

## **I turisti russi amano le terme italiane, sul podio Abano e Montecatini**

notizia pubblicata **06 Febbraio 2020** alle ore **12:03** nella categoria **Turismo**



Un boom per il turismo termale da parte dei russi che fanno registrare un interesse che aumenta del +68%. I dati fanno riferimento alle ricerche online su Yandex, il motore di ricerca russo. Le richieste per ‘terme in Italia’ infatti passano dal 5242 ricerche mensili nel mese luglio 2018, a 8.813 ricerche mensili a luglio 2019. Tra le località più ricercate dai russi estratte dall’esperto di marketing in Russia Giulio Gargiullo appaiono: Abano, Montecatini, Montegrotto, Saturnia, Chianciano, Monsummano, Sirmione, Bormio, Aqiu, Ischia, Garda, Merano, San Giuliano, Levico, Salsomaggiore, San Pellegrino, Terme Luigiane, Bormio, ecc.

“Si tratta di un trend in crescita negli ultimi anni – commenta Gargiulo – sapendo che i russi sono grandi amanti delle acque termali e delle loro proprietà, anche legate a percorsi curativi, oltre che di benessere e di relax. Infatti, la maggior parte delle ricerche che riguardano la nota località riguardano le acque e le cure. Questo dimostra l’importanza dei brand della località italiane e del turismo termale molto apprezzato dai russi. Dall’altro lato è importante sviluppare nuovi servizi e nuove attrazioni per la località, per offrire maggiori opportunità ai turisti e al territorio. Gli stessi turisti mostrano interesse anche per hotel con SPA e trattamenti termali o curativi di vario genere, non necessariamente presenti nelle località termali. Per sviluppare il mercato e le opportunità per gli operatori del settore alberghiero, come per i commercianti o per le aziende è fondamentale sviluppare percorsi ad hoc in lingua russa per condurre i viaggiatori

provenienti dalla Russia presso la propria attività. Questi turisti amano scoprire il territorio e vogliono essere condotti verso luoghi esclusivi con visite guidate verso cantine prestigiose, fabbriche o artigiani dove acquistare in sede e apprezzare le lavorazioni dal vivo, degustazioni e corsi di cucina, percorsi del benessere, aziende e boutique storiche, visite riservate in luoghi d'attrazione pubblici o privati e ovviamente negozi, boutique e outlet di moda e lusso che è il principale interesse nel Belpaese. Gli outlet italiani hanno registrato una crescita d'interesse del +87% nell'estate 2019 da parte degli stessi turisti”.

I russi rimangono fra i top spender in Italia, terzi dopo i cinesi e gli americani. Il secondo momento di maggiore presenza dei viaggiatori russi nel Belpaese è il periodo natalizio, fino a metà gennaio, dopo il Natale ortodosso, il grande momento successivo di presenze è in estate. I russi raggiungono uno scontrino medio di circa 1000 euro per quanto concerne il Tax Free Shopping. E' importante condurre il turista dalla Russia verso l'outlet, uno store o verso la propria attività attraverso un sito localizzato e sfruttando il digital marketing in lingua progettato ad hoc e con piattaforme locali come Yandex o VK.

“La fascia di viaggiatori d'affari e professionisti sceglie per il 58% hotel a 4 e 5 stelle e categoria lusso. Le famiglie con bambini scelgono invece alberghi 4 e 5 stelle nel 40% dei casi, e scelgono hotel a 3 stelle nel 45% dei casi secondo il rapporto congiunto ambasciate-consolati ENIT 2017. Un recente rapporto di hotelmag.it segnala che la propensione dei viaggiatori dalla Russia a spendere fa scegliere esercizi alberghieri nell'80,6% dei casi, il 45% dei quali si orienta sull'extralusso”, spiega Gargiullo.

<https://www.giuliogargiullo.it/>