



Touring Club Italiano

Le vacanze attive degli italiani

**Motivazioni e comportamenti dalla community
del Touring Club Italiano**

marzo 2017

A cura del Centro Studi TCI

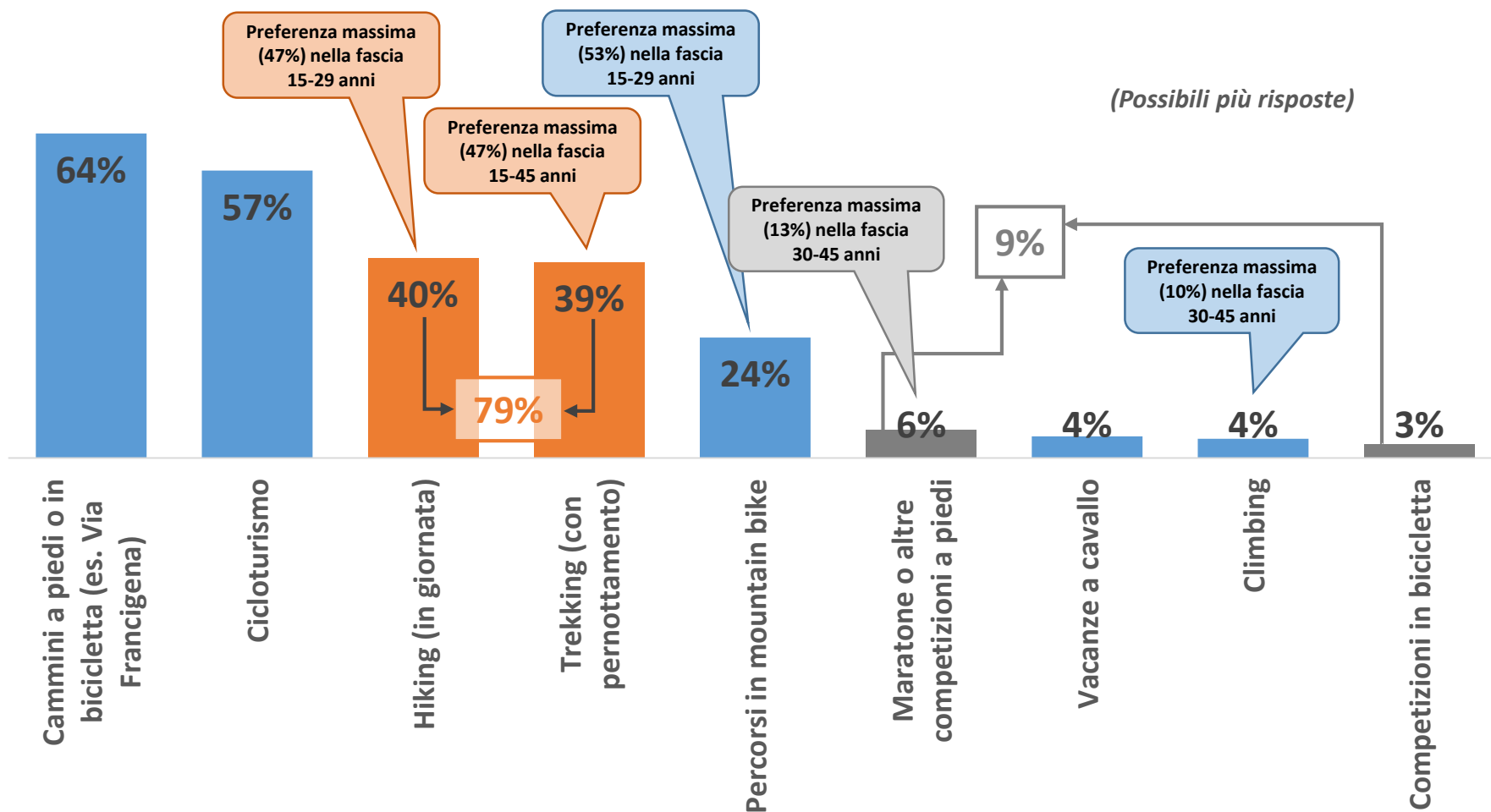
Sono stati oltre 1.300 i questionari compilati on line tra il 24 e il 27 febbraio 2017 dagli iscritti alla community del Touring Club Italiano che sono profilati come turisti attivi.

