

Ospitalità tra mare e montagna

Gli aspetti fondamentali per la buona riuscita della vacanza

Cortesìa e ospitalità: questa la ricetta vincente che nel 2009 ha permesso all'Italia di aggiudicarsi le preferenze dei viaggiatori. In particolare, gran parte del merito l'ha avuto la qualità dell'offerta enogastronomica, mentre la montagna è stato il prodotto più apprezzato. A tirare le conclusioni è un'indagine campionaria sulla "Customer care dei turisti in Italia" (Ont su dati **Unioncamere-Isnart**), riferita appunto allo scorso anno. In pratica, per il 52,2% degli intervistati, al primo posto vengono cortesìa e ospitalità della gente del luogo, aspetti fondamentali per la buona riuscita della vacanza.

Seguono poi la qualità del mangiare e del bere (46,3%), che diventano peraltro un fattore di prima importanza per chi sceglie di soggiornare in città d'arte o in località del turismo verde, oggi oltretutto un filone in netta crescita. Ma non basta. Perché nell'ottica di un'offerta turistica che punta a offerte di qualità e a una selezione attenta di tutte le attività collaterali, ecco che la qualità ha mille sfaccettature. Così, ad incidere sul giudizio del viaggio è la qualità degli alloggi, importantissima per 29,5% degli intervistati, soprattutto nel caso di turisti connazionali. Inversione di tendenza invece per i viag-

giatori stranieri, che prestano maggiore attenzione all'offerta culturale e ai prezzi. Volendo fare una classifica delle mete di maggiore appeal sul viaggiatore, in termini di valutazione dei singoli prodotti turistici, è la montagna a ottenere il voto più alto (8,4 su 10). Viene marcata stretta però dalle località verdi dell'entroterra (8,2), dalle città e località termali (entrambe 8,1) e dalle località balneari e lacuali a pari merito (7,9).

Se per i viaggiatori italiani e per gli stranieri extra-Ue è la montagna a ricevere il giudizio migliore, rispettivamente con 8,4 e 9,2 su 10, per i turisti stranieri Ue sono le località del turismo rurale ad avere il voto maggiore (9,2). L'indagine dell'Osservatorio nazionale del turismo non si ferma qui, anzi continua con un'analisi dettagliata dei prodotti turistici nazionali e dei comportamenti dei mercati di riferimento. In sintesi, ne viene fuori che il turismo balneare è il primo prodotto della destinazione Italia per numero di presenze turistiche (33%), seguito dal turismo culturale (27,2%) e da quello montano (17,6%).

