**PONTE OGNISSANTI: OLTRE 7 MILIONI DI ITALIANI IN VIAGGIO (+1,6%)**

**GIRO D’AFFARI 1,96 MILIARDI DI EURO (+8,3%)**

**BOCCA: IL MOMENTO E’ STRATEGICO PER PROGRAMMARE INTERVENTI MIRATI AL SOSTEGNO DELLA CRESCITA**

“Saranno più di 7 milioni gli italiani in viaggio per la festività del 1 novembre. Un dato positivo, che fa segnare una lieve crescita rispetto al corrispondente periodo del 2016, innestandosi sull’ottima performance realizzata durante la stagione estiva. Per consolidare questo trend sono necessari interventi e strategie mirate, a sostegno degli investimenti in uno dei pochi comparti che si distingue per la capacità di creare reddito e posti di lavoro”.

E’ questo il commento del presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, alla lettura di un’indagine previsionale realizzata dalla Federazione con il supporto dell’istituto ACS Marketing Solutions.

Secondo la ricerca, il 90,7% degli italiani in viaggio per il ponte di Ognissanti sceglierà l’Italia come meta, mentre l’8,1% ha deciso di recarsi all’estero. I vacanzieri trascorreranno 3,2 notti fuori casa, con una spesa per ogni membro della famiglia (comprensiva di trasporto, vitto, alloggio e divertimenti) che cresce dai 262 euro del 2016 ai 279 euro del 2017. Il giro di affari previsto per il ponte è di circa 1,96 miliardi di euro (1,81 miliardi nel 2016).

Per coloro che hanno deciso di restare in Italia, la montagna costituisce la destinazione preferita, seguita dalle città d’arte, dalle località di mare, dalle zone termali e dai laghi. Mentre i patiti della vacanza all’estero si recheranno soprattutto nelle grandi capitali, europee ed extraeuropee, e nelle località di mare.

Quanto alla modalità di scelta della vacanza, si rivela sempre più consistente l’uso dei social media e della rete, con un significativo incremento del numero di persone che prenotano la vacanza rivolgendosi direttamente alla struttura ricettiva, a conferma del fatto che gli italiani apprezzano sempre più i vantaggi connessi alle prenotazioni dirette.

**I RISULTATI DELL’INDAGINE**

**IL “PONTE” IN ITALIA O ALL’ESTERO?** – **Saranno circa 7 milioni e 24 mila gli italiani** (tra maggiorenni e minorenni) in viaggio in occasione del ponte di Ognissanti. Il **90,7%** resterà in Italia, mentre **l’8,1%** andrà all’estero.

**LE LOCALITA’ PRESCELTE –** Chi resta in Italiasi orienterà in prevalenza sulle **località montane**: il **29%** prediligerà i monti, il **25,3%** si recherà in luoghi e città d’arte, il **17,5%** preferirà il mare, un **5,9%** andrà alle terme ed un **3,6%** darà preferenza ai laghi.

**VACANZE ALL’ESTERO –** Per coloro che sceglieranno mete estere, le **grandi capitali europee** saranno le più ambite, con il **63%** della domanda complessiva. Il **14,8%** prediligerà le **località di mare**, il **7,4%** le grandi capitali extra-europee, il **3,7%** la montagna.

**DOVE ALLOGGIARE –** La **casa di parenti/amici** sarà la struttura prescelta dal **28,1%** dei viaggiatori, seguita a stretto giro dal **24,5%** di chi andrà in **albergo.**

**LA SPESA COMPLESSIVA – La spesa media pro-capite**, comprensiva di trasporto, alloggio, cibo e divertimenti, si attesterà sui **279 euro** (contro i 262 euro del 2016),con un **giro di affari** di circa **1,96 miliardi di euro**, che fa segnare un incremento **dell’8,3%** rispetto allo scorso anno (1,81 miliardi di euro).

**DURATA DEL SOGGIORNO** - La durata media del soggiorno risulta stabile, con circa **3,2 notti trascorse fuori casa.** Il 29,6% dei viaggiatori trascorrerà fuori casa quattro notti o più. Da ricordare che quest’anno il 1° novembre cade di mercoledì (martedì nel 2016).

**IL TURISMO E LA RETE** – Per ciò che riguarda la modalità di scelta della vacanza, il **52,5%** degli intervistati dichiara di utilizzare i social media e la rete per decidere o quantomeno informarsi sull’offerta nelle diverse località, sui prezzi e sulle strutture di interesse. Il **45,4%** ha prenotato la propria vacanza **rivolgendosi direttamente alla struttura** ricettiva. Si tratta di un valore in netto aumento rispetto al 34,6% registrato in occasione del ponte di Ognissanti 2016.

*L’indagine è stata effettuata dall’Istituto ACS Marketing Solutions nel periodo compreso tra il 17 e il 20 ottobre intervistando con il sistema C.A.T.I. (interviste telefoniche) un campione di 3000 italiani maggiorenni, rappresentativo di oltre 50 milioni di connazionali maggiorenni. Il campione è stato costruito in modo da rispecchiare fedelmente la popolazione di riferimento, tale da includere anche i minorenni, mediante l’assegnazione di precise quote in funzione di sesso, età, Grandi Ripartizioni Geografiche ed Ampiezza Centri.*

