

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1414 del 25/05/2025

Le nuove sfide delle agenzie viaggi, tra overtourism, prenotazioni fai-da-te e certificazioni green

Tra digitalizzazione, nuove abitudini di viaggio, sostenibilità e sfide professionali, il mondo delle agenzie viaggi si trasforma. A raccontarlo è il panel “Navigare nel cambiamento: le nuove rotte delle agenzie viaggi e del turismo”, moderato dal giornalista Gianluca Dotti, con la partecipazione di professionisti prestigiosi del settore turistico. Dall’importanza del fattore umano all’evoluzione delle competenze, dal turismo delle radici alla sfida dell’overtourism, fino alla svolta green del trasporto aereo e al ruolo della consulenza personalizzata nell’era delle prenotazioni self-service; un confronto che ha tracciato le nuove rotte di un settore in profonda evoluzione, che si rinnova senza perdere identità e passione.

Sono circa 7.000 le agenzie di viaggio attive in Italia, con oltre 88.000 addetti. Solo in Trentino-Alto Adige se ne contano 120, di cui 60 nella provincia di Trento, per un totale di circa 900 occupati. Dietro a questi numeri, però, si cela una trasformazione profonda, che ha preso slancio dopo la pandemia e che oggi ridefinisce il ruolo delle agenzie in un ecosistema turistico sempre più complesso.

Nel panel “Navigare nel cambiamento: le nuove rotte delle agenzie viaggi e del turismo”, moderato dal giornalista **Gianluca Dotti**, i relatori hanno tracciato un quadro nitido di questa evoluzione. A partire da **Sandra Paoli**, presidente di Fiavet Trentino-Alto Adige, che ha spiegato come le agenzie non si limitino più a vendere pacchetti standard, ma interpretino desideri, selezionino esperienze autentiche e offrano consulenza su misura. In un’epoca di iperconnessione e “infodemia” - in cui il viaggiatore può prenotare tutto da solo con pochi clic ma rischia di essere sopraffatto da un eccesso di informazioni - l’agente di viaggio si ridefinisce come facilitatore culturale e curatore di esperienze.

E, non per caso, tra i nuovi trend emerge il 'turismo esperienziale', che, nel privilegiare attività legate all’identità dei luoghi, richiede il tocco esperto dell’agente viaggi. “Conta molto la capacità d’ascolto, per saper interpretare anche ciò che il viaggiatore non ti dice e quindi anticipare i suoi desideri. E vi assicuro che la rete questo non lo fa” afferma Paoli, lasciando che il collega **Giancarlo Reverenna**, presidente Fiavet Veneto, porti degli esempi pratici di queste attività radicate nel territorio: corsi di cucina, feste locali come caratteristiche sagre, momenti di incontro con le comunità ospitanti.

Un altro trend esploso nel 2024 è stato il 'turismo delle radici', con circa 10 milioni di viaggiatori di antecedente italiana giunti in Italia in un anno per riscoprire le proprie origini. Si tratta di un segmento particolarmente interessante, perché coinvolge viaggiatori alto-spendenti, con una permanenza media di 10-15 giorni. Questa tipologia di turismo rappresenta un’opportunità economica significativa, ma richiede competenze specifiche, una solida capacità organizzativa e una profonda conoscenza del territorio per valorizzare al meglio l’incontro tra il patrimonio culturale e paesaggistico locale e il sentimento della persona che riscopre le proprie origini.

Non si poteva non parlare poi di overtourism, che, sottolinea Reverenna, nasce anche dall’influenza di social media e influencer, che hanno amplificato la "instagrammabilità" delle destinazioni, causando un sovraccarico di visitatori. E il fenomeno non si risolverà con l’aumento delle tasse locali, ma attraverso una

collaborazione con i gestori dei flussi turistici per migliorare l'amministrazione, favorire la destagionalizzazione e aumentare la capacità di reddito e l'economia sociale dei territori coinvolti.

Sul fronte ambientale, **Renato Scaffidi**, direttore generale Italia di Air Europa, ha evidenziato come il trasporto aereo, pur responsabile solo dell'1,9% delle emissioni globali, si confronti con crescenti aspettative in tema di sostenibilità. Le compagnie stanno investendo in flotte moderne, carburanti alternativi e pratiche operative più efficienti per raggiungere l'obiettivo "net zero" entro il 2050. Per questo, Air Europa propone un modello sostenibile che integra innovazione tecnologica e impegno concreto: la compagnia ha infatti già implementato l'uso di SAF (carburanti sostenibili per l'aviazione) e ottimizza costantemente rotte e operazioni per ridurre il consumo di carburante e le emissioni.

A chiudere il quadro, anche l'orizzonte delle certificazioni ESG e della qualità professionale. Giancarlo Reverenna ha spiegato come le federazioni di categoria stiano sviluppando strumenti per misurare e valorizzare sostenibilità, impatto sociale e affidabilità, rafforzando così non solo la reputazione delle agenzie, ma anche il loro potenziale occupazionale e imprenditoriale.

Il turismo, insomma, è mutato e continuerà a mutare: da prodotto standard a servizio su misura, da consumo rapido a relazione duratura, da business tradizionale a ecosistema consapevole.

(ss)