

VACANZE PASQUALI: SEGNALI POSITIVI PER IL TURISMO ABRUZZESE

22 Aprile 2011

PESCARA – Buone notizie per il turismo costiero abruzzese: le vacanze pasquali si annunciano con il segno “+” per gli operatori alberghieri, anche se emerge da parte del pubblico sempre più la tendenza alla scelta “fai da te”, che fa passare in secondo piano campagne promozionali mirate. A rilevarlo è una indagine-campione condotta nei giorni scorsi dalla Federazione autonoma dei balneari e dalla Cna tra i propri associati, proprietari e gestori di hotel e pensioni sul litorale abruzzese.

Un buon segnale, anche in considerazione dell’anomalia proposta dal calendario 2011, che ha di fatto schiacciato sulle festività pasquali anche il tradizionale ponte tra 25 aprile e 1 maggio.

Secondo l’indagine, l’aumento delle presenze negli alberghi abruzzesi dovrebbe attestarsi intorno al 5%, con punte più alte lungo la costa teramana: “Il dato più rilevante – spiega il segretario regionale Cristiano Tomei – è la tendenza del pubblico ad adattarsi in epoca di crisi. Dunque, non si rinuncia a una vacanza, ma si mettono in atto tutti gli accorgimenti per adattarla alle proprie tasche. Così, si sceglie di abbreviare la distanza tra il luogo di residenza e la destinazione finale, contenuta in non più di 3-4 ore di auto; si conferma il fattore “fedeltà”, magari utilizzando le feste pasquali come anticipazione della vacanza estiva che si consumerà nello stesso hotel; ci si prenota più sul web che in agenzia; si utilizza un budget ridotto, e frazionando i giorni di permanenza tra estate e altre festività, come la Pasqua. Dunque, non si spende di più ma si cerca di spendere meglio: e in questo una mano l’hanno data i nostri associati che da quattro anni non ritoccano le tariffe”.

Oltre che per gli esercizi alberghieri, si annuncia un buon andamento anche per i ristoratori. Tra domenica e lunedì di Pasqua, trattorie, ristoranti e pizzerie annunciano il pienone: Magari, è una parte degli stessi ospiti degli hotel, a scegliere per il pranzo delle due giornate clou, altre destinazioni rispetto all’albergo.

Così, con i vacanzieri “mordi e fuggi”, questa quota finisce per incrementare le presenze in questi esercizi. La Fab-Cna ne ha però per la Regione: “La polemica di questi giorni sull’utilizzo delle poche risorse finanziarie disponibili per le attività promozionali realizzate dalla Regione, trova fondamento. Si può anche scegliere di non partecipare alla Bit di Milano perché ritenuta inutile, ma poi i risultati in termini di promozione del prodotto Abruzzo vanno portati a casa”