

# LE VACANZE DELL'ESTATE 2017

## Osservatorio Turistico Nazionale di Trademark Italia

*Scenario balneare italiano e prospettive estive delle città d'arte e affari,  
della montagna e delle località termali.*

L'estate turistica 2017, secondo il sondaggio effettuato da Trademark Italia e Sigma Consulting tra il 14 e il 20 giugno su un campione di 2.100 potenziali turisti italiani, vedrà un aumento del movimento e quindi del volume dei turisti con una contemporanea contrazione della durata dei soggiorni.

Cresceranno quindi il movimento, il traffico e la spesa media. In sostanza, assisteremo ad un'estate con più arrivi, con soggiorni più brevi ma con maggiori ricavi per gli operatori che si occupano di ospitalità e servizi turistici.

Sembra che l'Italia non tema più l'instabilità economica, la disoccupazione, l'incerto futuro del PIL e neppure le turbolenze del Mediterraneo. Avvezzi ormai agli annunci riguardanti l'arrivo di profughi e richiedenti asilo, gli italiani (come gli europei) non dimenticano gli attentati terroristici ma temporaneamente li archiviano perché *"l'estate è l'estate"* e nulla può interrompere l'abitudine storica e la continuità delle ferie e delle vacanze. Questo atteggiamento generale è confermato da GFK che nella sua ultima newsletter descrive così l'attuale *sentiment* nazionale: gli italiani si sentono infelici, circondati come sono da insicurezza, da attentati, da problemi climatici planetari, da minacce terroristiche. I media trasmettono provvisorietà e allora non resta che staccare, uscire, tendere alla serenità piuttosto che alla felicità ormai troppo lontana. In sintesi, *meglio accontentarsi e stare tranquilli, piuttosto che continuare a puntare sulla piena realizzazione dei propri desideri.*

Questo significa più tempo liberato da grandi impegni e da improbabili traguardi, un atteggiamento che, logicamente, conduce al temporaneo disimpegno e a più vacanze.

L'estate è fatta apposta per partire con la famiglia, ritrovare gli amici, divertirsi ed estraniarsi e il mare è la meta preferita per gli italiani in vacanza.

## Il trend dell'estate 2017

Questa stagione estiva registrerà una progressiva contrazione dei viaggi leisure verso i Paesi islamici del Mediterraneo. Quindi, considerata la consistente domanda vagante di turismo balneare, accertato che gli operatori turistici da due anni contano sui milioni di viaggiatori europei che cercano alternative al Mar Rosso, all'Egitto, alla Tunisia e alla Turchia, verificato che i dati continuano ad indicare che la Spagna è la prima scelta della domanda europea e che la seconda destinazione preferita dagli europei nel 2017 è la Grecia (la cui capacità ricettiva però è di molto inferiore a quella spagnola e italiana), per la nostra Penisola ci sono le premesse per un ulteriore miglioramento dei flussi incoming internazionali indipendentemente dagli investimenti promozionali. Il movimento di questo secondo trimestre 2017 e le prospettive della stagione estiva lasciano dunque prevedere degli ottimi risultati per l'economia turistica italiana. E il nostro sondaggio conferma che l'Italia otterrà risultati mediamente superiori a quelli del 2016.

Il segmento più consistente di italiani che fa vacanze in agosto (nelle 3 settimane centrali del mese) rappresenta praticamente metà circa delle presenze (room nights) di tutta l'estate. La scelta della destinazione, al momento, ancora non è certa, ma la tradizione ci dice - con una certa sicurezza statistica - che oltre la metà di questo esercito di connazionali ritornerà anche nel 2017 nelle destinazioni abituali del Veneto, della Liguria, della Toscana, dell'Emilia Romagna, delle Marche e dell'Abruzzo. Saranno pochi gli "innovatori" e gli "esploratori" ... come del resto nel 2016.

