

# Il Covid-19 e le conseguenze sul turismo

## Compito di realtà

Materie coinvolte: Diritto, Discipline turistico-aziendali e Lingua Inglese

### 1. Cronaca dell'epidemia

È il 31 dicembre del 2019 quando le autorità cinesi riferiscono all'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) che in un'area del Paese e precisamente nella città di Wuhan nell'Hubei, si sta diffondendo una misteriosa polmonite che sembra molto aggressiva.

L'allarme lanciato viene inizialmente sottovalutato, e il resto del mondo, convinto che si tratti di un problema solo cinese, continua per molto tempo a ignorare la questione.

A metà gennaio si verifica il primo caso di contagio fuori dalla Cina, in Thailandia, seguito poco dopo da altri in Corea del Sud e Giappone.

A fine gennaio Wuhan entra in lockdown con l'obbligo per gli abitanti di non uscire di casa e indossare la mascherina.

Contemporaneamente, il 31 gennaio, in Italia vengono rilevati i primi due casi di contagio su due turisti cinesi, ma si arriva fino al 21 febbraio per riscontrare il primo caso di un italiano positivo al coronavirus: si tratta di un cittadino residente nella cittadina di Codogno, dove nel giro di poche ore si rileva la presenza di altre 14 persone positive. Scatta così l'imposizione di alcune zone rosse in 11 Comuni tra Lombardia e Veneto, tra cui Codogno e Vò Euganeo.

Il 4 marzo viene annunciata la sospensione delle attività didattiche in tutta Italia e il 9 marzo tutto il Paese viene posto in lockdown, primo tra gli Stati occidentali ad adottare misure così restrittive.

Dopo una fase iniziale di incertezza, il 17 marzo, il Governo emana il primo di una serie di provvedimenti volti a sostenere economicamente il Paese per le difficoltà causate dall'emergenza sanitaria: vengono ampliate le possibilità di ricorrere alla Cassa integrazione, viene vietato il licenziamento dei lavoratori, vengono concessi alcuni bonus a determinate categorie di lavoratori per affrontare la fase di emergenza.

La diffusione del virus continua a crescere, obbligando il Governo ad emanare, il 22 marzo, un nuovo Dpcm attraverso cui si sospendono gran parte delle attività produttive del Paese, e si vieta ai cittadini

di spostarsi da un Comune diverso da quello in cui si trovano in quel momento.

A fine marzo l'Italia si trova nella fase più acuta della diffusione del virus, con un numero di contagiati che supera le 100.000 unità e un numero di morti che si avvicina a 1.000 al giorno.

Si susseguono gli interventi economici per sostenere il Paese, le imprese e le famiglie.

Bisogna arrivare tuttavia al 20 aprile per registrare per la prima volta una diminuzione in Italia del numero delle persone positive.

Dal 4 maggio prende il via la cosiddetta "fase due" che consente a 4 milioni di italiani di tornare a lavorare, con successive riaperture scaglionate, e ai "congiunti" di potersi di nuovo incontrare.



## 2. Le conseguenze dell'emergenza Covid-19 sul turismo

Il turismo risulterà uno dei settori più colpiti dall'emergenza sanitaria.

Il primo elemento da considerare per comprendere le ragioni di tale situazione riguarda le restrizioni che i vari Paesi hanno adottato per fronteggiare l'emergenza sanitaria, inizialmente limitate solo all'area dell'Asia e del Pacifico, ma progressivamente estese in tutti gli altri continenti, con chiusura dei confini, sospensione dei voli internazionali, misure di autoisolamento.

Il secondo elemento riguarda la chiusura di tutte le attività produttive in Italia, resa obbligatoria nella fase di lockdown.

In base al Dpcm n. 19 del 25 marzo, le strutture ricettive di tipo extra-alberghiero sono considerate attività non essenziali e, salvo eccezioni, vengono chiuse.

Gli esercizi alberghieri avrebbero potuto, formalmente, continuare a operare, ma nella grande maggioranza dei casi hanno deciso di sospendere ogni attività.

Nello stesso tempo anche altri comparti legati al sistema turistico si trovano in forti difficoltà, per l'assenza di turisti, per esempio il settore della ristorazione, di parte dei trasporti, del commercio.

### Quanto ha inciso nell'economia italiana l'assenza di turisti?

Per misurare questo dato l'Istat ha effettuato un confronto tra i dati del 2020 rispetto a quelli dell'anno precedente.

Lo studio dell'Istat parte dall'analisi dei dati sul potenziale turistico.

