Come il meteo influenza la scelta del viaggio

La decisione del luogo in cui passare le ferie estive è influenzata da fattori molto diversi tra loro e tra i principali c'è sicuramente il meteo: da una ricerca condotta dal Monitor **Allianz Global Assistance**, in collaborazione con l'istituto di ricerca Nextplora, risulta infatti che per il 61% degli italiani le previsioni meteo influenzano la scelta della meta turistica e per una parte di essi (16%) si tratta addirittura del principale fattore da considerare in vista di un viaggio.

I genitori che viaggiano con i propri figli sono i più condizionati: il 62%, infatti, ha riconosciuto nel clima uno fra i principali fattori da considerare nella scelta di un viaggio; di questi, i genitori di bambini under 12 si dicono maggiormente condizionati (69%) dei genitori dei teenager (55%) o delle persone senza figli (59%).

La rilevanza del fattore "clima" nella scelta della meta turistica varia lungo lo stivale: i più condizionati risultano infatti essere i napoletani (67%), seguiti dai padovani (65%) e dai fiorentini (63%), mentre è meno sentito dai milanesi (58%) e da romani e bolognesi (entrambi 59%).

Il desiderio di una vacanza perfetta anche dal punto di vista climatico porta quindi gli italiani a consultare più assiduamente le previsioni: l'82% degli intervistati, infatti, alla domanda "La tua frequenza di consultazione delle previsioni meteo aumenta in prossimità di un viaggio" ha risposto in modo affermativo. I più condizionati in questo senso risultano essere gli under 30 (86%), seguiti dalla fascia d'età compresa fra i 45 e i 54 anni (83%) e dagli under 50 (81%), mentre meno sensibili e curiosi sono gli over 65 (75%).

Una consuetudine resa possibile dal proliferare dei mezzi informativi a disposizione e dalla possibilità di rimanere aggiornati costantemente e in tempo reale: il 53% degli italiani intervistati ha infatti individuato nel web il mezzo prediletto per consultare le previsioni meteo. Molti di essi optano però per la doppia preferenza, scegliendo anche le app dedicate (46%) e la televisione (31%), mentre solo il 5% di loro consulta le previsioni su un giornale cartaceo.