

Vacanze "a stelle e strisce"

IL DATO

BELLUNO Dazi, controdazi, sospensioni per tre mesi... E il turismo? Non è toccato direttamente da quanto sta avvenendo negli Stati Uniti, perché le misure autarchiche imposte all'economia a stelle e strisce dal presidente Trump (e poi almeno in parte ritirate e ridotte, per il momento) riguardano essenzialmente i prodotti. Ma qualche ripercussione anche sui viaggi potrebbe esserci. Soprattutto se gli americani dovessero subire nei prossimi mesi forti contraccolpi in termini di inflazione (del resto i mercati hanno già dimostrato in quanto poco si possa bruciare un'enorme quantità di ricchezza). Si sa bene come funziona: se il portafogli piange, i viaggi all'esterno vengono ridotti o del tutto eliminati. E allora anche il turismo bellunese vedrebbe ridursi il giro d'affari.

I NUMERI

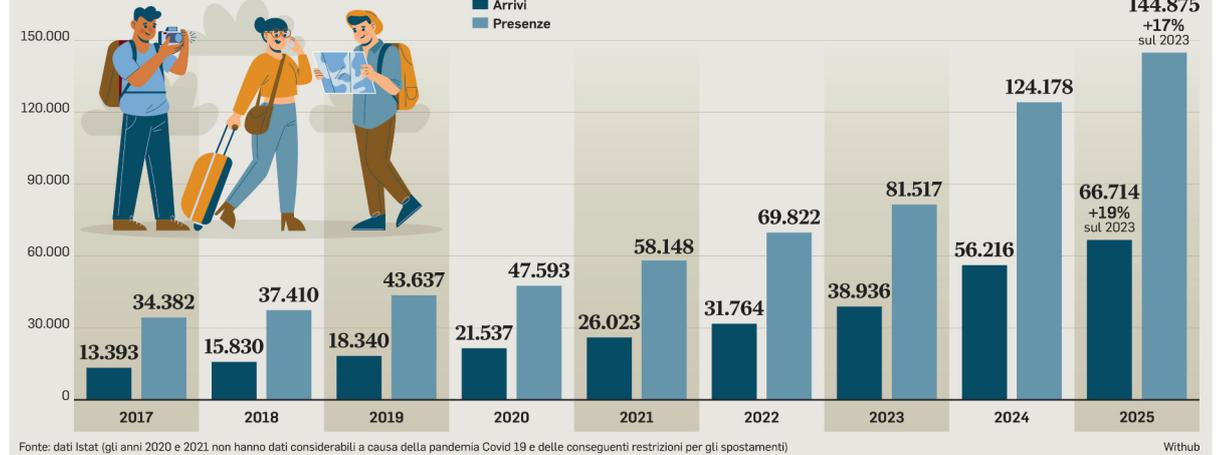
Già, ma quanto valgono per le Dolomiti bellunesi le vacanze degli statunitensi? Forse poco in termini assoluti, visto che incidono per appena il 4% sulle presenze totali dei turisti che arrivano nel Bellunese. Ma sono in fortissimo e costante aumento negli ultimi anni. E poi, gli americani rientrano quasi sempre nel profilo dei vacanzieri "altospesisti", ovvero valgono economicamente di più - in media - rispetto ad altre presenze. Quindi, anche se sono pochi, pesano parecchio. Quanto pochi sono? Il dato 2024 dice che gli arrivi dagli Usa sono stati 66.714, per un totale di 144.875 presenze. Se si conta una media di 150 euro a presenza (tenendosi bassi), si arriva comunque a 21 milioni abbondanti di euro. Mica male.

L'AUMENTO

E poi c'è l'altro dato davvero interessante: quello della crescita che prosegue di anno in anno. Cioè, gli americani mostravano una presenza residuale e trascurabile sulle Dolomiti bellunesi, fino a qualche anno fa. Adesso invece sono sempre di più. Prima del Covid, tanto per prendere un riferimento cronologico abbastanza consolidato - peraltro in un anno che aveva mostrato dati turistici di tutto rispetto nel Bellunese -, gli arrivi Usa erano stati 31.764 e la somma dei pernotti era arrivata a quota 69.822. Vuol dire che l'incremento dal 2019 è stato addirittura del 110% negli arrivi e del 108% nelle presenze. Anche anno su anno i numeri sono decisamente importanti, perché il 2024 ha avuto flussi maggiori del 2023 (56.216 arrivi e 124.178 presenze, vale a dire rispettivamente +19% e +17%).

Arrivi e presenze turisti Usa

(C) Cgd Digital e Servizi | 1746430524 | 93.39.250.215 | carta.ilgazzettino.it



Crescono i turisti Usa ma spaventano i dazi

► Dal 2019 arrivi e presenze dagli Stati Uniti sono cresciuti più del 110 per cento ora però le politiche protezionistiche di Trump potrebbero mutare il quadro

EFFETTO DONALD?

