Future4Tourism

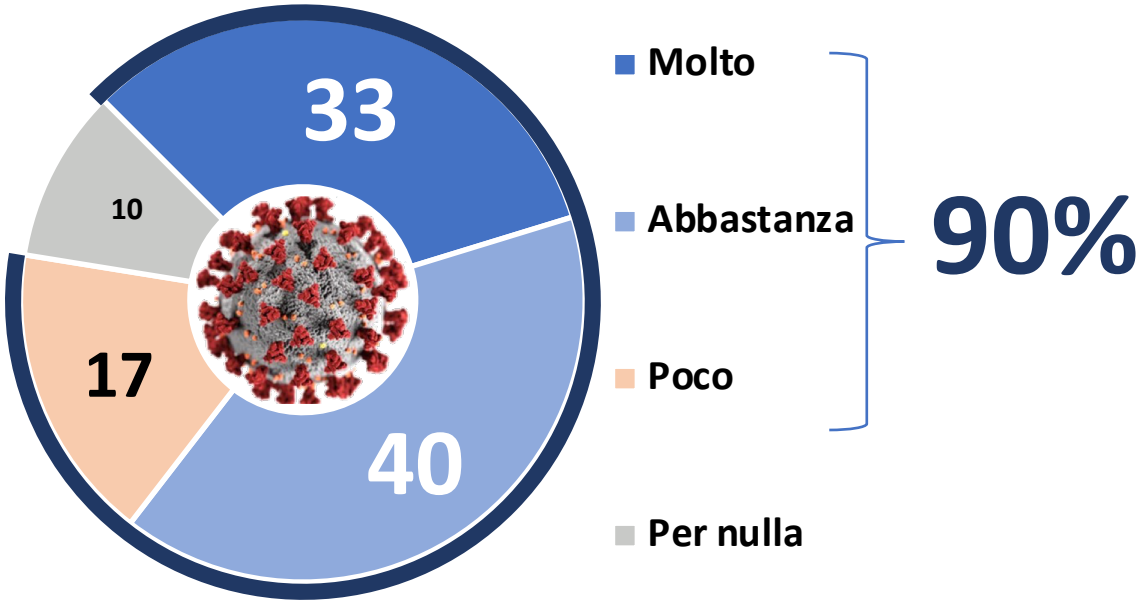
Le propensioni di viaggio degli italiani

24 luglio 2020

© 2020 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

La pandemia ha influito fortemente sulle scelte dei vacanzieri

Quanto la pandemia ha modificato le Sue scelte legate alle vacanze 2020?



FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

Lo sforzo comunicativo di rassicurazione degli operatori è stato corale

Chi ha comunicato rassicurando i viaggiatori circa la sicurezza garantita rispetto al virus?

- **LE REGIONI** — 37%
- **LE SINGOLE STRUTTURE** (hotel, B&B, stabilimenti balneari …) — 24%
- **LE AZIENDE DI PROMOZIONE TURISTICA** — 24%
- **LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA TURISTICHE** — 22%
- **LE SINGOLE CITTÀ/I SINGOLI COMUNI** — 21%
- **LE ISTITUZIONI/ORGANISMI NAZIONALI** — 17%
- **LE COMPAGNIE DI MEZZI DI TRASPORTO** *(aerei, traghetti, bus…)* — 14%

FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

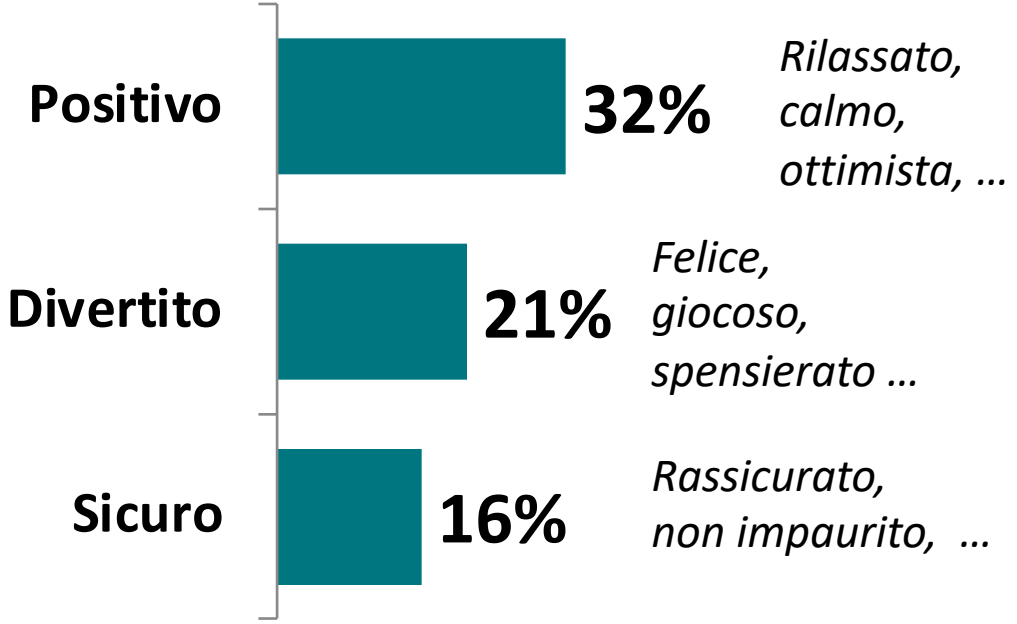
Comunicare sicurezza è importante…ma le emozioni positive contano

