



ESTATE 2021: CHE VACANZA SIA

Il rallentare della pandemia, grazie alla diffusione dei vaccini in Italia ma anche nel resto dell'Europa e del mondo, ha riaperto la voglia di vacanza degli italiani.

Lo studio Future4Tourism, che Ipsos realizza dal 2017, indica che 7 italiani su 10 (70%) si concederanno almeno un periodo di vacanza tra luglio e settembre 2021. Di fatto un dato allineato a quello riferito alle estati 2018-2019. Anche la durata delle vacanze programmate è tornata a quella dei livelli pre-pandemia: sono soprattutto il long weekend (3 pernottamenti) e le long holiday (quelle superiori ai 13 notti) a tenere il passo mentre le vacanze di media durata (dalle 4 alle 13 notti), seppur in ripresa, restano più penalizzate.

Sono le destinazioni scelte che non hanno registrato invece grossi cambiamenti rispetto all'estate pandemica 2020: anche per il 2021 la meta prescelta sarà per l'80% dei viaggiatori il Bel Paese. Il recupero delle mete Europee e Extra-Europea a livelli pre-covid è ancora lontano.

Le vacanze estive sono all'insegna del mare per 6 italiani su 10, come in passato. Abbiamo già avuto modo di riferire che sono le città d'arte ad aver subito le maggiori ripercussioni a causa del virus e della conseguente scelta di non programmare viaggi nelle città europee. La montagna, le mete collinari e lacustri riscontrano invece un buon gradimento.

La tipologia di mete viene confermata anche dalle regioni italiane che sono scelte per le vacanze estive: nella top 5 sono presenti Toscana, Sicilia, Puglia, Emilia Romagna e Trentino Alto Adige. Quest'ultima è una new entry nelle mete più gettonate per il periodo estivo.

Altri lievi segnali che indicano un ritorno ad alcuni comportamenti che erano consolidati pre-pandemia sono la scelta di tornare a volare rispetto all'uso dell'automobile e anche la preferenza per le sistemazioni alberghiere rispetto alle case in affitto. Certo i viaggiatori si attendono delle rassicurazioni: se è importante che gli hotel accolgano solo individui muniti di green-pass, ancora più importante è che l'hotel certifichi che anche tutto il personale sia vaccinato e la struttura covid-free.

La rilevazione di giugno del Future4Tourism ha l'obiettivo di raccogliere anche alcuni outlook sulle vacanze autunnali: i segnali sono incoraggianti. 4 italiani su 10 ipotizzano già a giugno di concedersi un periodo di vacanza, sia esso un long week-end o una vacanza più lunga tra ottobre e dicembre. Ancora una volta quello che cambierà rispetto al passato sono le mete: più Italia e meno Europa. Accresciuto anche l'interesse per le crociere.

Le persone e i viaggiatori stanno cercando di riconquistare una normalità rispetto al periodo trascorso e, seppur fiduciosi rispetto alla possibilità di fare vacanze, continuano a essere cauti: il 75%



ritiene che la pandemia ci accompagnerà ancora per il 2022 e quindi continuerà inevitabilmente a influenzare le scelte di viaggio.

* **Fonte: Future4Tourism**, ricerca di Ipsos sul turismo nazionale e internazionale - Nota metodologica: 999 interviste on-line CAWI rappresentative della popolazione italiana 16 anni e più; periodo di rilevazione 9-15 giugno 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