



STILI, PRATICHE E MOTIVAZIONI

# “Ridefinire tempo, spazio e rapporto con la natura”

Turismo Slow/Green/Wellness



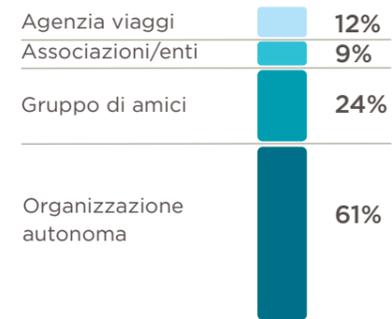
Prossimità, autonomia, immersione di coppia in una dimensione di lentezza e naturalismo. Il turista che viaggia con motivazioni slow e green ha un profilo ben marcato; tendenzialmente, **non ha bisogno di allontanarsi troppo da casa** per vivere un'esperienza (300 km di distanza media percorsa, il più "sostenibile" in questo senso). Sceglie prevalentemente l'hotel, ma apprezza anche i B&B, gli agriturismi e registra dati

significativi anche per strutture come i **campeggi** (6%). **Si organizza "da solo"** e non sembra mostrare alcun bisogno significativo di enti terzi o gruppi di altre persone per pianificare il proprio viaggio; si muove tendenzialmente in coppia (56%, dato più alto rispetto agli altri profili) e ama **esperienze brevi o medie** nella formula del week-end (41%) o spingendosi fino alla settimana (46%). Spende in media 824 euro.



## Organizzazione viaggio

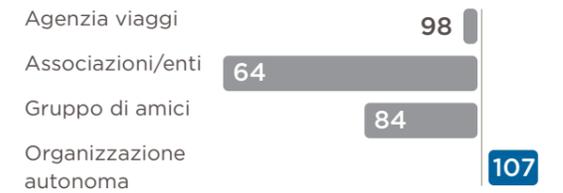
Generale tendenza a preferire una ORGANIZZAZIONE AUTONOMA



## Profilo turista slow/green/wellness

Decisamente improntato all'auto organizzazione del viaggio

### Affinità turista slow/green vs turista esperienziale



## Distanza percorsa

300 km medi turista slow/green/wellness vs 342 km media turista esperienziale



## Tipologia di alloggio

TOP 5



### Il turista slow/green/wellness fa viaggi

46% predilige viaggi da 4/7 giorni vs 41% predilige viaggi da 1/3 giorni



## Durata del viaggio

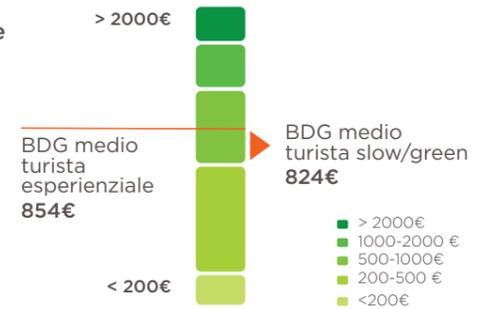
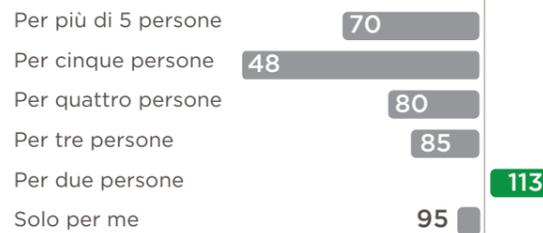


## Hai pagato solo per te o anche per altre persone



## Costo intera vacanza

### Affinità turista slow/green/wellness vs turista esperienziale



# “Ridefinire tempo, spazio e rapporto con la natura”



Da un punto di vista della percezione geografica, il turismo slow & green è particolarmente diffuso da nord a sud.

Se l'Alto Adige (56,2%) è il territorio che maggiormente viene associato a questa pratica, è sorprendente il risultato dell'Abruzzo (37,3%), regione ricca di parchi, sentieri e itinerari naturali, che si colloca davanti a Trentino (36,1%) e Toscana (33,9%).

La dimensione di lentezza e immersione nel verde caratterizza anche l'immaginario della Sardegna (29,3%) e della Val d'Aosta (26,6%).

I cammini, gli itinerari rurali e i parchi naturali sono le mete e attività preferite (75%); ma il concetto di “slow” significa anche sperimentare il **turismo termale** (51%), caratterizzato da una distribuzione capillare che copre le diverse stagionalità, frequentare **fattorie didattiche** (30%) dove imparare e conoscere attraverso corsi e pratiche a contatto con animali e piante, e spostarsi lungo il territorio con mezzi di trasporto “alternativi” come i treni storici e panoramici (29%) o le imbarcazioni come battelli e altro (24%). Una quota dei viaggiatori orientati al turismo slow & green privilegia, infine, attività di relax e benessere come il cosiddetto “turismo meditativo” (yoga e altre attività simili, 13%).

La stagione primaverile è la preferita e più diffusa tra le scelte di viaggio di questo segmento di turismo.

## DESCRIZIONE SPONTANEA DEL TURISMO



Natura, rilassatezza, tranquillità. Sono i tre concetti che i viaggiatori esperienziali associano al concetto di turismo slow & green; emerge un profilo dell'esperienza che si collega a un'idea di calma,

## DESCRIZIONE SPONTANEA DEL TURISTA



serenità e silenzio, in definitiva di armonia con l'ambiente nel quale ci si intende immergere per un momento di pace e riposo.

## TIPOLOGIE DI TURISMO SLOW/GREEN/WELLNESS SPERIMENTATE



## MOTIVAZIONI PER L'ESPERIENZA



Il turismo slow & green è quello che per definizione si associa a motivazioni di concentrazione sul benessere individuale, sia nel rigenerarsi dallo stress quotidiano sia nel prendersi del tempo per se stessi, al dedicare del tempo ad attività che “fanno star bene”. Solo in misura più residuale, questo tipo di

viaggio è legato all'idea del miglioramento, della scoperta o della socialità. Quando si viaggia con motivazioni legate alla lentezza, al naturalismo e al wellness, il riposo e il “ricaricare le pile” sono i bisogni maggiormente ricercati.