

Le mete preferite dai lucani nella valutazione di Manuela D'Andrea (Giramondo Potenza)

"Più che Natale è Capodanno che attrae i clienti fidelizzati"

Evidente un uso massiccio dei social per decidere

POTENZA - Tra gli operatori lucani dell'ospitalità turistica si respira aria di ottimismo. Buone le previsioni di arrivi e presenze e tanti i lucani con la valigia pronta in vista della lunga chiusura delle scuole prevista dal 22 dicembre al 6 gennaio. Per Federalberghi-Confcommercio i viaggiatori in partenza per le vacanze natalizie sono in aumento dell'8,9% rispetto al 2017. Tra scorreranno fuori in media 3,8 notti privilegiando l'Italia, in particolare le località di montagna e le città d'arte.

«È confermato il trend di crescita già rilevato lo scorso anno – afferma il presidente Federalberghi-Confcommercio Michele Tropiano – anche se oltre a Matera proiettata verso l'evento 2019 a trarne benefici diretti ed immediati per queste festività non c'è molto da registrare nel resto della regione. Come al solito più che Natale è Capodanno la festività che attrae i nostri clienti fidelizzati, pugliesi e romani in testa. Il nostro comunque si

conferma un comparto estremamente produttivo. Ci aspettiamo che il governo nella legge di Bilancio riservi al turismo l'attenzione dovuta per il bene del Paese, con concrete misure di sostegno al settore soprattutto in tema di fiscalità».

Altro dato che emerge all'interno dell'analisi fatta da Federalberghi è quello che evidenzia un uso massiccio dei social per decidere, informarsi e prenotare le località, attestando la stima dei viaggiatori 4.0 al 65,2%, mentre ancora, oltre il 41% rimane tradizionalista e intende vedere la struttura ricettiva prescelta, conoscere i servizi offerti e le caratteristiche.

E i lucani che vanno in vacanza? "Il trend del turismo organizzato – evidenzia Manuela D'Andrea (Giramondo Potenza) - è positivo da un biennio, la crescita a doppia cifra è costante in tutti i segmenti. Il dato va letto in modo duplice: da un lato è positivo sul piano economico, sia per coloro che possono permettersi di spendere sia per chi i viaggi li confeziona; dall'altro testimonia l'atteggiamento di rinnovata fiducia che i consumatori mostrano verso tour operator e agenti di viaggio, perché sanno di poter trovare consulenza, assistenza e garanzie.

Grazie alla capacità di ascolto e di interpretazione dei bisogni messa in campo dai professionisti, il cliente non si sente da solo, ma è affiancato nella scelta della propria vacanza ideale, che non avviene quindi badando esclusivamente al fattore prezzo". Così il Natale e capodanno 2018 ha mostrato alcuni dati e nicchie interessanti, quali l'aumento importante della richiesta di flessibilità e personalizzazione; l'apprezzamento di viaggi tematici; i viaggi culturali sono sempre richiesti, la vacanza è vissuta non solo come momento di relax ma come occasione per scoprire e imparare; le crociere sono scelte sempre più anche dagli under 45 e vedono le preferenze orientate sulle formule all inclusive; anche la settimana bianca vira verso il tutto incluso: ski pass e lezioni di sci; il pubblico dei Millennials è entrato in agenzia per prenotare settimane bianche, crociere e Mar Rosso.



**Manuela D'Andrea e
Michele Tropiano**