Quali dei seguenti messaggi lei <u>VORREBBE ASCOLTARE</u> nelle pubblicità dalle marche?

1° **SICUREZZA PER IL CONSUMATORE** — 68%

3° **RITORNO ALLA NORMALITÀ** — 62%

Stante la situazione attuale, come vorrebbe che la pubblicità la <u>FACESSE SENTIRE</u>?



Source: banca dati Ipsos

I vacanzieri per l'estate 2020 sono in calo rispetto al passato…

Estate 2017	*Estate 2018*	*Estate 2019*	*Estate 2020*
68%	74%	72%	

61% ha in programma di fare una vacanza nell'estate 2020

22% ancora indecisi

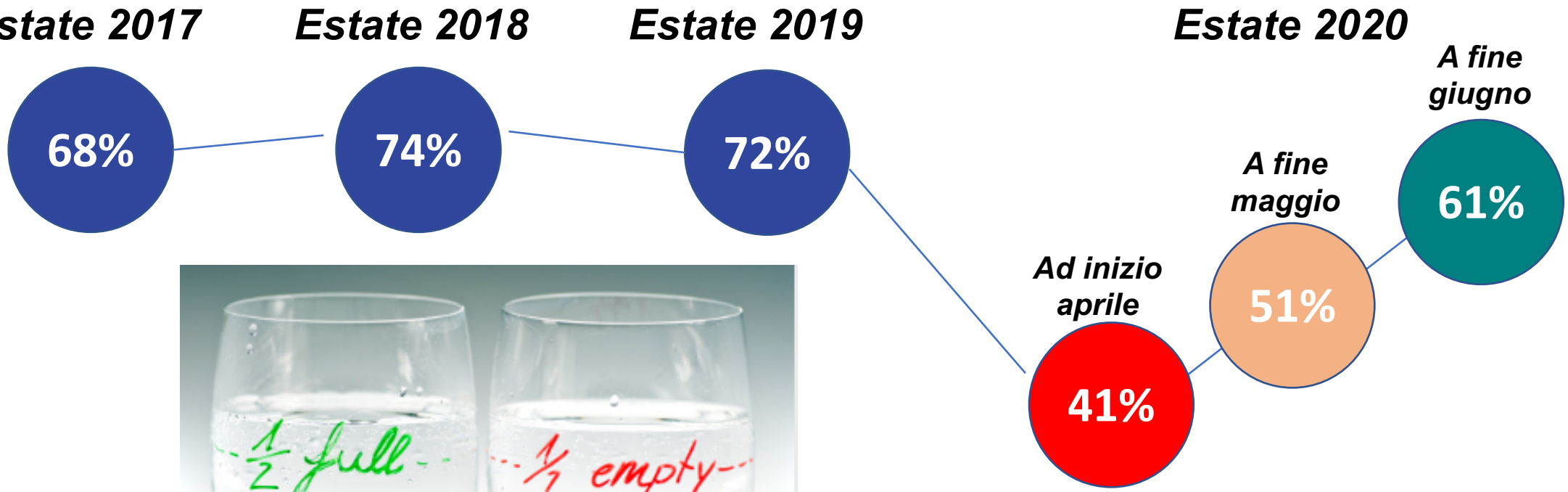
17% non vacanzieri

FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

...ma la fine del lockdown e una maggior chiarezza sulle possibilità di spostamento hanno riacceso la voglia di viaggiare

