

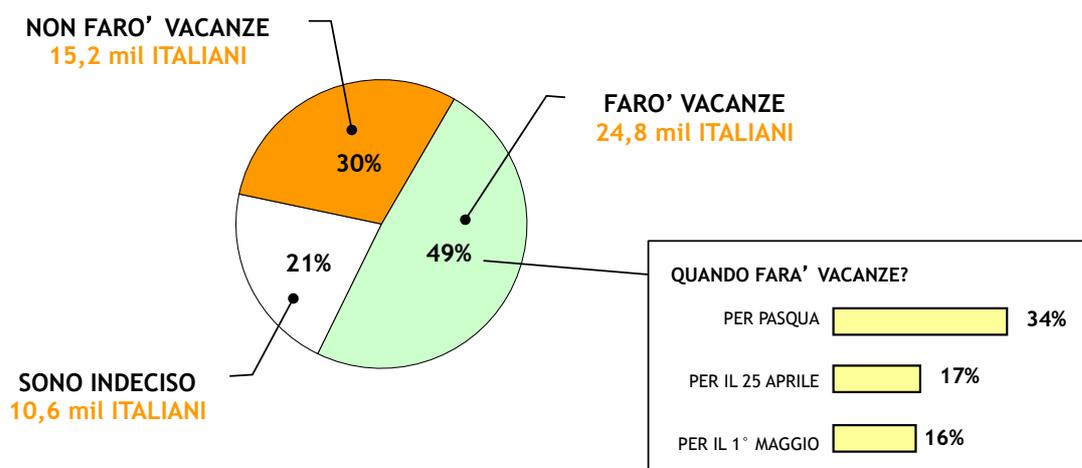
LE VACANZE DEGLI ITALIANI PER LA PASQUA E I PONTI PRIMAVERILI 2017

La Pasqua e i ponti primaverili rappresentano quest'anno un'opportunità molto interessante per le vacanze e gli short breaks degli italiani - Positive anche le tendenze per la prossima estate - Se 1.044 italiani rappresentano l'universo statistico nazionale, in Italia non si rilevano segni di preoccupazione diffusa e le abitudini di vacanza appaiono stabili - Rispetto al 2016, 1,5 milioni di italiani in più passerà qualche giorno fuori casa. Il 73% di questi farà gli stessi giorni di vacanza del 2016 e il 59% si allontanerà dalla propria abitazione per almeno 2/3 giorni – Destinazioni preferite: il 91% in Italia, il 9% all'estero - La spesa stanziata sarà in leggero aumento rispetto allo scorso anno, visto che un 23% di connazionali prevede di spendere di più - Sono 15,2 milioni gli italiani che non faranno vacanze, mentre sono almeno 24,8 milioni coloro che hanno già deciso la partenza e la destinazione: 33% città d'arte, 27% coste e spiagge italiane, 11% montagna.

Sarà una Pasqua migliore del 2016, una Pasqua più "alta" di tre settimane rispetto allo scorso anno (quando cadde il 27 marzo). Una grande opportunità, in particolare in termini meteorologici, per i turisti che potranno sfruttare anche i successivi ponti del 25 aprile (martedì) e del 1° maggio (lunedì) a prezzi più convenienti rispetto a quelli di "altissima stagione" della Pasqua. Lo scenario delineato da Trademark Italia è il frutto di un sondaggio nazionale su un campione rappresentativo di 1.044 italiani effettuato da Sigma Consulting. I risultati evidenziano una quota leggermente superiore di "decisi" (49% contro il 46% dello scorso anno) che sfioreranno i 25 milioni, mentre diminuisce la quota di coloro che non faranno vacanze (30% contro il 32% del 2016), ossia 15 milioni circa. Il 21% (quasi 11 milioni) decideranno all'ultimo momento.

LEI FARA' VACANZE FUORI CASA PER PASQUA E I PONTI PRIMAVERILI?