Generale aumento del movimento (sia autostradale che ferroviario) anche se accompagnato dalla riduzione della durata delle vacanze, ma positiva crescita della spesa tra il 5% e il 7%. Il sondaggio ci mostra anche un 15% di italiani che hanno approfittato della situazione meteo e dei ponti festivi di maggio e inizio giugno e ora si appresta a programmare la propria vacanza principale, ovvero le ferie. Intervistando coloro che hanno già fatto almeno 3 giorni di vacanza si fotografa quindi una maggioranza di persone che lasciano la propria casa promettendo a se stessi di fare altri periodi fuori casa. Nelle intenzioni dei connazionali ci sarebbe la voglia di un improbabile raddoppio del periodo di vacanza perché - come suggerisce GFK - le vacanze, i viaggi, il bisogno di serenità e di

temporanea allegria, restano motivazioni dominanti. Questo vale sia per gli italiani che per gli stranieri, tanto che anche nel 2017 otterremo l'ennesima dimostrazione di un turismo stagionale concentrato e migliore rispetto ad una situazione sociale che i media non perdono occasione di definire mediocre, preoccupante o negativa.

**Tab. 1 – Il quadro numerico degli italiani (Istat)**

Italiani	60,4 milioni
Occupati in marzo 2017	57,5%
Disoccupati	11,7%
Non lavorano (ricchi, poveri, giovani, pensionati, anziani, disabili, invalidi, etc.)	24,4 milioni circa
Fanno vacanze al mare, in montagna, in campagna, ai laghi, all'estero	40 milioni circa

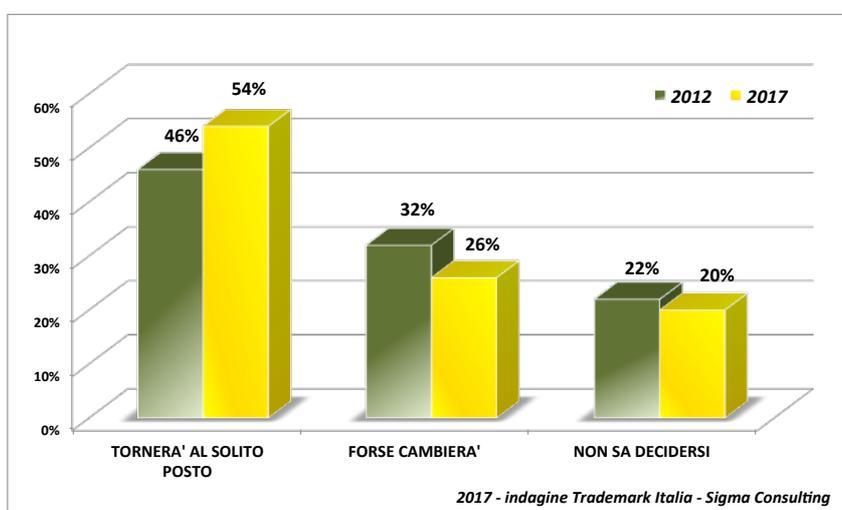
**Tab. 2 – Il quadro numerico dei turisti (stime Trademark Italia)**

Fanno vacanze in alberghi, campeggi, appartamenti registrati, etc.	22 milioni
Vanno all'estero per vacanza	4,8 milioni
Vanno in crociera e girano per mari (turismo nautico)	3,5 milioni
Fanno vacanze al mare in giugno	6,5 milioni
Fanno vacanze in luglio e agosto (abituamente)	32,0 milioni
Fanno vacanze alternative (campagna, montagna, laghi, appennino, etc.)	2,8 milioni
Chi risiede e lavora città balneari e in località turistiche marine	8 milioni
Non fanno vacanze (approssimativamente)	17 milioni

Il quadro numerico dell'estate 2017 indica che gli italiani, occupati o disoccupati, ricchi o poveri, rappresentano il 70% del turismo nazionale stagionale e balneare.

Anche quelli che non lavorano le ferie le faranno, non staranno a casa e non passeranno l'estate nella loro abitazione abituale.

**La maggioranza ritornerà comunque dove è stata l'anno scorso e verosimilmente utilizzerà le stesse modalità di prenotazione e di trasporto.**



Diventa dirompente affermare che nel 2017 le vacanze le faranno anche quelli che **non arrivano alla fine del mese**, la maggioranza dei quali si troverà al mare e in montagna insieme a milioni di europei, indicativamente 50 milioni, per i quali l'estate è l'estate, il momento dell'anno che da decenni è dedicato alle vacanze, al non lavoro e all'abbandono temporaneo delle città.

