

Ivano Fucci

La cultura del turismo in India

Opportunità e potenzialità
di un mercato emergente

Studi
e ricerche

FRANCOANGELI

**Scienze
e professioni
del turismo**

Ivano Fucci

La cultura del turismo in India

Opportunità e potenzialità
di un mercato emergente

FRANCOANGELI

Copyright © 2008 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.
L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

É questo ciò che posso consigliare agli altri: cambiare vita per curarsi, cambiare
vita per cambiare se stessi.
Per il resto ognuno deve fare la strada da solo.
Non ci sono scorciatoie che posso indicare.
I libri sacri, i maestri, i guru, le religioni servono, ma
come servono gli ascensori che ci portano su facendoci risparmiare le scale.
L'ultimo pezzo del cammino, quella scaletta che conduce sul tetto dal quale si vede
il mondo o sul quale ci si può distendere a diventare una nuvola,
quell'ultimo pezzo va fatto a piedi, da soli.

Tiziano Terzani, *Un altro giro di giostra*

Non c'è felicità per chi non viaggia, Rohita!
A forza di stare nella società degli uomini,
anche il migliore di loro si perde.
Mettiti in viaggio.
I piedi del viandante diventano fiori,
La sua anima cresce e dà frutti
E i suoi vizi son lavati via dalla fatica del viaggiare.
La sorte di chi sta fermo non si muove,
Dorme quando quello è nel sonno
E si alza quando quello si desta.
Allora vai, viaggia, Rohita!

Brahmana, libro sacro della religione Hindu;
Indra, il dio protettore dei viaggiatori, incoraggia un giovane di nome Rohita
ad intraprendere una vita sulla strada.

Indice

Premessa, di *Alessandro Capocchi* pag. 9

Introduzione. Perché l'India » 13

Prima Parte

Analisi India: variabili economiche, sociali, culturali

1. Storia ed evoluzione politico-economica dell'India dall'indipendenza ai giorni nostri » 19

2. Analisi delle variabili economico-demografiche » 23

3. Analisi delle variabili socio-culturali dell'India » 27

Seconda Parte

Italia e India: relazioni dal punto di vista turistico

1. Sviluppo del settore outgoing in India » 33

2. L'agenzia nazionale del turismo in India: eventi e iniziative per la promozione italiana in India » 39

3. Analisi dei tour operator specializzati per la vendita di servizi turistici in Italia agli indiani. I casi aziendali di Iscra e Carla Travel » 45

Terza Parte
Il turista indiano

1. Sviluppo del turismo outgoing dall'India verso l'Italia: numeri e previsioni	pag. 53
2. Chi è il turista indiano: analisi economica ed antropologica	» 57
2.1. Le 2 categorie di turista indiano	» 59
2.2. Le figure emergenti del turista indiano	» 60
2.3. Principali destinazioni turistiche in Italia	» 63
2.4. Elementi comuni ai turisti indiani	» 65

Quarta Parte
Opportunità, strategie e sviluppo di un'offerta del sistema Italia in India

1. Analisi Swot della destinazione Italia	» 71
2. Bollywood: un'industria da sfruttare	» 77
3. Analisi della concorrenza. I casi Svizzera e Gran Bretagna	» 81
4. Il ruolo dell'ambasciata italiana a Delhi: analisi del problema dei visti	» 87
Conclusioni. Analisi finale del fenomeno	» 91
Appendice	» 95
Bibliografia	» 97

Premessa

di Alessandro Capocchi*

Negli ultimi anni il fenomeno turismo è profondamente cambiato per la maggiore accessibilità alle informazioni con l'impiego delle nuove tecnologie, per la facilità di spostamento e la propensione alla mobilità e per la crescente importanza che la spesa in turismo ha assunto nel paniere dei consumi dell'individuo e delle famiglie.

L'Italia è da sempre un Paese con una forte vocazione al turismo anche se spesso sono state trascurate alcune condizioni che possono facilitare lo sviluppo e la competitività di questo importante settore produttivo. Tra i fattori di sviluppo trascurati assume un ruolo di rilievo la "formazione in Turismo" soprattutto a livello universitario. Percorsi formativi rivolti alle professioni del turismo sono stati per molti anni demandati alle sole scuole superiori senza trovare corrispondenza nell'alta formazione universitaria.

Oggi il quadro sembra profondamente modificato potendo contare circa 30 corsi di laurea triennale in turismo e circa 20 corsi di laurea specialistica in turismo: a ciò si aggiungano le numerosissime iniziative post-laurea presenti su tutto il territorio nazionale. Analizzando la ricca offerta formativa viene spontaneo domandarsi cosa serve nel turismo e quali competenze deve avere colui che lavorerà nel turismo del prossimo futuro.