Ad analizzare la situazione, dati Istat alla mano, è la **Fondazione I Think Thank Nordest**, che ha incrociato i numeri di tutte le province venete. Il mercato statunitense infatti è importante per il turismo della regione anche perché esprime una capacità di spesa tra le più elevate in assoluto: in particolare, nel 2023, secondo i dati della Banca d'Italia, i visitatori degli Usa hanno speso quasi 1 miliardo di euro in Veneto. Nel complesso, solo i tedeschi hanno speso di più. Peraltro, la spesa dei

L'ANNO SCORSO LE VACANZE AMERICANE SULLE DOLOMITI BELLUNESI SONO VALSE ALL'INCIRCA 21 MILIONI DI EURO



turisti americani in Veneto nel 2023 è stata del 42% superiore al 2019. La situazione è in continua evoluzione: da un lato, i dazi potrebbero indurre i visitatori statunitensi in vacanza in Italia ad aumentare la loro spesa di prodotti Made in Italy, per evitare di pagare prezzi più elevati sui medesimi beni importati negli Stati Uniti. Da un altro lato, però, i dazi potrebbero aumentare l'inflazione e causare un rallentamento dell'economia americana: questi fattori farebbero diminuire l'afflusso di turisti statunitensi, soprattutto nel caso in cui ci fosse un deprezzamento del dollaro. Al tempo stesso, le politiche protezionistiche potrebbero scoraggiare i viaggi negli Stati Uniti: in questa prospettiva, potrebbero aumentare i flussi verso altri mercati, Europa in primis, con possibili effetti positivi anche per le Dolomiti.

Damiano Tormen
© RIPRODUZIONE RISERVATA

La Dmo è ottimista: «Cortina 2026 sarà un forte richiamo»

L'ANALISI

BELLUNO Agli americani piacciono le Dolomiti. E alla gestione del turismo dolomitico fanno molto comodo gli americani. Che sono diventati il quarto mercato di riferimento, dopo Germania, Polonia e Repubblica Ceca (anche queste ultime in decisa crescita negli ultimi anni, soprattutto sul versante sci e inverno). «Gli americani sono interessati alle Dolomiti come sito Unesco. Le stagioni nelle quali sono più presenti sono l'estate e l'autunno: da giugno a ottobre. Proprio settembre nel 2024 è stato il mese con il numero di presenze più elevato: quasi 29.000 contro i 25.000 di luglio e i 20.000 circa di giugno e agosto. L'inverno ha invece numeri più bassi, siamo fra le 6.000 e le

10.000 presenze mensili» spiega Valentina Colleselli, direttrice della Fondazione Dmo Dolomiti Bellunesi. «Quello americano rimane un mercato di fondamentale importanza. Al momento la sinergia con il Dolomiti Superski ha permesso nel 2025 di organizzare nel mese di gennaio un viaggio stampa per giornalisti americani che ha toccato in parte le Dolomiti bellunesi. A marzo invece abbiamo ospitato l'influencer Victoria Collins con un audience importante anche sul mercato Usa. Non bisogna poi dimenticare che il Dolomiti Superski fa parte del circuito internazionale Ikon Pass: lo skipass internazionale plurigiornaliero particolarmente popolare tra gli sciatori statunitensi, che garantisce fino a sette giorni in oltre 42 destinazioni nel mondo, tra le quali anche il Dolomiti Superski».

FUTURO INCERTO
E adesso cosa potrebbe succedere? Perché è vero che le Dolomiti non possono delocalizzare, e quindi non subirebbero i dazi. Ma è possibile che i concittadini di Trump abbiano ripercussioni in termini di potere d'acquisto dalle politiche protezionistiche, con conseguenze anche sui viaggi? «A breve termine le decisioni prese potrebbero incentivare i flussi americani verso l'Italia, almeno fino a quando il dollaro rimane forte rispetto all'euro. Questo maggiore potere di acquisto potrebbe spingere più persone a scegliere mete italiane ed europee per le vacanze, a questo si aggiunge che i beni italiani in America sono più cari e questo potrebbe invogliare le persone a venire



PRESIDENTE Emanuela De Zanna alla guida della Dmo

da noi per acquistare direttamente sul posto, moda e artigianato in primis» commenta Emanuela De Zanna, presidente della Dmo. «Bisogna però tenere conto anche del fatto che l'incertezza economica potrebbe rendere i consumatori più cauti nelle spese perché l'aumento delle tariffe negli Usa riduce il reddito disponibile per viaggi internazionali. Monitoreremo le dinamiche per scegliere strategicamente come è meglio investire».

OLIMPIADI
C'è poi il capitolo Giochi. E in questo caso associare Cortina ai cinque cerchi funziona, dazi o non dazi. «Un volano straordinario per la promozione saranno le Olimpiadi - conferma Elisa Calcajuga, direttrice marketing della Dmo -. La Nbc Universal, l'emittente che detiene i diritti di trasmissione negli Usa, ha annunciato che le Olimpiadi di Milano Cortina 2026 avranno più ore di programmazione sulla rete Nbc rispetto a qualsiasi precedente edizione invernale. Durante l'Olimpiade invernale di Pechino 2022 oltre 4,3 miliardi di minuti di contenuti olimpici sono stati trasmessi attraverso Peacock, NbcOlympics.com e l'app Nbc Sports, rendendo i Giochi cinesi i più trasmessi in streaming fino a quel momento. Le Olimpiadi estive di Parigi 2024 hanno registrato un notevole successo negli Stati Uniti, con una media di 31,6 milioni di spettatori durante i 14 giorni di competizione. Questo trend positivo suggerisce una crescente attenzione del pubblico americano verso gli eventi olimpici».

© RIPRODUZIONE RISERVATA