

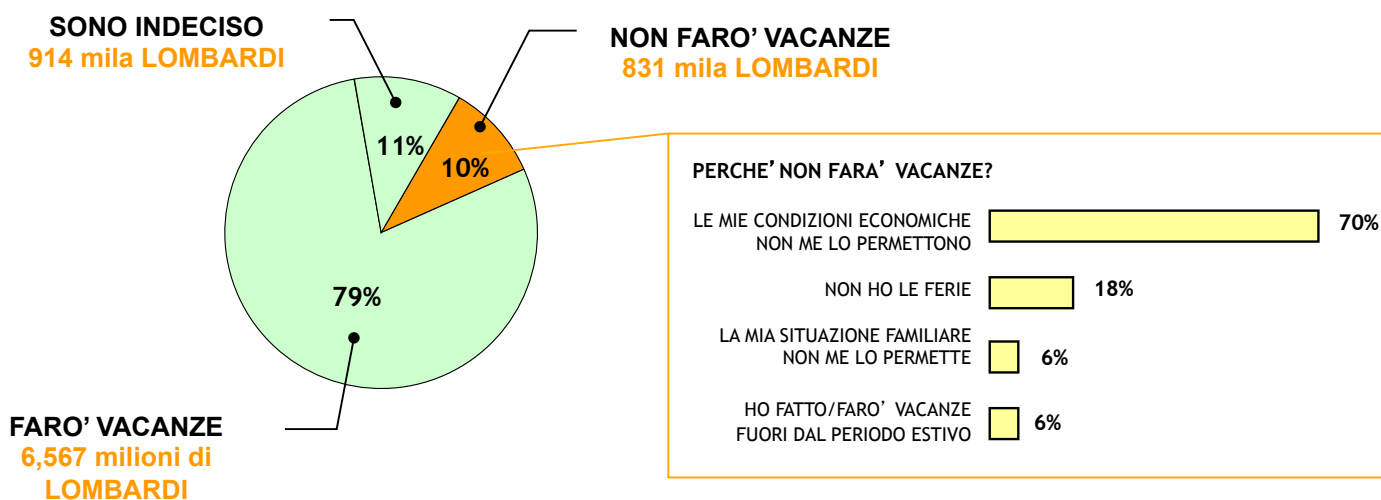
“DOVE VANNO IN VACANZA GLI ITALIANI 2015” LE VACANZE ESTIVE DEI LOMBARDI

Il periodico sondaggio di Trademark Italia-Sigma Consulting rileva un aumento delle giornate di vacanza - Partenze confermate dal 79% dei maggiorenni lombardi, in Italia per l'82% e all'estero per il 18%.

Estate 2015: torna l'ottimismo sulle vacanze estive dei residenti in Lombardia. Tra giugno e settembre **6,5 milioni di lombardi** (il 79,0% degli intervistati) si concederà sicuramente una vacanza. Solo 1 su 10 (831 mila) rinuncerà, nel 70% dei casi a causa di ristrettezze economiche. Se l'11% di indecisi si attiverà positivamente, allora il volume di vacanzieri lieviterà di ulteriori 914 mila lombardi.

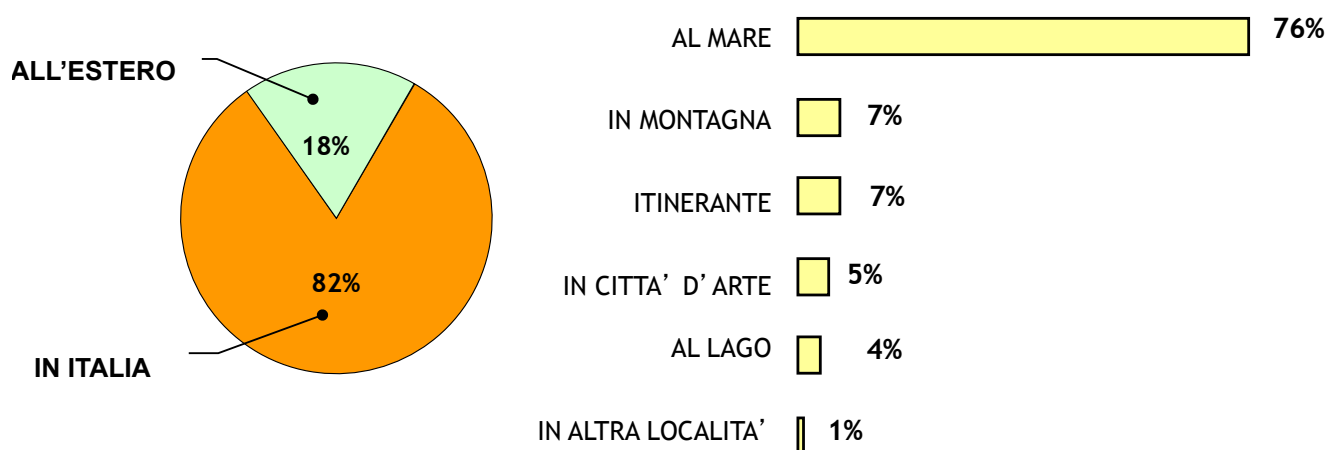
Sono questi alcuni dei risultati del periodico rapporto “**Dove vanno in vacanza gli Italiani**” elaborato da Trademark Italia in collaborazione con Sigma Consulting, con uno zoom sui principali bacini di provenienza dei vacanzieri estivi.

