Turismo all’aria aperta in Italia: un segmento di mercato da 5 miliardi di euro

Nel 2018 vale circa 4,9 miliardi di euro il comparto del turismo all’aria aperta (categorie di alloggio e indotto) con una previsione di crescita di 1,3 punti percentuali per il prossimo anno: sono le stime di fatturato per il settore che emergono dal primo Osservatorio del Turismo Outdoor realizzato da Human Company, gruppo fiorentino leader in Italia nel settore dell’open air, in collaborazione con Travel Appeal, la startup italiana specializzata in Data Science e Intelligenza Artificiale al servizio della Travel Industry.

La ricerca, presentatain occasione del **TTG Travel Experience** di Rimini, analizza l’andamento dell’offerta di questo segmento di mercato partendo dall’analisi di 2.500 strutture in Italia per un totale di oltre 130mila commenti raccolti dal 15 maggio al 15 settembre 2018 sui principali social, portali e OTA, tra cui Facebook, TripAdivsor, Google, Booking, Expedia. Oltre al valore dell’offerta outdoor nel Bel Paese, il report racconta, attraverso un’indagine della presenza digitale, chi sono e dove vanno gli ospiti italiani e stranieri, la reputazione e il livello di soddisfazione online, i trend e le previsioni dei flussi turistici.

Nel 2018 il 77% delle strutture ricettive outdoor si sono dimostrate attive online. Toscana, Veneto e Puglia sono le regioni con più offerta di strutture outdoor e Vieste, Cavallino-Treporti e Camerota le città. Le tre regioni, con il Veneto in prima posizione seguita da Toscana e Puglia, si attestano anche come le più frequentate dagli ospiti open air; due città venete, Venezia e di nuovo Cavallino-Treporti, affiancate da Roma risultano le località dove hanno soggiornato maggiormente gli ospiti outdoor. In generale, l’offerta attiva estiva è concentrata sulle coste italiane, tant’è che le destinazioni marine vengono scelte per il 43,5% dagli ospiti outdoor, ma con il 36,7% anche città d’arte tra cui Venezia, Roma e Firenze spiccano per occupazione degli alloggi outdoor in città.

Cresce del 5,5% il volume delle recensioni lasciate dagli ospiti rispetto alla stagione 2017 e aumenta anche il sentiment positivo degli ospiti, che sale all’80.5%. Da Nord a Sud sul podio delle regioni più amate salgono la Valle d’Aosta con l’87,4%, seguita a pari merito dal Trentino Alto Adige e dalla Basilicata con l’85,5% e dall’Abruzzo con l’84,7%. Tra le città svetta Cavallino in Puglia (86,2%) prima del comune veneto sparso di Cavallino-Treporti (85,3%) e di Vieste (83,6%).

L’accoglienza risulta l’elemento cardine dell’esperienza di soggiorno nelle strutture outdoor (pesa per il 22% nelle recensioni) e raccoglie il miglior livello di sentiment positivo (89.4%). Con il 66% le famiglie rappresentano oltre la metà dei turisti outdoor in viaggio nel 2018 con livelli di soddisfazione dell’offerta superiori alla media delle altre tipologie. Seguono coppie (23%) e gruppi di amici (8%) che si distribuiscono a macchia di leopardo sul territorio nazionale.

Nel periodo di riferimento gli italiani che hanno recensito online si confermano al 66% nelle strutture outdoor con una lieve crescita della soddisfazione sull’offerta (+0,3%). Anche gli stranieri recuperano dopo la flessione dello scorso anno. I tedeschi sono in testa per quantità (19%) e più fedeli al Veneto, seguiti dagli olandesi (12%) e dai francesi (10%) che prediligono la Toscana e risultano anche i più soddisfatti tra i 3 principali mercati esteri.

Secondo i dati analizzati, si prevede un aumento del 3% in media degli arrivi outdoor durante tutto il 2019 con la Basilicata in testa (+5,9%) seguita dalle principali regioni del Nord Italia per tasso di crescita stimato (Piemonte, Lombardia, Valle d’Aosta, Trentino Alto Adige, Veneto). Le presenze, mediamente, si stimano in aumento del 2,3%.

Marco Galletti, CEO di Human Company, ha commentato: «Con un giro d’affari pari a circa 5 miliardi di euro compreso l’indotto, il comparto dell’open air in Italia conferma trend in crescita sia quanto a presenze che a valore di mercato. Si tratta di numeri che non possono essere ignorati, anche e soprattutto in relazione al potenziale di sviluppo del segmento, che lo rende una fetta sempre più importante dell’industria del turismo.Quali leader di mercato con il nostro Osservatorio del Turismo Oudoor nato dalla collaborazione con Travel Appeal intendiamo offrire uno strumento autorevole per monitorare i numeri e le tendenze del turismo open in Italia, 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».

Mirko Lalli, CEO di Travel Appeal, ha dichiarato: «In questi anni il turismo outdoor ha registrato un vero e proprio boom in Italia, come testimoniano i numeri e le previsioni per il 2019, con soddisfazione crescente dei turisti, italiani e stranieri, che sempre più numerosi scelgono una vacanza salutare, attiva e all’aria aperta, in Italia. L’industria di settore deve calvalcare questo trend, elaborando strategie di successo per migliorare il grado di soddisfazione dei suoi utenti, già superiore all’80%. In questo senso, l’Osservatorio sul turismo outdoor di Human Company, rappresenta uno strumento unico e lungimirante per far crescere un comparto turistico che ora si candida a competere con i leader europei di settore».