

Il Centro **Altreitalie** sulle **Migrazioni Italiane, Globus et Locus** è stato istituito nell'autunno 2005 e opera con il sostegno della Compagnia di San Paolo. Il Centro si propone come luogo di ricerca, incontro, cooperazione culturale nel campo delle migrazioni italiane e delle nuove mobilità, proseguendo e ampliando, in una prospettiva di rete, il lavoro di ricerca, divulgazione culturale, convegnistica e di pubblicazioni svolto a partire dagli anni ottanta attraverso la rete creatasi attorno alla rivista *Altreitalie*.

aA

aAccademia University Press

aAaAaAaAaAaAaA

aA  
ccademia  
university  
press

a cura di Maddalena Trabassi



CENTRO ALTREITALIE

**Turisti per caso.  
Migrazioni  
e viaggi  
delle radici**

a cura di  
**Maddalena Tirabassi**

*È stato a Venezia che ho usato per la prima volta il mio italiano. Quando l'impiegato dell'albergo mi chiese che lingua parlavo, fui perso. «Italiano», risposi. Scosse la testa: «Preferisci parlare inglese?»*

Fred Gradaphé

*Turisti per caso* illustra, in senso storico, il tema del viaggio in Italia da parte dei migranti e dei loro figli e nipoti, mostrando come il ritorno nel paese d'origine sia parte integrante dei processi migratori. Effettuando una riflessione approfondita sulle visite in Italia dei discendenti di secoli di migrazioni inserisce, quindi, un tassello importante che ci aiuta ad approfondire il discorso sulle identità della diaspora. *Turisti per caso*, oltre alla disamina sui viaggi nel passato, mostra come per le nuove mobilità non si tratti di un'esperienza turistica, bensì di percorsi intrinseci alle odierne forme di spostamenti frequenti, rapidi e fluidi, per molti ascrivibili agli sforzi di tenere in piedi famiglie sempre più transnazionali ed esogamiche, mentre i viaggi dei discendenti sono dettati dagli affetti e dai ricordi familiari. Ciò che oggi chiamiamo 'turismo delle radici' ha quindi origini lontane, qui inizia con il *Grand Tour* da alcuni Paesi nordeuropei, e prosegue con il 'ritorno' dei militari degli oriundi di stanza in Italia durante la Seconda guerra mondiale, le visite dei discendenti, i viaggi nel cinema, nelle serie televisive e nella letteratura per concludersi con le *visits home* degli esponenti delle cosiddette nuove mobilità.



ISSN 2385-2860



9 791255 000877

€ 14,00

## **Turisti per caso. Migrazioni e viaggi delle radici**

<b>Introduzione. Dal <i>grand tour</i> degli italoфиli al turismo degli affetti passando per il paese</b>	Maddalena Tirabassi	3
---	---------------------	---

<b>«Routes to the Roots»: i discendenti degli emigrati in America esplorano le loro regioni d'origine</b>	Wolfgang Grams	17
---	----------------	----

<b>Le <i>visists home</i> dei soldati italoamericani durante la Seconda guerra mondiale</b>	Francesco Fusi	37
---	----------------	----

<b>Incontri e scontri con le radici. Il viaggio degli italo americani nella serie tv <i>The White Lotus</i></b>	Arianna Fognani	53
---	-----------------	----

<b>Hollywood e il viaggio in Italia</b>	Giuliana Muscio	69
---	-----------------	----

<b>Una generazione rimossa</b>	Fred Gardaphé	81
--------------------------------	---------------	----

<b>MyYear in Italy during the 'Years of Lead'</b>	Joseph Sciorra	97
---	----------------	----

<b>aA</b>	<b>Tracciando la mia cartina di Roma</b>	Laura E. Ruberto	107
-----------	--	------------------	-----

<b>Turismi sostenibili nell'economia italiana: dal turismo delle radici al turismo di lusso</b>	Antonio Coviello	121
---	------------------	-----