I risultati in sintesi:

- **Fare turismo attivo significa**, principalmente, **«camminare»**: **quasi l'80% dei rispondenti**, infatti, cita **l'escursionismo** come pratica più frequente, diffusa soprattutto tra gli under 45. **Seguono i cosiddetti «cammini» (64%)**, che incontrano un gradimento trasversale in termini di fasce d'età, così come il **cicloturismo (57%)**. **Le attività competitive**, sia in bici sia a piedi, **risultano residuali (9%)** e appannaggio dei viaggiatori più giovani.
- Le **motivazioni** che spingono verso una vacanza attiva sono solo **parzialmente legate alla salute o al benessere (25%)**, tra l'altro espressione di un pubblico «maturo». La maggioranza dichiara un obiettivo conoscitivo: **il 60%**, infatti, **fa turismo attivo per scoprire in modo diverso i territori**. Marginali le altre ragioni : **«soddisfare una passione» (12%)** stimola la partenza soprattutto dei viaggiatori 15-29enni mentre **«sfidare se stessi» (appena il 2%)** i 30-45enni, che non a caso sono quelli che intendono la vacanza attiva come occasione per sperimentarsi in competizioni.
- **Pubblicazioni e guide di settore sono gli strumenti informativi preferiti (65%)** seguiti dai **siti di operatori specializzati (61%) e da quelli di destinazione (50%)**. **Scarso il ricorso al passaparola e alle community on line**, almeno rispetto alla rilevanza che hanno, invece, nelle vacanze «tradizionali»: si riscontra, dunque, un bisogno di fonti informative affidabili. A fronte di questo quadro, resta una differenza di fondo nelle preferenze degli strumenti: i viaggiatori più giovani prediligono il web, mentre i più maturi la «struttura narrativa» di pubblicazioni e guide (cartacee e on line).
- Altra differenza importante rispetto alle vacanze più consolidate, è la scelta delle persone con cui partire: **nel turismo attivo domina il gruppo degli amici (36%)**, probabilmente perché si tratta di viaggi in cui una certa forma fisica è un requisito piuttosto importante. Seguono le vacanze con il partner (28%) e quelle con la famiglia (27%): la presenza di offerte complementari per gli accompagnatori meno esperti potrebbe essere un modo per incrementare il turismo di alcuni segmenti di viaggiatori che altrimenti sarebbero esclusi.
- **A quale regione italiana si associa più intuitivamente il turismo attivo?** Il primato va al **Trentino-Alto Adige (63%)**, seguito da **Toscana (41%)** e, sostanzialmente a pari merito, da **Veneto e Liguria (circa il 20%)**. Nessuna regione del Sud è tra più citate. È interessante segnalare che tra i più giovani (15-29enni), la Toscana (58%) è preferita al Trentino-Alto Adige (53%).

