

ESTATE 2013, ANCORA UN ANNO ALL'INSEGNA DELLA CRISI PER IL TURISMO MONTANO

Secondo l'analisi di **Trademark Italia** e dell'Osservatorio Turistico della Montagna il calo medio si attesta all'8%. Tiene l'Alto Adige

L'estate 2013 per la montagna italiana sarà ancora all'insegna della crisi, con cali generalizzati medi attorno all'8% e con punte fino al 12%. I tagli alla capacità di spesa delle famiglie si faranno sentire consistentemente anche sul turismo, specie sulle località che maggiormente dipendono dalla clientela nazionale. Diversamente, per realtà dove le presenze straniere sono rilevanti (ad esempio, l'Alto Adige), il calo sarà decisamente meno consistente, con possibilità di segnali positivi.

Le tendenze della vacanza 2013 sono essenzialmente tre: il prezzo, il web e la natura. Il prezzo fa la parte del leone: vince l'offerta che ha il migliore rapporto prezzo/qualità con spesa contenuta, anche se tale esigenza cozza ancora con una forte concentrazione delle ferie (il 50%) nel mese di agosto. Il web diventa sempre più determinante nell'orientare le scelte sulla destinazione dei vacanzieri: blog, siti specializzati e non contribuiscono a indirizzare i consumatori sulle scelte delle località di vacanza. Da non trascurare la fetta sempre più ampia di coloro che preferiscono la natura alpina e appenninica rispetto al chiasso e alla confusione delle spiagge marine.

Oltre l'84% degli operatori segnala un calo delle presenze della clientela italiana, mentre 4 operatori su 10 attendono stabilità o crescita di quelle straniere. Cresce la domanda di soggiorni brevi (il classico fine settimana lungo) e di servizi aggiuntivi, ad iniziare dalla disponibilità dell'accesso ai servizi internet, meglio se gratuiti.

Quanto alla tendenza delle presenze turistiche, tutte le regioni montane italiane fanno segnare un andamento negativo degli indici previsionali.