

> Turisti e acquisti di artigianato: evidenze da Pokhara in Nepal

Nella geografia dei luoghi del turismo dello *shopping*, oltre alle illustri vie della moda, ai department store e agli affermati outlet village, vi sono le botteghe d'artigianato tipico. Alcune di esse sono in edifici o palazzi dalla valenza storico-culturale, altre sono diventate famose per l'unicità del prodotto o per chi le frequenta, più in generale si tratta di luoghi di acquisto che stimolano i turisti facendo leva non tanto su firme e marchi (già) conosciuti quanto sull'offrire prodotti generalmente collegati ad una particolare cultura e tradizione locale.

Spesso quanto è possibile acquistare si caratterizza per le particolari tecniche di produzione e su questo tema non è infrequente il rischio che si vadano perdendo le tecniche più antiche, storicamente tramandate di generazione in generazione.

Quanto lo *shopping tourism* legato ai prodotti d'artigianato tipico può sostenere l'economia di Paesi in via di sviluppo e accrescere il benessere della popolazione locale? Che caratteristiche ha l'interazione tra turismo e artigianato tipico nelle comunità? Il presente flash presenta alcune evidenze contenute in un paper di ricerca appena pubblicato ed ottenute grazie all'ascolto di oltre 100 proprietari di botteghe artigiane intervistati tra

settembre e ottobre dello scorso anno. Al centro dell'approfondimento la località di Pokhara, uno dei maggiori centri turistici nepalesi ed uno dei luoghi di accesso per iniziare ad affrontare l'Himalaya, con un quartiere - *Lakeside* - che vede la concentrazione di un'ampia varietà di botteghe artigiane (oltre 200).

> **Fig. 1** Vista del lago Phewa e di Lakeside, quartiere della città di Pokhara (Nepal).

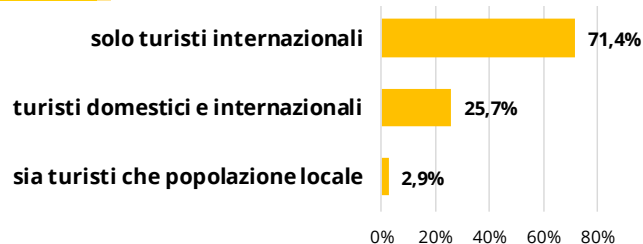


Prima dell'avvento della pandemia mondiale di Covid-19 il Nepal aveva l'obiettivo di raggiungere quota 2 milioni i turisti entro la fine del 2020, contando su una base di oltre 1,1 milioni di turisti stranieri nel 2018 ed un tasso di crescita rispetto all'anno precedente pari al 24,8%. La campagna specifica di marketing *Visit Nepal* avrebbe supportato il raggiungimento dell'obiettivo.

Quanto a Pokhara, la destinazione conta su circa 1 milione di turisti, di cui il 60% è nepalese (The Kathmandu Post, 2019). Se però si sposta la

prospettiva sugli acquisti, l'indagine fa emergere una situazione opposta e che sottolinea la rilevanza del turismo internazionale: oltre 7 negozi su 10 vengono visitati solo da turisti stranieri, un quarto lo è sia da visitatori stranieri che domestici.

> **Graf. 1** *Clientela per provenienza*



Fonte: P. Upadhyay, 2019.

Il commercio al dettaglio di artigianato contribuisce all'occupazione in molte aree della destinazione. Circa due terzi delle botteghe artigianali a Lakeside fornisce lavoro ai familiari, mentre un terzo ha dato lavoro ad altre persone al di fuori della famiglia (dato che sale al 44% se si considera il totale dei posti di lavoro). In media gli impiegati per bottega sono 3,5.

> **Tab. 1** *Posti di lavoro generati*

	Numero botteghe	Posti di lavoro
Occupazione solo per familiari	64,2%	55,9%
Occupazione di altre persone	35,8%	44,1%

Fonte: P. Upadhyay, 2019.