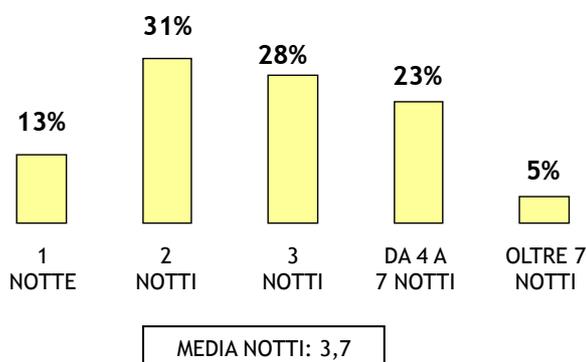
Base: totale campione (1.044 casi)



La durata di queste brevi vacanze è assimilabile a quella del 2016: il 13% degli italiani trascorrerà fuori casa una notte, il 31% due notti, il 28% 3 notti, il 23% da 4 a 7 notti, il 5% oltre le 7 notti. Nel complesso, la media è di 3,7 notti trascorse fuori casa, un soggiorno simile al 2016 per il 73% degli intervistati che faranno le vacanze pasquali, ma c'è un 18% che prevede di aumentare la durata del soggiorno.

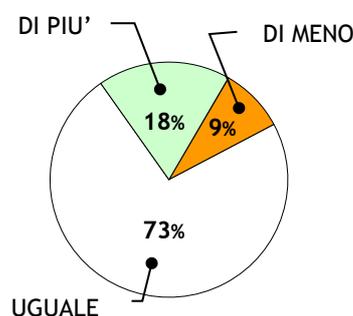
LA DURATA DELLA VACANZA

Base: rispondenti che andranno in vacanza (520 casi)



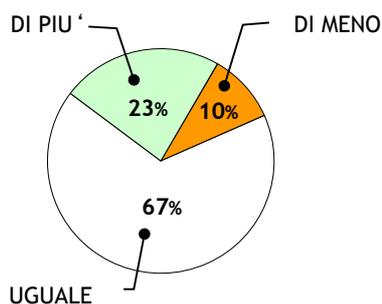
RISPETTO AL 2016, FARA' PIU' O MENO GIORNI DI VACANZA?

Base: rispondenti che sono andati in vacanza nel 2016 (300 casi)



Per quanto riguarda il budget disponibile gli italiani cercano di contenere la spesa (tendenza consolidata ormai), ma il 23% degli intervistati dichiara che spenderà di più, mentre solo il 10% spenderà meno del 2016. La spesa media per persona dovrebbe attestarsi sui 147 euro al giorno.

RISPETTO AL 2016, SPENDERA' DI PIU' O DI MENO PER LE SUE VACANZE?

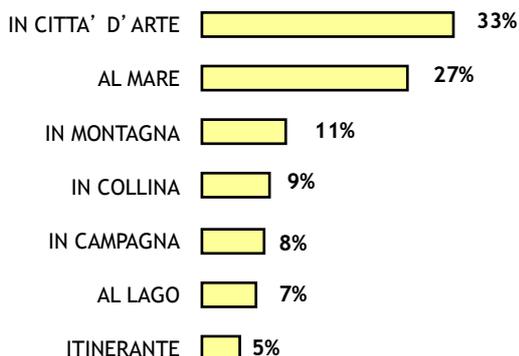
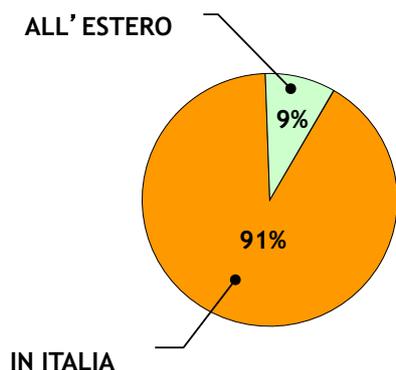


SPESA MEDIA
GIORNALIERA A PERSONA
147 EURO

Base: rispondenti che andranno in vacanza (520 casi)

Per quanto riguarda le destinazioni preferite dagli italiani per queste festività primaverili, le scelte si orienteranno prevalentemente verso le città d'arte e cultura (33%) e verso le spiagge (27%), per il 91% dei casi in Italia e solo per il 9% all'estero. In lieve flessione la montagna (11%) penalizzata dal calendario, dalla Pasqua "alta" e da una perdurante carenza di precipitazioni nevose che porta molte località a "chiudere" la stagione prima delle vacanze pasquali.

