

Il «valore» del turismo accessibile ed inclusivo per il territorio e le imprese alberghiere

Salvio CAPASSO

Responsabile del Servizio Imprese e Territorio di SRM

Napoli, 14 marzo 2025

Borsa Mediterranea del Turismo

Conferenza stampa di presentazione del World Summit Accessible Tourism

SRM per il Turismo

- Da diversi anni SRM monitora le dinamiche della filiera turistica a livello regionale e di area. Questa attività di ricerca si è consolidata in un **Osservatorio specificamente dedicato al turismo** che ha dato vita, nel 2023, al *Rapporto annuale Turismo & Territorio. Tendenze, impatti e dinamiche d'impresa*.
- In un contesto in cui il Turismo assume sempre più importanza, con una **crescita quantitativa** confermata anche dagli ultimi dati per il 2024, è fondamentale guardare **ai cambiamenti in atto**.
- Cambiamenti sempre più orientati alla **qualità dell'accoglienza**, ai **servizi offerti**, alle compatibilità **ambientali e di sostenibilità** con il territorio di destinazione ecc...
- **Le nuove dinamiche, legate anche - ma non solo - alla componente sociale, lo pongono al centro di profonde trasformazioni e nuove tendenze.**



Il «turismo accessibile ed inclusivo» rappresenta un esempio evidente delle nuove tendenze...

- Negli ultimi anni è sempre maggiore la **consapevolezza del “valore” sociale ed economico del turismo accessibile ed inclusivo**, ossia il turismo per anziani, quello per persone con disabilità e relativi caregiver/familiari ecc...
- È, quindi, molto importante comprenderne la dimensione, conoscerne le principali caratteristiche e analizzarne il trend al fine di favorire un percorso **efficace** e «**competitivo**» di questa tipologia di offerta.
- **Le domande di ricerca:**
 - 1) Quanto impatta questa tipologia di turismo sul territorio?
 - 2) In che modo le imprese turistiche guardano a questo mondo, rispetto al più ampio mercato nel suo complesso?

... come lo facciamo: una Survey alle imprese

Obiettivo

Capire se e come le imprese turistiche si rapportano al turismo accessibile e inclusivo.

Metodologia

- Campione: 1.000 imprese nazionali, di cui circa ¼ al Sud.
- Codice ATECO: 55,1 Alberghi e affini, società di capitale.
- Tipologia di indagine: CAWI+CATI. Periodo: marzo-aprile 2025.
- Incrocio di alcuni risultati con i dati di bilancio della banca dati AIDA.

Aree di analisi

- Interesse delle imprese.
- Peso del segmento nell'attuale configurazione della clientela (stima % arrivi sul totale).
- Investimenti dedicati (in % sul tot.) e previsti, anche attraverso la partecipazione a bandi PNRR.
- Strategicità del segmento per un miglioramento della competitività aziendale.
- Ruolo della Governance pubblica.

Focus

- Tecnologia
- Occupazione



Grazie per l'attenzione

sr-m.it

