

## I turisti diminuiscono in autunno: “Stanno aspettando Expo”

**Pubblicato:** Giovedì 22 Gennaio 2015



Nonostante una lieve flessione dei flussi turistici in Lombardia durante la stagione autunnale (settembre-novembre 2014), **la ripresa è in arrivo e le stime, basate sulle indicazioni puntuali delle imprese della ricettività lombarda, indicano 3.2 milioni di pernottamenti già “venduti” per il periodo di Expo.** È quanto emerge dall’indagine trimestrale dell’Osservatorio turistico T.R.A.V.E.L. della LIUC in collaborazione con i responsabili di Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia, che ha coinvolto oltre 600 strutture di accoglienza rappresentative del sistema della ricettività regionale.

### IL PUNTO SULLA STAGIONE AUTUNNALE

In concomitanza col vivace scenario turistico mondiale (crescita degli arrivi +4% nel periodo luglio-ottobre con 17 milioni di turisti in più ad agosto in Europa rispetto al 2013; dati UNWTO), la stagione autunnale in Lombardia ha fatto **registrare un lieve calo sia del numero di visitatori (-1,8%), sia dei pernottamenti venduti (-2.6%); negative anche le dinamiche nazionali (presenze gennaio-luglio -2.1%).**

Incidono negativamente le inerzie nella ripresa economica – che hanno penalizzato soprattutto il turismo business in entrata – alle quali si somma l’effetto gravitazione legato a Expo 2015, che ha spostato attenzione e prenotazioni dei visitatori verso i mesi a venire con segnali chiari di un differimento temporale dei viaggi verso la Lombardia. **Fa eccezione la tenuta di Milano, mentre a soffrire maggiormente sono state proprio le destinazioni del nord della regione,** più interessate dal turismo d’affari e geograficamente posizionate in immediata prossimità di Expo. Coerentemente, e a dispetto di una forte crescita di attrattività dell’Europa mediterranea (+7% di arrivi nel I semestre 2014, dati UNWTO), si registra una lieve contrazione della componente estera della domanda, che negli ultimi due anni ha sostenuto quasi da sola la performance turistica regionale.

### IL CLIMA DI FIDUCIA DEGLI OPERATORI

Il sentiment diffuso segnala, tuttavia, buone prospettive percepite per i prossimi mesi e **più di un imprenditore su quattro si attende un aumento delle presenze presso la propria struttura** (un anno fa gli ottimisti erano solo il 16%). Ma, più ancora delle previsioni per il futuro, rilevano le certezze del presente: sulla scorta delle indicazioni puntuali fornite dal campione di strutture ricettive lombarde intervistato da T.R.A.V.E.L., si stimano più di 3.2 milioni di pernottamenti già venduti (dato aggiornato a dicembre 2014) per il periodo Maggio-Ottobre 2015, con una prevalenza di provenienze dall’area Euro, dall’Europa dell’est, dalla Cina e dal Giappone, e una più limitata presenza dei Nord Americani, come noto, ancora relativamente “freddi” rispetto alla manifestazione espositiva.

Sospinte dall'effetto "attivazione" dell'Esposizione Universale, **le imprese della ricettività lombarda hanno intensificato le azioni di marketing, allineandole sempre più alle tendenze internazionali e prediligendo i canali telematici** (mailing, ristrutturazione del sito web, social network) per la promozione della struttura e dei servizi offerti, e esternalizzando per lo più la pura attività di vendita alle società di booking on line. L'efficacia delle riviste di settore e ancor più l'utilità delle fiere generaliste vengono percepite (anche per vincoli economici) soltanto nelle destinazioni che già sono brand consolidati e da parte delle strutture ricettive di maggiore dimensione.

Quasi due imprese su tre dichiarano l'intenzione di modificare la propria usuale strategia di posizionamento sul mercato in occasione di Expo, **con un prevalere (moderato) della propensione a un rialzo dei prezzi**. Emerge un ulteriore positivo elemento di convergenza tra le nostre imprese e quelle internazionali: si va verso l'adozione di politiche di diversificazione del prezzo, sia rispetto al target di clientela, sia e soprattutto per la gamma dei servizi offerti. Il modello, basato su attente analisi del mercato, prevede un servizio base (seppur qualificato) a prezzo base e un menù di servizi aggiuntivi (altamente personalizzabili) acquistabili "a gettone".

Redazione VareseNews

[redazione@varesenews.it](mailto:redazione@varesenews.it)