L'Italia è al primo posto in Europa per quota di esercizi ricettivi sul totale Ue, pari a più del 30% nel 2018. La capacità ricettiva nel nostro Paese è caratterizzata da un ingente numero di piccole strutture extra-alberghiere: nel 2018 sono presenti nel Paese circa 183 mila esercizi extra-alberghieri (+36,2% sul 2015) e 33 mila esercizi alberghieri (-0,9%).

I posti letto sono 5,1 milioni (di cui il 44,2% negli esercizi alberghieri), concentrati per circa la metà in cinque regioni: Veneto (15,4% del totale), Toscana (11,1%), Emilia-Romagna (9,0%), Lazio (7,6%) e Lombardia (7,3%).

**PROSPETTO 1. LA CAPACITÀ RICETTIVA IN ITALIA. Anni 2018 e 2015. Valori assoluti e variazioni percentuali**

	Esercizi alberghieri		Esercizi extra-alberghieri		Totale esercizi	
	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto
Anno 2018	32.898	2.260.893	183.243	2.852.304	216.141	5.113.197
Anno 2015	33.199	2.250.718	134.519	2.628.615	167.718	4.879.333
Var. % 2018/2015	-0,9	0,5	36,2	8,5	28,9	4,8

Fonte: Istat, Capacità degli esercizi ricettivi

Nel 2019 il turismo in Italia ha fatto registrare 130,2 milioni di arrivi e 434,7 milioni di presenze negli esercizi ricettivi, con un aumento di 42 milioni rispetto al 2015. Rispetto al totale dei turisti, gli stranieri hanno rappresentato nel 2019 il 50,6% del totale.

**PROSPETTO 2. ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI PER RESIDENZA DEI CLIENTI E TIPOLOGIA RICETTIVA Anni 2015-2019 (a). Valori in milioni**

		2015		2019	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Totale esercizi ricettivi	<b>Totale</b>	<b>113,4</b>	<b>392,9</b>	<b>130,2</b>	<b>434,7</b>
	Residenti all'estero	55,0	192,6	64,5	219,8
	Residenti in Italia	58,4	200,2	65,7	214,9
Esercizi alberghieri	<b>Totale</b>	<b>89,0</b>	<b>263,0</b>	<b>97,0</b>	<b>280,0</b>
	Residenti all'estero	43,1	129,7	46,9	139,6
	Residenti in Italia	45,9	133,3	50,1	140,4
Esercizi extra-alberghieri	<b>Totale</b>	<b>24,4</b>	<b>129,9</b>	<b>33,2</b>	<b>154,7</b>
	Residenti all'estero	11,9	62,9	17,6	80,2
	Residenti in Italia	12,4	66,9	15,6	74,5

Fonte: Istat, Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi  
(a) dati provvisori

Nel trimestre marzo-maggio 2019 si sono registrate in Italia circa 81 milioni di presenze turistiche, pari al 18,5% del totale annuale.

La spesa complessiva dei viaggiatori stranieri in Italia ammonta a circa 44,3 miliardi di euro all'anno, di cui la componente più importante è quella relativa ai servizi di alloggio (circa la metà), seguita dalla ristorazione e subito dopo da shopping e trasporto. Nel trimestre marzo-maggio del 2019, tale spesa è risultata pari a 9,4 miliardi di euro, a fronte di una spesa per lo stesso periodo del 2020 praticamente nulla.

Sulla base di questi dati e delle stime effettuate, l'Istat ha valutato dunque la perdita legata all'emergenza sanitaria nel periodo marzo-maggio 2020 in **81 milioni di presenze in meno** nel nostro Paese, e **9,4 miliardi di minori spese** da parte dei turisti stranieri.



## Attività didattiche

Leggi e interpreta i dati statistici rispondendo alle domande.

1. La capacità ricettiva in Italia negli ultimi anni è aumentata o diminuita?
2. Quanti sono i posti letto disponibili al 2018?
3. Quanto è importante la presenza dei turisti stranieri in Italia?
4. Quali sono i settori in cui gli stranieri spendono di più?
5. Quanti sono gli addetti che lavorano nel settore turistico?

## 3. La riapertura delle attività turistiche

Nell'ambito del DPCM del 17 maggio 2020 (misure urgenti per fronteggiare l'emergenza epidemiologica da COVID-19) sono state pubblicate specifiche Linee guida per la riapertura delle attività economiche e produttive, redatte dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome.

Le Linee guida contengono specifiche schede tecniche relative ai diversi settori economici (ristorazione, balneazione, strutture ricettive, commercio al dettaglio, musei, archivi e biblioteche, ecc.) che indicano le misure di prevenzione e contenimento riconosciute a livello scientifico per contrastare la diffusione del contagio, tra le quali: norme comportamentali, distanziamento sociale e contact tracing.

