

І.Ю. КОЧУМА, В.А. КРАСНОМОВЕЦЬ**МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ЧИННИК ПОСТПАНДЕМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ: АКЦЕНТ НА СТАЛИХ МОДЕЛЯХ РОЗВИТКУ ТА МІЖКУЛЬТУРНОМУ ДІАЛОЗІ**

У статті розкрито роль міжнародного співробітництва як стратегічного чинника формування та підсилення туристичного потенціалу Італії. Визначено ключові форми і механізми взаємодії з наднаціональними інституціями, міжнародними організаціями, двосторонніми партнерами та приватним сектором. Схарактеризовано вплив європейських програм підтримки, культурної дипломатії, трансграничних проєктів та інвестиційних угод на розвиток туристичних дестинацій, інфраструктури, маркетингу та стійкості італійської туристичної системи. Підкреслено позитивні результати, стратегічні ризики, а також окреслено рекомендації щодо посилення ефективності міжнародної взаємодії у сфері туризму.

Ключові слова: міжнародне співробітництво, міжнародний туризм, міжкультурний діалог, міжкультурні комунікації, сталий розвиток туризму, стала модель розвитку.

I.Y. KOCHUMA, V. A. KRASNOMOVETS**INTERNATIONAL COOPERATION AS A DRIVER OF POST-PANDEMIC TRANSFORMATION OF TOURISM IN ITALY: EMPHASISING SUSTAINABLE DEVELOPMENT MODELS AND INTERCULTURAL DIALOGUE**

Italy remains one of the world's leading tourism destinations, where the sector functions not only as an economic system but also as a cultural interface. However, the post-COVID reality has demonstrated that the return to growth does not reproduce pre-pandemic trajectories. Instead, the recovery has unfolded within a more regulated, multi-level and partnership-oriented environment, where supranational coordination (EU, UNWTO, OECD) increasingly shapes national decision-making. As a result, tourism development in Italy has gradually shifted from volume-centric expansion towards evidence-based management, spatial balancing, cultural landscape protection and the prioritisation of low-carbon transition measures.

The purpose of this article is to examine how international cooperation has become a structural driver of the post-pandemic transformation of Italy's tourism sector, and how it supports the consolidation of sustainable tourism models and intercultural dialogue as integral elements of strategic development.

The analysis confirms that international cooperation mechanisms — from EU recovery instruments to normative frameworks, standards and certification procedures — have evolved into an institutional resource for internal restructuring. These mechanisms expand access to financial support, digitalisation, decarbonisation technologies and expertise-based policy tools. Italy actively integrates those instruments to achieve better governance of tourist flows, promote lesser-visited regions, support SMEs, reduce pressure on overloaded iconic destinations, and strengthen community-embedded, place-based tourism experiences. The post-COVID period thus illustrates a progressive redefinition of “internationalisation”: not as competition for markets, but as shared risk management and coordinated development.

The novelty lies in conceptualising post-pandemic tourism transformation as a shift from quantitative growth to controlled, partnership-based sustainability, where intercultural dialogue is not a normative declaration but a practical governance tool that increases resilience, cultural authenticity and regional inclusiveness. The research also emphasises the role of multi-level cooperation as a driver of institutional innovation, not merely as an external factor of market expansion.

Post-COVID recovery in Italy has become a turning point which triggered not only sectoral stabilisation, but also a change in development logic. International cooperation now functions as a strategic mechanism for balancing tourism's economic benefits with environmental limits, cultural heritage integrity and social value. In this context, the transformation of Italian tourism should be interpreted not as a return to “normal”, but as a transition to a more coherent model where growth is conditional on sustainability, territorial equilibrium and meaningful intercultural mediation.

Keywords: international cooperation, international tourism, intercultural dialogue, intercultural communication, sustainable tourism development, sustainable development model.

Постановка завдання. Італія традиційно належить до провідних туристичних держав світу, а туристична галузь є важливим системоутворюючим сегментом її економічної моделі та інструментом культурного впливу. Після пандемічного шоку 2020–2022 рр. саме міжнародний вимір взаємодій — участь у програмах ЄС, співпраця з UNWTO, залучення до міжрегіональних кластерних ініціатив, партнерства у сфері цифровізації туристських сервісів та сталих моделей управління дестинаціями — став ключовим фактором відновлення та переформатування стратегічних пріоритетів італійської туристичної політики.

Постпандемічний етап розвитку туризму в Італії висвітлює кілька суттєвих тенденцій: відхід від моделі масового туризму на користь низької екологічної інтенсивності; впровадження стандартів ESG та esocerts; розширення ролі культурної дипломатії як способу балансування туристичних потоків та інтеграції локальних спільнот у глобальні культурні

маршрути; опора на цифрові платформи як «м'яку інфраструктуру» міжкультурного діалогу і підтримки транснаціональних мереж співпраці. У цих процесах міжнародні партнерські механізми перестали бути «зовнішнім доповненням» — вони фактично стали стрижнем трансформації.

Актуальність дослідження. Для України, яка нині перебуває у зовсім іншому контексті — війни та ускладненої перспективи економічного відновлення — саме італійський кейс постпандемічного переформатування туристичного сектору є методологічно важливим: він демонструє, що стійкість туристичної системи у XXI ст. конструюється через міжнародні мережі, а не виключно через внутрішні політики. Саме тому вивчення італійських практик та інституційних інструментів міжнародного партнерства — від Програми відновлення та стійкості (PNRR) до ініціатив типу Eco-Tandem — може виступати не просто прикладом «чужого досвіду», а методичною

платформою для розуміння нової логіки відбудови українського туризму у післявоєнний період.

