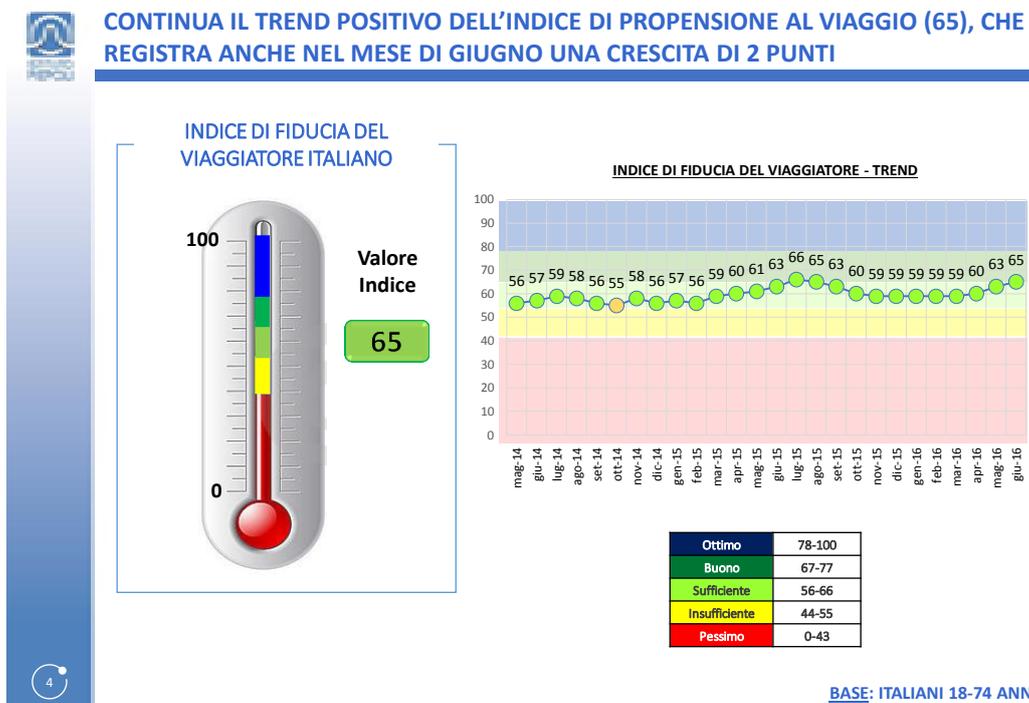


## LA RILEVAZIONE IN DETTAGLIO

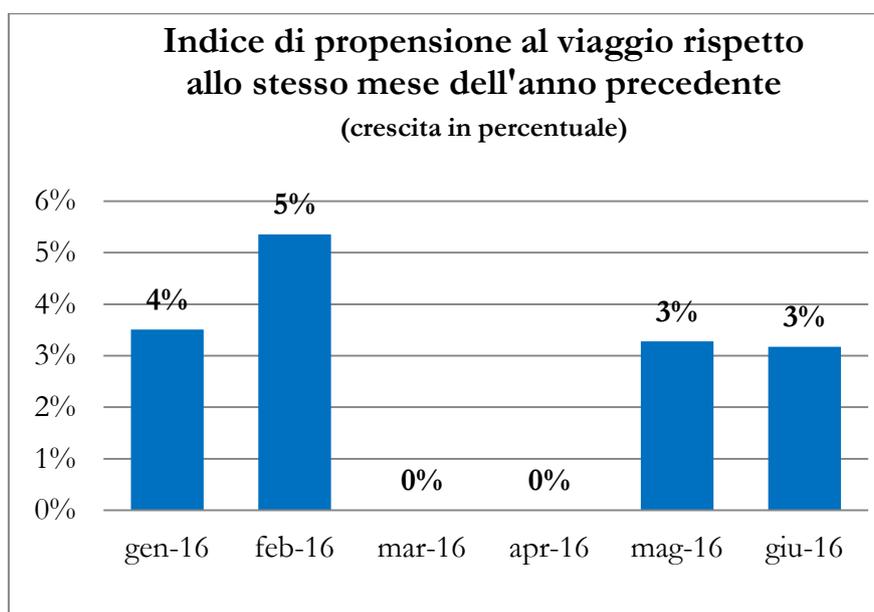
L'indice di fiducia del viaggiatore italiano, elaborato da Confturismo-Confcommercio in collaborazione con l'Istituto Piepoli, mostra una forte crescita della propensione degli Italiani al viaggio.

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 giugno ad un valore pari a 65 su 100, in crescita di due punti rispetto al mese di maggio.



Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

Il valore è vicino al massimo storico del luglio del 2015 ed è del 3% superiore a quello registrato nello stesso mese del 2015.



Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

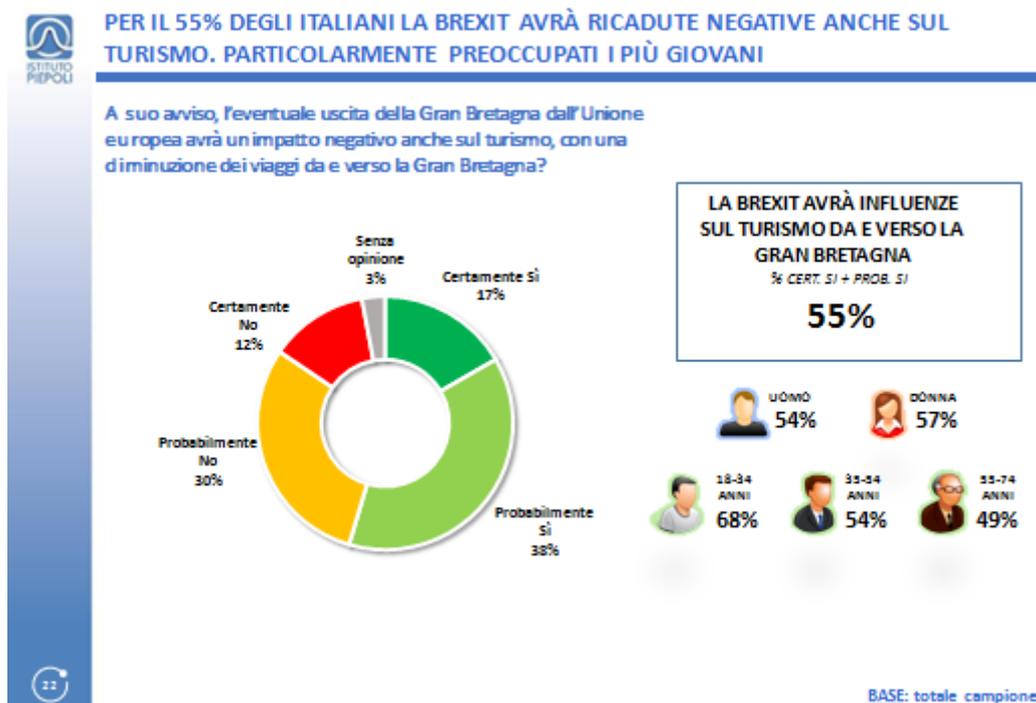
L'indice non indica quanto crescerà esattamente il turismo nel prossimo trimestre, ma è invece un chiaro indicatore che la stagione turistica per gli italiani volge al bello.

Il dato è molto positivo, anche tenendo in considerazione del risultato del referendum britannico sulla permanenza nell'Unione Europea. L'incertezza che si è venuta a creare non aiuta certo l'economia.

Si ricorda inoltre che l'Italia è il terzo mercato per i turisti britannici e il deprezzamento della sterlina potrebbe avere un impatto negativo sugli arrivi.

Nel complesso, secondo l'Istituto Statistico Inglese, nel 2015 sono venuti in Italia 3,5 milioni di turisti che hanno speso circa 3 miliardi di euro. Ogni vacanza aveva una durata media di 8 notti.

Non a caso, per oltre un italiano su due Brexit avrà delle ricadute negative anche sul turismo. Si prospetta una diminuzione dei viaggi da e verso la Gran Bretagna.



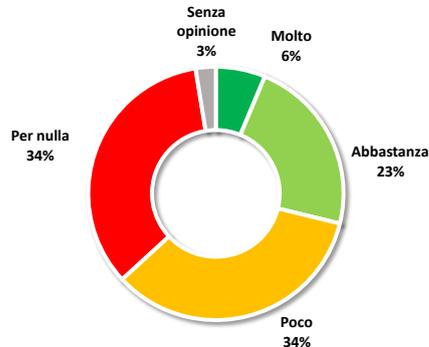
Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

Tuttavia, andando a valutare l'indice di propensione a viaggiare, l'impatto di Brexit è molto inferiore. Meno di un italiano su tre crede che l'esito del referendum possa influenzare la propria propensione a viaggiare.



## LA BREXIT INFLUENZA LA PROPENSIONE A VIAGGIARE DI CIRCA UN TERZO DEGLI INTERVISTATI, IN PARTICOLARE QUELLA DEI GIOVANI

E in generale, in che misura ritiene che l'eventuale uscita della Gran Bretagna dall'unione europea, e le conseguenti ricadute economiche, possa influenzare la sua propensione a viaggiare?



