

## COMUNICATO STAMPA

### **Vacanze 2021: La voglia c'è, i programmi un po' meno. Patanè: "È ora di ascoltarci e di investire sulle nostre imprese"**

Dopo un lungo periodo di assordante silenzio e di assenza di progetti in tema di vacanze cominciano ad affiorare le prime idee e qualche timidissima programmazione di ferie. Lo indica l'indice calcolato da SWG per Confturismo-Confcommercio che, dopo il record negativo di novembre, recupera 9 punti e si attesta a 48 - su scala da 0 a 100 -, ma si tratta di una media fra due scenari ben distinti.

Il primo è quello a breve scadenza, entro fine febbraio, con 1 intervistato su 4 che prevede di concedersi una pausa di massimo 3 giorni in Italia. Un'idea, più che un vero e proprio programma di vacanza, visto che, fra questi, il 72% non ha ancora scelto la destinazione né tanto meno prenotato, e la stragrande maggioranza delle preferenze si indirizzano verso seconde case di proprietà o di amici. Insomma, non è turismo.

Il secondo è quello delle previsioni a più lunga scadenza, dove gli Italiani sembrano puntare a una vacanza di 3/7 giorni tra giugno e luglio, nel 28% dei casi, e di oltre 7 giorni tra luglio e settembre, per uno su due. Questo naturalmente a patto che l'epidemia torni davvero sotto controllo, non ci siano nuove ondate di contagi e il vaccino funzioni come si spera.

Nel complesso, sono sempre le località di mare ad attrarre di più per i progetti di vacanze, soprattutto se di maggiore durata, mentre per quelle più brevi le città d'arte - soprattutto di Toscana, Lazio ed Emilia Romagna - scelte dal 17% degli intervistati, tornano finalmente a competere con la montagna: un guizzo di positività per la tipologia di destinazione più duramente colpita dalla crisi COVID.

Per i viaggi all'estero il panorama si restringe ancora di più. In bilancio sì, ma da primavera in poi, per 1 Italiano su 4 e quasi esclusivamente in Europa, dove la Grecia si conferma fortemente attrattiva. Il ritorno alla mente degli Italiani di destinazioni del medio-lungo raggio, come il Mar Rosso, gli Stati Uniti e tutta l'area caraibica, a partire da Cuba e Santo Domingo, anche se riguarda solo 6 intervistati su 100, lo prendiamo come un buon auspicio per il nostro sistema del turismo organizzato: non può valere nulla di più, almeno per ora.

Dichiara **Luca Patanè, Presidente di Confturismo-Confcommercio**: *"Il 2020 si chiude con meno 78 milioni di arrivi e meno 240 milioni di presenze turistiche in Italia, ai quali va aggiunta l'ulteriore perdita dei circa 36 milioni di Italiani che non sono andati all'estero. Le lancette*

**Confcommercio Campania - Sede di Salerno**

*dell'orologio del turismo sono tornate indietro di 30 anni. Eppure, non solo nella legge di bilancio 2021 per il turismo c'è ben poco ma ad oggi non abbiamo visto neanche un progetto vero e proprio*

*per il settore nella pianificazione per accedere al Recovery Fund. Confturismo-Confcommercio ha presentato da tempo proposte a tutti i livelli ma, concretamente, non è accaduto nulla, neanche la più volte annunciata apertura del tavolo per aggiornare il Piano strategico del turismo, fermo al 2017. È ora di consultarci, di considerare le nostre proposte, di investire sulle nostre imprese, altrimenti sarà il Paese, non solo il nostro settore, a pagarne pesantissime conseguenze”.*

