



Roma, 20 aprile 2018

COMUNICATO STAMPA

QUASI 8 MILIONI DI ITALIANI IN VIAGGIO PER LA FESTA DELLA LIBERAZIONE OLTRE 7 MILIONI PER IL PONTE DEL 1° MAGGIO

BOCCA: UN'ITALIA CON LA GIOIA DI VIVERE MALGRADO LE DIFFICOLTA'

“I ponti di Primavera sono un bel banco di prova nella prospettiva di una stagione che corre verso l'estate: se queste sono le premesse, il desiderio di viaggio e l'effettivo movimento di viaggiatori andrebbe incentivato con tutti gli strumenti possibili. Il nostro è un Paese che sembra dimostrare la gioia di vivere, malgrado le innegabili difficoltà ed il clima di incertezza”.

E' il commento a caldo di Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, alla lettura dell'indagine condotta da ACS Marketing Solutions relativa alle previsioni di viaggio degli italiani in occasione della festa della Liberazione e del ponte del 1° maggio.

“Un calendario favorevole, in specie nel caso della festa dei lavoratori, che cade di martedì, rende interessante l'occasione di vacanza, che per alcuni assume addirittura la forma del super-ponte”.

“Il giro di affari legato al movimento dei ponti primaverili conferma i segnali di ripresa che stanno facendo bene al settore. Tuttavia – aggiunge Bocca - per strutturare al meglio il trend di crescita nel nostro comparto, il quadro di incertezza politica non aiuta”.

“La continuità del nostro impegno per il settore turistico è la nostra più autentica garanzia. Ma non basta – conclude il presidente di Federalberghi -. Speriamo davvero di ricevere nel più breve tempo possibile dal futuro Governo risposte concrete alle nostre istanze: non perdere il treno della ripresa resta a nostro avviso una priorità per il Paese”.

IL PONTE DEL 25 APRILE 2018

Saranno circa **7 milioni e 969 mila (6 milioni 132 mila maggiorenni e 1 milione 837 mila minorenni)** gli italiani che si muoveranno per la festa della Liberazione.

LA SPESA MEDIA - La spesa media pro capite destinata al viaggio e comprensiva di tutte le voci (trasporto, alloggio, cibo e divertimenti) sarà pari a **358 euro** (309 euro nel 2017).

LA DURATA DELLA VACANZA - In crescita la durata media della vacanza: circa 3,7 notti fuori casa, in netta crescita rispetto alle 3,1 notti del 2017. Nel 34,2% dei casi, si tratterà di un "super-ponte", che includerà sia il 25 aprile sia il 1° maggio.

GIRO D'AFFARI - Il giro di affari complessivo sarà pari a circa **2,85 miliardi di euro** rispetto ai 2,32 miliardi di euro del 2017 (+22,8%).

LE DESTINAZIONI PREFERITE - L'**87,3%** degli intervistati resterà in Italia (91,9% nel 2017) mentre il **12,5%** sceglierà l'estero come meta della propria vacanza. Le mete preferite dai viaggiatori che resteranno in Italia saranno le località di mare (**36,6%**), le località d'arte (**25,9%**) e la montagna (15,2%).

L'ALLOGGIO - La struttura ricettiva preferita sarà la casa di parenti e amici (30%), seguita a stretto giro dall'albergo con il 22,6%. nettamente distanziati la casa di proprietà (15,5%) e i bed & breakfast (12,3%).

LA PRENOTAZIONE - Il **28,8%** degli intervistati (contro il 20,9% dello scorso anno) ha prenotato o prenoterà l'alloggio in cui trascorrere il ponte del 25 aprile utilizzando direttamente il sito internet della struttura ricettiva, mentre il **27,0%** la contatterà direttamente tramite e-mail o telefono.

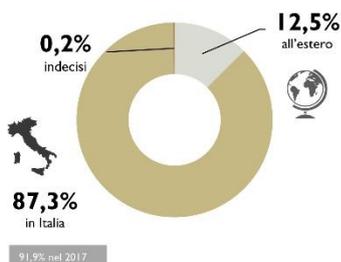
Ponte 25 aprile 2018

@federalberghi

GLI ITALIANI
IN VIAGGIO
7,97 milioni

+ 6,1%

DOVE
VANNO



GIRO
D'AFFARI
2,85 miliardi
di euro

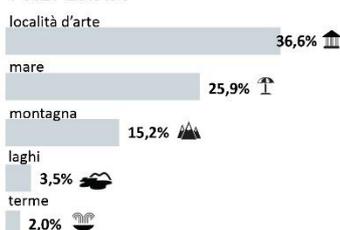
+ 22,8%

SPESA MEDIA
PRO CAPITE

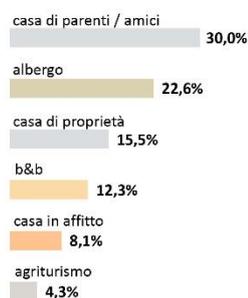
358 €

309 nel 2017

META
PREFERITA



ALLOGGIO
PREFERITO



L'indagine è stata effettuata da ACS Marketing Solutions dal 9 al 13 aprile con metodologia C.A.T.I. intervistando 3.000 italiani maggiorenni. Il campione, rappresentativo dei 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni.