DA GIUGNO A SETTEMBRE, QUEST' ANNO FARA' (O HA FATTO) VACANZE?



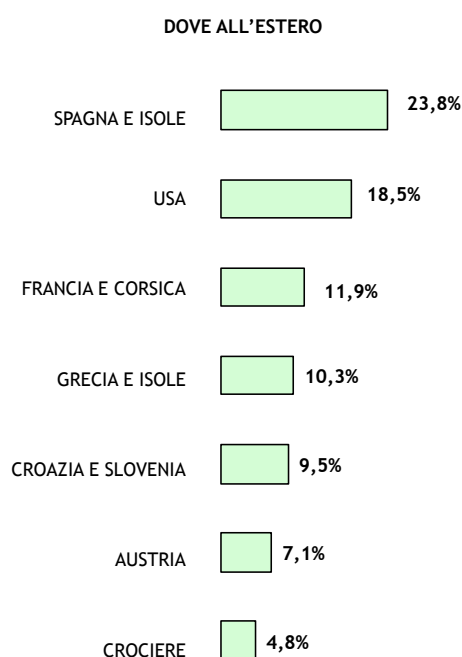
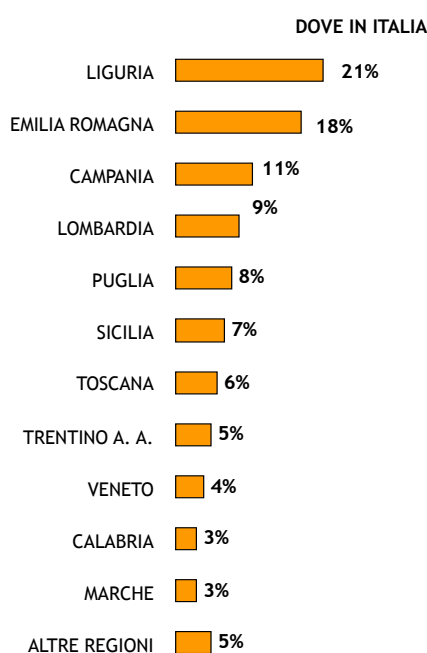
Tra coloro che hanno già deciso di andare in vacanza durante l'estate 2015, l'82% ha scelto una destinazione nazionale, mentre il 18% andrà all'estero. La tipologia di vacanza vede la netta predominanza del mare, preferito da oltre 3 vacanzieri su 4, seguito dalla montagna (7%), dalla vacanza itinerante (7%), dalle città d'arte (5%) e dal lago (4%).

LA VACANZA PRINCIPALE DELL'ESTATE 2015



Per quanto riguarda il dettaglio delle destinazioni di vacanza, in Italia vince la Liguria, preferita dal 21% dei vacanzieri lombardi, seguita da Campania (15%), Puglia (12%), la stessa Lombardia (9%), Sicilia (7%), Emilia-Romagna (6%) e Toscana (6%).