Таким чином, актуальність теми зумовлена системною зміною логіки розвитку туризму: міжнародне співробітництво вже не є допоміжним механізмом — воно стає основою стратегічної стійкості та каналом формування міжкультурної взаємодії як ресурсу економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика міжнародного співробітництва у сфері туризму на сьогодні має певну традицію висвітлення у вітчизняному науковому полі. Після 2020 року, коли пандемія COVID-19 змусила уряди країн, вчених і туристичний бізнес по-новому переосмислювати логістику подорожей, механізми погодження транскордонних взаємодій та моделі безпечної мобільності, акцент у публікаціях українських дослідників відчутно змістився. Якщо до кризи ключовими були питання розвитку міжнародних туристичних потоків та просування національного туристичного продукту, то після пандемії більш системно почала розгортатися проблематика інституційної координації, стійкості системи та міжкультурного виміру комунікацій. Зокрема, у публікаціях вітчизняних науковців, таких як О. Харченко О. В. [1], В. Ільницький, Р. Корсак, І. Годя [2] та ін. розглянуто форми кооперації туристичних організацій у європейських мережах співробітництва, включно з практиками, які запроваджуються у рамках транснаціональних туристичних кластерів.

Сталий розвиток туризму як самостійний сегмент активно аналізується українськими дослідниками уже понад десять років, але після 2020 року ця проблематика набула практично-прикладного фокусування. Дослідження І. Соловія, О. Адамовського, І. Дубовіча [3], Н. Павліхи [4]. простежується логіка «туризму із відповідальністю» — тобто моделей, де споживча поведінка туриста стає частиною системи забезпечення екологічних і соціальних стандартів. наголошують на тому, що постпандемічне відновлення туризму може бути не просто поверненням до попередніх трендів, а якісною зміною самої базової архітектури взаємодії DESTINACIЙ з ринками.

Окремий блок — міжкультурні комунікації як присутня, але недостатньо розроблена складова сучасних туристичних студій. У публікаціях Ф. Бацевича [5], О. Бойчука [6], О. Гутиряк [7], Б. Слющинського, О. Стаднік, С. Щербини [8], а також В. Аксьонової [9]. розкрито теоретичні засади міжкультурної взаємодії та інтерпретації смислів у транскордонному середовищі. Водночас проблематика трансформації міжнародного співробітництва у сфері туризму в постпандемічний період — зокрема у контексті переходу до стійких моделей розвитку та інтеграції міжкультурного діалогу як невід'ємного елементу цього процесу — досі не отримала належного висвітлення ні у вітчизняних, ні у зарубіжних наукових дослідженнях.

Мета дослідження - аналіз форматів міжнародного співробітництва, реалізованих в Італії у постпандемічний період, в контексті переходу до сталих моделей розвитку туризму й посилення міжкультурного діалогу, визначення можливостей адаптації цих підходів для перспективної моделі повоєнного відновлення туристичного сектору України.

Виклад основного матеріалу. Пандемія COVID-19 стала безпрецедентним шоком для туристичної галузі Італії, яка до 2019 року забезпечувала близько 13% ВВП країни [10] і мала одні з найвищих показників в'їзного туризму в Європі. Через суворі обмеження на пересування та зупинку значної частини інфраструктури гостинності вже в 2020 році обсяг туристичних потоків скоротився майже на 60%, а падіння іноземного туризму перевищило 70% [11] (рис.1).

Найбільше постраждали далекомагістральні ринки, круїзна індустрія, гірськолижні курорти та великі культурні міські центри — зокрема Венеція, Мілан, Флоренція, Рим.

Водночас внутрішній туризм відіграв ключову компенсаторну роль: населення змістило попит на відпочинок у межах країни, надаючи перевагу безпечнішим, «ближчим» DESTINACIЯM — горам, озерам, природним ландшафтам, кемпінгам та агротуризму. Це стало каталізатором переорієнтації на моделі низької щільності та сталі практики. На тлі державної підтримки (податкові пільги, гранти, кредитні гарантії) сектор продемонстрував відносно високу адаптивність та поступове відновлення — у 2021 році туристичний потік зріс на 31% порівняно з 2020 роком [13].

Таким чином пандемія не лише спричинила глибоке падіння туристичних доходів, але й прискорила трансформацію туристичної політики Італії в напрямі постпандемічних стратегій сталості, безпеки, регіонального вирівнювання та переоцінки міжнародного співробітництва. Формується нова модель: інтернаціоналізація туризму — але з сильнішим акцентом на безпечний досвід, локальні мережі, міжкультурний діалог та диверсифікацію ринків.

Після завершення пандемії COVID-19 туризм Італії перейшов у фазу структурного відновлення з поступовим виходом на рівні, вищі за докризові значення. Це підтверджують офіційні статистичні дані, згідно з якими у 2023 році кількість прибуттів до засобів розміщення в країні перевищила показник 2019 року на 3 млн осіб (+2,3%), а кількість туристів — на 14,5 млн (+3,3%). Водночас у порівнянні з 2022 роком приріст становив +16 млн прибуттів (+13,4%) та понад +39 млн ночівель (+9,5%) [14]. Така динаміка підтверджує не лише відновлення мобільності, але й переорієнтацію попиту на «якісні подорожі» з довшою тривалістю перебування, що є характерною ознакою постпандемічної поведінки туристів ЄС.

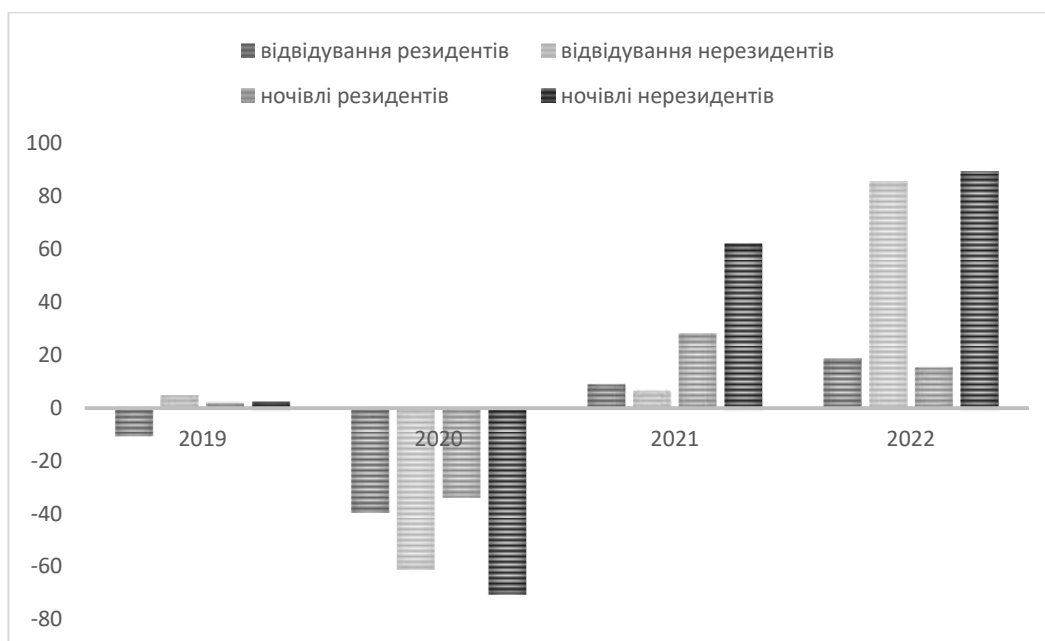


Рисунок 1. - Динаміка туристичних потоків 2019-2022 рр. (% до попереднього року).