DOVE ANDRA' IN VACANZA?



Tra le destinazioni di vacanza preferite, in Italia emergono le grandi città d'arte e cultura (Roma, Venezia, Firenze, Pisa, Siena, Napoli, Genova e Torino) e le località balneari (Sicilia, Riviera Romagnola, Coste e isole campane, Riviera Ligure, Lidi veneti). All'estero si preferiscono le maggiori capitali europee (Londra, Berlino, Parigi, Barcellona, Amsterdam, Lisbona) ma anche New York, e molte destinazioni Mare come le Baleari e le Canarie, Grecia, Cuba, Santo Domingo, Dubai.

E' interessante valutare, inoltre, quanto pesino per 15,2 milioni di italiani che non faranno vacanze (il 30%), le ragioni economiche incombenti (39%). Considerato che circa 8 milioni di loro vivono in aree turistiche balneari e montane o nelle prossimità, il dato si ridimensiona di molto.

Significativo il 26% che prevede di fare vacanze in altri periodi dell'anno ed è evidente che sia così, visto che le vacanze estive sono un'abitudine consolidata per il 65% degli italiani. Infine, c'è il 21% dei 15,2 milioni di connazionali che non faranno vacanze, che passeranno la Pasqua a casa per ragioni personali, di salute, o per motivi di studio o di lavoro.

PERCHE' NON FARA' VACANZE?



Base: rispondenti che non andranno in vacanza (304 casi)

Aureliano Bonini e Alberto Paterniani, titolari di Trademark Italia e Sigma Consulting, sono entrambi convinti che i risultati di questo sondaggio fotografano un'Italia che pensa all'immediato, che gioca con il tempo aspettando la fortuna che sta dietro l'angolo.

In questo sondaggio, evidentemente collegato alla congiuntura della Pasqua, non si sono avvertiti più di tanto - ed è sorprendente - i segni della crisi, dell'insufficienza salariale, della disoccupazione e del malessere che è parte integrante delle cronache quotidiane: una Pasqua 2017, insomma, senza evidenti problemi.

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 pasquali degli italiani
- Soggetto realizzatore: Trademark Italia srl - Sigma Consulting srls
- Committente/acquirente: Trademark Italia srl - Sigma Consulting srls
- Periodo di realizzazione: 27 - 30 marzo 2017
- Tema: sondaggio sulle intenzioni di vacanza degli italiani per Pasqua e i ponti primaverili
- Tipo e oggetto dell'indagine: sondaggio d'opinione a livello regionale
- Popolazione di riferimento: popolazione italiana maggiorenne
- Estensione territoriale: intero territorio nazionale
- Metodo di campionamento: campionamento dalla community online di Sigma Consulting, stratificato e ponderato per sesso, classe d'età, ampiezza demografica dei centri e area di residenza
- Rappresentatività del campione: il campione è rappresentativo dell'universo specificato rispetto alle variabili di stratificazione.
- Margine di errore: 3,0% (ad un livello di confidenza del 95%)
- Metodo di raccolta delle informazioni: cawi (computer assisted web interview)
- Consistenza numerica del campione: 1.044 casi. Totale contatti: 2800. Rifiuti: 1.756.

Per informazioni:

*Trademark Italia - 0541 56111 - info@trademarkitalia.com
Sigma Consulting - 0721 415210 - info@sigmaconsulting.biz*