

Preludio ideale alla prossima stagione estiva. Corre sulle gambe della (timida) ripresa economica. E si alimenta di un gradevole clima da primavera tarda, e non acerba come afferma il calendario. A prevedere il buon andamento del lungo "ponte" che va dal 25 aprile all'1 maggio una indagine condotta dal Centro studi CNA in collaborazione con CNA Turismo e Commercio su un campione di imprese associate alla Confederazione distribuite in tutta Italia. Le presenze, vale a dire i pernottamenti complessivi in strutture ricettive, sono stimate intorno ai nove milioni. In crescita del 13% rispetto allo stesso ponte del 2017. Le strutture alberghiere toccano quota 4,9 milioni di presenze, mentre si fermano a 4,1 milioni le strutture extralberghiere (B&B, appartamenti e case private, agriturismi e così via). I turisti che rimarranno fuori casa per l'intera settimana collezioneranno 1,8 milioni di presenze. I pernottamenti a cavallo del 25 aprile ammontano a 3,4 milioni; del 1° maggio a 3,8 milioni. Un milione e mezzo di turisti scenderà in strutture ricettive, alberghiere e/o extralberghiere. Per garantire un movimento economico pari a 2,5 miliardi di euro, segnando un +9% sul movimento economico assicurato dal medesimo ponte nel 2017. La fetta più ampia del turismo di fine aprile/inizio maggio è attirata dal mare (soprattutto spiagge, coste e litorali delle regioni meridionali) che si assicura il 38% delle presenze. Tallonato a ruota, con il 37% delle presenze, dal turismo culturale: la visita a borghi, città d'arte, località dove si può provare il turismo esperienziale. La partecipazione attiva del turista da protagonista e non da semplice spettatore è sempre più richiesta ed è volano e lievito nel contempo del turismo culturale. Al 25% delle presenze, infine, si attestano montagna, laghi e colline, soprattutto localizzate nell'Italia centro-settentrionale. In tutte le regioni si prevede una crescita di presenze rispetto all'anno scorso. La rete aiuta sempre di più a costruire la vacanza su misura degli italiani, per breve che sia: il 48% dei turisti del lungo ponte organizza il suo viaggio ricorrendo a siti specializzati. A seguire, il 35% si rivolge direttamente alle strutture dove pernosterà e il 17% alle agenzie di viaggio.