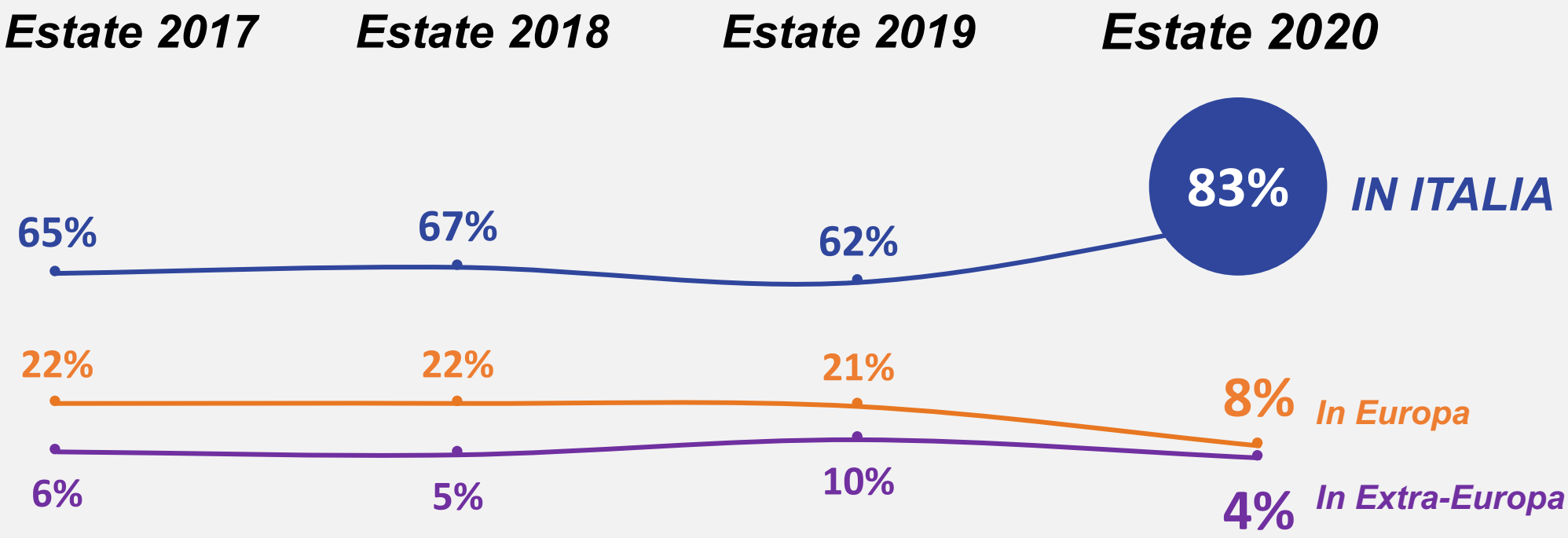


FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

Un viaggio che per la maggior parte dei vacanzieri sarà in Italia …



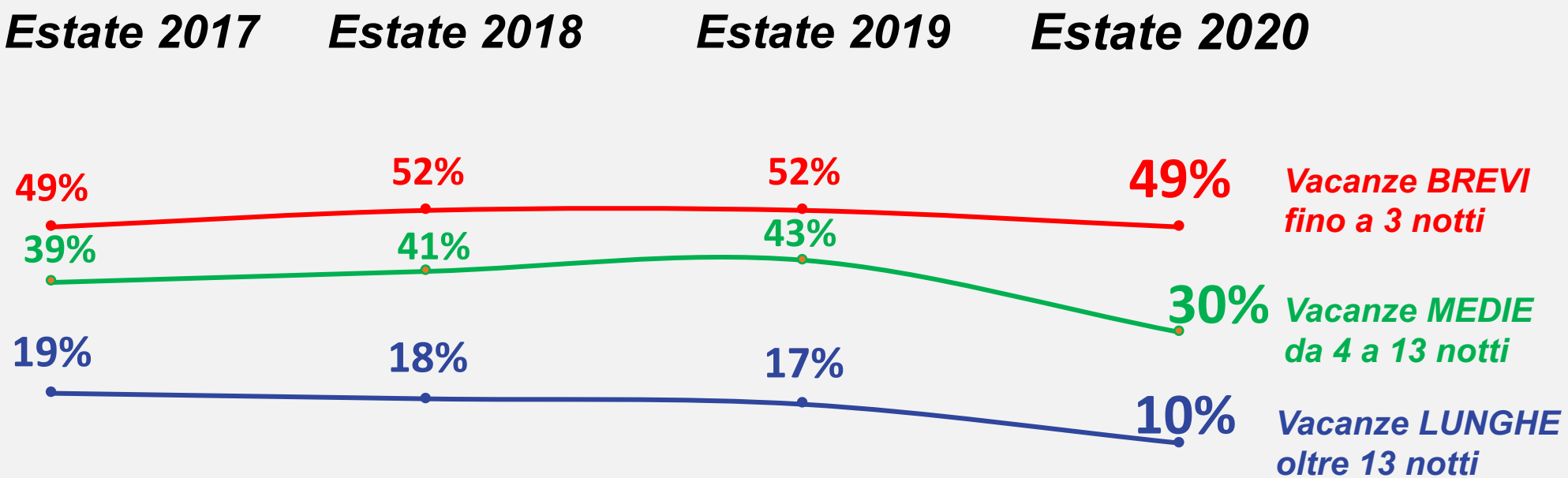
Base: propensi alla vacanza in ciascun periodo. Il complemento a 100% è dato da chi farà una crociera e da chi è ancora indeciso sulla meta