Da Salerno il Presidente provinciale di Confcommercio e Federalberghi **Giuseppe Gagliano** accoglie con favore la risalita dell'indice di fiducia dei viaggiatori: *“Durante il primo lockdown, abbiamo realizzato un'indagine sui consumatori salernitani, da cui è emersa prepotente la voglia di tornare presto a viaggiare. I dati attuali fanno il pari e ci dicono che il viaggio è avvertito come un bisogno primario dalle persone. Questo sentimento, unitamente alla oggettiva bellezza delle nostre località, ci permette di avere un pizzico di fiducia nel futuro. Sta a noi puntare ancora di più all'eccellenza, poiché quando arriverà il momento, la competizione con i territori concorrenti sarà ancora più aspra. Ovviamente, non dipende solo da noi: riteniamo che l'efficacia del piano vaccinale sia uno dei presupposti essenziali per voltare pagina. C'è, inoltre, bisogno della collaborazione da parte delle Istituzioni, continuamente pronte a magnificare l'incidenza del movimento turistico sul PIL nazionale, ma assai pigre nel riconoscere al turismo misure adeguate all'effettivo ruolo svolto nel tessuto socio-economico italiano. E, soprattutto, auspichiamo che il rilascio di eventuali attestazioni per la libera circolazione nei luoghi aperti al pubblico sia affrontato non dalle singole Regioni ma a livello europeo, definendone per prima cosa gli aspetti che dovranno essere uguali per tutti. Non conoscere le regole del gioco espone il fianco ad una moltitudine di possibili riflessioni: cosa accade alle fasce di popolazione destinate a vaccinarsi per ultime? Potranno questi cittadini andare al bar, a visitare un museo o pernottare in albergo? Se poi l'attestazione di avvenuta vaccinazione restasse una esclusiva della Regione Campania, tornerebbero in mente situazioni già vissute, qualche mese fa, quando molte coppie di sposi hanno celebrato le nozze fuori dai confini regionali, portando ricchezza in altri territori e restituendo possibili contagi in Campania. Le scelte estemporanee sono l'opposto di quel che serve alle imprese che, ora più che mai, necessitano di programmazione e, in funzione di questa, di ridurre l'incertezza nei limiti del possibile.”*

### **Nota metodologica**

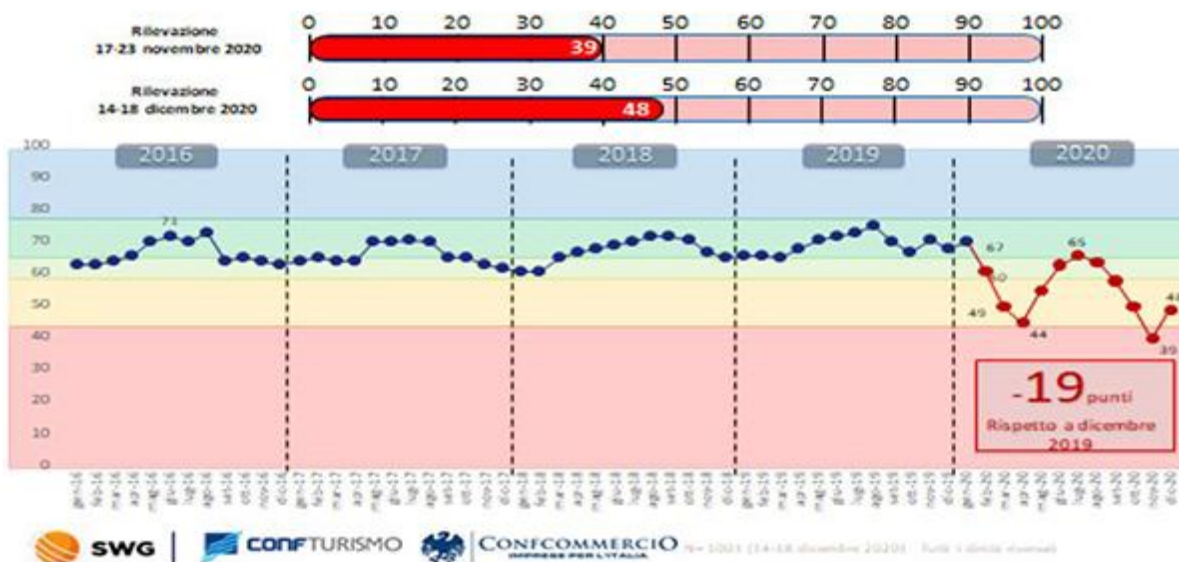
*L'indagine è stata eseguita da SWG fra il 14 e il 18 dicembre 2020 con metodologia CAWI su un campione di 1.001 persone rappresentativo della popolazione residente in Italia dai 18 ai 74 anni, segmentato per sesso, classe di età, zona e ampiezza del Comune di residenza misurata in numero di abitanti.*

Salerno, 11 Gennaio 2021

**Confcommercio Campania - Sede di Salerno**

Corso Giuseppe Garibaldi, 167 - 84123 Salerno - Tel. 089.2147589 Mail [salerno@confcommerciamcampania.it](mailto:salerno@confcommerciamcampania.it)

### Rimbalzo dell'indice di fiducia che risale di 9 punti rispetto allo scorso mese



Il 25 % degli intervistati indica comunque la volontà di concedersi almeno un piccolo break entro febbraio, ma solo pochi lo hanno effettivamente pianificato