A questa domanda la Fondazione Campus Studi del Mediterraneo di Lucca ha cercato di dare una risposta realizzando due percorsi formativi universitari in Turismo con il coinvolgimento di tre Università: l'Università di Pisa, l'Università degli Studi di Pavia e

* Coordinatore Scientifico Fondazione Campus Studi del Mediterraneo di Lucca.

l'Università della Svizzera Italiana di Lugano. I due corsi di laurea si caratterizzano per un approccio al fenomeno turismo multidisciplinare, fortemente internazionalizzato e con una formula didattica particolarmente innovativa.

È convinzione della Fondazione Campus Studi del Mediterraneo che la formazione universitaria non possa soddisfare totalmente i bisogni formativi del turismo dovendosi integrare con la formazione professionalizzante. È convinzione dello scrivente che nel turismo la qualifica di *alta formazione* non possa essere limitata al segmento formativo universitario e post-universitario, ma debba estendersi a tutta la filiera produttiva basandosi sui contenuti e sulla qualità degli stessi.

Il turismo in Italia necessita di competenze professionalizzanti in “estinzione” e di figure professionali per le quali manca il ricambio generazionale. È compito di chi opera nella formazione tutelare le professioni e le competenze necessarie per la competitività di un settore produttivo importantissimo nel sistema Italia.

La perdita di professioni e di competenze professionalizzanti nel turismo comporta la perdita di patrimonio culturale non sostituibile – come accade in altri settori produttivi – con professionalità provenienti da altri Paesi.

Un sistema turismo basato sulle professionalità è condizione per la conservazione delle identità territoriali e culturali presenti nel nostro Paese e per la creazione di offerte turistiche ad alto valore aggiunto e coerenti con l'immagine che l'Italia ha in tutto il mondo.

Il turismo se da un lato deve essere basato sulla caratterizzazione territoriale, dall'altro lato deve essere orientato all'internazionalizzazione ed alla creazione di modelli che possano divenire attrattivi per Paesi emergenti. In questa direzione grande attenzione merita l'India che rappresenta il *futuro* in termini di potenziali flussi turistici.

L'India ha una superficie di 3.287.263 mq, una popolazione di 1.1 miliardi di abitanti con una età media di 24,3 anni. Da un punto di vista economico ha un PIL di circa 691 miliardi di dollari con un tasso di crescita annuo del 5,76%, esportazioni per 79,6 miliardi di dollari ed importazioni per 107,3 miliardi di dollari. La spesa per l'istruzione ammonta al 4,1% del PIL, l'indice di alfabetizzazione della popolazione è del 61% e la frequentazione universitaria ammonta al 12%.

L'interesse per l'India non è solo finalizzato allo scambio in termini di flussi turistici ma è soprattutto rivolto alla "esportazione" di un modello formativo ed educativo in ambito turistico che possa essere attrattivo per i giovani studenti indiani. L'Italia può – attraverso i propri centri di eccellenza – richiamare i giovani indiani a studiare nel nostro Paese specie con riferimento ad alcune tematiche tra cui il Turismo.

Il lavoro di studio e di analisi condotto da Ivano Fucci è espressione dell'approccio multidisciplinare ed innovativo su cui si basa la formula formativa Campus, ponendo al centro la cultura indiana.

Il lavoro rappresenta un *viaggio* all'interno della cultura turistica indiana per evidenziarne le potenzialità in termini di relazioni con l'Italia anche nell'ambito della formazione.

L'auspicio è che il *viaggio* di Ivano Fucci non termini mai e che possa divenire anche il *viaggio* di tanti altri studenti italiani verso l'incontro e lo scambio con altri studenti indiani. Solo per questa strada l'Italia potrà cogliere questa sfida e potrà divenire sempre più un attore rilevante a livello internazionale per la formazione professionalizzante, accademica e post accademica in ambito turistico, potendo coniugare la forza del proprio territorio, con la propria tradizione, la propria cultura e con un nuovo modo di *fare turismo*. Compito ed impegno della Fondazione Campus Studi del Mediterraneo è garantire ai propri studenti lo spazio per coltivare i propri sogni, la prospettiva per guardare lontano al futuro e gli strumenti per poter realizzare le proprie ambizioni in coerenza con il proprio percorso di crescita e di maturazione personale.

Questo primo volume vuole rappresentare il migliore augurio per tutti.