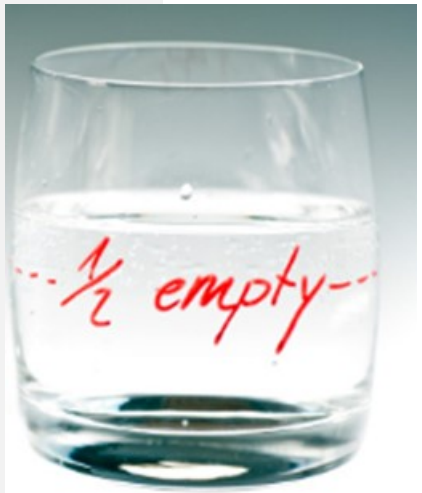
FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

...e spesso sarà una "toccata e fuga"





Base: propensi alla vacanza in ciascun periodo. Il complemento a 100% è dato da chi farà una crociera e da chi è ancora indeciso sulla meta

FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

Il mare si conferma la scelta estiva per eccellenza

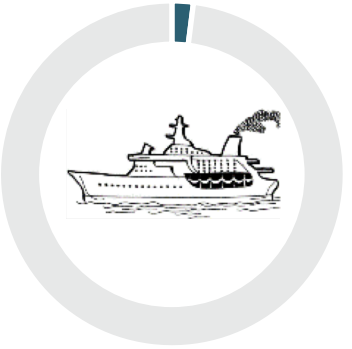
ESTATE 2020

59%
Mare

17% ↓
Visita culturale

15% ↑
Montagna

8% ↑
Collina, campagna, lago



1%
Crociera

ESTATE 2019

56% | **26%** | **11%** | **5%** | **2%**

FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

La pandemia modifica la scelta della struttura per il soggiorno…

VALORI %

	Estate 2019	Estate 2020
Hotel/B&B/Agriturismo	47	38 ↓
Case/appartamenti	37	42 ↑
Villaggio turistico	8	7
Campeggio	2	7 ↑

FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

...e per chi sceglie il mare anche il tipo di servizio spiaggia

Estate 2019	56%	44%
Estate 2020	43%	57%

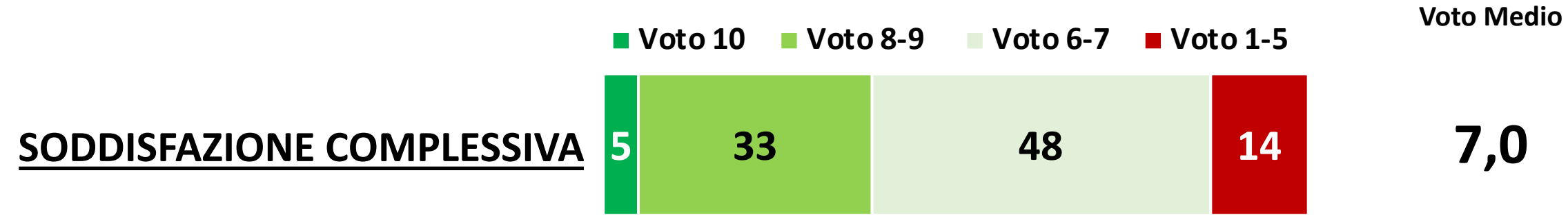
FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

