

Turismo "verde", radiografia di una nicchia in crescita

Sempre di più in Italia si sta riscoprendo un turismo "bucolico", dove il contatto con la natura sembra essere il fattore determinante nella scelta della meta. I dati dell'Isnart, Istituto nazionale ricerche turistiche, per il 2013, parlano di un flusso di 29 milioni di presenze per quello che dagli addetti ai lavori è definito "turismo verde". In questo ambito, ogni turista ha generato una spesa media di circa 72 euro, per un impatto economico complessivo di 2,4 miliardi di euro. Le camere di agriturismo e altre strutture ricettive legate al mondo del verde e della natura hanno registrato lo scorso anno una media di occupazione pari al 36,9%, con un picco del 64,4% nel mese di agosto.

La scelta di destinazioni di interesse naturalistico come meta dei propri soggiorni è associata al 3,7% dei turisti italiani. Le motivazioni sono legate principalmente alla volontà di assistere in prima persona a eventi simbolo della cultura locale, elemento che incide sulla decisione della destinazione nei termini del 10,7%. Secondo motivo che spinge a scegliere una meta "verde" è l'interesse enogastronomico (9,7%). Nella decisione è fondamentale l'influenza del passaparola, fattore che incide per oltre la metà dei turisti (53,2 %). Per quanto concerne il web, i contenuti che viaggiano sulla rete influenzano il 18% delle scelte. Dato, quest'ultimo, che contrasta particolarmente con il corrispettivo legato ai turisti stranieri: il 28,1 % dei viaggiatori che arrivano in Italia scelgono il web come contenitore di informazioni da consultare prima della scelta. Resta comunque sempre il passaparola il fattore a incidere maggiormente sulle scelte (45,4%).

A livello generale, il 5,4% dei turisti stranieri sceglie, in Italia, una destinazione a carattere naturalistico. Anche in questo caso le principali motivazioni sono legate alla possibilità di assistere a qualche evento locale particolarmente significativo. Segue, in termini di influenza sulla scelta, il patrimonio culturale, storico e artistico che queste mete offrono. Particolarmente interessante il binomio sport e shopping che sembra essere una costante per chi viene dall'estero in grado di influenzare la domanda rispettivamente del 16 e del 13,7%.