

Astoi.com
28 maggio 2013

Pagina 1 di 1



In Italia e soprattutto dall'Italia si viaggia meno rispetto al passato, ma con motivazioni sempre più forti e definite. In occasione del Festival di antropologia del contemporaneo tenutosi a Pistoia ("Dialoghi sull'uomo"), dedicato quest'anno al tema del viaggiare, il Touring Club Italiano ha presentato in collaborazione con SWG una nuova indagine sull'evoluzione del turismo. Illustrata da Franco Iseppi, presidente del TCI e da Roberto Weber, presidente SWG, l'indagine conoscitiva ha rilevato che, nonostante la crisi, gli italiani continuano a concedersi almeno una vacanza all'anno. Il 49% ha fatto almeno quattro viaggi negli ultimi cinque anni con una media più bassa nel Sud del Paese (due volte nel corso degli ultimi cinque anni).

Cinque stili di viaggio

Lo studio demoscopico ha individuato cinque diversi stili di viaggio che, a grandi linee, tratteggiano la segmentazione attuale dell'offerta di turismo. Il 48% degli intervistati (per lo più tra i 35-54 anni) viaggia per conoscere, andando alla ricerca di paesaggi, di luoghi pregevoli e delle tracce di quello che si legge nei libri e che si studia a scuola. Poco più del 30% invece viaggia per "sentire" (33%), per incontrare (32%) o per dimenticare (31%). Nella prima fascia si identificano coloro (in media tra 45 e i 64 anni) che cercano un rapporto intimo con la natura e si allontanano dalla propria realtà per ritrovare se stessi, mentre il viaggio d'incontro racchiude in sé un livello elevato di attese di natura sociale: il viaggio è pensato come un'occasione per sfogarsi, divertirsi e per conoscere nuova gente (in media chi sceglie questo trend ha tra i 18 e i 34 anni).

Si viaggia anche per dimenticare (in media 25-54enni) confermando che il viaggio costituisce un momento per allontanare lo stress, la stanchezza causata da impegni e doveri e per dimenticarsi di tutto. Il 17% degli intervistati infine viaggia per misurarsi, cerca cioè di mettersi alla prova in situazioni difficili, provare il brivido dell'avventura.

I fattori che influenzano le scelte

Quanto ai fattori che influenzano la scelta di una meta, prevale l'aspetto salutare e del benessere che porta a indirizzarsi verso luoghi che possano offrire un contatto con la natura e paesaggi gradevoli (76%). Grande importanza anche per l'aspetto più culturale della vacanza (64%) e la ricerca di relax (61%). Seguono inoltre motivazioni quali il divertimento (52%), l'avventura (30%) e la possibilità di praticare sport (19%).

Di rilievo la sezione dell'indagine dedicata agli stili di vacanza: il 50% del campione ha dichiarato di essere attratto dalla formula "tutto compreso". Un modello dove tutto è organizzato e nel quale il cliente è già consapevole di quanto andrà a spendere a prescindere dalle voglie del momento. Il 23% degli italiani, invece, è interessato al lato solidale del viaggio che porta a propendere per vacanze in cui l'obiettivo primario è portare il proprio aiuto a persone meno fortunate. Le offerte meno attrattive restano le vacanze di genere (20%) e quelle che implicano una dose di rischio (15%).

Interessante anche la parte dell'indagine che ha affrontato il delicato tema del pricing: l'abbassamento delle tariffe ha agevolato la diversificazione e la distanza delle mete. Nel dettaglio l'Italia è stata visitata dal 92% degli intervistati, l'Europa occidentale dal 73% mentre quella orientale dal 34%, il Nord Africa dal 22% (il resto del continente africano solo dal 9%), Stati Uniti e Canada dal 19%, America centrale e meridionale dal 14%, l'Asia dal 13% di viaggiatori italiani e l'Oceania dal 2%.

I più giovani viaggiano maggiormente all'estero, soprattutto in Europa, facilitati probabilmente dalla più diffusa conoscenza delle lingue straniere e, naturalmente, dal sostegno delle famiglie e delle istituzioni scolastiche: a tal proposito va evidenziato che l'82% degli intervistati tra i 18 e i 34 anni ha confermato di aver visitato mete europee. - Fonte: L'Agenzia di Viaggi sito web (di David Lovelock)