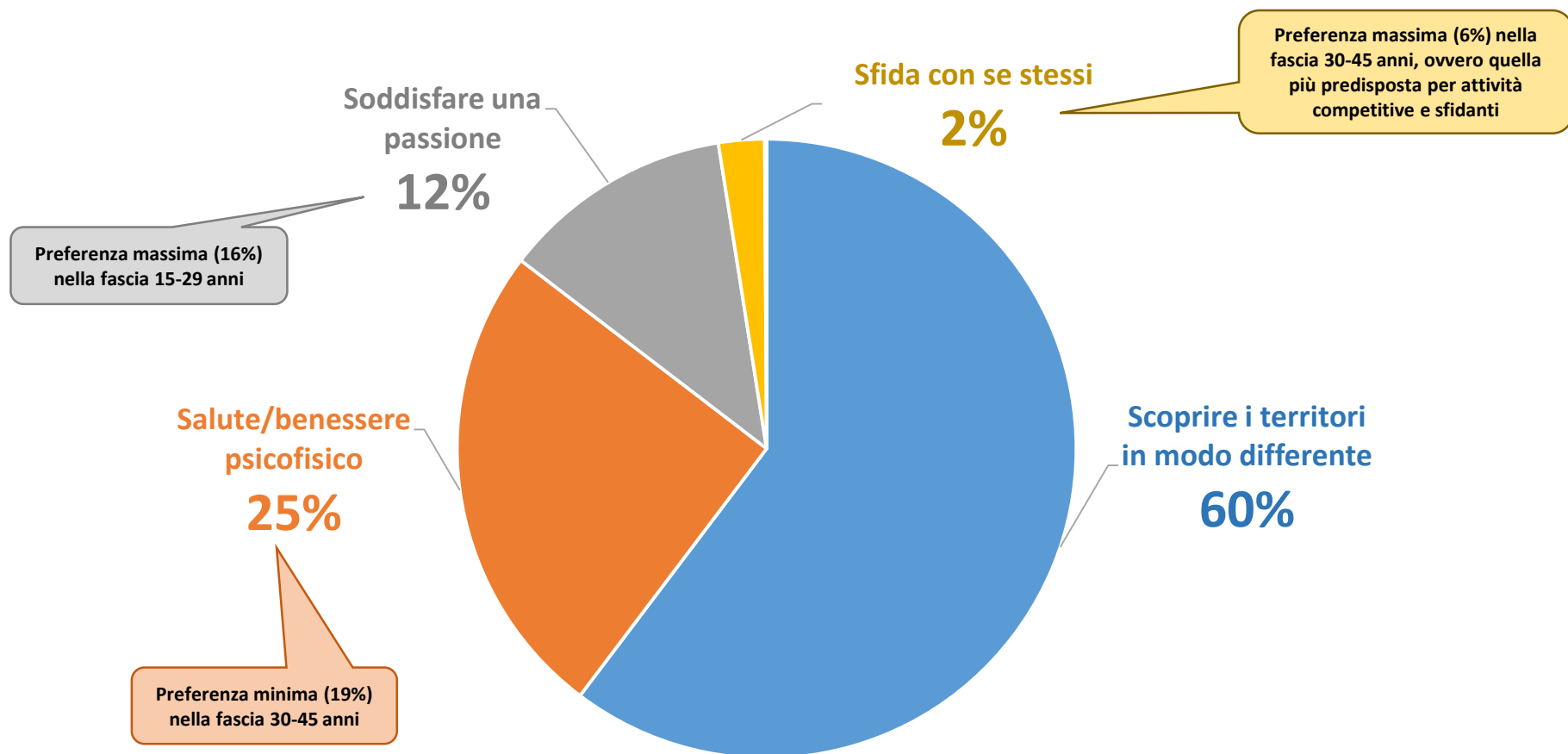
1. Attività preferite

Tre sono le tipologie di attività preferite che emergono dalla rilevazione: l'escursionismo in senso tradizionale con o senza pernottamento, segnalato da quasi l'80% dei rispondenti, i cammini (64%) e il cicloturismo (57%). Si tratta, prevalentemente, di un turismo itinerante, ovvero organizzato in tappe successive. Le attività esclusivamente «competitive» sono invece trascurabili (9%)



