

DESTINAZIONE DOLOMITI BELLUNESI: I NUMERI DI PRESENZE E ARRIVI NEL 2024 SONO UN SUCCESSO

RECORD DI ARRIVI ESTERI CON + 37% RISPETTO AL PRE COVID (2019)

Più di 4 milioni di presenze (4.018.240) per le Dolomiti Bellunesi nel 2024.

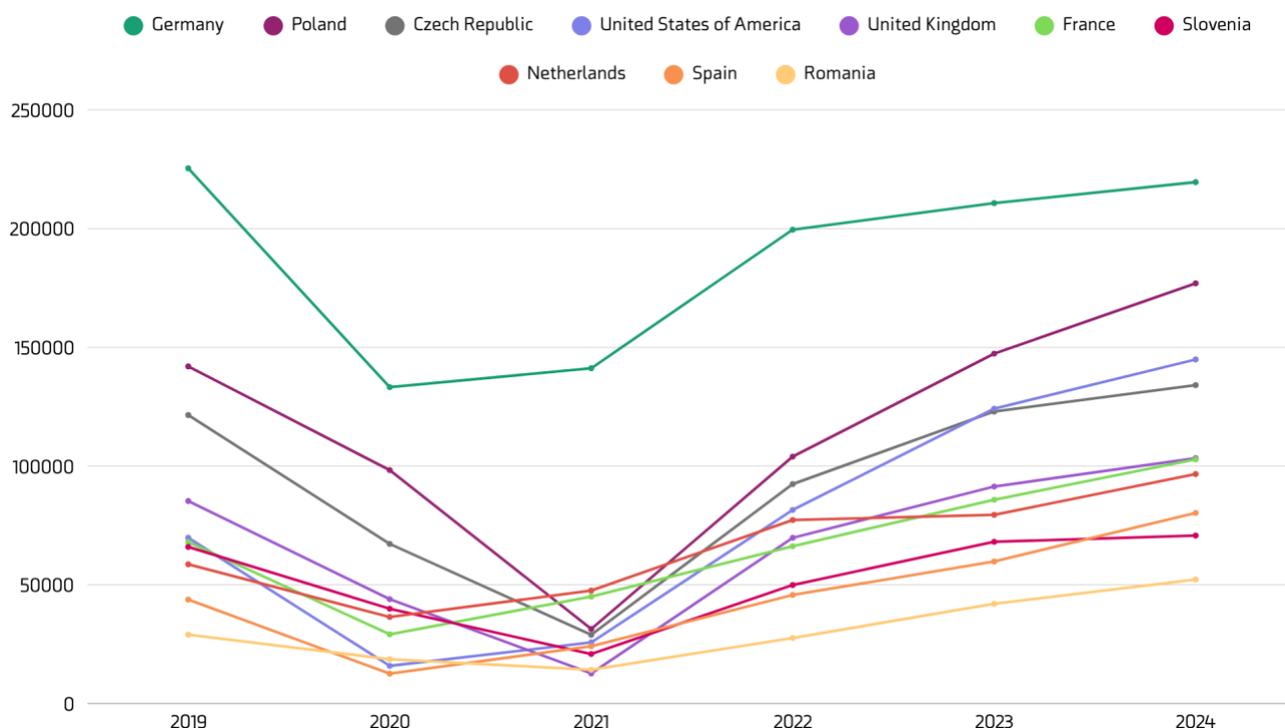
Dal pre Covid a oggi la provincia di Belluno ha avuto un costante aumento delle presenze con una crescita del 7,3%. Solo la provincia di Verona, nella Regione Veneto, è riuscita a fare meglio con +8,5%.

Fra il 2023 e il 2024 la parte alta della provincia (STL Dolomiti) registra un + 4% di presenze, la parte bassa (STL Belluno) + 0,9%.

ESTERO

Cresce il numero di turisti stranieri in tutta l'area raggiungendo il numero record di arrivi con +37% rispetto al 2019. Le presenze nel 2024 sono state di 1.808.661 con un +28,2% rispetto al pre Covid e un +14,5% rispetto al 2023. Il primo mercato delle Dolomiti Bellunesi rimane quello tedesco che sostanzialmente, dopo il recupero post Covid, è ancora in crescita seppur rallentata rispetto alle presenze degli altri Paesi esteri. La Germania è seguita da Polonia, Usa e Repubblica Ceca come evidenziato nel grafico.

