Come Politecnico di Milano, abbiamo deciso di assumere una prospettiva complementare partendo dal presupposto che l'emergenza Covid sarà un game changer: per l'accelerazione dei fenomeni di trasformazione in senso digitale della società e il conseguente effetto indotto di forza modificatrice dell'offerta turistica in funzione di salute (sicurezza), benessere e sostenibilità.

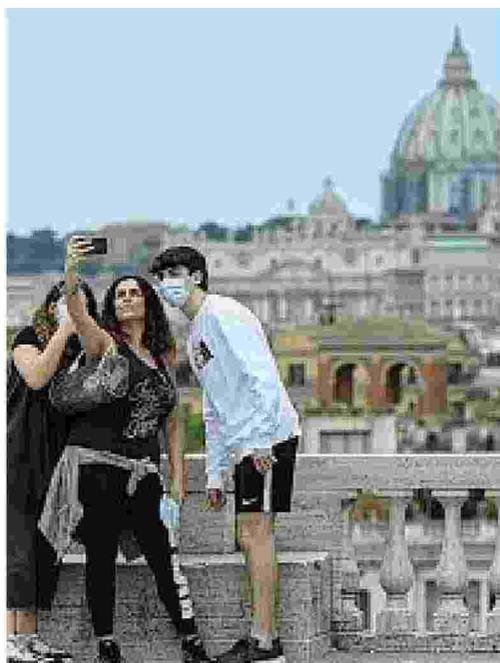
Sono, questi, valori per

certi versi identitari del sistema Italia rispetto ai quali possiamo e dobbiamo far leva per un piano di rilancio improntato però ad una discontinuità rispetto al passato. Ed è proprio questo il tratto distintivo della proposta del Politecnico, che si propone di ri-articolare in modo nuovo i fattori produttivi della catena del valore turistica. In questa prospettiva, è rilevante pensare all'organizzazione di un nuovo sistema di offerta, che facendo leva sui trend di mercato, valorizzi — grazie alla **progettazione** di prodotti ad hoc — aree (straordinarie) attualmente a bassa intensità turistica. È allo stesso modo auspicabile il varo di una piattaforma di "turismo senza fine", che grazie ad un'opportuna integrazione tra tecnologie digitali, fattori territoriali e prodotti del territorio sia in grado di

anticipazione (prima dell'attività turistica), un piacevole soggiorno e acquisti continuativi nel tempo di prodotti tipici grazie al commercio elettronico. Al fine di far fronte ad una competizione (tra Paesi) sempre più rilevante, appare inoltre importante il varo di iniziative di ingaggio di lungo periodo dei turisti (italiani e esteri); si intende far riferimento al lancio di un piano configurabile come una piattaforma di loyalty turistica nazionale finalizzata a sostenere la domanda: il turista che ritorna sul territorio italiano, esperisce una serie di attività ricreative, acquista prodotti tipici prima, durante e dopo l'evento e, con queste azioni, accumula "crediti" che abilitano opportuni vantaggi (ad esempio, prelezioni, tariffe agevolate, extra-soggiorni, ecc.). È infine importante ripensare al concetto stesso di turismo,

che convenzionalmente abbiamo sempre considerato come forma di estraniamento dalla vita quotidiana. L'esperienza dello smart working ci fa capire come turismo e lavoro possano, in chiave prospettica e in taluni casi, convivere secondo una logica in cui il turismo è distrazione temporanea, breve, dal lavoro gestito in luoghi (turistici) irrutuali per la sfera lavorativa.

Il nostro studio contiene ovviamente un set molto più ampio di proposte; vogliamo tuttavia, con questa riflessione, contribuire a far emergere l'opportunità dell'avvio di un tavolo di lavoro coordinato dal Ministero dei Beni Culturali e del Turismo per definire una nuova via del turismo italiano, che facendo leva sullo shock, trovi l'abbrivio per scaricare a terra (finalmente) l'enorme potenziale inesperto del nostro meraviglioso Paese.



Turisti al Pincio di Roma. Stimati 31,6 milioni di turisti in meno in Italia tra marzo e maggio

### Il modello

● Il modello del Politecnico di Milano è stato sviluppato da un gruppo di lavoro multidisciplinare formato da: Michela Arnaboldi, Tommaso Buganza, Claudio Dell'Era, Lucio Lamberti, Giuliano Noci, Eleonora Lorenzini, Filippo Renga e Federica Russo