Джерело складено авторами на основі [12].

Посилення економічного впливу туристичного сектору спостерігається і через зростання доходів від індустрії гостинності: 36,6 млрд євро в 2023 р. та 41,2 млрд євро — за попередніми оцінками у 2024 р. [14]. З точки зору міжнародної конкурентоспроможності Італія утримує другу позицію в Європі за кількістю іноземних туристів та демонструє один із найвищих темпів приросту тривалості їх перебування (+15%) [14]. Це означає зміну структури витрат: мандрівники витрачають більше — проте рідше обирають багаторазові короткі поїздки. З 85,7 млн іноземних туристів у 2023 році, близько 15 млн перебували в країні у бізнес-цілях, майже 35 млн — у рекреаційних, і понад 11 млн — для відвідин родичів та друзів [14]. У 2023 році на відпочинок іноземці витратили 32 млрд євро, що становило 62,2% від усіх туристичних витрат (+21% до 2022 року) [14]. Це характеризує структурну домінацію рекреаційного туризму як ключового драйвера доходності галузі.

У 2024 році загальний туристичний потік зріс ще на 2,5% (до 458 млн осіб), зокрема за рахунок +6,8% прибуттів іноземних туристів, що компенсувало падіння внутрішнього туризму на 2,2%, спричинене інфляцією, зниженням купівельної спроможності італійців та реалізацією «відкладеного попиту» на закордонні поїздки [14]. Сегментаційний аналіз

показує, що ключовими генераторами потоків є туристи з Німеччини (61 млн) та США (15 млн) [14], а пріоритетами вибору є: відпочинок (63,7% туристів), культурно-мистецькі центри (46,8%), морські узбережжя (17,3%) та гірські місцевості (12,3%). Геопросторова концентрація попиту залишається надзвичайно високою: лише Рим у 2024 році прийняв майже 27 млн туристів (6,4% національного обсягу) [14]. Серпень 2024 року став рекордним для країни — доходи від туризму сягнули 7,5 млрд євро, а кількість туристів у 7 разів перевищила населення Італії [14].

Однак, економічне зростання не є синонімом

сталості. Постпандемічне відновлення виявило приховані системні дисбаланси попередніх десятиліть: нерівномірність розподілу туристичних потоків між регіонами та всередині дестинацій, перевантаження однотипних “масових” точок тяжіння, зростання навантаження на природні та культурні ресурси. Для Італії наявність такого дисбалансу дедалі частіше означає загрозу сталому розвитку територій та втрату аутентичності. Показовим є співвідношення: на 15% муніципалітетів припадає 86% усіх туристів, а 70% іноземних прибуттів концентруються на 1% площі країни [15].

Саме в цьому контексті феномен овертуризму — термін уперше запропонований Рафатом Алі у 2016 р. [16] — з «медійного» поняття перетворився на реальну економічну проблему. Його наслідки в Італії вже є системними: деградація інфраструктури, комерціалізація історичних кварталів, зростання вартості оренди через Airbnb, транспортні колапси, деградація ремісничих традицій, витіснення населення із центрів міст, а нерівномірний розподіл вигод призводить до ситуації, коли туристична індустрія генерує великі прибутки, але не для територій, а для транснаціонального капіталу.

Отже, постпандемічне відновлення туризму Італії є не просто поверненням обсягів, а переходом у фазу, де зростання стало тригером загострення кризових точок. Це свідчить про необхідність переосмислення парадигми розвитку: від екстенсивних моделей нарощування кількості до інтенсивних моделей регульованого зростання, із фокусом на захисті культурної спадщини, сталому управлінні потоками та інтервенціях у перенавантажені дестинації.

Постпандемічне відновлення змінило не лише масштаби міжнародних туристичних потоків, а й характер глобальної координації у сфері туризму. Якщо до COVID-19 співпраця держав і міжнародних організацій здебільшого була орієнтована на зростання

ринків, маркетингову капіталізацію брендів DESTINACIÓ та конкуренцію за туристів, то після пандемії акценти змістилися. Нові формати взаємодії дедалі більше базуються на спільній відповідальності за стійкість розвитку, управління ризиками, безпеку мандрівника, збереження культурної автентичності та підтримку ціннісного міжкультурного діалогу.

Це означає, що міжнародне співробітництво у туризмі перестає бути лише інструментом просування — і перетворюється на платформу узгодження стандартів, політик та розвитку компетенцій, спрямованих на баланс між економічними ефектами, екологічною стійкістю та якістю міжкультурної взаємодії. Саме в цьому контексті сформувалися основні прояви трансформації, які виявилися після COVID-19 — від нових механізмів регуляторної гармонізації до інвестицій у «зелені» інновації та культурну дипломатію як інструмент відбудови довіри.

Слід зазначити, що міжнародне співробітництво та координація зусиль європейських країн стало одним з визначальних факторів відновлення світової туристичної галузі. Насамперед, воно було спрямовано на регуляторну гармонізацію та розробку інструментів для безпечних поїздок. Одним з таких технічних рамочних інструментів, спрямованих на відновлення свободи пересування в межах Шенгену, стала запроваджена ВООЗ 1 липня 2023 року система цифрової сертифікації ЄС щодо COVID-19, до якої негайно приєдналась Італія. Digital COVID Certificate (вакцинація/тест/видужання) став прикладом регіональної координації стандартів для міжнародних подорожей [17]. Подібні домовленості між державами і «пул» взаємно визнаних сертифікатів значно знизили невизначеність у період відкриття кордонів і прискорили відновлення турпотоків.

