

Sabato, 5 settembre 2020

**CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA

online



L'ANALISI

PER IL TURISMO LA RIPRESA RESTA UN "MIRAGGIO"

Indice di fiducia dei viaggiatori Confturismo-Swg: "A giugno fatturati azzerati per le imprese del turismo, luglio con andamento a singhiozzo. Anche ad agosto numeri complessivamente ridotti e spesa contratta".



4 settembre 2020

Dopo il mese di giugno di fatturati azzerati per le imprese del turismo e luglio con andamento a singhiozzo, si registra un agosto con numeri complessivamente ridotti, permanenze medie più brevi e spesa contratta, mentre le prospettive per settembre sono ridimensionate rispetto a quelle previste solo due mesi fa. E' questo il quadro che emerge dalla rilevazione dell'Indice di fiducia dei viaggiatori italiani condotta, tra il 23 e il 31 agosto, da SWG per conto di Confturismo-Confcommercio.

Innanzitutto scende per la prima volta tra luglio e agosto – da 65 a 63 punti su scala da 0 a 100 – l'indice che rappresenta la propensione degli italiani a viaggiare. Non era mai successo in 5 anni di rilevazioni e il fatto che avvenga quest'anno, quando la misurazione aveva già registrato record catastrofici da marzo in poi, è ancora più grave. Vuole dire, dunque, che andranno per lo più deluse le speranze riposte sul mese di settembre per cercare di recuperare una stagione senza stranieri.

Ma lasciando perdere le previsioni per il futuro, i dati consuntivi parlano chiaro. Se nella rilevazione di giugno il 69% degli intervistati pensava che avrebbe fatto almeno un periodo di vacanza entro agosto, lo stesso campione, consultato nuovamente a fine mese scorso, dichiara di essere partito **solo nel 60% dei casi (-9%) e, del 40% che non si è mosso, solo l'11% sono italiani che**

normalmente non fanno vacanze in questo periodo dell'anno. Gli altri indicano come motivo della "non partenza" i timori per la pandemia, nel 52% dei casi, ma anche difficoltà di ordine economico e mancanza di ferie, nel 47%. I "pienoni" di agosto, di cui si è parlato molto, sono dunque stati solo un miraggio estivo, nel senso che si sono concentrati in pochi giorni e in poche località.

L'impatto della crisi diventa ancora più forte e registrabile quando si misura la "qualità della vacanza": **solo il 41% degli intervistati ha fatto ferie di lunghezza tradizionale, con almeno 5 pernottamenti a destinazione, mentre il 19% ha fatto viaggi brevi o frazionati in più periodi, ma sempre di breve durata.**

Se per le tipologie di destinazioni il mare, già vincente nelle previsioni fatte a giugno, va addirittura oltre, raggiungendo un record storico pari al 62% delle preferenze, un altro record, purtroppo in negativo, lo segnano le città e luoghi d'arte che, nel dato consuntivo, registrano complessivamente un 10% delle preferenze. La montagna invece ha fatto registrare un incremento del 20% rispetto agli anni passati.

Naturalmente l'Italia resta la meta preponderante, scelta dal 96% degli intervistati, ben 19 punti percentuali sopra la media normale di questo mese, con ottimi andamenti delle mete in grado di offrire un mix ben calibrato di mare, entroterra, enogastronomia e natura come Puglia, Toscana ed Emilia-Romagna. Per il 4% che ha comunque fatto vacanze all'estero – dato che fa riflettere sulla crisi profonda che stanno attraversando agenzie di viaggio e tour operator – solo mete europee, dove si segnala la scomparsa dalla geografia turistica di destinazioni fondamentali come Spagna e Mar Rosso.

Secondo **Luca Patané, Presidente di Confturismo-Confcommercio**, "a fine marzo ipotizzavamo una perdita di valore della produzione del turismo nel 2020 nell'ordine dei 100 miliardi di euro: allora sembrava una visione eccessivamente drammatica ma ogni giorno che passa ci avviciniamo sempre più alla sua concretizzazione". E prosegue: "Se, in parte col **decreto Rilancio** e poi con il **decreto Agosto**, il Governo ha finalmente cominciato a dare alcune risposte alle nostre richieste, oggi, alla luce di questi numeri e dell'obiettivo allontanamento del termine della crisi - almeno per il nostro settore - l'ampiezza e l'intensità di queste risposte vanno adeguate per fare un salto di qualità, se non vogliamo perdere un settore centrale e strategico per l'economia nazionale come il turismo. Con le risorse del **Recovery Fund** si può fare molto, ma bisogna mettere il turismo al centro delle politiche attive per la ripresa".