



Mascherine, secchiello e paletta

Nel 2020 del coronavirus, ben oltre la metà degli italiani (61%) non rinuncerà alle vacanze e la stragrande maggioranza (93%) sceglierà l'Italia piuttosto che l'estero.

È quanto emerge da un sondaggio condotto da IZI in collaborazione con Comin & Partners sul turismo degli italiani nell'estate post Covid-19.

Il sondaggio, effettuato tra il 4 e il 7 giugno sui residenti in Italia su un campione di 1009 persone, mostra elementi critici ma anche note positive. Da un lato si registrerà una contrazione in termini assoluti del numero dei vacanzieri italiani rispetto allo scorso anno (-16%). Dall'altro ci sarà una tenuta di quanti raggiungeranno destinazioni turistiche in Italia (+1%) rispetto al 2019. Le mete estere, invece, subiranno un crollo significativo (-17%).

Le motivazioni principali che inducono gli italiani a trattenersi dentro i confini nazionali sono ovviamente riconducibili ai timori di tipo sanitario (34%). Ma a pesare per ben il 41%, è soprattutto la motivazione economica.

Quest'anno sarà inoltre minore la spesa che gli italiani potranno affrontare per i loro viaggi: nel 2019 avevano speso per le vacanze estive più di 72 miliardi di euro, di cui 27 miliardi all'estero e più di 45 in Italia. Nel 2020, la previsione di spesa all'estero crolla dell'85% attestandosi intorno ai 4 miliardi di euro, mentre la spesa dei turisti italiani nel territorio nazionale, scende del 7% passando da 45 miliardi di euro a 42.

Come nel 2019, anche quest'anno la stragrande maggioranza degli italiani andrà in vacanza con famiglia al seguito (70%), privilegiando l'ospitalità di parenti e amici (+4% rispetto allo scorso anno), l'uso delle seconde case di proprietà (+2% rispetto al 2019), e i bed & breakfast (+2%). A registrare una notevole contrazione (-8% rispetto al 2019) saranno gli alberghi, senza dubbio le strutture ricettive più colpite dalla crisi.

Il coronavirus non incide, invece, sulle preferenze degli italiani per quel che riguarda le mete più desiderate. Al primo posto della classifica troviamo sempre il mare con il 54% delle preferenze. Non sono pochi nemmeno gli affezionati alle escursioni in alta quota: la montagna viene scelta dal 16%, con un balzo in avanti del 5% rispetto al 2019.

La stragrande maggioranza dei vacanzieri si sposterà in macchina o in moto (78%), mentre solo l'11% degli intervistati ha dichiarato che prenderà un aereo per andare in vacanza, la metà di chi ha utilizzato l'aereo lo scorso anno.

Turismo italiano: sui livelli pre-crisi solo nel 2023

Sempre a proposito di viaggi, secondo le previsioni dell'ENIT, nel 2020 il turismo in Italia soffrirà di una crisi profonda e, si tornerà ai valori precedenti solo nel 2023. Un settore che nel nostro Paese rappresenta il 13% del PIL, e che quest'anno perderà profitti pari a 20 miliardi di euro per quanto riguarda gli arrivi dall'estero, che vanno ad aggiungersi ai 46 miliardi persi provenienti dal turismo interno.

Dalla metà di maggio circa, però, dalla rete arrivano segnali di ottimismo e, più in particolare,

dall'indagine di Marketing01, tra i migliori 30 Google Premier Partner del mondo, che ha analizzato gli interessi online degli utenti a livello mondiale.

“Durante i mesi del lockdown le ricerche dell'utente medio sono cresciute mensilmente del 130% circa, ma erano quasi tutte rivolte a piattaforme di streaming o e-commerce. – spiega Paolo Bomparola, Fondatore di Marketing01 – Dalla seconda metà di maggio, invece, dalla rete traspare un desiderio di tornare a viaggiare e, malgrado tutto, di non rinunciare alle vacanze. Il 65% delle ricerche online sono relative a destinazioni turistiche, luoghi da visitare e strutture ricettive. C'è, ovviamente, ancora un po' di paura, perciò, soprattutto in caso di turisti esteri, si cercano molte informazioni online anche circa lo stato dei contagi e delle misure adottate al fine di contenerli. Per questo motivo, è indispensabile per chiunque operi nel mondo del turismo, ma anche per le amministrazioni comunali e regionali, essere presente in rete in modo efficiente, che non significa limitarsi ad aprire un sito o un account social, ma avviando delle strategie mirate.”

La rete, quindi sembra essere la chiave per la ripresa del settore e si può notare come, in effetti, le regioni in cui le aziende o le amministrazioni hanno avviato campagne online di comunicazione e marketing stiano riscuotendo un successo maggiore, soprattutto per quanto riguarda il turismo interno. Tra queste, vanno sicuramente menzionate l'Umbria, la Sicilia, la Sardegna e la Puglia. Le ultime due in particolare stanno registrando un numero di ricerche online importante, che da maggio è aumentato ad un tasso di circa il 23% a settimana