

SaronnoNews

Turismo estremo: l'idea di business milionaria dietro il disastro Titan

Michele Mancino · Monday, July 3rd, 2023

*L'autore di questo articolo è **Daniele Beraldo** del **Liuc-Finance & Investment Club** dell'Università Liuc di Castellanza.*

Risulta ormai passata la notizia del 22 giugno che dava per morti i passeggeri del **sottomarino Titanic** in “gita turistica” per le profondità dell’oceano Atlantico. Riprendiamo in mano le centinaia di pagine scritte su questa news e cerchiamo di conoscere chi sta dietro questo disastro e, soprattutto, capiamo qual era l’idea visionaria dell’ormai defunto co-fondatore di **OceanGate, Stockton Rush**.

(Nella foto di David Mark da Pixabay un sottomarino)

Cos’è OceanGate

OceanGate Expeditions, fondata nel 2009 da **Rush e G. Söhnlein**, è un’azienda statunitense specializzata nell’esplorazione subacquea e nel supporto a missioni oceanografiche. Il suo business principale consiste nell’offrire **servizi di noleggio di sommergibili** (comprensivi di equipaggio specializzato) e di supporto per missioni oceanografiche, consentendo a ricercatori, scienziati e perché no anche avventurieri multimilionari, di raggiungere profondità **di immersione fino a 4.000 metri**. L’idea originaria di Rush, alimentata da uno studio di marketing da lui commissionato, fu quella di rendere le esplorazioni sottomarine il meno costose possibile così da poter offrire viaggi turistici sui fondali marini a soggetti interessati, anche se con prezzi attualmente molto elevati (250.000\$ il prezzo per il ticket per l’esplorazione del Titanic). Negli anni **OceanGate** ha svolto diverse missioni in tutto il mondo: oceano Atlantico, Pacifico, Mar dei Caraibi e persino Mar Mediterraneo. Solo nel 2016, però, la società raggiunse la mission originaria di Rush: in tale anno, infatti, ci fu la prima “gita turistica” in fondo al mare aperta a veri e propri clienti. L’immersione è stata fatta con lo scopo di andare a visitare il **relitto di SS Andrea Doria**. Dal 2021, invece, la compagnia statunitense aprì le porte anche a “l’unico relitto che tutti conoscono: Titanic” (Rush, 2019).

Turismo estremo: un business milionario

Citando un articolo della **CNN**: “Il turismo estremo è diventato **una tendenza** crescente tra gli amanti del brivido che cercano una scarica di adrenalina, superando i limiti dei viaggi convenzionali e, a volte, dei viaggi sicuri. OceanGate Expeditions, ad esempio, è una delle numerose società che soddisfano la domanda di questa tipologia di clientela”.

Due dei settori più affascinanti e in crescita nel turismo estremo sono, ovviamente **l'esplorazione subacquea**, ma anche e soprattutto il **viaggio spaziale**. Con l'evoluzione della tecnologia e l'ingresso di aziende innovative, infatti, le profondità marine e lo spazio cosmico stanno diventando mete accessibili per coloro che desiderano spingersi al limite.

Come prova di questo sviluppo (anche in termini di denari) uno studio di **Northern Sky Research** esprime una **stima dei ricavi derivanti da viaggi orbitali** (turistici e non), passati da **385 milioni di dollari** nel 2021 a **605 milioni** nel 2029, aumentando di oltre il **57% in soli 8 anni**.

Ovviamente, come lo era in passato per esperienze ad oggi "normali", come il volo aereo, il principale ostacolo per gli individui che vogliono uscire dal concetto di viaggio tradizionale è il **prezzo**. Non è un mistero, infatti, che tutte queste esperienze siano, e continueranno ad essere per diversi anni, accessibili solamente a coloro aventi determinate disponibilità economiche.