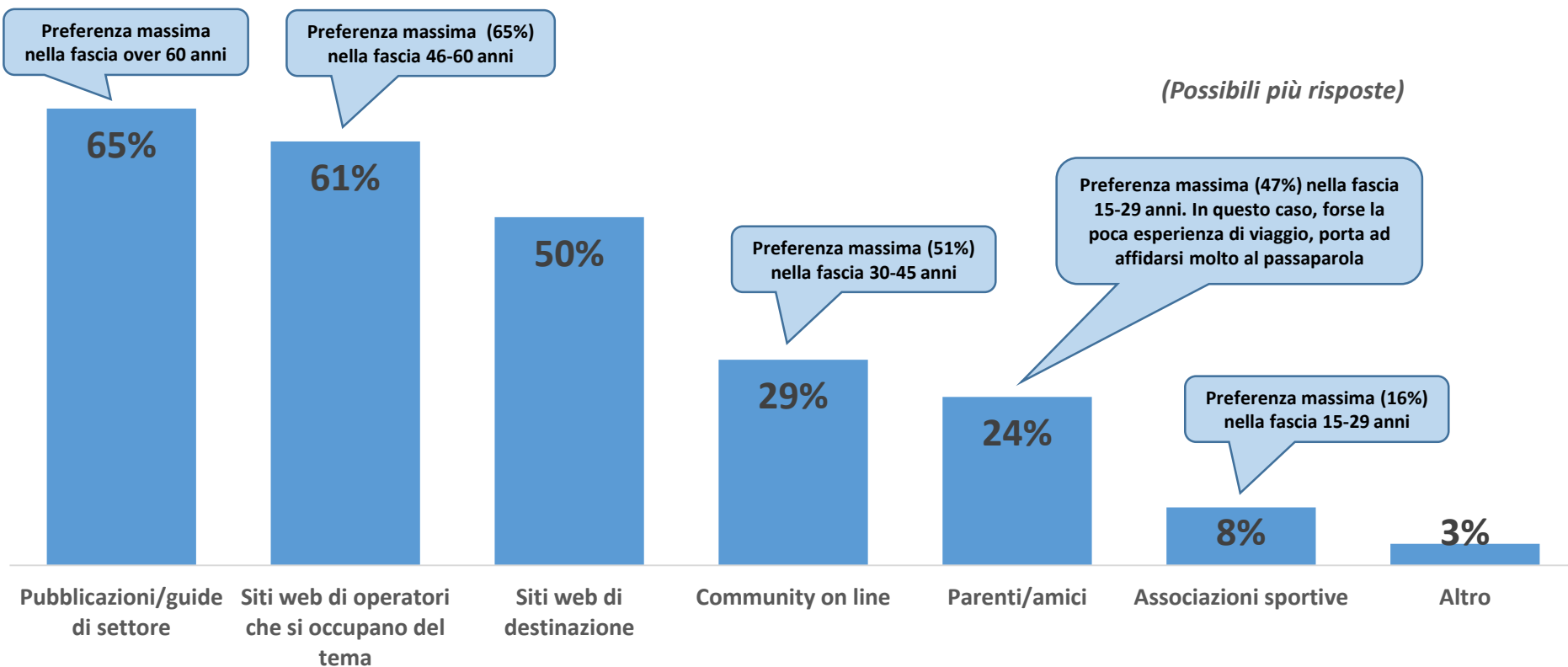
2. Motivazioni del turista attivo

Fare turismo attivo non significa solo, come ci si potrebbe aspettare, essere spinti da motivazioni che riguardano la pratica sportiva o comunque l'esercizio fisico: al contrario, la prima è scoprire i luoghi in modo nuovo (60%). Solo in seconda battuta è citato il benessere psicofisico (25%) o il fatto di poter soddisfare una passione (12%). Dunque il turismo attivo rappresenta per buona parte dei rispondenti uno strumento di conoscenza del mondo esterno.



3. Canali più utilizzati

Sono le guide, cartacee o digitali, a rappresentare il canale informativo preferenziale su itinerari e destinazioni di turismo attivo (65%). È interessante notare come il ruolo classico del passaparola, che costituisce uno degli strumenti più efficaci per informarsi, sia molto ridotto (24%), probabilmente per il fatto che si tratta di viaggi sui quali si ha bisogno di contenuti pratici e precisi, cosa che rende fondamentale la disponibilità di fonti affidabili e «autorevoli». Non è quindi un caso che, dopo le pubblicazioni, i rispondenti abbiano indicato i siti web di operatori che si occupano del tema (come il TCI, ad esempio) o i siti delle destinazioni.