FEDERALBERGHI
WWW.FEDERALBERGHI.IT

dailyHOTELS
WWW.DAILYHOTELS.IT

IL PONTE DEL 1° MAGGIO 2018

Saranno circa **7 milioni 517 mila (5 milioni 575 mila maggiorenni e 1 milione 942 mila minorenni)** gli italiani che si muoveranno per la festa dei lavoratori.

LA SPESA MEDIA - La spesa media prevista pro capite sostenuta per la vacanza, comprensiva di tutte le voci (trasporto, alloggio, cibo e divertimenti) sarà pari a **327 euro**.

LA DURATA DELLA VACANZA - In crescita la durata media della vacanza: circa 2,7 notti fuori casa, contro le 2,5 del 2017.

GIRO D'AFFARI - Il giro di affari complessivo sarà pari a circa **2,46 miliardi di euro**, contro i 2 miliardi di euro dello scorso anno (+23%).

LE DESTINAZIONI PREFERITE – Il **92,3%** degli intervistati resterà in Italia (93,2% nel 2017), mentre il **6,7%** sceglierà una località estera. Le mete preferite dai viaggiatori che resteranno in Italia saranno le località di mare (39,9%), le località d'arte (23,9%), la montagna (10,6%), le terme (4,9%) e i laghi (3,7%).

L'ALLOGGIO - La struttura ricettiva preferita sarà la casa di parenti e amici (32,9%), seguita subito dopo dall'albergo (24,4%). Ben distanziati rispetto al resto, la casa di proprietà (13,9%) ed i bed & breakfast (12,6%).

LA PRENOTAZIONE - Il **40,6%** degli intervistati (contro il 20,4% dello scorso anno) ha prenotato o prenoterà l'alloggio in cui trascorrere il ponte del 1° maggio contattando direttamente la struttura tramite e-mail o telefono, mentre il **37%** utilizzerà direttamente il sito internet della struttura.

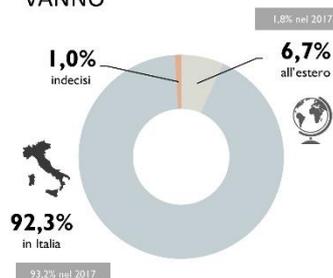
Ponte 1 maggio 2018

 @federalberghi

GLI ITALIANI
IN VIAGGIO
7,52 milioni

+4,2% sul 2017

DOVE
VANNO



GIRO
D'AFFARI
2,46 miliardi
di euro

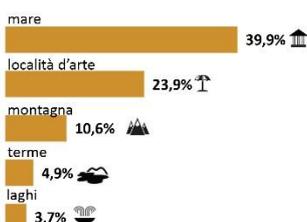
+ 23,0%

SPESA MEDIA
PRO CAPITE

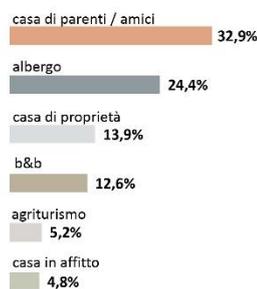
327 €

281 nel 2017

META
PREFERITA



ALLOGGIO
PREFERITO



L'indagine è stata effettuata da ACS Marketing Solutions dal 9 al 13 aprile con metodologia C.A.T.I. intervistando 3.000 italiani maggiorenni. Il campione, rappresentativo dei 50 milioni di maggiorenni, è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni.


FEDERALBERGHI
WWW.FEDERALBERGHI.IT


alyHOTELS
WWW.ITALYHOTELS.IT

*

*

*

IL TURISMO E LA RETE - Il **54,4%** degli intervistati ha dichiarato 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.

LA METODOLOGIA - L'indagine - che analizza tutti i tipi di vacanza, non solo quella in hotel - è stata effettuata dall'Istituto ACS Marketing Solutions dal 9 al 13 aprile, effettuando con il sistema C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interview) 3000 interviste ad un campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne, che è stato interpellato anche in merito alle vacanze dei minorenni. Il campione è stato costruito in modo da rispecchiare fedelmente la popolazione di riferimento mediante l'assegnazione di precise quote in funzione di sesso, età, grandi ripartizioni geografiche ed ampiezza centri.