Introduzione. Perché l'India

L'India è il Paese dove ancora esistono le caste, ma che è capace di avere contemporaneamente un Presidente della Repubblica musulmano, un Primo Ministro della minoranza Sikh, un leader del partito di governo cattolica e italiana.

Federico Rampini

Yatra, “viaggiare” in hindi, non indica semplicemente l'andare da un luogo all'altro, ma è una complicata, interessante e fondamentale parte della vita di ogni indiano. È una delle 4 parti fondamentali della vita, quelle che stanno all'interno della “ruota della fortuna”, la famosa svastica indiana. In questo periodo, qualunque indiano che superi i 50 anni deve partire, religiosamente o spiritualmente parlando, verso i luoghi dell'anima, i luoghi dello spirito, i luoghi degli dei. Per questo, il popolo indiano è nato per viaggiare e, considerata l'enorme esplosione economica, la vivacità culturale e i cambiamenti sociali in atto, l'Italia deve ricoprire un ruolo di rilievo e di protagonista nell'attirare i nuovi viaggiatori indiani: coloro che vanno alla ricerca di un periodo di riposo, di un interesse artistico-culturale, di un momento magico e unico nella loro vita.

Sono 3 miliardi e mezzo. Sono più giovani di noi, lavorano più di noi, studiano più di noi. Hanno più risparmi e più capitali di noi da investire. Hanno schiere di Nobel della scienza. Guadagnano stipendi con uno zero in meno dei nostri. Sono Cina, India e dintorni. Cindia non indica solo l'aggregato delle due nazioni più popolate del pianeta: è il nuovo centro del mondo, dove si decide il futuro dell'umanità. Tutto il meglio e il peggio dipendono da loro. [...]. La partita dello XXI secolo si gioca qui¹.

¹ Federico Rampini, *L'Impero di Cindia*, Mondadori, p. 3.

Guardando alle ultime previsioni dei principali centri di ricerca economica internazionali, si legge che l'India, che oggi rappresenta l'1,5% del PIL mondiale, triplicherà la sua quota nel 2030 (4,6%), per giungere nel 2050 al 12% (più di quanto è previsto faccia l'intera Unione europea). Basterebbero solo questi dati per scommettere sul futuro di un Paese che negli ultimi 15 anni ha raddoppiato il proprio reddito nazionale e la propria quota nel commercio mondiale, che ha elevato sopra la soglia della povertà più di 100 milioni di suoi cittadini e che si prevede possa creare nei prossimi cinque anni un quarto di tutti i nuovi posti di lavoro (entro il 2020 saranno 200 milioni), più di quanto ci si attende che facciano America, Europa e Cina messe assieme. Gli appassionati di statistiche economiche potrebbero aggiungere, inoltre, che nei prossimi tre decenni (lo spazio di una generazione) l'India diventerà la terza economia del pianeta, essendo già il quinto mercato al mondo per le telecomunicazioni, il quarto per la produzione di medicine, il terzo per gli ordinativi di nuovi aerei, il secondo per la produzione di applicazioni informatiche.

Tuttavia, queste cifre non bastano a dare pienamente il senso del potenziale e del ruolo di questo Paese sulla scena del mondo. Con oltre 1 miliardo di abitanti (metà dei quali hanno oggi meno di 25 anni), l'India è la più grande democrazia, che già dedica il 6% del Prodotto Interno Lordo all'educazione, che ospita la più grande industria cinematografica e che contribuisce in maniera significativa alle operazioni di pace delle Nazioni Unite¹

Il fenomeno India ha cominciato a smuovere i politici e gli imprenditori italiani: il 2007 è stato proclamato, nel Febbraio, "L'Anno dell'Italia in India", vista l'importanza che il Subcontinente indiano sta riscuotendo negli ultimi anni e visto il numero degli investimenti stranieri nettamente aumentato. Tra i vari settori c'è il comparto delle vacanze, il turismo, che sta diventando un punto nodale per lo sviluppo economico, culturale e sociale dell'India.

Per questo, l'Ente Nazionale del Turismo Indiano² ha cominciato, da 5 anni a questa parte, a promuovere in maniera sistematica all'e-

¹ Romano Prodi, *L'India oggi corre e detta i tempi della globalizzazione*, in: *Il Sole 24 Ore*, 13.02.2007, pp. 1-2.

² Si veda www.incredibleindia.org.

stero le fantastiche meraviglie che esistono in India: il motto “*Incredible India*” è stato il “main sponsor” ad una delle fiere più grandi nel settore del turismo, l’Itb di Berlino¹. Gli attori turistici hanno così rivolto la loro attenzione verso lo sviluppo dell’incoming indiano, persuadendo i turisti stranieri a visitare il Taj Mahal, il Rajasthan, il Kerala o le montagne dell’Himalaya. Infatti, si può notare il continuo incremento del numero dei tour operator internazionali che hanno stabilito una filiale in India e il numero degli agenti di viaggio italiani e indiani che si occupano dell’inbound.

