

## Estate 2010, il litorale romagnolo al terzo posto tra i più desiderati all'estero

Emilia Romagna al terzo posto tra le mete estive più gettonate dai turisti dell'estero. E' quanto emerge dall'indagine previsionale "Futuro Presente 2010", che intende fornire i primi dati sulla prossima stagione estiva, con un approfondimento sia sul mercato italiano che su quello straniero. Le rivelazioni sono state effettuate da JFC (società di consulenza turistica e marketing territoriale) attraverso interviste a referenti di 292 Tour Operator e Agenzie di Viaggio estero. Dai contatti presi con agenzie tedesche, francesi, svizzere, inglesi, olandesi e russe - ovvero i Paesi esteri generatori dei principali flussi turistici verso le destinazioni balneari italiane - è emerso che il 74% dei rispondenti offrirà, nel 2010, vacanze sul litorale toscano e sulle isole della regione, mentre il 73% intende proporre soggiorni in Veneto e Friuli; il 61% proporrà la Riviera Adriatica dell'Emilia Romagna, mentre percentuali inferiori si registrano per soggiorni in Riviera Ligure (39%), Marche e Abruzzo (37%), Sicilia (24%), Puglia ed isole Tremiti (22%)."

Nella loro fase di programmazione - afferma Massimo Feruzzi, amministratore delegato di JFC - i Tour Operator si lasciano condizionare in prevalenza da fattori prettamente materiali, in particolare dai prezzi vantaggiosi, dalla varietà dell'offerta ricettiva e dalla diversificazione dei servizi, salvo poi verificare che la destinazione risponda a requisiti più immateriali, come ad esempio un buon livello di appeal

google\_protectAndRun("render\_ads.js::google\_render\_ad", google\_handleError, google\_render\_ad); ed un'elevata qualità dei servizi offerti, unitamente a valori della cultura sociale ed urbana quali sicurezza, vivibilità, cordialità, etc. Inutile ricordare che l'altro elemento condizionante la scelta è il sistema dei collegamenti, in particolare quelli aerei". Per quanto riguarda il mercato interno (interviste a 251 tra Tour Operator e Agenzie di Viaggio), si riconfermano al primo posto il litorale della Toscana e le isole della regione (69%), seguiti da soggiorni in Riviera Adriatica dell'Emilia Romagna (64%), Veneto e Friuli (57%), Puglia e Isole Tremiti (51%); a seguire le destinazioni balneari delle due isole maggiori, vale a dire Sicilia (47%) e Sardegna (39%). Tra le motivazioni che spingono le stesse Agenzie di Viaggio e Tour Operator italiane a commercializzare un territorio troviamo una serie di elementi materiali ed immateriali: la valutazione del mercato, vale a dire quanto l'offerta di un territorio sia richiesta dai clienti e, di conseguenza, la sua capacità di generare fatturato (72%), il livello qualitativo, sia dell'offerta ricettiva che dei servizi legati al sistema ospitale nel complesso (66%), il valore puramente "economico" dell'offerta (61%), intendendo come tale l'insieme di vantaggi che è possibile ottenere dalla commercializzazione di quel prodotto: commissioni interessanti, prezzi di acquisto favorevoli, fee ed over elevati, etc., il valore mediatico della destinazione, vale a dire la capacità di un territorio di fare da traino alla vendita grazie alla sua popolarità, alla sua esclusività ed al suo appeal (55%).

<http://www.saraceno.com/termini/termini-privati.html>

da Hotel Milano Marittima