Важливим напрямом міжнародного співробітництва Італії у сфері туризму є фінансова координація з іншими країнами та наднаціональними інститутами, що спрямована на підтримку «зеленого» та цифрового переходу, а також зміцнення міжкультурної взаємодії. У цьому контексті показовим є Європейський пакет відновлення на 2021–2027 рр. — Italian Recovery and Resilience Plan (PNRR / Next Generation Italia), який було розроблено як результат багатосторонньої взаємодії Італії та ЄС [18]. Погодження і фінансування PNRR у межах механізму NextGenerationEU закріпило курс Італії на інтеграцію в наднаціональні механізми управління постпандемічним відновленням та відобразило зміщення акценту від виключно національних політик до спільних європейських рамок розвитку.

PNRR містить окремі інвестиційні компоненти, що безпосередньо стосуються туристичної сфери (зокрема «Tourism and Culture 4.0»), що підтверджує стратегічний статус туризму у системі економічного відновлення. Особливістю цієї програми є чітка орієнтація на сталість: цифровізація малого і середнього туристичного бізнесу, «зелені» механізми модернізації готельної інфраструктури, підвищення енергоефективності туристичних об'єктів, оновлення культурних ресурсів. Це означає, що ціль PNRR виходить за межі простого повернення сектору до параметрів 2019 р.; натомість йдеться про структурний

перехід до моделей низького екологічного навантаження (low-impact tourism).

Крім того, PNRR посилює міжнародний діалог у туризмі через адаптацію до спільних європейських стандартів — зелених сертифікацій, декарбонізаційних підходів до мобільності, цифрових стандартів обміну даними, ESG-критеріїв. Ідеться не лише про «м'які» форми культурної дипломатії, а про імплементацію «жорстких» інституційних інструментів — єдиних правил, індикаторів, метрик, що забезпечують порівнюваність та узгодженість рішень.

Отже, PNRR виступає не просто фінансовою програмою, а інституційним механізмом переосмислення розвитку туризму: міжнародне співробітництво (EU governance, узгодження з рекомендаціями OECD, імплементація методичних рамок UNWTO) перетворюється на інструмент трансформації сектору — з моделі «зростання заради зростання» до моделі зростання, що зберігає природне середовище та підтримує міжкультурний баланс. Для Італії це означало можливість запуску проєктів, які підвищують стійкість туристичної системи, сприяють розвитку міжнародних партнерств та формують нові стандарти якості у сфері туризму [19].

Ключовими центрами збору й поширення політик постпандемічного відновлення, рекомендацій щодо відновлення авіації, безпечного відкриття кордонів та стимулювання регіонального туризму в постпандемічний період, стали Міжнародні організації — насамперед UNWTO та OECD. Їхня координаційна роль забезпечила можливість італійському уряду синхронізувати рішення з урядами інших країн та організаціями, що посилює ефективність антикризового управління галуззю, сприяло уніфікації підходів до сталого розвитку та міжкультурної інтеграції..

Італія з 1978 року є членом Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) і неодноразово входила до її Виконавчої ради. Країна долучалася до розробки Глобального кодексу етики туризму та приймала в Римі Центр його промоції. У 2022 році Італія виступила господарем двох значущих міжнародних подій UNWTO — Глобального саміту молодіжного туризму в Сорренто та Глобальної конференції з винного туризму в Альбі [20].

., що мало концептуальне значення в контексті переорієнтації на більш сталі моделі розвитку туризму. По-перше, молодіжний туризм розглядається UNWTO як драйвер соціальних інновацій та промоутер міжкультурного обміну, оскільки саме молоді покоління демонструють більшу чутливість до питань етичного споживання, збереження спадщини, «відповідальної мобільності» та низьковуглецевих практик подорожування. Фактично, через молодіжний сегмент Італія інституційно підсилює вектор на формування нової культури подорожей — орієнтованої не лише на відвідування, а на співучасть, взаємодію та культурну інтеграцію.

По-друге, винний туризм є однією з найбільш сталих форм тематичного туризму, який поєднує локальні ландшафти, гастрономічну спадщину, сільські території, креативні індустрії, фермерство та агротуризм — а отже напряму підтримує регіональний

розвиток, циркулярну економіку та збереження культурних ландшафтів (у т.ч. захищених як об'єкти UNESCO). Італія, маючи *винні регіони світового значення*, використала цю подію як платформу для просування моделі туризму «beyond the city cores» — тобто диверсифікації потоків за межі Риму, Флоренції та Венеції й зняття тиску з перенавантажених урбаністичних дестинацій.

Отже, участь Італії у проведенні цих заходів не була лише іміджевою. Це було демонстрацією стратегічної настанови на:

- перерозподіл туристичних потоків у бік регіонів;
- стимулювання локальних економік;
- збереження культурних ландшафтів;
- інтеграцію молоді як суб'єкта сталого туризму, а не лише споживача

Таким чином, обидві події стали не тільки внеском у глобальний діалог UNWTO, а й інструментом внутрішньої політики Італії щодо зміцнення міжкультурних зв'язків та формування довгострокової моделі туристичного розвитку, яка узгоджена із принципами сталості.

Пандемія продемонструвала потребу у швидкому, стандартизованому обміні даних (про потоки, здоров'я, завантаження інфраструктури). Це підштовхнуло країни і міжнародні агенції до інвестування у вдосконалення туристичної статистики, цифрові платформи для моніторингу й системи раннього попередження. У випадку Італії — посилена співпраця між Італійським національним інститутом статистики (далі – ISTAT), регіонами, Міністерством туризму й міжнародними партнерами, а також ініціативи ОЕСР/ООН щодо покращення даних [21]. Саме вона стала ключовим інструментом для *доведення на емпіричному рівні* масштабів просторової концентрації туризму, що є базовим фактором виникнення овертуризму.

