

**COMUNICATO STAMPA**

**TURISMO ESCURSIONISTICO, ENIT-TOURING CLUB, PER LA PRIMA VOLTA UNO STUDIO PER MAPPARE L’OFFERTA TURISTICA ITALIANA DEI CAMMINI A PIEDI**

**ITALIA AL PRIMO POSTO DEL TURISMO LENTO**

**DEFINITO IL CONCETTO DI TURISMO ESCLURSIONISTICO: DOMANDA, TREND E POSIZIONAMENTO INTERNAZIONALE IN UNO STUDIO DEL VIAGGIO SLOW**

**A NATALE STUDIO COMPLETO SULLO STUDIO ESTESO A GERMANIA, UK, FRANCIA E GERMANIA**

Italia al primo posto del turismo lento per molti mercati. In particolare, il Regno Unito indica Italia (65%) e Spagna (33%), la Francia segnala Italia (51%) e Francia (39%) e la Germania infine Italia (49%) e Austria (32%).

Un’indagine Enit- Touring Club commissionata a Ipsos indaga il mondo del turismo escursionistico per definirne la nomenclatura, i percorsi e gli obiettivi. Si tratta di un turismo che predilige l’andamento slow e i cammini in percorsi naturalistici. Per la prima volta uno studio indaga e definisce il concetto di viaggio escursionistico andando a mappare i percorsi dei cammini a piedi italiani.

Comprende viaggi totalmente autorganizzati, acquistati attraverso TO/adv specializzati o associazioni e agenzie territoriali. Sono compresi anche i viaggi che prevedono una serie di servizi dedicati all’escursionista (trasporto a destinazione dei bagagli, transfer ai luoghi di partenza dell’itinerario ecc.).

Il viaggio è organizzato per tappe che portano i turisti a cambiare struttura e località di pernottamento sia in forma lineare sia circolare. Sono invece esclusi i viaggi che prevedono un’articolazione «a margherita», ovvero in cui resta fisso per l’intera durata della vacanza il luogo di pernottamento e che permette di compiere tutte o in parte le tappe previste da itinerari e cammini noti, ovvero per i quali esistono siti informativi dedicati o che sono stati esplicitamente strutturati da un tour operator o un’agenzia di viaggi all’interno di un catalogo dedicato.

Sono stati mappati 100 cammini, per una lunghezza complessiva di circa 30mila km: 79 hanno un sito web ufficiale ma 16 sono stati esclusi dall’analisi sui contenuti perché non turistici (siti di progetti europei) o ancora in costruzione. I siti web analizzati sono stati 63 di cui:

il 75% dei siti riporta i servizi disponibili lungo il percorso (ricettività, ristorazione, servizi al camminatore) o convenzionati per chi ha le credenziali;

Il 74% dei siti fornisce le tracce gpx del tracciato;

Il 74% dei cammini rilascia credenziali/testimonium;

Il 73% dei siti descrive gli attrattori presenti lungo il cammino;

Il 69% dei cammini ha una guida ufficiale o materiale informativo cartaceo o scaricabile;

Il 63% dei cammini è gestito da enti del terzo settore;

Il 61% dei siti indica il livello di difficoltà del cammino;

Il 54% dei cammini offre la possibilità di una fruizione sia a piedi sia in bici;

Il social media più diffuso per promuovere i cammini è Facebook (50%), seguito da Instagram e YouTube; il 49% dei siti è multilingua (inglese la lingua più presente);

Il 34% dei siti ufficiali dà la possibilità di acquistare pacchetti o escursioni guidate; Il 25% dei siti fornisce il servizio di alert per segnalare deviazioni o inagibilità dei cammini;

L’indagine demoscopica è stata realizzata da IPSOS tra il 15 agosto e il 15 settembre 2023 su campioni rappresentativi della popolazione italiana (1.000 casi), francese, inglese e tedesca (500 casi per Paese) con metodo CAWI. Di seguito i principali risultati:

Il 25% degli inglesi, il 20% dei francesi, il 19% dei tedeschi e il 17% degli italiani ha già avuto esperienze di turismo lento (ovvero a piedi o in bicicletta). Il 45% degli inglesi, il 42% di francesi e tedeschi e il 37% degli italiani ha intenzione di farlo nel futuro. Tra chi afferma di non essere interessato, la quota più alta è tra gli italiani (23%) rispetto al 21% dei tedeschi, al 18% dei francesi e al 15% degli inglesi. Tra le destinazioni preferite per sviluppare il turismo lento gli italiani segnalano Italia (60%), Spagna (39%), Portogallo e Croazia (29%) e Francia (27%). Considerando le regioni italiane, le più citate sono Trentino-Alto Adige (33%), Toscana (32%), Umbria (30%) e Sicilia (26%).

“L’analisi è il primo passo per mettere ordine e di sviluppare sinergie adeguate a target e località. Dalla conoscenza del fenomeno turistico nasce anche la declinazione di un’offerta dedicata sempre più performante. Enit è attenta da sempre al mondo dei cammini, lo abbiamo dimostrato già con progetti legati alla Francigena e ai percorsi dei Cappuccini ma è opera il momento di far conoscere in un sistema di rete e percorsi integrati ogni evoluzione territoriale italiana legata a questo segmento” commenta Ivana Jelinic Presidente e Ceo Enit.

Stando alle regioni italiane più ricercate nel sondaggio, c’è una convergenza su Sicilia e Toscana: francesi (Sicilia 44%, Toscana 39%), inglesi (Sicilia 44%, Toscana 27%) e tedeschi (Toscana 48%, Sicilia 32%).