La scelta di non fruire di un servizio alberghiero nel 2020 non è imputabile ad una carenza dell'offerta

Valutazione degli hotel italiani



La **soddisfazione maggiore** (voto medio > 7) è legata al **servizio** (che include la ristorazione, la pulizia, la gentilezza e la competenza del personale)

Soddisfazione contenuta (voto medio sufficiente ma < 7) per la **struttura** (che include bagni, camere e arredi)

FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

In alcune regioni gli operatori sono particolarmente attenti a mantenere alta la qualità dell'offerta alberghiera

Quali sono le 3 Regioni Italiane dove gli albergatori sono più attenti a investire nelle loro strutture e mantenere alta la qualità dell'offerta?

GIUGNO 2020

Emilia Romagna	38%
Trentino Alto Adige	35%
Toscana	30%

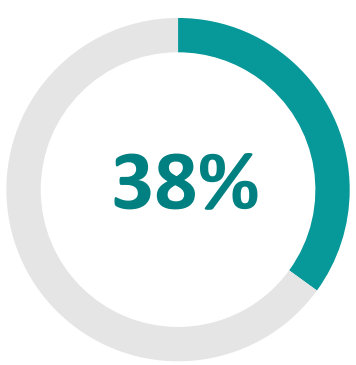
FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

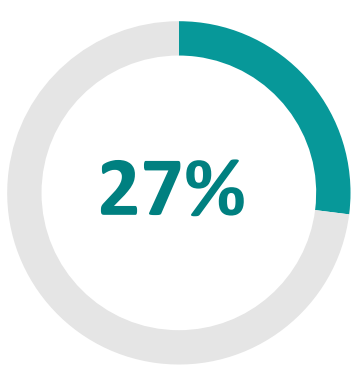
Internet rappresenta una fonte informativa imprescindibile quando si sceglie la meta della propria vacanza

86% dei viaggiatori nell'estate 2020 si informa sulla destinazione attraverso …

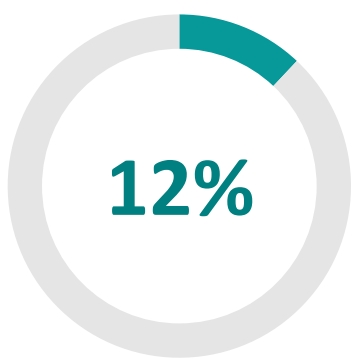


Internet
Siti ufficiali delle destinazioni

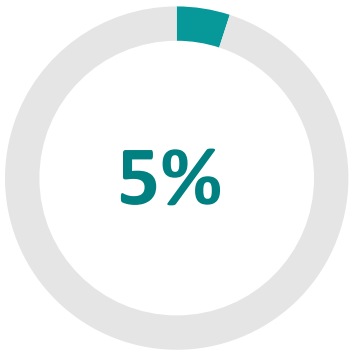
Internet
Siti, blog, forum utilizzati dai viaggiatori



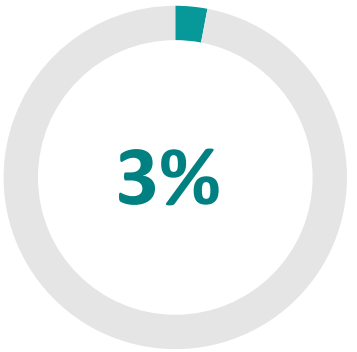
Da amici e conoscenti
Che hanno già visitato quel luogo