Регулярні обстеження ISTAT щодо національного та іноземного туризму, диференційовані по територіях, цілях прибуття, тривалості перебування та щільності прибуттів на одиницю площі, дозволили Італії не тільки ідентифікувати критичні точки перенавантаження (Венеція, Флоренція, Чінкве-Терре), але й обґрунтувати для OECD *необхідність переорієнтації політик* з «туристичного зростання» на «територіально збалансоване зростання». У результаті саме статистичний модуль Італії став одним із аргументів для OECD щодо розробки рекомендацій 2023–2024 рр. про диверсифікацію потоків та підтримку регіонів, які є недостатньо освоєними туристично (under-tourism zones).

Таким чином, статистика в цьому випадку виступає не лише інструментом вимірювання, а й механізмом управління — тобто дані ISTAT стали основою для прийняття регуляторних рішень щодо обмеження денних в'їздів у Венецію, введення квот у пікові періоди та перерозподілу маркетингових бюджетів на користь малих міст і локальних культурних ландшафтів.

Більше того, цей підхід створює потенційно новий формат міжкультурного діалогу — не декларативного, а операційного: адже через дані (data-driven governance)

локальні громади стають не лише носіями культурної спадщини, а *учасниками процесу ухвалення політик*. Це означає, що взаємодія між туристами і приймаючою спільнотою перестає бути спонтанною — вона підпорядковується стратегічним моделям сталого управління, де культура не «споживається», а *підтримується, репрезентується і відтворюється* за участю самих носіїв.

Отже, участь Італії в Комітеті OECD та її статистичний досвід ISTAT — це не лише технічний внесок у міжнародне співробітництво, а й важливий концептуальний внесок у переосмислення глобальної моделі туризму: від експансійного зростання — до evidence-based sustainability.

Важливим напрямом міжнародного партнерства є взаємодія з Радою Європи. Підписання у 2021 році UNWTO та Ради Європи меморандуму про співпрацю в межах програми «Культурні маршрути» створило додаткові можливості для реалізації спільних проєктів в Італії, спрямованих на інтеграцію культурної спадщини та сучасних практик сталого туризму. Одним із таких прикладів став Фінікійський маршрут [22], який об'єднує середземноморські території та акцентує увагу на міжцивілізаційних зв'язках регіону.

Розширення участі Італії у програмі «Cultural Routes of the Council of Europe» також включає низку інших міжнародних маршрутів, що проходять через її територію, зокрема: «Via Francigena», «Routes of the Olive Tree», «Iter Vitis – винні культурні маршрути», «Via Romea Germanica». Ці маршрути є не лише туристичними продуктами, але й платформами міжнародного діалогу — вони об'єднують країни-учасниці через спільні дослідницькі, реставраційні, освітні та промоційні ініціативи. Завдяки цьому культурний туризм позиціонується як інструмент підтримки локальної ідентичності у глобальному контексті, а туристичні маршрути стають засобом не споживання, а інтерпретації й переосмислення європейської спадщини.

Така співпраця Італії з Радою Європи у форматі «культурних маршрутів» зміцнює її роль як активного учасника європейської політики сталого туризму: ці проєкти сприяють диверсифікації туристичного попиту, розвитку «slow tourism», підтримці периферійних територій та їх економічній реанімації, а також формуванню культурної емпатії та міжкультурних зв'язків між туристами й локальними спільнотами. В результаті міжнародне партнерство не обмежується «обміном практиками», а стає інструментом довгострокової трансформації підходів до розвитку туризму — від простору масового відвідування до простору культурного діалогу та сталого управління ресурсами.

Міжнародна співпраця реалізується також на рівні бізнесу та державно-приватного партнерства. Італійські туристичні агенції та регіони виступають ініціаторами проведення спільних маркетингових кампаній, виступають в якості організаторів та учасників світових виставок. Зокрема, під егідою Урядової туристичної ради Італії (далі ENIT) лише за червень-вересень 2024 року відбулось понад 4000 концертів, фестивалів, конференцій та спортивних заходів, які відвідало понад 28 мільйонів туристів, як

національних, так і міжнародних. Загалом, щороку в Італії проводиться 20 тис. фестивалів, які відвідують 48 млн. людей, переважно молодь (31 %) та сім'ї (45 %). Каталізаторами туризму є приблизно 290 спортивних заходів, на рік (понад 17 млн учасників), 2000 музичних вистав (понад 5 млн відвідувачів). 4,5 млн глядачів відвідало у 2024 році концерти. Щорічно в Італії проходить понад 800 фестивалів та 100 виставок в яких, в середньому бере участь близько, які залучили цього року 3,7 та 1,7 млн учасників, відповідно. За даними ENIT, понад 4000 концертів, фестивалів, конференцій та спортивних подій у період з червня по вересень 2024 року мають привабити понад 28 млн відвідувачів, як національних, так і міжнародних [23].

Однак постпандемічна трансформація не обмежилася лише офлайн-формами — саме криза COVID-19 стала каталізатором появи нових форматів культурної взаємодії, включно з онлайн-співпрацею та гібридними моделями культурної дипломатії. У цей період культурні установи та музеї посилили міжнародні партнерства (цифрові експозиції, спільні онлайн-проекти, дистанційні культурні програми), що дозволило підтримувати міжкультурні комунікації навіть за умов обмеженого фізичного пересування. Водночас ці практики продовжують застосовуватися й сьогодні як додатковий канал просування DESTINACIЙ та розширення присутності Італії у глобальному культурному просторі (що підтверджують тематичні кейси ENIT та міжнародних виставок).

Ще одним прикладом нової якості міжнародної співпраці туристичного сектора Італії став, запущений у липні 2020 року, у межах програми COSME / EU, що фінансується ЄС, проект EU ECO-TANDEM з підтримки малого й середнього бізнесу у переході до екологічно відповідальних моделей [24]. Центральна ідея проекту — створення «тандемів» між туристичними бізнесами та інноваційними екологічними стартапами з реалізації «зелених» рішень

(зниження вуглецевого сліду, енергетична ефективність, еко-продукти тощо), а також поширення нових компетенцій через тренінги, менторство, інноваційні акселераційні модулі та міжнародні мережі. Для країни це стало інструментом конкретної підтримки малих і середніх підприємств, які переважають на італійському туристичному ринку, та реальним механізмом впровадження «зеленої» трансформації в їх операційну діяльність.