Riportiamo di seguito le indicazioni delle Linee guida per le attività delle strutture ricettive e della ristorazione.

## LINEE GUIDA PER LA RIAPERTURA

### STRUTTURE RICETTIVE

- Predisporre una **adeguata informazione sulle misure di prevenzione**, comprensibile anche per i clienti di altra nazionalità.
- Potrà essere rilevata la **temperatura corporea**, impedendo l'accesso in caso di temperatura >37,5 °C.
- Garantire il **rispetto del distanziamento** interpersonale di almeno un metro in tutte le aree comuni e favorire la differenziazione dei percorsi all'interno delle strutture, con particolare attenzione alle zone di ingresso e uscita. Si suggerisce, a tal proposito, di affiggere cartelli informativi e/o di delimitare gli spazi.
- La postazione dedicata alla reception e alla cassa può essere dotata di **barriere fisiche** (es. schermi); in ogni caso, favorire **modalità di pagamento elettroniche** e gestione delle prenotazioni online, con sistemi automatizzati di check-in e check-out ove possibile.
- L'addetto al servizio di ricevimento deve provvedere, alla fine di ogni turno di lavoro, alla **pulizia del piano di lavoro** e delle attrezzature utilizzate.
- Gli ospiti devono sempre **indossare la mascherina**, mentre il personale dipendente è tenuto all'utilizzo della mascherina sempre quando in presenza dei clienti e comunque in ogni circostanza in cui non sia possibile garantire la distanza interpersonale di almeno un metro.
- Garantire un'ampia disponibilità e accessibilità a **sistemi per l'igiene delle mani** con soluzioni idro-alcoliche in varie postazioni all'interno della struttura, promuovendone l'utilizzo frequente da parte dei clienti e del personale dipendente.
- Ogni oggetto fornito in uso dalla struttura all'ospite, dovrà essere **disinfettato prima e dopo di ogni utilizzo**.
- L'utilizzo degli **ascensori** dev'essere tale da consentire il rispetto della distanza interpersonale, pur con la mascherina, prevedendo eventuali deroghe in caso di componenti dello stesso nucleo familiare/gruppo di viaggiatori.
- Garantire la frequente **pulizia e disinfezione di tutti gli ambienti e locali**, con particolare attenzione alle aree comuni e alle superfici toccate con maggiore frequenza (corrimano, interruttori della luce, pulsanti degli ascensori, maniglie di porte e finestre, ecc.).
- Per quanto riguarda il microclima, è fondamentale verificare le caratteristiche di **aerazione dei locali e degli impianti di ventilazione** e la successiva messa in atto in condizioni di mantenimento di adeguati ricambi e qualità dell'aria indoor.

### RISTORAZIONE

- Predisporre una **adeguata informazione** sulle misure di prevenzione, comprensibile anche per i clienti di altra nazionalità.
- Potrà essere rilevata la **temperatura corporea**, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- È necessario rendere disponibili **prodotti igienizzanti** per i clienti e per il personale anche in più punti del locale, in particolare all'entrata e in prossimità dei servizi igienici, che dovranno essere puliti più volte al giorno.
- Negli esercizi che dispongono di posti a sedere privilegiare l'**accesso tramite prenotazione**, mantenere l'elenco dei soggetti che hanno prenotato, per un periodo di 14 giorni. In tali attività non possono essere presenti all'interno del locale più clienti di quanti siano i posti a sedere.
- Negli esercizi che non dispongono di posti a sedere, consentire l'ingresso ad un **numero limitato di clienti per volta**, in base alle caratteristiche dei singoli locali, in modo da assicurare il mantenimento di almeno 1 metro di separazione tra le sedute.
- Laddove possibile, privilegiare l'**utilizzo degli spazi esterni** (giardini, terrazze, plateatici), sempre nel rispetto del distanziamento di almeno 1 metro.
- I tavoli devono essere disposti in modo che le sedute garantiscano il **distanziamento interpersonale** di almeno 1 metro di separazione tra i clienti, ad eccezione delle persone che in base alle disposizioni vigenti non siano soggette al distanziamento interpersonale; detto ultimo aspetto afferisce alla responsabilità individuale. Tale distanza può essere ridotta solo ricorrendo a barriere fisiche tra i diversi tavoli adeguate a prevenire il contagio tramite droplet.
- La **consumazione al banco** è consentita solo se può essere assicurata la distanza interpersonale di almeno 1 metro tra i clienti, ad eccezione delle persone che in base alle disposizioni vigenti non siano soggette al distanziamento interpersonale; detto ultimo aspetto afferisce alla responsabilità individuale.
- La **consumazione a buffet** non è consentita.
- Il personale di servizio a contatto con i clienti deve utilizzare la mascherina e deve procedere ad una frequente igiene delle mani con soluzioni idro-alcoliche (prima di ogni servizio al tavolo).
- Favorire il **ricambio d'aria** negli ambienti interni ed escludere totalmente, per gli impianti di condizionamento, la funzione di ricircolo dell'aria.
- La postazione dedicata alla cassa può essere dotata di **barriere fisiche** (es. schermi); in alternativa il personale deve indossare la mascherina e avere a disposizione gel igienizzante per le mani. In ogni caso, favorire modalità di pagamento elettroniche, possibilmente al tavolo.
- I clienti dovranno **indossare la mascherina** tutte le volte che non si è seduti al tavolo.
- Al termine di ogni servizio al tavolo andranno previste tutte le consuete misure di **disinfezione delle superfici**, evitando il più possibile utensili e contenitori riutilizzabili se non igienizzati (salieri, oliere, ecc). Per i menù favorire la consultazione online sul proprio cellulare, o predisporre menù in stampa plastificata, e quindi disinfettabile dopo l'uso, oppure cartacei a perdere.

