Autunno di viaggi: mete e tendenze secondo Expedia Group

Il turismo entro i confini nazionali sarà un trend anche durante il periodo autunnale. Lo dice una ricerca di **Expedia Group**, secondo cui più della metà delle ricerche effettuate sui siti di viaggio dell'azienda provengono da viaggiatori italiani.

E’ bene notare - sottolinea l'indagine - che le ricerche effettuate dagli italiani ammontano a circa il 65% del totale delle ricerche, e che quelle domestiche sono cresciute del 20% settimana su settimana, confermando che **l'Italia è la destinazione preferita dai suoi cittadini** in questo periodo di incertezza.

Il volume di ricerca ha raggiunto un picco massimo (con un aumento del 170%) nella prima settimana di agosto per i soggiorni dello stesso mese, rispetto a quelli della prima settimana di luglio, dimostrando ulteriormente la prevalenza di ricerche e **prenotazioni "Last Minute"**. Tra le prime cinque destinazioni che hanno attirato l'attenzione degli italiani ci sono il Salento, e in generale la Puglia, seguite da Rimini, la Calabria, Maremma e il Cilento.

Inoltre, le bellezze del nostro Paese hanno spinto un buon numero (35% del totale) di **visitatori internazionali** a cercare e pianificare le loro vacanze autunnali in Italia. I turisti tedeschi (30%) sono i più fedeli, seguiti da inglesi (circa il 20%), svizzeri (quasi il 15%), americani (10%) e francesi (10%).

Per quanto riguarda le destinazioni, il Lago di Garda è il luogo preferito, seguito da Roma, Venezia, il Lago di Como e Firenze. I viaggiatori internazionali sono attratti dai laghi del Nord Italia anche grazie alla vicinanza al confine. Sono affascinati dalle città d'arte italiane, città ricche di storia, caratterizzate da angoli pittoreschi e scenari internazionali.

"I dati dimostrano il crescente desiderio delle persone di viaggiare nei prossimi mesi. Offrire opzioni di prenotazione flessibili e promozioni last minute, insieme a un approccio comunicativo chiaro sulle misure igieniche possono essere metodi efficaci per convertire i potenziali interessati in veri e propri clienti, perché è questo che i viaggiatori cercano in questo periodo. E’ importante sottolineare che gli albergatori possono sfruttare strumenti e tecnologie di Expedia Group per individuare i segnali della ripresa, in modo da adottare approcci mirati per riorganizzare il loro business", ha dichiarato **Giovanni Moretto**, Direttore Market Management Italia di Expedia Group.