ECO-TANDEM став прикладом працюючої моделі міжнародного співробітництва, у якій інструментарій ЄС (фінансування, коучинг, методики оцінки сталості, екологічної сертифікації тощо) стали засобом зміни бізнес-поведінки у туристичному секторі Італії. Проект сприяв формуванню єдиного словника «сталого туризму» між країнами-учасницями, підтримав міжкультурний діалог через спільні тренінги й практики peer-learning, та інтегрував Італію у ширший європейський дискурс post-COVID відновлення, де пріоритетом є не повернення до pre-COVID моделі масового туризму, а перехід до «low-impact» та культурно чутливих моделей зростання.

Таким чином (див. рис. 2), міжнародне співробітництво постає не як зовнішній фон, а як системний драйвер зміни самої логіки розвитку туризму: відновлення після пандемії не повертає Італію до доковідних практик, а переводить галузь у режим структурного переформатування, де політика ЄС, проектні взаємодії та стандартизовані практики формують єдину траєкторію сталого зростання. Стратегічне фінансування та регуляторні рамки Євросоюзу задають орієнтири й параметри, в яких індустрія перебудовує свої бізнес-моделі; міжнародні проекти етапують цей перехід у прикладні інструменти та протоколи роботи на рівні підприємств і територій; а стандарти сталості та міжкультурної взаємодії інтегрують ці зміни у глобальні мережі й практики взаємного визнання.

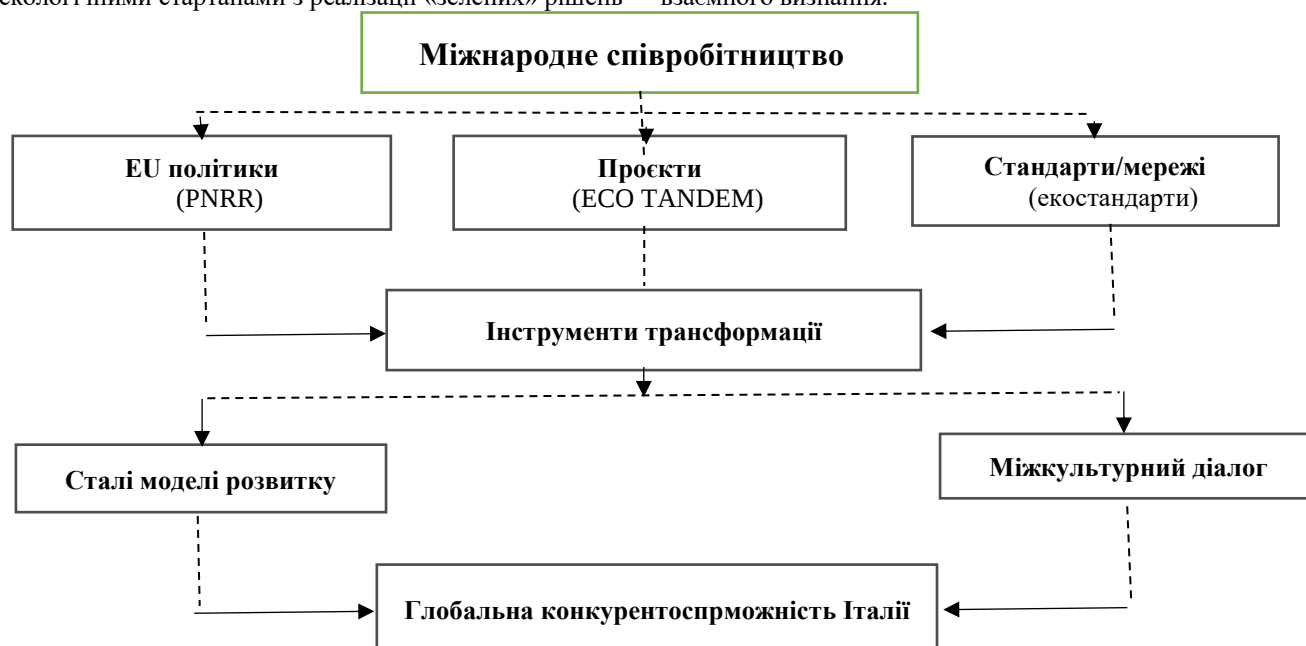


Рисунок 2. – Механізм постпандемічної трансформації туризму Італії під впливом міжнародного співробітництва

Джерело складено авторами

Таким чином, взаємодія Італії із зовнішніми партнерами стає механізмом трансформації — міжнародна кооперація «перекладає» політичні рішення у нові правила функціонування туристичної галузі, а ці правила, у свою чергу, забезпечують стійкість, екологічну відповідальність та зміцнення міжкультурного діалогу як природний (а не декларативний) результат переформатування туристичної системи. Постпандемічна трансформація міжнародного співробітництва в туризмі — це перехід від ситуативних, розрізнених реакцій до більш системної, багаторівневої координації: регуляторна уніфікація, фінансова інтеграція (відновлення й «зелена» модернізація), цифрова взаємодія та спільні маркетингові й сталі ініціативи. Цей комплексний підхід підвищує готовність галузі до майбутніх шоків і створює простір для міжнародного партнерства, орієнтованого не лише на відновлення обсягів, але й на стійкість і якість туристичного розвитку.

Висновки. Проведений дає змогу зробити висновок, що пандемія стала не лише точкою обвалу для італійського туризму, а й моментом стратегічного перезавантаження. Після різкого падіння попиту відбулося повернення сектору до зростаючих траєкторій, однак відновлення вже не копіює довоєнні моделі: приріст туристичних обсягів супроводжується розширенням ролі регуляторної координації, розвитком партнерств на наднаціональному рівні та поглибленням уваги до просторового балансу, культурних ландшафтів і впливу на місцеві громади. Динаміка останніх років підтвердила, що пріоритет переходить від «кількості туристів» до «якості туристичного досвіду» і керованості потоків.

Ключовим чинником стали міжнародні інструменти — від механізмів відновлення ЄС до діяльності UNWTO та OECD. Спільні рамкові рішення (стандарти, сертифікації, підтримка цифровізації і декарбонізації) фактично сформували нову логіку інтернаціоналізації: не конкурентна боротьба за потоки, а узгоджене управління ризиками й ресурсами. У цьому контексті Італія демонструє готовність використовувати міжнародне співробітництво як важіль для внутрішніх змін — підтримки МСП, регіонів поза масовими центрами, впровадження низьковуглецевих технологій та переорієнтації туристичних моделей у бік місцевих економік.