## Come sempre: italiani in vacanza in Italia

Altissimo numero di pensionati, maturità anagrafica, prudenza e saggezza, sensibilità economica, valori immobiliari che non consentono di dire addio alla crisi, confusione e scandali quotidiani ... rendono meno facile scegliere e pagare una vacanza lontana, negli atolli dell'Oceano Indiano o sulle spiagge caraibiche. L'opzione più popolare è quella delle vacanze vicine, in automobile o in treno (sempre più utilizzato), con la famiglia, la fonte primaria di sicurezza e serenità. Nel 2017 si va dove si è sempre andati, dove vanno gli amici, dove ci si sente garantiti e sicuri ... almeno una settimana. Una vacanza senza esplorazioni, senza discussioni e polemiche, con poche sorprese. Il campione di italiani interpellati risponde così:

- **il 57-58% resterà in Italia** e anche se ancora non ha prenotato sceglierà il solito posto, probabilmente lo stesso alloggio;
- **aumenta il numero di quelli che andranno all'estero** (in aereo, in treno e in auto) **(18%) perché secondo loro conviene**. Novità 2017 per gli under '50 senza figli: la Germania;
- **almeno un quarto ha già prenotato** e la metà di questi lo ha fatto perché la loro destinazione sono le isole, Sardegna e Sicilia su tutte, per le quali è essenziale acquistare il trasporto con largo anticipo;
- **la quasi totalità** degli italiani non pensa assolutamente a fare vacanze nei Paesi di religione islamica.

## **Il prezzo non è una priorità.**

Visto che 7 europei su 10 per le loro vacanze scelgono l'alta stagione; considerato che anche gli italiani come gli europei vanno in vacanza quando tutto costa il doppio; appurato quindi che il prezzo non è la ragione principale della scelta ma una inevitabile conseguenza, diventa logico attuare politiche di prezzo coerenti con queste affermazioni ed evitare che le destinazioni popolari attuino politiche sbagliate di bassa stagione che spesso rendono ridicola la spinta competitiva (pensione completa offerta a meno di 30 euro per persona).

Quindi il prezzo non sembra un problema determinante per la maggioranza dei turisti italiani ed europei, perché altrimenti farebbero le loro vacanze in maggio e nelle prime tre settimane di giugno o forse in settembre, quando i prezzi risultano essere inferiori anche del 50%.

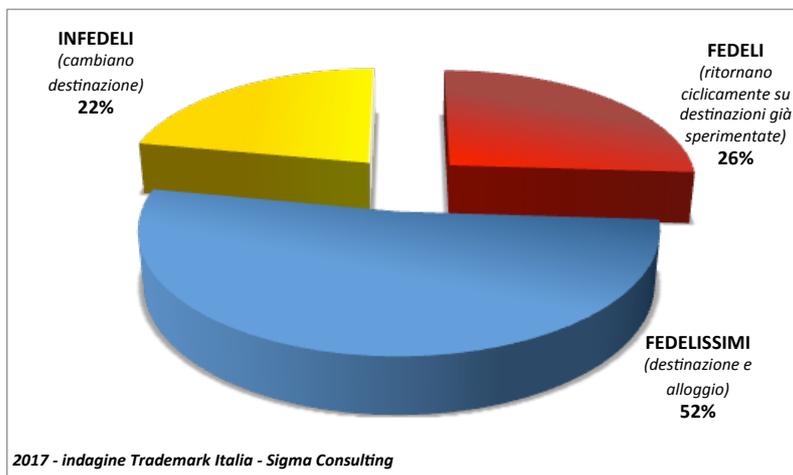
Se i turisti consapevolmente scelgono luglio e agosto, ovvero i periodi di massimo carico turistico, quando tutto è più difficile e più caro, dobbiamo sapere che lo fanno per abitudine, per tradizione, per evadere dalle città che si svuotano (seppur meno che in passato). Spesso sono costretti a farlo per obblighi e condizioni lavorative (numerose aziende e imprese ancora chiudono ad agosto) e per la combinazione delle proprie ferie con quelle di altri componenti della famiglia. In questo modo si produce quell'insieme di fattori che determina l'atteggiamento della domanda nazionale "obbligata" a fare vacanza durante il periodo di altissima stagione.

E così quest'anno lo sbarramento (budget) di spesa per persona sale, passando da 850 a 1.000 euro. Un risultato che non dispiacerà agli operatori dell'ospitalità.

