

## IL BILANCIO DI UNIONCAMERE



## Vacanze post-lockdown la Sicilia tra le regine d'Italia spinta dal turismo domestico

L'Isola svetta con Calabria, Campania e Puglia  
e sul web vince l'Oscar della meta più amata

CINZIA CONTI, MICHELE GUCCIONE pagina 17

# Sicilia al top per le vacanze estive

**Unioncamere:** dieci milioni di italiani quest'estate hanno scelto la destinazione mare e l'Isola è stata fra le quattro regioni più gettonate

MICHELE GUCCIONE

**PALERMO.** Il Covid ha stravolto il mondo del turismo italiano e siciliano, che si è trovato impreparato e non ha avuto il tempo di organizzarsi con nuove strategie per gestire i cambiamenti. Così, se la paura di venire contagiati dal virus Sars-CoV-2 ha spinto un italiano su tre a restare a casa, pari a

6,5 mln di persone (il 44% per paura, il 22% per difficoltà economiche legate alla perdita del lavoro o alla Cig), il Rapporto di **Unioncamere** ci racconta che il resto della popolazione, pari al 60%, la vacanza l'ha fatta, eccome. Ma di questo gruppo solo il 4% ha rischiato una destinazione straniera, meno costosa. Per il 96% di chi ha viaggiato la scelta obbligata è stata la vacanza "interna", dove i prezzi sono più alti ed è necessario ridurre la durata dei soggiorni. Questa massa di viaggiatori ha esplorato spesso per la prima volta le offerte disponibili in Italia e la loro compatibilità con la "tasca" e ha fatto scelte del tutto nuove, dettate dalla necessità di adattarsi alla situazione innata.

Per nostra fortuna quest'estate la destinazione mare ha tenuto, e quindi chi ha fatto le valigie e si è ritagliato un periodo di break, ha scelto prima di tutto le bellezze di Puglia, Campania,

Sicilia e Calabria, che sono state le mete più gettonate da dieci milioni di italiani (il 40% dei flussi totali), confermando la tendenza del 2019. Un italiano su tre, però, ha "riscoperto" la varietà delle aree interne, premiando l'offerta naturalistica e sportiva di Umbria, Abruzzo, Molise e Toscana.

Di conseguenza, il turismo "domestico" è aumentato del 5%, secondo i dati di **Unioncamere**. Alla ricerca, però, del risparmio a tutti i costi. Infatti, come alloggio, una netta preferenza è



andata ad abitazioni (secondo case, appartamenti di proprietà o in affitto, ospite di parenti/amici) e campeggi, a svantaggio delle strutture alberghiere che hanno visto la propria quota di presenze assorbite ridursi al 25% rispetto al 43% del 2019. Spesso la compagnia di viaggio si è limitata alla famiglia.

Nella scelta delle destinazioni ha prevalso un criterio di prossimità: in media, circa un italiano su tre si è mosso all'interno della propria regione di provenienza.

Alla somma di tutti questi fattori, le regioni in crescita sono state quelle del turismo ecosostenibile (l'Abruzzo ha raddoppiato le presenze passando dal 2,6 al 5,5% di quota di mercato), come la Toscana che ha quasi recuperato del tutto gli effetti della crisi, seguita da Emilia-Romagna, Molise, Umbria e Lazio. Così come il 15% dei turisti quest'anno ha scelto la montagna.

Ma per gli operatori turistici, oltre al crollo delle presenze, questi maggiori movimenti "domestici" di viaggiatori (fra residenti della stessa regione e persone attente ai costi) non si sono tradotti in un aumento della spesa turistica. Tutt'altro. Secondo [Unioncamere](#), il 60% degli italiani andati in vacanza d'estate ha ridotto la spesa, anche attraverso una inferiore durata dei soggiorni; in più, c'è stato il crollo verticale del turismo internazionale, quello che non bada a spese, che era cresciuto del 6% e valeva oltre 44 mld su base annua.

Anzi, a sostenere le difficoltà economiche degli italiani e a spingerli a distrarsi con un vacanza pur avendo pochi soldi è intervenuto il Bonus vacanza: è stato richiesto da 7,4 mln di italiani, il 16% del totale. D'estate se ne è avvalso poco più del 40%, altrettanti ne rinverranno l'utilizzo.

L'indagine di [Unioncamere](#) vuole aiutare governo e operatori ad adattare le strategie. Spiega il presidente di [Isnart](#), Roberto Di Vincenzo: «Oltre alle forti limitazioni agli spostamenti, vanno considerati anche gli aspetti "soft" (paura del contagio, necessità di sicurezza, riscoperta di uno stile di vita a contatto con la natura). Questa seconda dimensione dovrà essere considerata nel formulare politiche di sostegno al settore che sono state finora limitate a interventi economici». ●



La spiaggia di Letojanni