Таким чином, постпандемічна траєкторія італійського туризму — це не просто відновлення показників, а перехід до більш складної, багаторівневої архітектури управління, де економічне зростання розглядається як допустиме лише за умови збереження культурної автентичності, екологічної обмеженості та рівноважного просторового розподілу. Власне, ця інституційна зміна підходів і є головним результатом: COVID-19 став рамкою, що перевела італійський туризм з моделі експансії — у модель контрольованої, доказової та партнерської сталості

Список літератури

1. Харченко О. В. Туристичний простір як складова організації економіки регіону. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 5. С. 253–260. URL: <https://surl.li/yrvcuv> (дата звернення: 29.03.2024).
2. Корсак Р. В., Годя І. М. Міжнародна співпраця України та ЄС у сфері туризму та гостинності. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи*. Т. XVII. Конін – Ужгород – Перемишль – Миколаїв: Посвіт, 2024. С. 230–232. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/66614> (дата звернення: 29.03.2024).
3. Соловій І. П., Адамовський О. М., Дубовіч І. А. Сталій туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. URL: <file:///C:/Users/news/Downloads/2433-Текст%20статті-2347-2-10-20230613.pdf> (дата звернення: 29.03.2024).
4. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. Сталій розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 211 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20754/1/tyruzsm_2022.pdf (дата звернення: 29.03.2024).
5. Бачевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ : Довіра, 2007. 205 с. URL: <https://surl.li/mqzwie> (дата звернення: 29.03.2024).
6. Бойчук В. С. Дефініційний аналіз феномену міжкультурної комунікації. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота*. 2022. Вип. 2 (51). С. 28–31. URL: <file:///C:/Users/news/Downloads/267562.pdf> (дата звернення: 29.03.2024).
7. Гутиряк О. Міжкультурна комунікація: до визначення поняття. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 47, т. 2. С. 205–208. URL: <https://surl.li/gwzhvf> (дата звернення: 29.03.2024).
8. Щербина С. С., Слющинський Б. В., Стаднік О. Ф. Міжкультурна комунікація як віддзеркалення культури суспільства сучасної України. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2021. Вип. 90. С. 55–65. URL: <http://soctech-journal.kpu.zp.ua/archive/2021/90/7.pdf> (дата звернення: 29.03.2024).
9. Аксьонова В. Міжкультурна комунікація як атрибут соціокультурної життєдіяльності суспільства. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2011. № 45. С. 128–140. URL: <https://surl.li/qqclcv> (дата звернення: 29.03.2024).
10. Turismo miniera d'oro italiana, pesa il 13% del Pil. AGI, 29.12.2020. URL: <https://surl.li/gzbpqd> (дата звернення: 29.03.2024).
11. EU tourism sector during the coronavirus crisis. URL: <https://surl.li/rdmbqn> (дата звернення: 29.03.2024).
12. Italy Tourism Statistics. Road Genius. URL: <https://roadgenius.com/statistics/tourism/italy/> (дата звернення: 29.03.2024).
13. Valentini M., Landi Hanno S., Recchia A., Pennini D., Sbaraglia M.N., Mazzà R. Il lavoro nel turismo italiano attraverso l'era COVID. *SL&A turismo e territorio*, 2024. 204 p. URL: <https://surl.li/oloqhy> (дата звернення: 29.03.2024).
14. Istituto Nazionale di Statistica. *Annuario statistico italiano 2024*. Roma: Istituto Nazionale di Statistica, 2024. 908 с. URL: https://www.istat.it/wp-content/uploads/2024/12/ASI_2024.pdf (дата звернення: 29.03.2024).
15. Doge M. I flussi turistici di massa e l'overtourism. Quali i problemi e come risolverli. *L'Albergo*, 02.08.2024. URL: <https://surl.li/gtlfmi> (дата звернення: 29.03.2024).
16. Russo M. Overtourism in Italia: come arginare l'emergenza e non perdere ricchezza. *BuoneNotizie.it*, 16.08.2024. URL: <https://surl.li/tlosbw> (дата звернення: 29.03.2024).
17. European Commission. EU Digital COVID Certificate. URL: <https://surl.li/cc/narmh> (дата звернення: 29.03.2024).
18. Italia. Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR / Next Generation Italia). Ministero dell'Economia e delle Finanze, 2020. URL: <file:///C:/Users/news/Downloads/PNRR%20Aggiornato.pdf> (дата звернення: 29.03.2024).
19. Recovery Fund. Italy Next Generation. URL: <https://surl.li/miucrp> (дата звернення: 29.03.2024).
20. Partecipazione ad organismi internazionali Organizzazione Mondiale del Turismo – UNWTO / UN Tourism. Ministero del