Sui Social Network



Nelle agenzie di viaggio



Guide turistiche e riviste specializzate

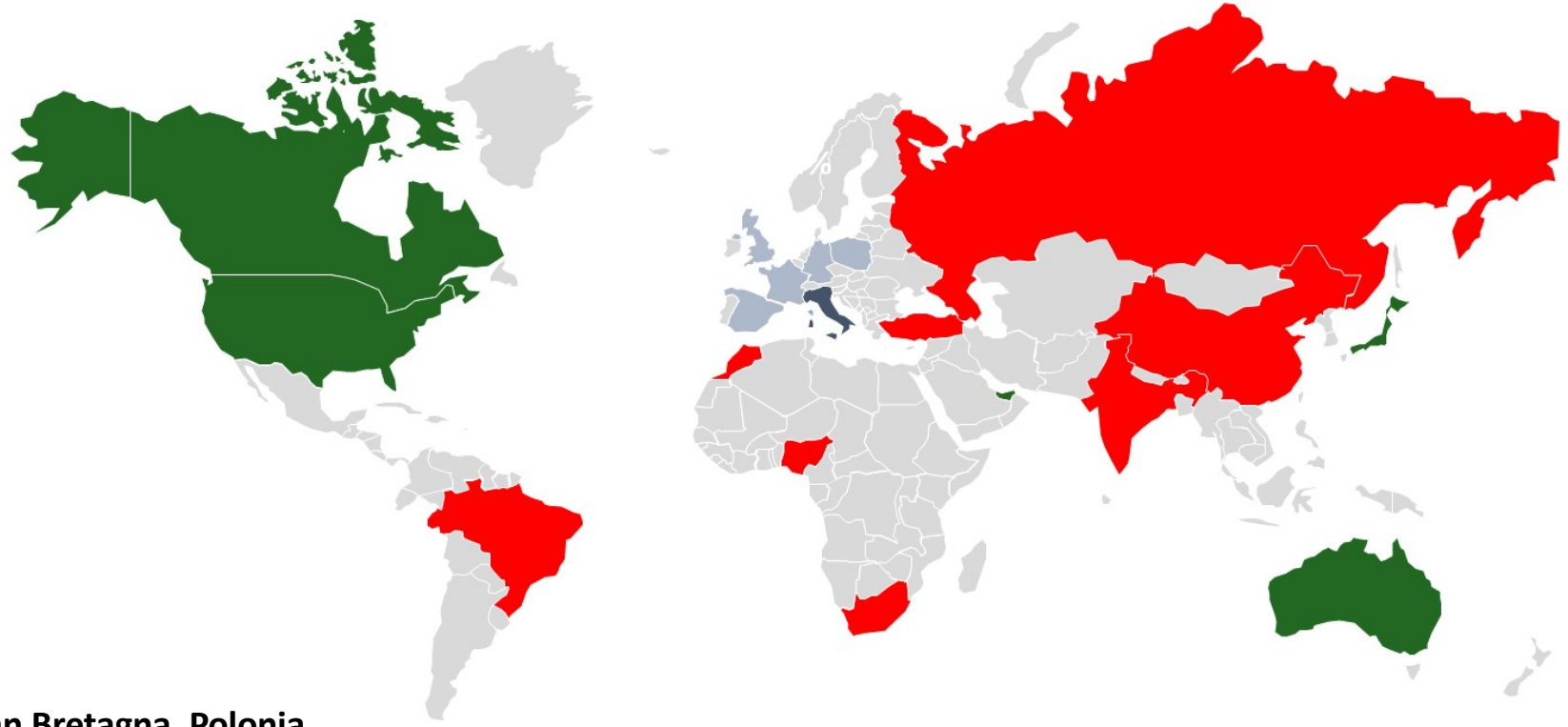
FUTURE 4 TOURISM

Source: Ipsos Future4Tourism: circa 1000 interviste in ciascuna rilevazione – ultima indagine realizzata a fine giugno 2020

Ipsos

Ipsos Be-Italy, l'attrattività dell'Italia

18 Paesi coinvolti



Europa: Germania, Francia, Spagna, Gran Bretagna, Polonia
Maturi: Usa, Canada, Australia, Giappone, Emirati Arabi,
Prospect: Cina, Russia, Turchia, India, Brasile, Sud Africa, Nigeria, Marocco

\+ Italia

Source: Ipsos Be Italy indagine realizzata a fine 2016

L'Italia rappresenta un importante polo attrattivo per il turismo internazionale, base da cui (ri)partire

Se domani vincesse una vacanza premio all'estero, dove vorrebbe andare?

BE Italy Ipsos

TOT PAESI

	POPOLAZIONE	CETI ELEVATI
ITALIA	37	41
Stati Uniti	32	33
Australia	31	33
Francia		
Giappone		
Spagna		
Gran Bretagna		

EUROPA		MKT MATURI		PROSPECT	
POPOLAZIONE	CETI ELEVATI	POPOLAZIONE	CETI ELEVATI	POPOLAZIONE	CETI ELEVATI
29	28	42	48	49	58

Perché farebbe un viaggio in Italia? (Massimo 3 motivi)

CITTA'

OPERE D'ARTE, MONUMENTI

CIBO E VINO

Ipsos

CONTACT:

KATIA.CAZZANIGA

katia.cazzaniga@ipsos.com

www.ipsos.it