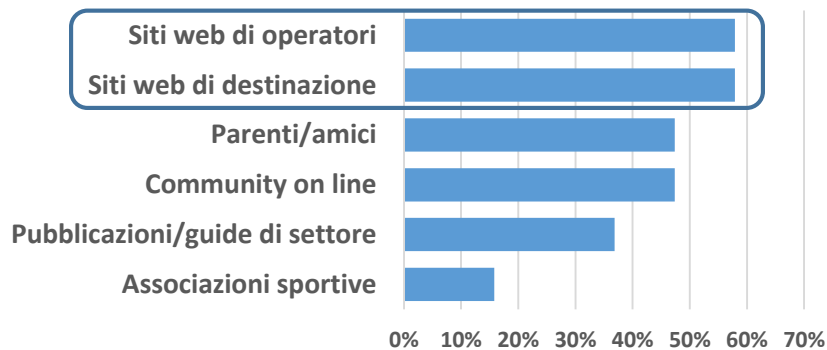


3. Canali più utilizzati

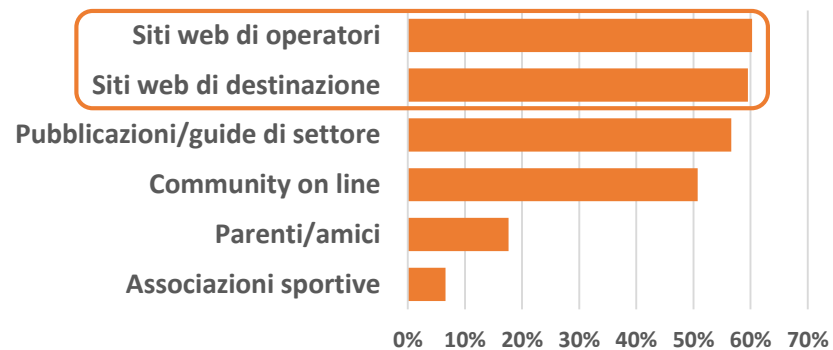
Analizzando i canali informativi per fasce di età è evidente il diverso atteggiamento generazionale ai differenti strumenti utilizzabili: fino a 45 anni, il ricorso al web è prevalente (siti di destinazione e di altri operatori) mentre all'aumentare dell'età la pubblicazione/guida guadagna posizioni.

15-29 anni

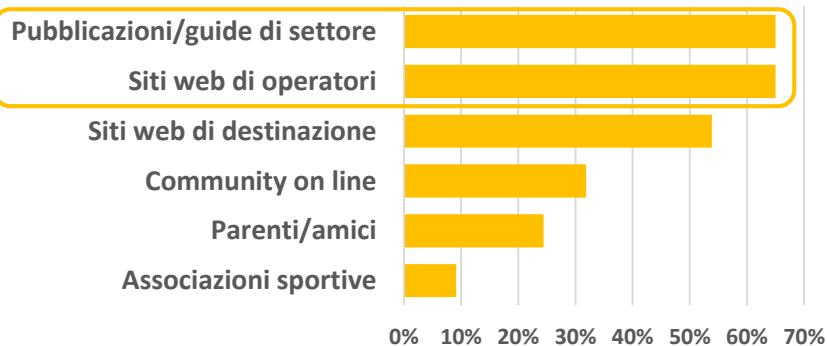
(Possibili più risposte)



