

Turismo: città d'arte e montagna per vacanze di Capodanno

Non solo neve, ma anche cultura e divertimento: Roma e le città d'arte – con Torino in seconda posizione – affiancano le località di montagna come destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze di fine d'anno. Anche tra le mete all'estero spopolano Paesi di antica tradizione culturale: Francia, Spagna e Regno Unito. Sono le principali indicazioni dell'indagine sulle prenotazioni condotta dall'Osservatorio nazionale del Turismo, istituito per iniziativa del ministro Michela Vittoria Brambilla. Rispetto al 2009, cresce la percentuale di vacanze prenotate in montagna (43,1 per cento del totale), con preferenza per l'arco alpino tra Lombardia, Alto Adige e Piemonte, seguiti dalle Dolomiti venete, mentre si conferma la buona performance delle città d'arte grandi e piccole (29,1 per cento). Tra le prime cinque città preferite dagli italiani Roma stacca le concorrenti con il 6,3 per cento delle prenotazioni ed è seguita da Torino (un 2,2 per cento che premia il buon lavoro svolto prima e dopo i Giochi olimpici invernali del 2006), Milano (2,1), Firenze (2) e Venezia (1,3). Assisi, Brescia, Siena e Perugia aprono la classifica delle città "minori" più ambite. Nel complesso i dati consuntivi provvisori su tutto l'anno consentono fin d'ora di affermare che il turismo delle città d'arte, grandi e piccole, è stato, soprattutto grazie all'apporto dei visitatori stranieri, il prodotto di gran lunga più dinamico del 2010 (+ 5 per cento). Per quanto riguarda le località di montagna, quelle predilette dai clienti italiani sono Champoluc, Merano, Bolzano e Clusone. Chi ha deciso di andare all'estero si è orientato per lo più verso la Francia (17,9 per cento), la Spagna (14,8) e il Regno Unito (10,3).

"Per i viaggiatori italiani e stranieri – commenta il ministro del Turismo, on. Michela Vittoria Brambilla – le città d'arte si confermano prodotto di fortissimo appeal. L'incremento del 5 per cento, registrato in un anno di difficile congiuntura economica, rappresenta davvero un importante risultato, che si spiega in buona parte con il grande impegno di promozione all'estero messo in campo dall'unità di missione per il rilancio dell'immagine dell'Italia" e dalla nostra agenzia Enit. Questi dati ci incoraggiano quindi a proseguire sulla strada, già intrapresa, di una più intensa ed efficace promozione anche dei capoluoghi non compresi nel tradizionale "grand Tour", che possono dare un forte contributo allo sviluppo dei nostri itinerari culturali. E al tempo stesso premia i nostri sforzi volti allo sviluppo di un turismo che possa essere protagonista tutto l'anno, nella direzione della necessaria destagionalizzazione del settore che con grande impulso stiamo perseguendo".

30 dicembre 2010

<http://www.ilgiornaledipachino.com/>