<b>In viaggio verso le radici. Investire sulle nuove mobilità e le seconde generazioni</b>	Alvise Del Pra' e Brunella Rallo	147
--	----------------------------------	-----

<b>Gli autori</b>		161
-------------------	--	-----

## **Turismi sostenibili nell'economia italiana: dal turismo delle radici al turismo di lusso**

Antonio Coviello

aA

### *Introduzione*

121

Il turismo in Italia rappresenta un elemento importante nell'economia; esso genera direttamente circa il 5% del PIL e incide indirettamente sul 13% dello stesso, rappresentando direttamente il 6% e indirettamente il 15% dell'occupazione totale. Tra i tanti turismi riconoscibili, taluni meritano approfondimenti per le potenzialità e le performance che stanno registrando. Tra questi quello del lusso che sta avendo una costante crescita. Grazie all'aumento della popolazione benestante (soprattutto nei Paesi in via di sviluppo) questa forma di turismo può essere intesa anche come un veicolo di sviluppo regionale e di crescita economica. Il viaggio di lusso è entrato in una nuova fase, in cui il consumo cospicuo sta cedendo il passo a un consumo consapevole e responsabile e a esperienze di viaggio più significative.

Proprio il turismo responsabile e sostenibile assume un importante significato, ancorché strategico: un turismo consapevole del suo impatto sociale, economico e ambientale presente e futuro, in grado di soddisfare le esigenze dei visitatori, delle comunità locali, dell'ambiente e delle

aziende, soprattutto dopo la pandemia che ha stravolto il modo classico di fare turismo<sup>1</sup>.

Infine, una panoramica su un turismo emergente, quello delle radici (branca dell'*heritage tourism*), un'espressione nuova per indicare un fenomeno di viaggi di ritorno, che nasce con l'emigrazione, e in qualche modo si intreccia con le altre tipologie analizzate.

Obiettivo del presente lavoro, quindi, è quello di comprendere i principali turismi emergenti, operazione necessaria per provare a segmentare il mercato e individuare il bacino di domanda potenziale di alcuni di essi per giungere a illustrare le principali tendenze, soprattutto nei settori del turismo di lusso, sostenibile e delle radici, con focus sull'Italia.

#### *Il turismo italiano: scenari e tendenze*

Secondo il World Travel and Tourism Council (WTTC), nel 2019 il 9,5% del PIL dell'Unione Europea (UE) e l'11,2% dell'occupazione era direttamente e indirettamente imputabile al turismo, interno e internazionale (WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, 2020).

Così come nell'economia mondiale – che ha beneficiato nel 2021 di un rilevante rimbalzo con una crescita pari a +5,9% (che ha consentito di compensare il -3,1% del 2020 causato dagli effetti della pandemia) – anche in Italia si registra una significativa ripresa nel 2021 rispetto all'anno precedente con un +22,7% della voce internazionale e +21,6% di quella domestica. Certo, mancano ancora circa 23 miliardi di introiti dall'estero e circa 18 miliardi di spesa degli italiani, ma la strada intrapresa appare promettere risultati sempre più soddisfacenti, che porterà l'anno in corso, almeno relativamente ad alcune destinazioni, a essere considerato un anno record per i movimenti turistici attivati in Italia, come confermano le proiezioni e le rilevazioni ISTAT, i dati dell'indagine alle frontiere della Banca d'Italia e il forte e generalizzato aumento dei voli aerei nonché le ricerche di alloggio registrato dai Focus realizzati ultimamente da ENIT (così come specificato nelle tabelle riportate).

aA

1. Il COVID-19 ha accelerato il processo di innovazione tecnologica con importanti ripercussioni nel mondo del Retail. Con la digitalizzazione dei consumi le esigenze sono cambiate: la casa è diventata il nuovo *hub*, i consumatori sono sempre più orientati verso la sostenibilità e le comunità locali hanno recuperato centralità.