

Vacanze Made in Italy: il Covid non ferma la voglia di viaggiare

Mare, montagna e zone rurali sono le mete più gettonate per l'estate 2020. Alla sesta edizione di Beach&Love, verrà presentato un approfondimento sullo studio Future4Tourism di Ipsos

Con l'arrivo dell'estate, la voglia di vacanza aumenta e gli italiani sognano di ritornare a viaggiare, nonostante le restrizioni imposte dall'emergenza Coronavirus. Come evidenziato dallo studio Future4Tourism – progetto di Ipsos dedicato al mondo del turismo con aggiornamenti sull'impatto del Covid-19 sulle preferenze degli italiani –, le ultime settimane hanno segnato una forte crescita dei vacanzieri estivi, con un incremento di 10 punti percentuali rispetto al mese di maggio, accendendo le speranze dell'intero settore.

Tra luglio e settembre, il 61% degli italiani andrà in vacanza e l'83% sceglierà come destinazione l'Italia, un dato positivo che permetterà di compensare, almeno in parte, i mancati arrivi dall'estero. Questo, però, non potrà bilanciare le presenze complessive: se la quota dei “vacanzieri del weekend” è in linea con quanto registrato negli anni passati, di contro si rileva una contrazione dei pernottamenti con durata superiore.

La pandemia ha inciso notevolmente sui programmi di viaggio degli italiani, il 73% dichiara come variazioni, in termini di destinazione e durata della vacanza, dipendono dall'emergenza Coronavirus. Inoltre, le preferenze degli italiani propendono verso mete all'aria aperta, come mare, montagna e località collinari-lacustri, con una conseguente flessione rispetto alle città d'arte. La scelta dell'alloggio, invece, privilegia il soggiorno in campeggi e in case o appartamenti in affitto, mostrando un calo considerevole nelle prenotazioni presso le strutture alberghiere, ritenute poco sicure e non in grado di mantenere il distanziamento sociale.

Questi e molti altri dati saranno oggetto di approfondimento alla prossima edizione di Beach&Love, l'evento che, venerdì 24 luglio a Milano Marittima, presenterà tecniche e strategie di comunicazione e digital marketing per rilanciare il turismo dopo mesi di stop forzato.

«In un periodo segnato da importanti restrizioni e cambiamenti improvvisi, è importante dare risalto al panorama turistico italiano, attraverso l'analisi dei dati di settore e la creazione di un'immagine ad alto impatto emotivo e comunicativo. – afferma Salvatore Russo, ideatore e direttore creativo dell'evento – Beach&Love si pone l'obiettivo di raccontare il mondo del turismo attraverso personaggi e storie di successo, proponendo strumenti innovativi per andare oltre la crisi».

www.beachanlove.it

www.ipsos.com [www.ipsos.com/it-it/il-turismo-al-tempo-del-covid-19-parte-4]