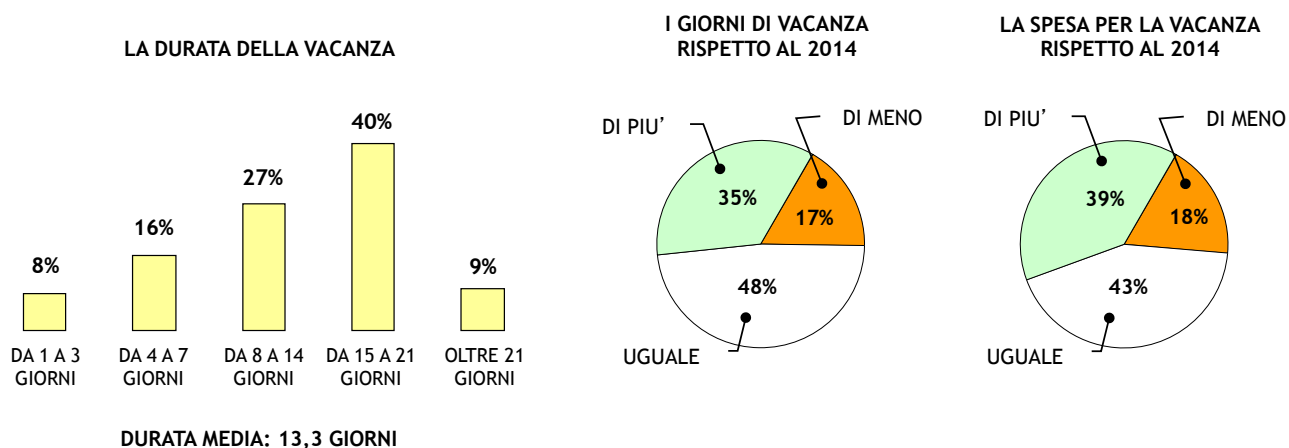
All'estero, invece, tra le principali destinazioni di vacanza prevale nettamente la Spagna (comprensiva di Isole Baleari e Canarie), con il 23,8% delle preferenze dei vacanzieri lombardi. Seguono gli Stati Uniti con il 18,5%, la Francia e la Corsica con l'11,9%, la Grecia e le isole con il 10,3%, la Croazia e Slovenia con il 9,5%, l'Austria con il 7,1% e le crociere con il 4,8%.



Il periodo preferito è ovviamente **agosto**, il mese in cui il 36% dei lombardi intervistati dichiara di fare vacanza. Questa quota si riduce al 27% per il mese di luglio, al 19% in settembre, fino al 18% in giugno.

La durata media delle vacanze dei lombardi risulta di 13,3 giorni, sensibilmente superiore alla media nazionale ed in crescita rispetto al 2014 (il 35% dichiara un aumento della durata). In particolare il 40% dei vacanzieri intervistati trascorrerà da 15 a 21 giorni lontano da casa, quindi in vacanza.

Per quanto riguarda il budget destinato alle vacanze, il 43% degli intervistati spenderà come lo scorso anno, mentre il 39% prevede una spesa superiore.



Il sondaggio si è concluso il 6 luglio 2015 e tiene conto del clima generato dalla crisi greca e dalle azioni terroristiche in Tunisia.

NOTA METODOLOGICA E INFORMATIVA

(in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 256/10/CSP, allegato A, art. 5 del 9 dicembre 2010, pubblicato su G.U. 301 del 27/12/2010)

- Titolo: Le vacanze estive dei lombardi
- Soggetto realizzatore: Trademark Italia srl - Sigma Consulting snc
- Committente/acquirente: Trademark Italia srl
- Periodo di realizzazione: 2 - 6 luglio 2015
- Tema: sondaggio sulle intenzioni di vacanza estiva dei lombardi
- Tipo e oggetto dell'indagine: sondaggio d'opinione a livello regionale
- Popolazione di riferimento: popolazione maggiorenne residente nella Regione Lombardia
- Estensione territoriale: intero territorio regionale
- Metodo di campionamento: Campionamento casuale dalle liste degli abbonati al telefono 2014/2015 e dalla community online Sigma Consulting, stratificato e ponderato per sesso, classe d'età e ampiezza demografica dei centri
- Rappresentatività del campione: il campione è rappresentativo dell'universo specificato rispetto alle variabili di stratificazione.
- Margine di errore: 3,5% (ad un livello di confidenza del 95%)
- Metodo di raccolta delle informazioni: cati (computer assisted telephone interview) e cawi (computer assisted web interview)
- Consistenza numerica del campione: 800 casi (600 cati e 200 cawi). Totale contatti cati: 4.839. Rifiuti: 3.005. Non reperibili: 1.234. Totale contatti cawi: 265. Rifiuti: 65.

Per informazioni:
Trademark Italia 0541 56111/335 6520085
info@trademarkitalia.com