

IPSOS pubblica l'aggiornamento primavera-estate 2021 di Future4Tourism

PRONTI, PARTENZA...VACANZE!

Il protrarsi della Pandemia continua a tenere i potenziali viaggiatori e il settore del turismo tutto in uno stato di incertezza. I mesi che ci aspettano, **quelli dei ponti e delle vacanze primaverili**, saranno ancora all'insegna di una cautela che potremmo però definire speranzosa.

Lo studio Future4Tourism, che Ipsos realizza dal 2017, ci mostra come 1 italiano su 2 (56%) ipotizza di riuscire a fare almeno un periodo di vacanza nel periodo aprile-giugno 2021; vacanza che potrà essere un week-end fuori porta o un viaggio di maggior durata. Da sottolineare però che meno della metà di questi potenziali viaggiatori (41%) si dichiara assolutamente certo di riuscirci.

Possiamo dunque affermare che il potenziale di viaggio c'è, seppur più contenuto rispetto agli scorsi anni (dove la media dei viaggiatori per la primavera si attestava al 67%), ma tutto dipenderà dall'evolversi dei contagi e dalle decisioni che verranno prese dai governi dei singoli Paesi.

Anche per queste vacanze primaverili, come abbiamo già avuto modo di osservare per tutto il 2020, le mete italiane saranno le più gettonate: considerando la platea di potenziali viaggiatori, 2 su 3 rimarranno in Italia. Toscana, Puglia e Sicilia le regioni maggiormente scelte. Le mete Europee risultano le più penalizzate e anche quelle che in prospettiva faranno più fatica a riprendersi. Complice anche questo aspetto, chi sceglie di fare vacanza all'insegna della cultura e della visita alle città d'arte continua ad essere in calo a favore delle località balneari, sempre top nelle scelte, e del turismo montano-collinare-lacustre.

L'incertezza si evince anche dalle prenotazioni. Se in media, in passato, a febbraio oltre 3 viaggiatori su 10 avevano già effettuato una prenotazione per il periodo aprile-giugno, questa quota si attesta ora a meno di 2 su 10. In realtà questo fatto trae origine anche da un altro fenomeno: un calo sensibile della scelta di strutture alberghiere (preferite a febbraio 2020 dal 58% dei viaggiatori, scese ora al 46%) a favore di case e appartamenti. Non tanto case e appartamenti in affitto, ma case proprie, magari non utilizzate da anni e messe a rendita, oppure alloggi di parenti e amici.

Se questo è il quadro che si delinea sulle vacanze primaverili, che **cosa si prospetta per l'estate?**

Sicuramente la voglia di vacanze non è venuta meno: se a febbraio 2020, pre-pandemia, coloro che avevano deciso già di fare una vacanza nell'estate 2020 erano il 55%, il dato misurato a febbraio 2021 risulta in calo ma non è eccessivamente distante: il 49% degli italiani dichiara che farà una vacanza nei mesi estivi.

Quello che cambia è la meta: per il 2021 i vacanzieri estivi in 7 casi su 10 sceglieranno di rimanere in Italia (erano poco più di 5 su 10 nel 2020). Le destinazioni di mare rimarranno la scelta prevalente, ma si conferma, anche per questo periodo, un accresciuto interesse per le località di montagna, collina e lago. Anche sulle scelte estive pesa l'incertezza. In questo caso sono il 50% coloro che si dicono certi di riuscire a realizzare i propri programmi per le vacanze estive: un po'

più fiduciosi rispetto alle vacanze primaverili o comunque meno disponibili a rinunciarvi. Sarà interessante scoprire attraverso il Future4Tourism cosa cambierà nei prossimi mesi, con l'avvicinarsi dell'estate.

Concludiamo con la dimensione del sogno, del desiderato, che è sicuramente una componente fondamentale di qualsiasi viaggio. Se nel pre-pandemia le mete extra-europee erano indiscutibilmente le più agognate, il Covid ha fatto scendere a patti anche i sogni: la destinazione più vicina, la destinazione domestica è diventata l'oggetto di desiderio. Negli ultimi mesi assistiamo però ad un'inversione di tendenza: si vuole ricominciare a sperare, a programmare, a sognare in grande. A sognare di volare oltre-oceano.

* **Fonte: Future4Tourism**, ricerca di Ipsos sul turismo nazionale e internazionale

Nota metodologica: 995 interviste on-line CAWI rappresentative della popolazione italiana 16 anni e più; periodo di rilevazione 24 febbraio-2 marzo 2021.

Per contatti su ricerche multi-client e progetti ad hoc della partnership IPSOS/Martinengo:

MARTINENGO – Cinzia Martinengo cinzia.martinengo@martinengocommunication.com

IPSOS - Katia Cazzaniga katia.cazzaniga@ipsos.com

Martinengo & Partners Communication è un'agenzia di comunicazione integrata basata a Milano. Specializzata in lifestyle, turismo, hotel e resorts, aviazione, destinazioni turistiche, istituzioni e tecnologia, Martinengo si occupa di clienti internazionali e nazionali, brand e prodotti di prestigio. **"We make your brand a success in Italy and around the world"** anche grazie alle agenzie partner di **Pangaea Network**, di cui Martinengo è il partner italiano.

IPSOS – Oggi Ipsos è la terza più grande società di ricerche di mercato al mondo, presente in 90 mercati e impiegando oltre 18.000 persone. I nostri professionisti della ricerca hanno sviluppato capacità multi-specialistiche uniche che forniscono potenti spunti su azioni, opinioni e motivazioni di cittadini, consumatori, pazienti, clienti o dipendenti. Le nostre 75 soluzioni di business si basano su dati primari provenienti dai nostri sondaggi, monitoraggio dei social media e tecniche qualitative o di osservazione. "Game Changers" - il nostro slogan - riassume la nostra ambizione di aiutare i nostri 5.000 clienti a navigare più facilmente nel nostro mondo in profonda evoluzione. Fondata in Francia nel 1975, Ipsos è quotata all'Euronext di Parigi dal 1° luglio 1999.

Per ulteriori informazioni stampa:



Via Vincenzo Monti, 9 – 20123 Milano

Tel. (+ 39) 02 4953 6650

E-mail: martinengo@martinengocommunication.com

Web: www.martinengocommunication.com