Ritornando all'implosione del Titan, infatti, **il prezzo per un posto sul sommergibile era di 250.000 dollari**, ma non solo: per un volo suborbitale ci vogliono dai **125.000 ai 300.000 dollari** in base all'esperienza, mentre per un volo orbitale di 10 giorni offerto dalla società statunitense **Axiom Space** sono richiesti "solamente" **55 milioni di dollari**.

È chiaro che, a mano a mano che queste esperienze, ai confini del mondo o al di sopra..., diventeranno sempre più comuni e che le nuove tecnologie scoperte permetteranno alle società di ridurre i costi, il prezzo potrà abbassarsi permettendo ad un sempre maggiore pubblico di parteciparvi.

Citando **Patricia Rodiles Martinez** (Institutional Development & PR Manager presso Les Roches): «Con l'aumento della domanda nel tempo, anche i costi associati si abbasseranno, rendendo il turismo sempre più accessibile a tutti. È quello che è successo con i primi aerei, le crociere e gli hotel».

È incontrovertibile però che ad oggi queste esperienze possano essere apprezzate unicamente da un'élite.

Come la macroeconomia insegna, lo **sviluppo e la crescita** di questi settori negli ultimi anni ha avuto come driver principale **la crescente domanda da parte di privati**. Sebbene possa sembrare strano: farsi rinchiudere in un 5x3x3 di metallo che arriva nelle profondità dell'oceano Atlantico non è certamente una cosa che farebbero tutti. In realtà moltissime persone sono guidate da uno spirito di avventura e di adrenalina che si prova solamente nell'esplorare questi luoghi inaccessibili all'essere umano. Moltissimi, inoltre, vedono il **turismo estremo anche come una sfida personale**, come un modo per superare le proprie paure e per spingersi oltre i propri limiti.

Questi fattori e molti altri sono le ragioni che hanno spinto **i cinque sfortunati passeggeri del Titan** e spingono tuttora migliaia e migliaia di persone a rischiare la propria vita per raggiungere luoghi inesplorati.

Come dimostra una ricerca svolta da **Qualtrics e ValuePenguin** in merito al settore del turismo spaziale, infatti, il **49% degli adulti statunitensi** intervistati (su un campione di 2.050 persone) ha risposto di voler viaggiare nello spazio – a condizione che i soldi non fossero un problema.

Questa semplice ricerca ci fa riflettere su quanto potenzialmente questo settore, comprendente viaggi spaziali o marini, potrà essere estremamente diffuso tra i civili nel futuro e quindi importante e rilevante per l'economia di tutto il globo.

Conclusione

Da quanto detto fino ad ora possiamo trarre come conclusione che **il turismo estremo sarà un valore aggiunto per tutta l'economia del mondo**. Sempre più persone, infatti, si stanno avvicinando a questo mondo per i più svariati motivi, rendendolo di fatto appetibile per l'industria.

Con lo sviluppo tecnologico e la diffusione di questi servizi questo settore potrà in futuro diventare abbordabile da una sempre crescente quota di popolazione. Ciò che è necessario, però, è un **aumento di sicurezza e legislazione** affinché situazioni come quelle del 22 giugno non succedano più.

Fonti

? www.oceangate.com

? <https://slate.com/business/2023/06/titanic-submarine-missing-tourism-business.html>

?

<https://edition.cnn.com/2023/06/21/business/oceangate-expeditions-titanic-tourism-cost-dangers/index.html>

?

<https://www.bbc.com/travel/article/20230620-how-underwater-and-deep-sea-tourism-became-so-popular>

?

<https://edition.cnn.com/2023/06/21/business/oceangate-expeditions-titanic-tourism-cost-dangers/index.html>

? <https://www.statista.com/study/114987/space-tourism/>

?

<https://www.nationalgeographic.it/spazio/2021/07/il-successo-del-volo-della-virgin-galactic-e-il-futuro-del-turismo-spaziale>

?

<https://starwalk.space/it/news/space-tourism#quanto-costa-a-una-persona-andare-nello-spazio>

This entry was posted on Monday, July 3rd, 2023 at 11:15 am and is filed under
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.