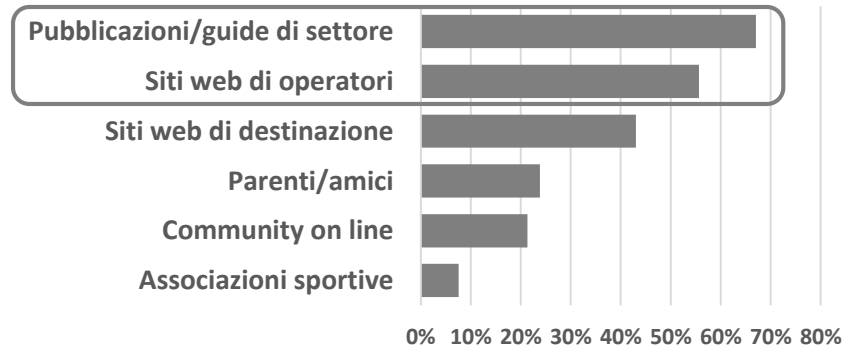
30-45 anni



46-60 anni

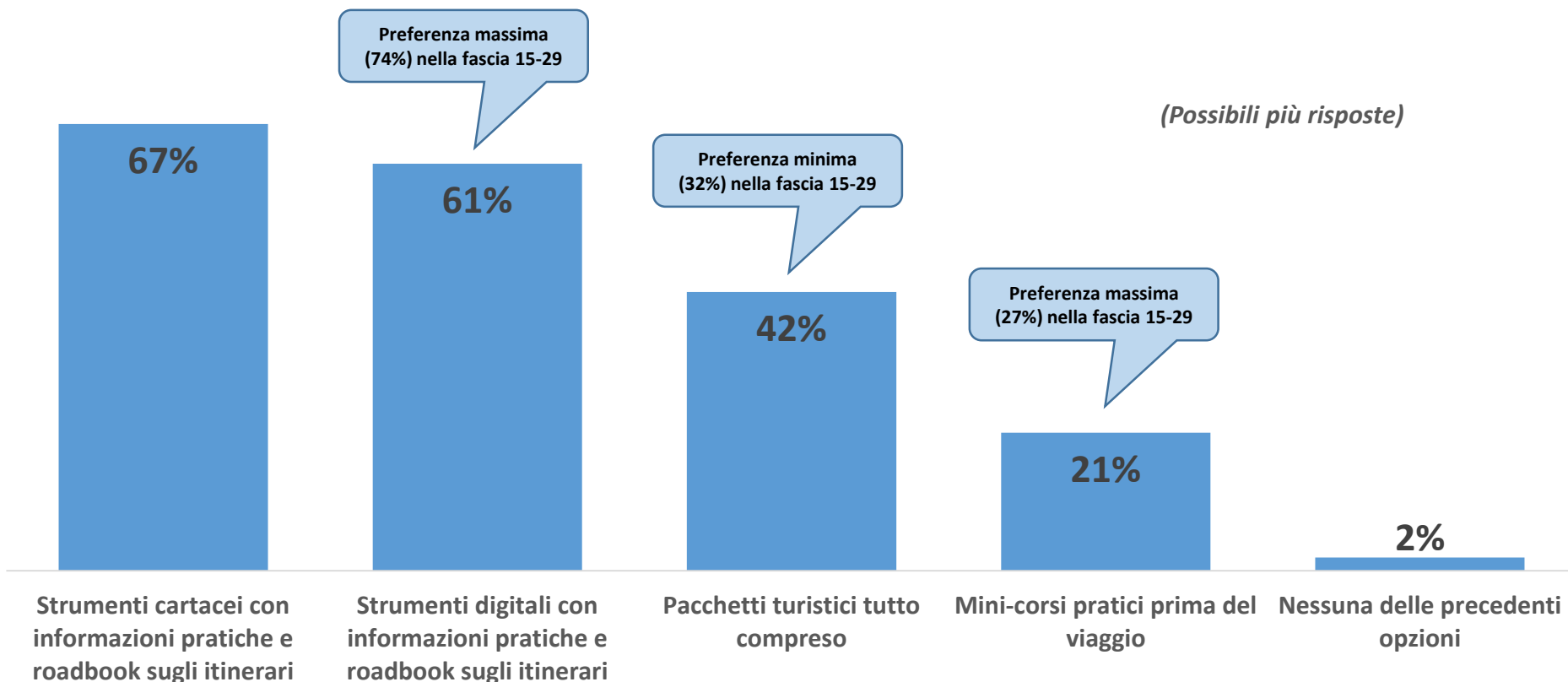


> 60 anni



4. Cosa facilita l'organizzazione?

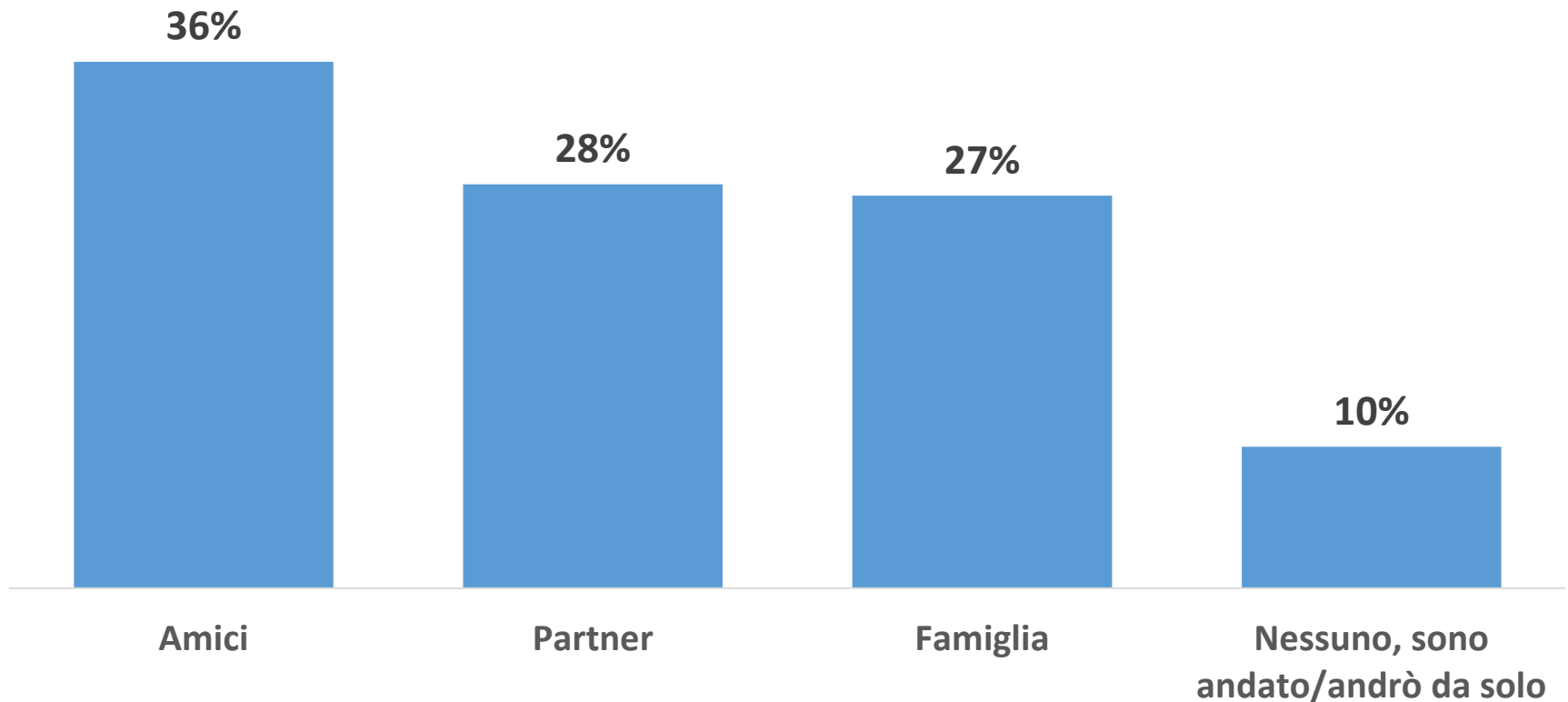
Il bisogno primario del turista attivo è quello di reperire informazioni, questo perché il suo viaggio per essere soddisfacente necessita di contenuti che possano guidarlo con precisione. Le peculiarità di questo turismo rende dunque comprensibile il fatto che mappe, guide e roadbook sia cartacei (67%) sia digitali (61%) risultino fondamentali. Altro aspetto che emerge è quello di un'offerta strutturata in pacchetti in grado di facilitare l'organizzazione (42%).



5. Con chi si parte?

Quello attivo è fondamentalmente un turismo di gruppo (36%), probabilmente per il fatto che prevede un allenamento specifico o una forma fisica compatibile con le attività da svolgere (più o meno intense).

Non mancano, però, viaggi fatti con il partner (28%) o con la famiglia (27%): nel caso in cui gli altri componenti siano «accompagnatori» e non praticanti, è importante la presenza di un'offerta di servizi alternativi, adatti alle loro esigenze.



6. Regioni e turismo attivo

Ai rispondenti è stato chiesto di indicare le prime 3 regioni ai loro occhi più facilmente associabili al turismo attivo: ecco i risultati. Il Trentino-Alto Adige ha il primato (63%), seguito a distanza dalla Toscana (41%). In terza posizione troviamo Veneto e Liguria (circa il 20%), in quarta Umbria e Valle d'Aosta (17%). Le regioni del Sud, da questo punto di vista, sembrano irrilevanti: la prima è la Sardegna (13%).