- Turismo, 2023. URL: <https://surl.li/gcywtl> (дата звернення: 29.03.2024)
21. OECD. Strengthening the tourism statistics and data system in Italy. OECD Tourism Papers, 2025-07-11. OECD Publishing, Paris. URL: <https://surl.li/gcknoa> (дата звернення: 29.03.2024)
 22. Itinerari culturali. Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT). URL: <https://www.coe.int/it/web/cultural-routes/world-tourism-organization> (дата звернення: 29.03.2024)
 23. ENIT. Estate 2024: oltre 4 mila eventi e 28 milioni di partecipanti trascinano il turismo. 17.06.2024. URL: <https://surl.li/xpvlje> (дата звернення: 29.03.2024)
 24. THE EU ECO-TANDEM CONSORTIUM PARTNERS. ECO-TANDEM. URL: <https://www.eu-ecotandem.eu/who-we-are> (дата звернення: 29.03.2024)
- References (transliterated)**
1. Kharchenko O. V. Turystychnyi prostir yak skladova orhanizatsii ekonomiky rehionu. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2020. № 5. S. 253–260. URL: <https://surl.li/yrvyvcv> (дата звернення: 29.03.2024).
 2. Korsak R. V., Hodia I. M. Mizhnarodna spivpratsia Ukrainy ta YeS u sferi turyzmu ta hostynnosti. Rozvytok suchasnoi osvity i nauky: rezultaty, problemy, perspektyvy. T. XVII. Konin – Uzhhorod – Peremyshl – Mykolaiv: Posvit, 2024. S. 230–232. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/66614> (дата звернення: 29.03.2024).
 3. Solovii I. P., Adamovskiy O. M., Dubovich I. A. Stalyi turyzm: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku v Ukraini. Ekonomika ta suspilstvo. 2023. Vyp. 50. URL: <file:///C:/Users/newas/Downloads/2433-Tekst%20statti-2347-2-10-20230613.pdf> (дата звернення: 29.03.2024).
 4. Pavlikha N. V., Tsybaliuk I. O., Savchuk A. Yu. Stalyi rozvytok turyzmu ta rekreatsii: suchasni vyklyky u perspektyvy dlia Ukrainy: monohrafiia. Luts'k: Vezha-Druk, 2022. 211 s. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20754/1/tyruzsm_2022.pdf (дата звернення: 29.03.2024).
 5. Batsevych F. S. Slovyk terminiv mizhkulturalnoi komunikatsii. Kyiv: Dovira, 2007. 205 s. URL: <https://surl.li/mqwzie> (дата звернення: 29.03.2024).
 6. Boichuk V. S. Definiitsiinyi analiz fenomenu mizhkulturalnoi komunikatsii. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya: Pedahohika. Sotsialna robota. 2022. Vyp. 2 (51). S. 28–31. URL: <file:///C:/Users/newas/Downloads/267562.pdf> (дата звернення: 29.03.2024).
 7. Hutyriak O. Mizhkulturalna komunikatsiia: do vyznachennia poniattia. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. 2022. Vyp. 47, t. 2. S. 205–208. URL: <https://surl.li/gwzhvf> (дата звернення: 29.03.2024).
 8. Shcherbyna S. S., Sliushchynskiy B. V., Stadnik O. F. Mizhkulturalna komunikatsiia yak viddzerkalennia kultury suspilstva suchasnoi Ukrainy. Sotsialni tekhnologii: aktualni problemy teorii ta praktyky. 2021. Vyp. 90. S. 55–65. URL: <http://sotech-journal.kpu.zp.ua/archive/2021/90/7.pdf> (дата звернення: 29.03.2024).
 9. Aksyonova V. Mizhkulturalna komunikatsiia yak atrybut sotsiokulturnoi zhyttiedialnosti suspilstva. Humanitarnyi visnyk ZDIA. 2011. № 45. S. 128–140. URL: <https://surl.li/qqclv> (дата звернення: 29.03.2024).
 10. Turismo miniera d'oro italiana, pesa il 13% del Pil. AGI, 29.12.2020. URL: <https://surl.li/gzbpqd> (дата звернення: 29.03.2024)
 11. EU tourism sector during the coronavirus crisis. URL: <https://surl.li/rdmbqn> (дата звернення: 29.03.2024)
 12. Italy Tourism Statistics. Road Genius. URL: <https://roadgenius.com/statistics/tourism/italy/> (дата звернення: 29.03.2024)
 13. Valentini M., Landi Hanno S., Recchia A., Pennini D., Sbaraglia M.N., Mazzà R. Il lavoro nel turismo italiano attraverso l'era COVID. SL&A turismo e territorio, 2024. 204 p. URL: <https://surl.li/oloqhy> (дата звернення: 29.03.2024)
 14. Istituto Nazionale di Statistica. Annuario statistico italiano 2024. Roma: Istituto Nazionale di Statistica, 2024. 908 c. URL: https://www.istat.it/wp-content/uploads/2024/12/ASI_2024.pdf (дата звернення: 29.03.2024)
 15. Doge M. I flussi turistici di massa e l'overtourism. Quali i problemi e come risolverli. L'Albergo, 02.08.2024. URL: <https://surl.li/gtlmfi> (дата звернення: 29.03.2024)
 16. Russo M. Overtourism in Italia: come arginare l'emergenza e non perdere ricchezza. BuoneNotizie.it, 16.08.2024. URL: <https://surl.li/tlosbw> (дата звернення: 29.03.2024)
 17. European Commission. EU Digital COVID Certificate. URL: <https://surl.li/cc/narrmh> (дата звернення: 29.03.2024)
 18. Italia. Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR / Next Generation Italia). Ministero dell'Economia e delle Finanze, 2020. URL: <file:///C:/Users/newas/Downloads/PNRR%20Aggiornato.pdf> (дата звернення: 29.03.2024)
 19. Recovery Fund. Italy Next Generation. URL: <https://surl.li/miucrp> (дата звернення: 29.03.2024)
 20. Partecipazione ad organismi internazionali Organizzazione Mondiale del Turismo – UNWTO / UN Tourism. Ministero del Turismo, 2023. URL: <https://surl.li/gcywtl> (дата звернення: 29.03.2024)
 21. OECD. Strengthening the tourism statistics and data system in Italy. OECD Tourism Papers, 2025-07-11. OECD Publishing, Paris. URL: <https://surl.li/gcknoa> (дата звернення: 29.03.2024)
 22. Itinerari culturali. Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT). URL: <https://www.coe.int/it/web/cultural-routes/world-tourism-organization> (дата звернення: 29.03.2024)
 23. ENIT. Estate 2024: oltre 4 mila eventi e 28 milioni di partecipanti trascinano il turismo. 17.06.2024. URL: <https://surl.li/xpvlje> (дата звернення: 29.03.2024)
 24. THE EU ECO-TANDEM CONSORTIUM PARTNERS. ECO-TANDEM. URL: <https://www.eu-ecotandem.eu/who-we-are> (дата звернення: 29.03.2024)

Надійшла (received) 19.12.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Кочума Інна Юрійвна (Kochuma Inna) – кандидат економічних наук, доцент, Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, м. Черкаси, Україна. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4416-3333>, тел.: (067) 473-71-31; e-mail: innkoc@gmail.com.

Красномовець Вікторія Анатоліївна (Krasnomovets Viktoriia) – кандидат економічних наук, доцент, Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, м. Черкаси, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5806-8348>; тел.: (093) 100-43-99, e-mail: krasnomovets_v_a@ukr.net