### LA BREXIT AVRÀ INFLUENZE SULLA PROPENSIONE A VIAGGIARE

% MOLTO + ABBASTANZA

**29%**



UOMO  
**28%**



DONNA  
**30%**



18-34 ANNI  
**43%**



35-54 ANNI  
**34%**



55-74 ANNI  
**14%**

23

BASE: totale campione

Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

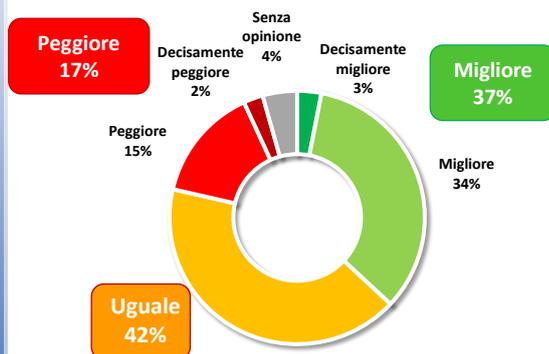
Sintetizzando, gli italiani non sono affatto tranquilli per Brexit, ma l'impatto sulla propria fiducia a viaggiare è limitato.

Infatti, la propensione a viaggiare nel breve periodo è aumentata del 4% nell'ultimo mese e gli italiani si dimostrano molto ottimisti per la prossima stagione turistica italiana.



## GLI ITALIANI APPAIONO POSITIVI NEI CONFRONTI DELL'ATTUALE STAGIONE TURISTICA: IL 37% CREDE CHE PER IL TURISMO IL 2016 SARÀ MIGLIORE DEL 2015

Secondo lei il 2016 dal punto di vista del turismo in Italia, rispetto al 2015, sarà ...



### SALDO % MIGLIORE - % PEGGIORE

**+20%**

ANNO 2015 - SALDO: +19%



UOMO  
**+24%**



DONNA  
**+16%**



18-34 ANNI  
**+20%**



35-54 ANNI  
**+15%**



55-74 ANNI  
**+26%**

17

BASE: totale campione

Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

Il saldo tra ottimisti e pessimisti è infatti positivo di 20 punti percentuali e questo indica che la stagione turistica 2016 dovrebbe essere migliore rispetto a quella del 2015.

Vista la stagionalità, la durata media dei viaggi cresce con l'arrivo dell'estate fino a raggiungere le 7,5 notti per soggiorno.

A livello di destinazione, gli italiani preferiscono il Bel Paese. Circa 8 italiani su dieci hanno intenzione di viaggiare in Italia e le mete preferite a livello nazionale sono Puglia, Sicilia e Toscana.

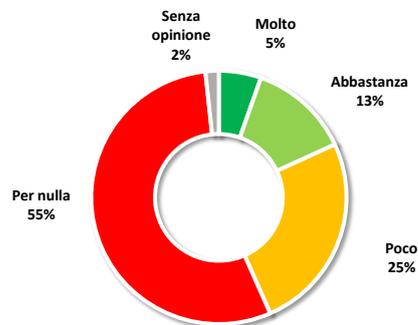
A livello europeo si conferma invece la Spagna in posizione di leadership, davanti a Francia, Grecia e Croazia.

Un'ultima curiosità riguardo gli Europei di Calcio. Meno di un italiano su cinque evidenzia che gli eventi sportivi influenzano la destinazione di viaggio.



## LA PRESENZA DI GRANDI EVENTI SPORTIVI POTREBBE ORIENTARE LE SCELTE IN MATERIA DI VIAGGI E VACANZE DEL 18% DEGLI INTERVISTATI

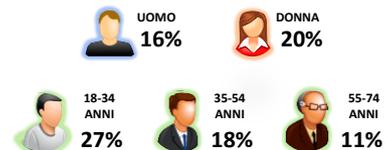
La presenza di grandi eventi sportivi in che misura può influenzare la sua scelta della destinazione turistica?



### GLI EVENTI SPORTIVI INFLUENZANO LA DESTINAZIONE DI VIAGGIO

% MOLTO + ABBASTANZA

**18%**



26

BASE: totale campione

Fonte: Confturismo-Confcommercio e Istituto Piepoli

### Nota metodologica

L'indagine che presentiamo è stata eseguita fra il 16 e il 27 giugno 2016 con metodologia CATI/CAWI su un campione di 1.000 casi rappresentativo della popolazione residente in Italia dai 18 ai 74 anni, segmentato per sesso, classe di età, Ampiezza Centri e GRG (Grandi Ripartizioni Geografiche).