Turismo outdoor da record: l'Osservatorio Human Company-THRENDS

open-air-human-company-d6957d3a

La stagione estiva 2023 del turismo all’aria aperta si prospetta da record, con una previsione di presenze di 56,6 milioni per i mesi di giugno, luglio, agosto e settembre, in aumento del 2% rispetto al 2022 (55,5 milioni) e dell’1% rispetto al 2019 (55,9 milioni).

Non solo questo sarà l’anno del consolidamento del recupero dei flussi turistici registrato nell’estate 2022, ma rappresenterà anche uno dei migliori degli ultimi dieci anni, dietro solo al 2017 (57,9 milioni). Sono questi i principali dati che emergono dell’**Osservatorio del turismo outdoor firmato da Human Company** in collaborazione con **THRENDS**, società specializzata in analisi e strategie nel settore tourism & hospitality.
In particolare **il mercato estero** risulta essere quello più promettente: si stima che raggiungerà il 51% di quota diventando quello trainante e dimostrando così la voglia degli stranieri di viaggiare e di muoversi fuori confine. **Il mercato italiano**, che rappresenta il restante 49%, è stabile e in linea con il 2021 e il 2022.
“*L’Osservatorio del turismo outdoor è giunto alla sua sesta edizione, un’iniziativa che costituisce un riferimento e un’opportunità per interpretare i flussi di domanda e le tendenze del mercato italiano ed estero* – afferma **Domenico Montano**, direttore generale Human Company – *ll 2023 sarà un’estate da record per il turismo all’aria aperta, tra le migliori degli ultimi dieci anni, segno evidente che questa forma di ricettività è sempre più mainstream sia per gli italiani, per i quali non è più una necessità post pandemica sia per gli stranieri, che da sempre sono amanti di questa tipologia di vacanza e ritornano nel Belpaese*”.

Caro carburante e inflazione

Fondamentale, per la definizione delle stime, l’analisi dei fattori di impatto derivanti dal **contesto macro-economico** in cui ci troviamo.

Il **caro carburante**, ad esempio, determina la crescita dei prezzi anche dei mezzi di spostamento, rendendo più oneroso per i viaggiatori pianificare lunghi spostamenti; le tariffe di aerei e treni per i periodi estivi già risentono di questo. **La crescita dei prezzi al consumo**, di ogni categoria, oltre che il costo dell'energia e delle utenze dovute all'inflazione, impatterà sulla spesa dei viaggiatori ma non sulla loro propensione al viaggio. **La crescita delle tariffe medie** (di tutti i comparti ricettivi) porta a una diversa competitività sul mercato e può influenzare l'organizzazione delle vacanze come soluzione scelta e durata della stessa. Il **cambiamento climatico**, con l'innalzamento della temperatura, e più giorni di sole, porta a una differente pianificazione delle vacanze rendendo mesi come giugno e settembre maggiormente attrattivi per i viaggiatori.
Meno impattanti invece il perdurare del **conflitto in Ucraina** rispetto a quanto visto nell'estate 2022, e stante la fase attuale del conflitto non dovrebbe incidere sulla propensione di viaggio dei mercati esteri, particolarmente quelli confinanti o vicini all'Ucraina. Il sentiment rispetto al **contesto pandemico**, estremamente diverso rispetto alla scorsa estate dato che l'assenza quasi totale delle restrizione fa tornare i viaggiatori a programmare viaggi in destinazioni lontane a discapito di una scelta più vicina.