#### 4. Rilanciare il mercato turistico

Nonostante le difficoltà che hanno caratterizzato questo periodo, gli operatori del settore turistico hanno dimostrato di saper reagire alla situazione con grande flessibilità e capacità di adattamento e di innovazione.

##### Quali sono state le iniziative intraprese e quali le prospettive di rilancio?

In linea generale è emersa la necessità di puntare sempre più sulla **digitalizzazione dell'offerta turistica**, aumentare la presenza sui portali e sui social per attrarre nuova clientela.

È necessario innovare i prodotti turistici e trasformare l'attuale modello basato sull'accoglienza verso un nuovo modo di fare turismo, basato sulla **vendita di esperienze**, sfruttando le opportunità offerte dalle nuove tecnologie.

In questa fase le scelte devono inoltre essere sempre più orientate verso proposte di spazi aperti, **itinerari naturalistici** poco battuti, rivisitazione dei luoghi del cuore, **piccoli borghi** e **parchi**, luoghi non affollati, dove è più semplice rispettare il distanziamento sociale.

L'Islanda ha lanciato un programma di promozione del territorio "**Inspired by Iceland**", presente anche sui social, con cui si realizzano diverse iniziative online, dai video di testimonial volti a creare attrazione da parte dei turisti, agli abitanti delle Isole Faroe, che dotati di una videocamera in diretta, portano i turisti a scoprire paesaggi e attrazioni da remoto.



Isole Faroe

Fonte: slow-tour.it

«La Puglia, grazie al portale turistico della Regione, riesce a **far viaggiare i potenziali turisti con l'immaginazione**, consentendo loro di continuare a sognare la Puglia e il suo mare, la Murgia che in primavera fiorisce, la natura che indisturbata si rigenera, la bellezza dei borghi storici e l'eleganza delle città d'arte. Abbiamo introdotto la nuova pagina "**Una giornata in casa Puglia**", l'ultima esperienza digitale, online sul portale turistico regionale, in cui si propongono tante suggestioni, tutte pugliesi: dalla lettura di un buon libro, alle lezioni di cucina, dai tour in 3D all'ascolto di musica locale, dalle illustrazioni da colorare per i più piccoli ai film girati nella nostra terra».

*Matteo Minchillo,  
direttore generale di Pugliapromozione*



Per non perdere la clientela, le associazioni di categoria suggeriscono di diventare **più flessibili con le cancellazioni**, rivedendo le condizioni per recedere dal contratto, rinunciando in alcuni casi alle penali ed **emettendo voucher** che potranno essere utilizzati in futuro, in modo da non scontentare il cliente e fidelizzarlo.

Per rilanciare l'offerta turistica si rende necessario inoltre **abbassare i prezzi**, e questo diventa possibile solo riducendo i costi. È opportuno quindi rivedere e ottimizzare la propria organizzazione, attivare forme di smart working, eliminare costi inutili.

Puntare sulla **sicurezza** e sul massimo rispetto degli **standard di igiene** può rappresentare un nuovo strumento di marketing in grado di attrarre la clientela che vuole sentirsi protetta e al sicuro anche quando è in vacanza.

## 5. E gli hotel cosa fanno?

A Villa d'Este sul Lago di Como hanno ridotto i posti al bar e al ristorante e introdotto il **menu digitale**, dal room service alla spa.

