

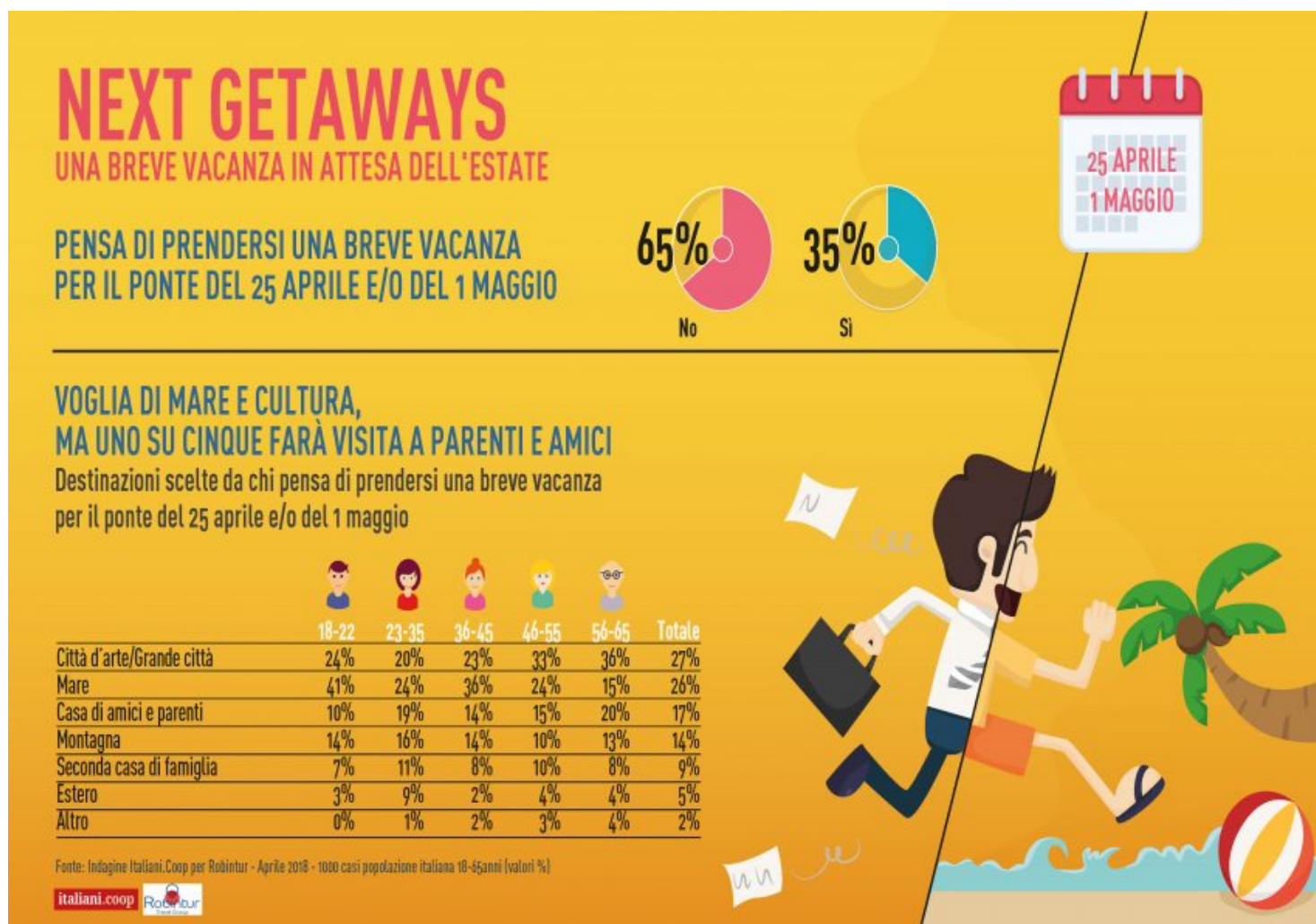
ESTATE 2018: LE INTENZIONI DI VIAGGIO DEGLI ITALIANI

In questi giorni, in base alle intenzioni registrate dall'ultima inchiesta di italiani.coop, almeno il 35% degli italiani si sta spostando (con meta prevalente le città d'arte) per il lungo ponte primaverile tra le due festività della Liberazione e del Primo Maggio, classica anticipazione della lunga stagione vacanziera e tradizione nazionale da tempo entrata tra le abitudini dei viaggiatori stranieri che scelgono la Penisola come meta di soggiorni più o meno lunghi.

Che cosa prospetti per gli operatori turistici la stagione alle porte è l'oggetto della ricerca commissionata da Robintur, il gruppo turistico di Coop Alleanza 3.0, presentata lo scorso 20 aprile presso il Centro Congressi di Eataly Smeraldo a Milano da italiani.coop, lo strumento di ricerca e comunicazione dell'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori Coop (ANCC-Coop) e punto di riferimento prioritario per comprendere e intercettare le rapide evoluzioni nei consumi nell'era digitale.

Dalle previsioni emerge una voglia di novità degli italiani, disposti a cambiare meta rispetto alle stagioni, privilegiando **Emilia Romagna, Lazio e Liguria** tra le regioni italiane (a discapito soprattutto di Puglia e Sardegna) e **Spagna, Grecia e Croazia** preferite a destinazioni estere più esotiche come Egitto e Maldive, perdurando il clima di instabilità politica in aree per lungo tempo meta dei desideri dei vacanzieri.

Per i ponti del **25 aprile e del primo maggio pensa di spostarsi il 35% degli italiani**, di cui più di uno su quattro sceglierà città d'arte o grandi città (27%), sempre uno su quattro (26%) andrà al mare e circa uno su cinque farà visita ad amici e parenti (17%).



Per la stagione estiva, **oltre 7 italiani su dieci intendono organizzare in autonomia la vacanza** (73%), usufruendo dei servizi offerti dai siti aggregatori oppure dell'offerta web degli operatori. Al contrario, **due viaggiatori su dieci (19%) scelgono di affidarsi alle agenzie di viaggi**, per ragioni di opportunità nel rapporto qualità/prezzo (41%), per le proposte originali e interessanti (34%) e per un rapporto di fiducia consolidato (29%): elemento questo di maggiore soddisfazione per i tour operator italiani che hanno saputo cogliere l'opportunità del binomio offerta innovativa/innovazione digitale.

Il profilo del viaggiatore che emerge dall'indagine conferma le tendenze evidenziate nell'ultimo [Rapporto consumi e distribuzione](#), | 1

con l'aumento della quota percentuale di intervistati che intende adottare **modalità di vacanza in condivisione**, sia nel viaggio sia nel pernottamento: car sharing, stanze e case in affitto, camper e campeggi sono preferiti da un quarto degli italiani (26%, con una crescita del 22%). E social è anche la narrazione della vacanza, con un buon 35% che confida di non abbandonare le proprie abitudini di informazione e condivisione digitale nel periodo di relax.



Le infografiche dell'indagine [Estate 2018: le intenzioni di viaggio degli italiani](http://www.cscliguria.it/estate-2018-le-intenzioni-di-viaggio-degli-italiani/) sono scaricabili dalla pagina web di italiani.coop

Puoi Trovare l'articolo al seguente indirizzo:

<http://www.cscliguria.it/estate-2018-le-intenzioni-di-viaggio-degli-italiani/>