

6,7 MILIONI GLI ITALIANI IN VIAGGIO PER LA FESTIVITÀ DI OGNISSANTI: IN CALO DEL 7%

ROMA\ aise\ - “Il movimento degli italiani in occasione del ponte di Ognissanti rappresenta un test importante per l’apertura della stagione invernale. Quest’anno a mettersi in viaggio saranno circa 6,7 milioni di persone (l’11% della popolazione) ed il giro di affari subirà un calo del 7% rispetto al 2018. È indubbio che il calendario dello scorso anno fosse particolarmente incentivante, dal momento che la festività del Primo Novembre cadeva nella giornata di giovedì. Ma va comunque considerato con scrupolo il fatto che nella gran parte dei casi la rinuncia della vacanza è stata motivata da una scarsa liquidità”. Queste le parole di Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, riguardo il risultato dell’indagine effettuata dall’Istituto ACS Marketing Solutions relativa al movimento degli italiani in occasione della festività di Ognissanti. “Chi resterà in Italia – continua - si orienterà sempre più nella scelta di località d’arte, quelle cioè dotate di un ricco patrimonio monumentale e culturale. Chi invece sceglierà l’estero si concentrerà sulle grandi capitali europee”. “Interessante è poter notare nella valutazione complessiva – sottolinea Bocca - quanto la percentuale delle spese legate al pernottamento sia al di sotto del 20%, mentre a gravare maggiormente sul budget della vacanza risultano essere le spese legate al viaggio ed al cibo. Un elemento significativo per armonizzare i ruoli degli attori in gioco in tutta la filiera del comparto turistico”. Quanti italiani vanno in vacanza Saranno circa 6 milioni e 648 mila gli italiani (tra maggiorenni e minorenni) che si metteranno in viaggio in occasione del ponte di Ognissanti. I motivi di non vacanza Nel 44,2% dei casi gli intervistati dichiarano di aver rinunciato alla vacanza per mancanza di soldi; il 26,7% per motivi familiari ed il 35,6% afferma che intende andare in vacanza in un altro periodo. In Italia o all’estero? L’87,5% dei vacanzieri italiani resterà nel Belpaese mentre l’11,8% andrà all’estero. Vacanze italiane Chi resterà in Italia sceglierà in primis le località d’arte (31,3%), la montagna (24,2%) e il mare (12,3%). A seguire si preferirà il lago (4,4%) e le località termali (3,6%). Vacanze all’estero Per chi andrà all’estero, le mete più ambite saranno le grandi capitali europee (73,5%), il mare (14,7%), le grandi capitali extraeuropee (2,9%) e la montagna (2,9%). Dove alloggiare La casa di parenti e amici sarà la scelta privilegiata per il 31,3% dei vacanzieri; a seguire l’albergo (23,3%) e, ben distanziati, il bed & breakfast (17,4%) e la casa di proprietà (10,8%). La durata del soggiorno La durata media del soggiorno sarà di 3,3 notti trascorse fuori casa, contro le 3,6 del 2018. Va valutato che quest’anno vi sarà un giorno in meno di vacanza rispetto al ponte del 2018 in cui la festività cadeva di giovedì. La spesa media La spesa media, comprensiva di trasporto, alloggio, cibo e divertimenti, si attesterà sui 333 euro a persona (312 euro in Italia e 536 all’estero). Un dato in lieve crescita (+2,1%) rispetto ai 326 euro del 2018. Il giro di affari Il giro di affari complessivo si attesterà su circa 2,21 miliardi di euro (-7,1% rispetto al 2018). I capitoli di spesa Le spese di pernottamento incidono sul budget per il 19,4%; le spese di viaggio per il 26,5%, e quelle relative ai pasti per il 25,9%. Il capitolo più corposo della spesa (28,2%) riguarda le altre voci (lo shopping, i divertimenti, etc.), a conferma della capacità del turismo di “distribuire” ricchezza sul territorio, ben oltre i confini classici del settore. Il turismo e la rete Il 59,8% degli intervistati dichiara di utilizzare i social media e la rete per decidere o quanto meno informarsi sull’offerta nelle diverse località, sui prezzi e sulle strutture di interesse. La prenotazione Il 53,8% degli intervistati prenota contattando direttamente la struttura (mediante il sito internet aziendale, la posta elettronica, il telefono, etc.) mentre il 36,5% si avvale dei portali. L’indagine è stata effettuata dall’Istituto ACS Marketing Solutions nel periodo compreso tra il 16 e il 19 ottobre 2019 intervistando con il sistema C.A.T.I. (interviste telefoniche) un campione di 3003 italiani maggiorenni, rappresentativo di oltre 50 milioni di connazionali maggiorenni. Il campione è stato costruito in modo da rispecchiare fedelmente la popolazione di riferimento, tale da includere anche i minorenni, mediante l’assegnazione di precise quote in funzione di sesso, età, Grandi Ripartizioni Geografiche ed Ampiezza Centri. (aise)