

Turismo verde, un fenomeno da 100 mln di presenze

Il turismo naturale batte la crisi con un record di 101 milioni 799 mila presenze in parchi e aree protette nel 2012, in aumento del 2 per cento. E' quanto afferma la Coldiretti sulla base del Rapporto Ecotur dal quale emerge la tendenza a riscoprire un turismo sostenibile e a chilometro zero, con mete da raggiungere in giornata senza spendere troppo.

In questo contesto un vero boom si registra per il turismo ecologico e ambientale per i costi contenuti, l'elevato valore educativo e la pluralità di mete disponibili senza dover percorrere grandi distanze, in un Paese come l'Italia può contare su ben 871 i parchi e aree naturali protette che coprono ben il 10 per cento del territorio nazionale.

Il fatturato complessivo del turismo natura in Italia è infatti ad un passo dagli 11 miliardi di euro e se le attività sportive sono la principale motivazione con una quota pari al 48 per cento non manca chi è attratto per il relax (23 per cento) e l'enogastronomia (15 per cento). Il turista tipo ha un alto indice di scolarizzazione (il 41 per cento ha una laurea, il 46 per cento un diploma e solo il 13 per cento un titolo inferiore) ed è giovane: il 51 per cento ha meno di 30 anni, ed il 35 per cento fra i 31 ed i 60 anni. Rilevante la presenza di stranieri con un indice di internazionalizzazione al 39 per cento.

Sempre di più la vacanza naturale si concilia poi con il weekend o con il weekend lungo, scelto nel 42 per cento dei casi e per quanto riguarda l'alloggio se circa il 25 per cento sceglie gli hotel e il 19,5 per cento gli agriturismi, crescono le case private al 14 per cento e soprattutto il camper, che balza dal 6,5 all'11 per cento del 2012. Peraltro molte aziende agrituristiche (www.terranostira.it) si sono attrezzate con l'offerta di alloggio e di pasti completi, ma anche di colazioni al sacco o con la semplice messa a disposizione spazi per picnic, tende, roulotte e camper per rispettare le esigenze di indipendenza di chi ama prepararsi da mangiare in piena autonomia ricorrendo eventualmente solo all'acquisto dei prodotti aziendali di Campagna Amica.