## **Quanto vale la fedeltà dei turisti italiani**

Il valore delle aree turistiche si misura sulla lealtà e fedeltà degli ospiti. Destinazioni come Taormina, Ischia, Capri, Forte dei Marmi, Rimini, Sorrento, Riccione, Positano, possono contare su notorietà, fama, offerta di alloggio diversificata e organizzata, e quindi su un'elevata lealtà della propria clientela in molti casi vicina al 70%. Dove la clientela ritorna la tenuta del turismo è scontata.

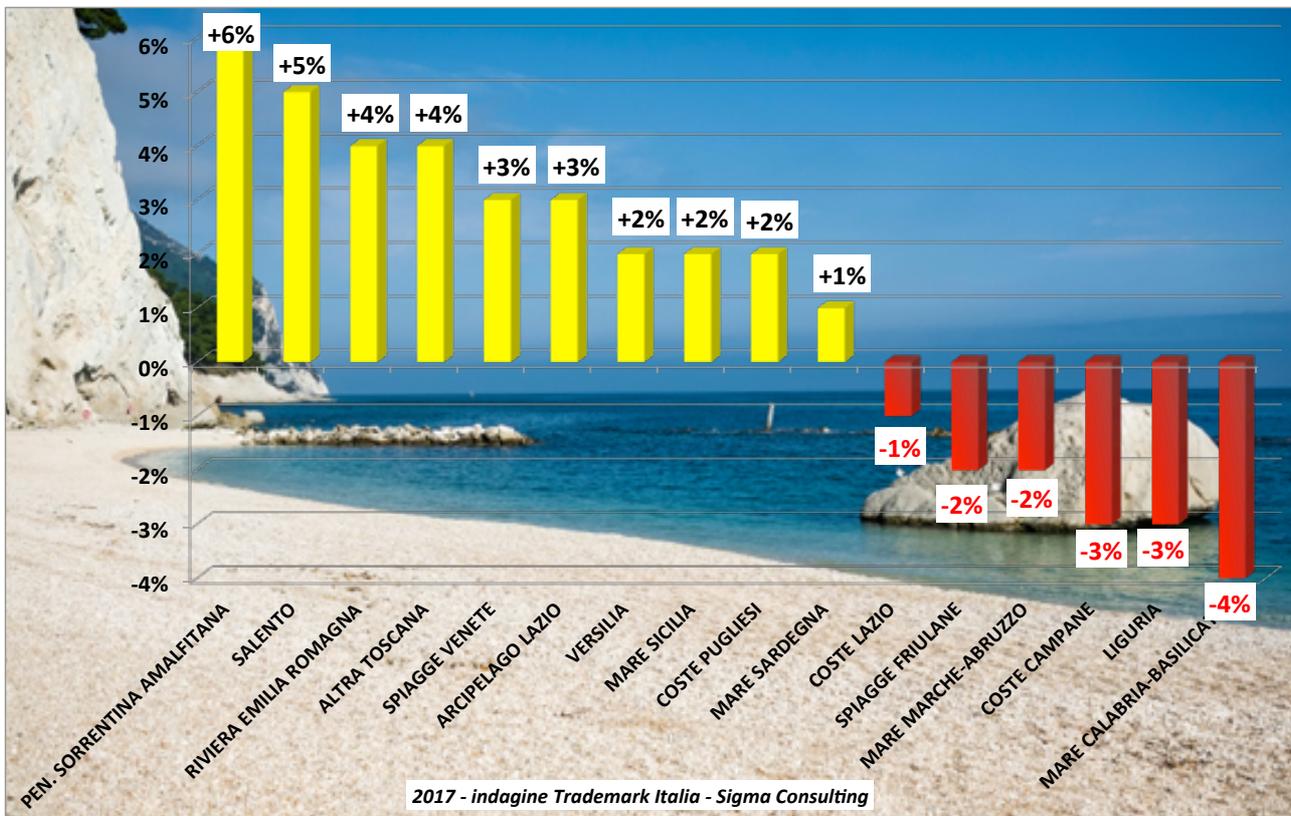
Anche nel 2017 le località più famose domineranno lo scenario dell'estate al mare, in montagna e nelle città d'arte e cultura.



