Turismo organizzato: meno passeggeri, ma prezzi più alti

Secondo uno studio di **Gfk**, presentato durante la Fiera **No Frills di Bergamo da Daniela Mastrropasqua, Account manager Consumer Choices della divisione Gfk Retail and Technology Italia** dell'istituto di ricerca, "i dati di vendita in agenzia aggiornati ad agosto 2014 evidenziano un prezzo medio in crescita del 4% nel periodo maggio-ottobre, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, che va a controbilanciare il calo dei passeggeri, a meno 5%, facendo sì che il fatturato scenda ma di solo un punto percentuale" commenta Mastropasqua. **In agenzia si compra innanzitutto la classica settimana di vacanza, principalmente al mare, in Italia, seguita dalle crociere di sette giorni nel Mediterraneo, la settimana in Spagna, gli short break in Italia e, ancora, la settimana balneare in Grecia**. Quinto posto l'anno scorso occupato dall'Egitto, uscito abbastanza pesantemente dagli scaffali d'agenzia. La durata media delle vacanze prenotate in agenzia è stata per il 51% la classica settimana di soggiorno, contro un 28% di vacanze lunghe e un 21% di short break". "Per il periodo settembre-dicembre - aggiunge Mastropasqua - il trend è quello di un leggero aument0 di passeggeri dello 0,4% di passeggeri, con un pesante meno 12% a settembre,ma con un ottimo più 17% a ottobre, un più 51% a novembre e un più 45% a dicembre".