Si è rilevato un forte legame tra arrivi turistici ed aumento delle entrate, e quindi dei livelli di reddito, degli artigiani: quattro artigiani su cinque hanno

dichiarato di aver beneficiato di un miglioramento del proprio *lifestyle* dopo essere stati coinvolti nel business turistico dell'artigianato. I cambiamenti si sono poi tradotti in vari aspetti dello stile di vita individuale, tra cui: alimentazione, abbigliamento, abitazione, istruzione dei bambini. Ciò ha comportato anche un aumento dei loro investimenti nella diversificazione, nell'espansione e nell'ulteriore promozione delle loro attività artigianali.

In relazione al marketing, oltre la metà (54%) delle botteghe ha realizzato attività promozionale soltanto all'interno della città di Pokhara mentre il 41% a livello internazionale. Solo in ridotta parte l'attività si è sviluppata su scala nazionale.

La soddisfazione dei turisti internazionali svolge - per i proprietari ascoltati - anche un ruolo di promozione dei prodotti d'artigianato nel mondo (secondo l'indagine per 2 proprietari su 3 l'offerta soddisfa la domanda dei clienti stranieri).

L'indagine fa emergere anche una serie di problematiche e sfide dichiarate dai proprietari delle botteghe della destinazione nepalese, non così diverse da quelle che è lecito attendersi anche nel nostro Paese.

> **Tab. 2** *Problematiche e sfide per l'artigianato tipico*

Problematiche e sfide	Quota %
Mancanza di pubblicità	33,0
Prodotti non locali (provenienti dall'estero)	18,9
Mancanza di un prezzo adeguato	14,2
Mancanza di politiche governative efficaci	9,4
Tutti gli aspetti precedenti	24,5

Fonte: P. Upadhyay, 2019.

Dall'ascolto degli intervistati emerge inoltre come un artigiano su tre ritenga che il miglioramento della qualità dei prodotti contribuirà alla promozione del settore artigianale e, più in generale, del turismo in Nepal e a Pokhara. Un artigiano su cinque ha dichiarato di volersi concentrare su produzioni creative. Un artigiano su due è convinto che il futuro della propria attività sarà brillante.

La ragione di una percezione così positiva del futuro dell'artigianato risiede nell'unicità degli oggetti realizzati. I turisti stranieri continueranno ad essere attratti da queste produzioni in quanto la maggior parte di essi li considera perfetti esempi di tipicità, tradizione e cultura nepalese.

In attesa di ripartire con il turismo internazionale su scala globale, il paper che è stato analizzato offre l'opportunità di sottolineare quanto sia forte il legame tra l'artigianato e il turismo straniero, con implicazioni sui livelli di reddito, sullo status sociale dei proprietari delle botteghe artigiane, nonché dei posti di lavoro.

Secondo lo studio, il mercato dell'artigianato tipico facilita la conservazione della tradizione culturale locale che altrimenti sarebbe andata scomparendo. Inoltre, l'incremento dello shopping da parte dei turisti ha attivato l'*empowerment* economico delle persone coinvolte e li ha resi orgogliosi dei loro prodotti artigianali fatti a mano. L'approfondimento su Pokhara ricorda il ruolo - e la necessità di riconoscerne il contributo - degli artigiani e delle loro botteghe nello sviluppo del turismo e nella promozione del territorio, così come l'importanza del fenomeno turistico nella protezione e conservazione dell'artigianato tradizionale, dei metodi di produzione e dell'ambiente culturale. Perché il binomio prosegua in maniera sostenibile, particolare attenzione va riconosciuta al mantenimento o miglioramento della qualità dell'offerta e alla produzione creativa. Sono peculiarità e valori che possono poi favorire le azioni di comunicazione, sottolineando le tecnologie di produzione e gli aspetti di progettazione degli oggetti così come valorizzando le abilità degli artigiani che li realizzano.

**SHOPPING
TOURISM**
FLASH

Tutti i Flash finora pubblicati sono disponibili alla pagina dedicata ai flash del sito di

Shopping Tourism. Il forum italiano
www.shoppingtourismforum.it/FLASH