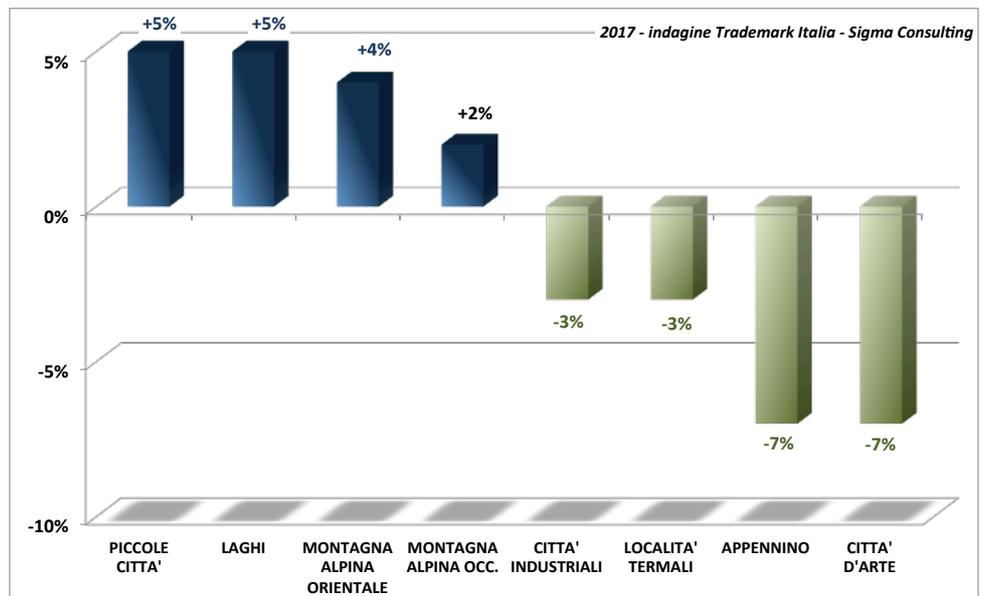
Solo il 22% degli italiani ama cambiare, raccoglie cataloghi e brochure (anche online), si documenta, studia, analizza, prova a cercare occasioni con le OTA e sperimenta soluzioni di alloggio alternative con Airbnb. La percentuale ancora è bassa e non ferisce, per ora, la struttura dell'ospitalità alberghiera. Per fare in modo che il turismo cresca in maniera virtuosa sarebbe auspicabile però che gli italiani e gli stranieri scegliessero le località di vacanza in base alla propria personale cultura, alle proprie passioni, ai propri gusti, consultando siti web, giornali, libri e pubblicazioni. Avrebbero così aspettative corrette, ovvero non cercherebbero fenomeni enogastronomici che raramente esistono, oppure musica che non è nelle tradizioni locali e infine giochi e svaghi che non sono nelle corde della località. In sostanza eviterebbero delle delusioni.

## Il “barometro” delle località nel 2017

Vista la situazione 2017 e valutato secondo il sondaggio quello che i turisti italiani stanno decidendo di fare e che faranno, l'andamento delle principali località balneari in questa estate complessivamente positiva è presentato nella tabella seguente:



Per quanto riguarda le altre destinazioni di vacanza nazionali, la propensione attuale degli italiani, per le prossime vacanze estive appare nella tabella a fianco.



## Conclusioni

Quest'estate assisteremo al ritorno degli italiani nelle località nelle quali avevano passato la vacanza principale nel 2016. I cambiamenti positivi riguardano il Salento, la penisola sorrentina-amalfitana, la Riviera della Romagna, le coste del Tirreno centrale e la Versilia. Ottima estate anche per i laghi veneti e lombardi. Leggera crescita o stabilità per le altre località. Leggera flessione per la Liguria e le coste della Calabria e Basilicata.

*Sondaggio realizzato dal 14 al 20 giugno su un campione rappresentativo di 2.100 persone estratto casualmente dalla community online Sigma Consulting, stratificato e ponderato per sesso, classe d'età, ampiezza demografica dei centri e area di residenza.*

Approfondimenti per addetti ai lavori:

Trademark Italia - Rimini.

Tel. +39 0541 56111 oppure e-mail: [info@trademarkitalia.com](mailto:info@trademarkitalia.com)