Primo osservatorio sul turismo all'aria aperta: tedeschi, olandesi e francesi i più votati all'outdoor

Human Company, gruppo fiorentino leader in Italia nel settore del turismo all'aria aperta, ha firmato il primo Osservatorio sul Turismo all'Aria Aperta, uno strumento di analisi completo di tutti gli aspetti socio-economici e dei trend legati al mercato del turismo outdoor.

L'Osservatorio annuale, realizzato in partnership con **Travel Appeal**, startup italiana che raccoglie e analizza in tempo reale i dati online del settore travel, è suddiviso in due parti. La prima fotografa l'andamento di questo segmento di mercato attraverso un'indagine della presenza digitale dell'offerta outdoor in Italia mentre la seconda misura il valore della domanda e dell'offerta, monitora i comportamenti d'acquisto e analizza l'evoluzione dei trend.

La prima parte ha analizzato la distribuzione di campeggi e villaggi nel belpaese attraverso una fotografia delle strutture attive nel 2017 e degli ospiti che vi soggiornano (2.144 le strutture su tutto il territorio nazionale). Ne emerge che campeggi e villaggi all'aria aperta sono sempre più gettonati in Italia da famiglie, single e coppie alla ricerca di una vacanza all'insegna dello sport, della natura e ad alto valore aggiunto. Per intercettare questo trend le strutture turistiche hanno cercato di adeguarsi a un turista sempre più digitale e connesso, che oggi ricorre al web per scegliere la propria destinazione. Campeggi e villaggi stanno diventando sempre più social, aumentando la loro presenza online, grazie a un ruolo attivo sul web e una risposta celere alle recensioni dei propri visitatori.

In generale le recensioni online delle strutture outdoor tra il 2016 e il 2017 sono cresciute del +23%: aprile è stato in assoluto il mese più performante nella crescita anno su anno. Booking.com, Facebook, TripAdvisor e Google raccolgono il 96% dei feedback degli ospiti che scelgono campeggi e villaggi in Italia per le proprie vacanze: dall'analisi risulta che gli ospiti hanno una tendenza a esprimere voti meno "severi" quando recensiscono sui social media, dove i voti vanno perlopiù tra le 4 e le 5 stelle.

Sono i tedeschi a prediligere campeggi e villaggi all'aria aperta: rappresentano il 22% del totale dei turisti che hanno dichiarato la loro nazionalità (+15% rispetto al 2016) e prediligono in ordine Veneto, Lombardia e Toscana. Seguono gli olandesi, (11%), i francesi (11%) e gli svizzeri (6%).

Si tratta soprattutto di famiglie (57% del totale) coppie (27%) e gruppi di amici (11%): si distribuiscono a macchia di leopardo sul territorio nazionale anche se le prime tre regioni più frequentate da questi segmenti restano comunque la Toscana, il Veneto e il Lazio. L'80% si dichiara soddisfatto della vacanza.

Lo "staff" è l'elemento in assoluto più menzionato nelle recensioni degli ospiti che soggiornano in campeggi e villaggi italiani con quasi 29 mila citazioni distribuite in oltre 222 mila recensioni. Il volume delle menzioni è un indicatore di quanto un elemento possa essere centrale nell'esperienza di vacanza complessiva. Così abbiamo al secondo posto la piscina, poi l'animazione, la spiaggia, il ristorante, il mare, le camere e il servizio.

Il Veneto è la regione più recensita, la Toscana quella con il maggior numero di villaggi e campeggi con presenza online, mentre le Marche, solo al dodicesimo posto tra le regioni con le strutture più recensite, registra però il tasso più alto di risposta alle recensioni, pari al 40% (seguono a distanza la Basilicata, 28% e l'Abruzzo 24%). In Toscana, il tasso di risposte alle recensioni è di appena il 12%, in Veneto si attesta al16%, ultima della classifica la Calabria con il 9%.

Marco Galletti, CEO di Human Company, ha dichiarato: "La collaborazione con Travel Appeal ci ha portato a creare questo strumento per monitorare i numeri e le tendenze del turismo open air, un segmento che ci vede leader di mercato in Italia con una quota pari al 6%. Si tratta di un comparto che sta registrando una forte crescita non solo nei paesi del Nord Europa – dove il turismo outdoor è un vero e proprio stile di vita – ma anche in Italia, un bacino d'utenza dove riteniamo ci sia ancora molto margine. Con l'Osservatorio sul turismo all'aria aperta intendiamo fornire all'industria, da leader di settore, le tendenze promuoverne i valori di sostenibilità e legame con il territorio, a favore di un turismo a basso impatto ambientale, di qualità, a contatto con la natura e aperto a tutti. A questa prima fotografia sul 2017, seguirà un flash report sulle le tendenze e i numeri relativi alla stagione estiva ormai alle porte, che ci aspettiamo ricca e positiva per tutto il comparto e per le strutture Human Company".

Mirko Lalli, fondatore di Travel Appeal, ha aggiunto: "In questi anni si sta affermando sempre più un nuovo modo di vivere la vacanza, più salutare e sostenibile, a contatto con la natura. L'Italia è un Paese che perfettamente si presta a questo genere di offerta turistica, grazie all'eccezionale bellezza e varietà che caratterizza il nostro territorio. Villaggi e campeggi devono sfruttare questo trend e aumentare il loro appeal grazie alle opportunità offerte dal digitale, gestendo al meglio tutti i dati che circolano sul web e che influiscono in maniera determinante sulla loro reputazione online. Rappresentano la base per l'elaborazione di strategie di successo e questo primo Osservatorio sul comparto, elaborato grazie alla partnership con una realtà d'eccellenza come Human Company rappresenta un perfetto punto di partenza".