

UniCredit monitora il turismo di domani: in estate 2021 focus resta su italiani

notizia pubblicata **20 Maggio 2021** alle ore **12:08** nella categoria **Turismo**



Il mercato turistico italiano si avvia per l'estate 2021 “verso una clientela più domestica” e il primo target di riferimento “sono le coppie italiane.” E' quanto emerso al primo appuntamento di #ItalianEXPerience di Unicredit, un percorso in 9 tappe durante tutto il 2021 dedicato alle Pmi italiane. “Per i prossimi 3 mesi – rileva l'analisi di The Data Appeal Company presentata all'evento – la tendenza rilevata per il mercato ricettivo è ancora quella di un'ampia disponibilità di camere, che si traduce in indici di saturazione contenuti e prezzi medi bassi, anche inferiori al 2020”.

Nello studio sono state tracciate le tendenze 2021 per ricerche di hotel e ricerche voli aeree, un modo per capire da dove e quando arriverà nuova domanda. L'indice di Sentiment, che misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online, è cresciuto, posizionandosi a 87,0 per l'area Sport, del 87,7 per quella dei Food, a 87,8 per l'area Natura e 88,1 per l'area Borghi e Cammini, sottolineando così il gradimento degli ospiti.

Questo primo appuntamento di #ItalianEXPerience è stato aperto dai saluti di Stefano Gallo, responsabile Territorial Relations di UniCredit e Marina Lalli, presidente Federturismo Confindustria. Silvia Zucconi di Nomisma ha presentato i dati dell'Osservatorio Turismo Nomisma UniCredit sugli scenari evolutivi del settore.

Secondo Marina Lalli, “i piccoli borghi, il turismo lento, il turismo outdoor, il turismo di prossimità e le

partenze in periodi non convenzionali con mezzi alternativi saranno la prima soluzione per il rilancio del settore in tempi di distanziamento sociale. Sarà un turismo di qualità, ecosostenibile, rispettoso dell'ambiente e accessibile. Una tendenza suggerita dal rischio al quale ci ha sottoposto la pandemia che però può diventare, grazie ad una consapevolezza diversa, un'occasione dalla quale ripartire per rivedere e costruire una nuova proposta turistica destagionalizzata e competitiva. Flessibilità, chiarezza, salute e sicurezza sono le parole d'ordine per il turismo di domani perché dobbiamo dimostrare di saper accogliere i turisti stranieri con la garanzia di un soggiorno sicuro. L'offerta di prodotti omogenei in diversi territori, il digitale, l'attenzione a nuovi stili di vita che mettano al centro il benessere e la sicurezza della persona sono temi cruciali sui quali è diventato indispensabile investire e riprogettare”.