Al Principe di Savoia a Milano, le camere vengono **pulite con l'ozono**, come al Four Seasons di Firenze che riapre con il supporto di un programma del gruppo realizzato con la Johns Hopkins Medicine International, e sfrutta la chat della sua app per mantenere il contatto diretto con gli ospiti, riducendo al minimo gli incontri.

Al Romeo di Napoli hanno appostato un furgoncino all'ingresso: chi arriva, dipendenti e ospiti (anche dei ristoranti), è sottoposto al **test sierologico** con esito in 10 minuti.

Test rapidi a ospiti e collaboratori si fanno, su richiesta, in molti spa resort dell'Alto Adige, regione tradizionalmente associata alle vacanze di benessere. Negli hotel specializzati in wellness, si possono seguire protocolli preventivi per **rinforzare il sistema immunitario**.

Al Preidlhof, fuori Merano, il team medico propone infusioni di vitamina C e incontri per imparare a **gestire ansie e fragilità** emerse durante la pandemia.

Sempre a Merano, Villa Eden Leading Park Retreat, è invece il primo hotel italiano ed europeo certificato "Covid Safe". Vi si accede solo con test immunologico, a meno che non si sia provvisti di un certificato di negatività al Covid-19 risalente al massimo a 4 giorni prima. In camera, si trovano anche diversi tipi di mascherine, tra cui la FFP2, obbligatoria nella spa.

A Cortina d'Ampezzo si propongono vacanze salutiste e Covid free: con il supporto di albergatori, ristoratori e altri operatori, è stato messo a punto il **progetto Medical Wellness** con esercizi all'aperto (dal trekking allo yoga), "aerosol" alle cascate, "forest bathing", sana alimentazione. Il programma può iniziare e finire con un check up all'ospedale, anche con esami prescritti dal medico di base.

Fonte: [ilsole24ore.com](https://www.ilsole24ore.com), con adattamenti



## ATTIVITÀ DIDATTICHE

Dopo aver letto i testi e le informazioni proposte nell'articolo, realizzate le seguenti attività:

1. Ciascuno, individualmente, faccia una ricerca per raccogliere il maggior numero di informazioni in merito all'impatto economico che l'emergenza sanitaria da Covid ha avuto sul vostro territorio (Comune, Provincia o Regione), con particolare riferimento al settore turistico e ai servizi collegati.
2. Leggete le indicazioni contenute nelle Linee guida per la riapertura delle attività di ristoranti e strutture ricettive, e realizzate un dibattito per verificare se, nella vostra esperienza quotidiana (per aver frequentato bar o ristoranti, o essere andati in vacanza in qualche struttura ricettiva), le norme previste dalle Linee guida siano state pienamente rispettate, e quale è stato il vostro comportamento da ospiti in queste strutture.
3. Costruite un questionario web da inviare ad alcune aziende del settore turistico del vostro territorio: presentate l'iniziativa evidenziando che l'indagine potrebbe costituire uno strumento di marketing per migliorare la loro visibilità e la loro reputazione in materia di sicurezza. Attraverso il questionario verificate in che modo le aziende hanno affrontato il periodo dell'emergenza, quali conseguenze hanno subito, e quali iniziative sono state realizzate o sono state programmate per rilanciare la propria attività. Se possibile fatevi inviare delle foto della struttura e degli interventi realizzati per mettere in sicurezza gli ambienti e gli ospiti.
4. Elaborate i dati dei questionari raccolti e realizzate una presentazione multimediale in cui vengono presentati i risultati della ricerca, le immagini e gli interventi realizzati dalle strutture che hanno aderito all'iniziativa.
5. Il 25 novembre 2020 la Cnn ha pubblicato un articolo in cui è stato elogiato il modello italiano di "hotel perfetto" dell'era Covid. Dopo aver letto e tradotto l'articolo, fate una ricerca per capire meglio il funzionamento e le potenzialità di questa formula ricettiva. Verificate la loro eventuale presenza sul vostro territorio (o immaginatela) e scrivete una breve relazione in cui evidenziate quali attività si potrebbero realizzare per promuoverne la conoscenza, puntando sul tema della sicurezza. Sulla base delle esperienze condivise, costituite gruppi di studenti più ampi e, sulla base di quanto letto nell'articolo e del materiale prodotto, lavorate su delle proposte operative che possano aiutare le imprese intervistate, o il territorio di riferimento, a migliorare la propria visibilità per incrementare la presenza di turisti in periodi di crisi come quella sanitaria.