DOLOMITI BELLUNESI MERCATI TOP 10



Le tipologie di mercato si differenziano fra la parte alta e la parte bassa della destinazione Dolomiti Bellunesi.

Dolomiti

I primi 10 mercati di riferimento sono tutti in crescita rispetto al 2023 (Germania, Polonia, USA, Repubblica Ceca, Regno Unito, Francia, Slovenia, Olanda, Spagna e Romania).

La Germania rimane il primo mercato con 179.511 presenze nel 2024, + 5,31% rispetto al 2023, mentre la Polonia, secondo mercati di riferimento con 173.043, continua un trend che è in crescita dal 2019 con un + 29,06 %. I polacchi nel pre-Covid frequentavano le nostre montagne quasi esclusivamente nei mesi invernali mentre ora la loro presenza è più che raddoppiata nei mesi invernali ma anche nella bella stagione.

Gli Stati Uniti diventano il terzo mercato di riferimento e superano la Repubblica Ceca. Fanno registrare un +112,34% nel confronto con il 2019, e +17,42% nel confronto con il 2023. Gli americani amano la montagna estiva (giugno e settembre), ma scelgono le montagne bellunesi anche durante l'inverno. Presenze totali anno 2024: 136.094.

Belluno

I primi 10 mercati di riferimento (Germania, Paesi Bassi, Austria, Francia, USA, Svizzera e Liechtenstein, Belgio, Regno Unito, Romania e Spagna) sono tutti in crescita rispetto al 2023, a eccezione di Germania e Austria che registrano un lieve calo (- 1,5 % circa).

L'Olanda registra una crescita importante dallo scorso anno a quest'anno con + 8,49% e +76,3% rispetto al pre Covid.

ITALIA

Gli italiani non hanno ancora raggiunto il numero di presenze del 2019 (2.334.004) e si fermano a 2.209.579 con una flessione rispetto al 2023 del - 3,9%. La causa di questa evoluzione negativa dei numeri è da imputare anche a una diminuzione della capacità di spesa delle famiglie italiane.

Dolomiti

Il mercato italiano lo scorso aveva recuperato le presenze pre Covid assestandosi su 1.995.593 presenze, quest'anno c'è stata un'inversione di tendenza con un - 4,06 %. In linea su quanto accade a livello nazionale.

Belluno

La parte bassa della provincia ha conosciuto un boom nel primo anno del post Covid (2021) con 357.198 presenze. Nel 2022 c'è stato un calo dei turisti italiani a cui ha fatto seguito un incremento nel 2023 e un lieve calo nel 2024. Anno in cui le presenze raggiungono il dato di 294.964.

STRUTTURE RICETTIVE

Ciò che è cambiato è il tipo di struttura ricettiva che scelgono i visitatori: le presenze negli alberghi si attestano sui dati del 2023, con una lieve flessione della Valbelluna mentre l'extra alberghiero cresce in un anno con numeri importanti: +8,7% sulle Dolomiti e +2,3% in Valbelluna.

I COMMENTI DELLA FONDAZIONE DOLOMITI BELLUNESI

La presidente della Fondazione Dolomiti Bellunesi Emanuela de Zanna commenta così questi numeri: “I dati confermano che la linea di indirizzo della Fondazione si posiziona correttamente in riferimento ai trend di mercato. Gli investimenti sui mercati esteri quindi area Dach, Regno Unito, Francia, Spagna e prossimamente i mercati extraeuropei mirano a sostenere questa tendenza e a mantenere il posizionamento competitivo della destinazione.”

La direttrice Valentina Colleselli aggiunge una riflessione: “Il nostro lavoro rimane focalizzato sull’organizzazione dell’offerta turistica e dei sistemi di accoglienza consapevoli di dover ulteriormente investire in prodotti e servizi. Inoltre questi dati portano a un’ulteriore riflessione di sistema: abbiamo superato i 4mln di presenze. E’ un risultato straordinario che può generare ricadute economiche importanti se tutti i territori comprendono che investire nell’economia del turismo è strategico. In particolare attraverso iniziative virtuose come l’introduzione e la corretta gestione della tassa di soggiorno potremo favorire una programmazione condivisa e a lungo termine fra tutti gli attori territoriali.”