

Roma, 11 marzo 2016

**LA RILEVAZIONE IN DETTAGLIO**

L’indice di fiducia del viaggiatore italiano, elaborato da Confturismo-Confcommercio in collaborazione con l’Istituto Piepoli, mostra un andamento stabile della propensione degli Italiani al viaggio.



Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

L’indice, risultato di un algoritmo che combina le risposte date ad una serie di domande sulle abitudini e sulle previsioni di viaggio, si attesta a febbraio ad un valore pari a 59, il cinque per cento in più rispetto allo scorso anno.

Il 2016 ha registrato una partenza positiva per l’indice Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli.

La cultura è uno degli aspetti che traina questa crescita di inizio anno.

L’indice di fiducia registra valori elevati nonostante vi sia un clima d’incertezza internazionale, legato sia all’andamento economico dei paesi emergenti che all’insicurezza dovuta agli attacchi terroristici negli ultimi mesi. L’indice cresce del cinque per cento rispetto al febbraio del 2015 anche grazie al fattore “cultura”: l’indagine rileva che l’aspetto culturale influenza la scelta di viaggio per quattro italiani su cinque.

Il concetto di cultura nel vocabolario turistico degli italiani è ampio: infatti il turismo culturale è sinonimo sia dei beni culturali, quali monumenti e musei, ma a al contempo anche delle bellezza naturali presenti nel paesaggio.



Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

La parola “cultura” in ambito turistico è infatti legata all’architettura e i monumenti storici delle città per un italiano su due, ma anche ai musei e ai paesaggi naturali per quattro italiani su dieci.

Altrettanto importante, per tre italiani su dieci la parola “cultura” è legata anche al cibo e alle tradizioni gastronomiche.

L’importanza dell’aspetto culturale si traduce direttamente nelle preferenze di viaggio degli italiani per i prossimi tre mesi.

Un italiano su due sceglierà nel prossimo trimestre come destinazione una città o località d’arte, evidenziando come esista un vero e proprio traino del turismo culturale sull’intero settore turistico.



Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

A livello di scelta di meta turistica per il prossimo trimestre, la Toscana è in testa alle preferenze degli Italiani, anche grazie alle proprie destinazioni legate al turismo culturale.



Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

Per la scelta della destinazione di viaggio, il Trentino Alto Adige e la Lombardia sono rispettivamente in seconda e terza posizione.

In Europa la Francia conquista la posizione di leadership davanti al Regno Unito e alla Spagna, mentre per quanto riguarda le destinazioni extra-europee, gli Stati Uniti sono in cima alle preferenze di viaggio.

Si evidenzia un incremento della percentuale di italiani che preferiscono trascorrere le proprie vacanze nel Bel Paese: il 78 per cento degli italiani trascorrerà le proprie vacanze in Italia.

Oltre al traino del turismo culturale, l’indice di fiducia registra valori positivi anche per gli aspetti macroeconomici italiani.

In particolare si registra un continuo incremento del prodotto interno lordo, che ha raggiunto per la prima volta dopo molto tempo, un valore di crescita dell’1 per cento nell’ultimo trimestre del 2015.

Anche nel 2016, la crescita economica italiana dovrebbe accelerare, anche se rimangono elementi d’incertezza legati all’andamento dell’economia globale.

Al tempo stesso la disoccupazione è in forte diminuzione. Tra dicembre 2015 (ultimo dato disponibile dell’Istat) e il novembre del 2014, il tasso di disoccupazione è sceso di quasi due punti percentuali.

Questi miglioramenti sono dovuti sia alle riforme del Governo che a fattori esterni, quali la caduta del prezzo del petrolio e il quantitative easing deciso dalla Banca Centrale Europea.

Rimangono tuttavia due grandi elementi d’incertezza sull’economia italiana e di conseguenza anche sul settore turistico: il rallentamento economico nei paesi emergenti che potrebbe trascinare anche il nostro Paese verso una nuova recessione e i continui tragici attacchi terroristici.

Oltre un italiano su due ha paura che possa tornare una crisi economica simile a quella del 2008 nel nostro Paese.

Inoltre quasi un italiano su due pensa che l’attuale situazione finanziaria internazionale influenzerà in maniera negativa le scelte in materia di viaggi.

Gli attacchi terroristici degli ultimi mesi hanno inoltre aumentato il clima d’incertezza e aumentato il livello di paura.

Un italiano su due crede possa verificarsi un attentato terroristico di matrice islamica nel nostro Paese.

Gli attentati hanno avuto un effetto diretto sul turismo. Il settore è infatti estremamente sensibile alle paure e agli shock esterni.

L’indice di fiducia evidenzia una crescita rispetto allo scorso anno grazie alla forza del turismo culturale e nonostante questi grandi elementi d’incertezza globale appena mostrati.

Questa incertezza sembra avere un effetto sulla durata media dei viaggi. Rispetto allo stesso mese dello scorso anno, la durata media è scesa da 4 a 3,2 notti per viaggio.

In termini percentuali la diminuzione della durata media dei viaggi è dell’ordine del 20 per cento.