Pochissimi, però, hanno guardato dall’altra parte del muro: gli indiani non possono viaggiare? Questo boom economico e culturale non potrà dare loro la possibilità di visitare l’Europa?

Per rispondere a queste domande, nel Marzo del 2007 sono partito per un’esperienza di lavoro in un Tour Operator indiano, Viaggindia, con il quale ho condiviso le mie ricerche per 2 mesi. Successivamente, il mio studio si è ampliato, tanto da permettermi e costringermi a partire per un viaggio lungo tutto il perimetro dell’India, da nord a sud, da est a ovest. Il Viaggio mi ha permesso di entrare a contatto con le culture e gli abitanti dell’India, con i loro modi di fare e i loro modi di pensare, con le loro abitudini, mi ha permesso di fare domande necessarie per l’apprendimento di un popolo “con la valigia in mano”.

Mi sono accorto che l’India ha smesso di seguire. Si è messa a correre e guida la globalizzazione, forte di oltre un miliardo di persone che vogliono inserirsi nella vita di tutti noi. Una sfida immensa. Uno sforzo straordinario. «L’Italia e l’Ue devono intercettare le novità che tale processo esprime. Bisogna che i nostri mercati si aprano, che le nostre imprese lavorino insieme, che i nostri centri universitari e di formazione si scambino i risultati della ricerca, che i nostri studenti confrontino le loro esperienze, che i nostri giovani viaggino liberamente»².

La ricerca vuole evidenziare e sottolineare le possibilità e le opportunità che il Sistema Italia ha in questo periodo storico, per svi-

¹ Si veda www.itb-berlin.de.

² Romano Prodi, *L’India oggi corre e detta i tempi della globalizzazione*, in: *Il Sole 24 Ore*, 13.02.2007, pp. 1-2.

luppare un forte e durevole rapporto con le terre del Buddha e creare un legame di scambio culturale, economico, scientifico all'insegna del movimento di indiani verso il Bel Paese. La potenzialità è enorme, ma gli investimenti nel campo del turismo da parte di imprenditori italiani sono ancora scarsi. Permettere agli indiani di visitare, assaporare, sentire l'Italia deve essere uno degli obiettivi nelle linee programmatiche delle politiche del turismo. Questo lavoro è un modo per capire come, dove e quando.

Prima Parte

*Analisi India:
variabili economiche, politiche, sociali, culturali*

1. Storia ed evoluzione politico-economica dell'India dall'indipendenza ai giorni nostri

Per conoscere il mio Paese bisogna ritornare fino all'epoca in cui prese coscienza della propria anima e così trascese i propri confini materiali, l'epoca in cui rivelò la propria essenza in una radiosa magnanimità che illuminò l'orizzonte orientale, così da farla percepire come propria da chi, in terre straniere, fu risvegliato ad una sorprendente nuova vita.

Rabindranath Tagore, *Sull'India*

L'Unione Indiana è nata ufficialmente nel 1947, dopo la lotta per l'Indipendenza guidata dal Mahatma (*Atma* significa "Anima" e *Mah* vuol dire "grande") Gandhi che portò l'India all'Indipendenza, dopo 200 anni di colonizzazione.

Dal 1947 al 1961, l'India fu guidata dal Primo Ministro Jawarhalal Nehru, che progettò, sul fronte economico, i primi 3 piani quinquennali per ottimizzare la capacità produttiva ed eliminare la povertà nel Paese. L'alfabetizzazione salì al 23.7% e nel 3° quinquennio, addirittura, fu avviato un programma per lo sviluppo dell'energia nucleare e il Paese si assicurò aiuti esterni e assistenza tecnica per accelerare l'industrializzazione.

Dopo la morte di Nehru, nel 1966 diventa primo ministro, per la prima volta nella storia dell'India, una donna, Indira Gandhi, figlia di Nehru. Tra le riforme economiche rilevanti ci fu la svalutazione della rupia indiana (moneta corrente dell'Unione Indiana) e nel 1969 la crescita industriale superò il 7% annuo; vennero aboliti inoltre gli antichi benefici e appannaggi economici di cui godevano i Maharaja, presenti soprattutto nella zona del Rajasthan (zona nord occidentale) e del Karnataka (zona meridionale). Le riforme amministrative ed