



IN VACANZA, IN FAMIGLIA

COMUNICATO STAMPA

RAGAZZI, SI PARTE! I TREND DEL TURISMO FAMILY PER IL 2024 NELL'INDAGINE DI AREA38 PER ITALY FAMILY HOTELS

Milano, 9 maggio 2024 - **Le famiglie italiane hanno voglia di viaggiare, sono pronte a partire nonostante l'aumento dei prezzi e in vacanza cercano preferibilmente l'offerta All Inclusive, intrattenimento e supervisione per i bambini e attenzione per l'amico a quattro zampe. Per quanto riguarda gli albergatori, molti prevedono un'ottima estate, con un'occupazione che supera il 90% e fatturati in crescita. È quanto emerge dalla recente indagine condotta da Area38, l'agenzia di marketing numero uno per family hotel, per conto di Italy Family Hotels, consorzio che riunisce 145 strutture 100% certificate family al mare, in montagna, al lago e in collina. Il sondaggio, che ha intervistato un campione di 1724 famiglie italiane e 47 albergatori Italy Family Hotels, è stato redatto anche in base al monitoraggio di richieste di preventivo e di prenotazione inviate a italyfamilyhotels.it***.

Per molti hotel un'estate da tutto esaurito

Una stagione estiva che promette davvero bene: tra gli albergatori intervistati da Italy Family Hotels, il 62% prevede di arrivare ad **un'occupazione media nei mesi estivi** (metà giugno – inizio di settembre) di **oltre il 90%**, di cui il 26% calcola di superare il 95%. Gli stessi albergatori stimano un aumento del fatturato annuo del 5% rispetto al 2023, che diventa +10% se paragonato al 2019. La conferma di questa tendenza arriva anche dal numero di richieste di preventivo inviate a Italy Family Hotels nel 2024, in crescita del 19% rispetto al 2023, per un totale di 78.431 (nel periodo 1° gennaio – 17 aprile 2024).

Tanta voglia di viaggiare, nonostante l'aumento dei prezzi

Le famiglie italiane hanno tanta voglia di partire, anche se questo comporta una spesa aggiuntiva. Alla domanda *Quanti viaggi prevedi di fare insieme alla famiglia nel corso del 2024*, **ben il 30%** ha risposto che prevede di viaggiare più **che nel 2023**, mentre il 54,9% intraprenderà lo stesso numero di viaggi dello scorso anno, e il 15,3% viaggerà di meno. Solo l'1% non viaggerà affatto. Nel corso del 2024, il 40% degli intervistati desidera effettuare tre o più viaggi, il 37% farà due viaggi e il restante 23% farà un solo viaggio, o non viaggerà affatto. Questo nonostante **i costi generali di una vacanza siano in salita**. Per quanto riguarda il soggiorno in hotel, i dati Italy Family Hotels dicono che il valore medio del pacchetto vacanza è cresciuto del 10,6% rispetto al 2023. Il 72% delle famiglie è comunque fiduciosa di riuscire a spendere nel complesso più o meno la stessa cifra sborsata nel 2023 per la propria vacanza, mentre **il 15% prevede di spendere di più**. Di necessità virtù: la vacanza più ricercata è quella di sette notti, ma **crescono le domande di soggiorno per sei notti** (8,2% sul totale contro il 7% del 2023). Il dato è più alto ancora se si guarda ai soggiorni in montagna: qui la richiesta dei 6 giorni sul totale delle vacanze prenotate rappresenta l'11% (nel 2023 era il 9,4%). Segno che alla vacanza tendenzialmente non si vuole rinunciare, anche se questo comporta un piccolo escamotage con una contrazione dei giorni passati fuori casa.

Happy child, happy life, meglio se in All inclusive

Cosa è davvero importante per gli italiani che prenotano una vacanza in hotel con tutta la famiglia? Il rapporto qualità/prezzo è essenziale, scelto dal 61% delle famiglie, che cercano in vacanza soprattutto l'offerta All Inclusive, e quella che prevede i bambini gratis (preferite rispettivamente dal 68% e dal 60% degli intervistati**). Per chi viaggia con i bambini i fattori decisionali sono poi, a seguire, **l'animazione e attività per i bambini** (48%) e, ad una certa distanza, **l'affaccio sul mare o sulla spiaggia** (26%), **la presenza**



IN VACANZA, IN FAMIGLIA

COMUNICATO STAMPA

di piscina per adulti e bambini (24%), il comfort delle camere (14%) e, per il 12%, il luogo di vacanza** – segno che l'hotel, per chi viaggia in famiglia, tende ad essere una destinazione in sé e per sé, indipendentemente dalla località in cui si trova. L'importanza dell'**offerta per i bambini come fattore di scelta** è confermata anche dalla preferenza per i pacchetti che prevedono il **servizio baby-sitting** (28% di preferenze), rispetto ad esempio a chi cerca pacchetti con SPA inclusa (12% degli intervistati)**. Gli stessi albergatori attestano, per un 57%, che **la tendenza più rilevante nel 2024** rispetto al 2023 è quella per il **servizio baby-sitting e per le attività infant 0-2 anni**.

**domande a risposta multipla

Fido è parte della famiglia: si parte anche con il cane

La centralità che le famiglie italiane recentemente attribuiscono agli animali domestici è evidente anche per quanto riguarda la vacanza. Sul totale degli intervistati, il 54% dichiara di avere un animale domestico, ma solo il 13%, per vari motivi, lo porterà in vacanza con sé. Questo trend è molto probabilmente destinato a crescere, una volta che la ricettività avrà ampliato i suoi servizi e recepito appieno le necessità di chi viaggia con un animale domestico. Il 40% di chi partirà con l'animale al seguito dichiara di avere difficoltà a reperire una struttura family adatta allo scopo, mentre il 28% non ha problemi in tal senso. Per quanto riguarda gli Italy Family Hotels, il **70% di essi accetta animali di piccola taglia** nella propria struttura, e il 27% di questi dichiara, ad esempio, che oltre il 20% delle famiglie ospiti viaggia con il proprio animale. Chi porta il proprio animale con sé **predilige per il 68% la destinazione mare**, mentre il 28% cerca la vacanza in montagna. Tra i servizi richiesti da chi viaggia con gli animali ci sono, con quasi il 50% di preferenze, la **spiaggia convenzionata**, le **camere attrezzate** con ciotola, cuccia e lettiera (45,5%), il **welcome kit** con croccantini e giochi (32,9%) e la possibilità di **accesso al ristorante** per il proprio cane (32,4%)**. L'animale domestico è un costo nel bilancio familiare, anche in vacanza - e le famiglie ne sono consapevoli: il 59% di esse, infatti, è disposta a spendere fino a 10€ al giorno per portare l'animale in vacanza; il 23% è disposto a sborsare fino a 20€ al giorno, mentre il 4% e il 2% spenderebbero rispettivamente anche fino a 30€ al giorno o di più, e solo l'11% non è disposto a spendere nulla.

**domande a risposta multipla

**L'indagine di Area38 per Italy Family Hotels è una ricerca condotta dal 5 al 15 aprile su un campione estratto dal database dell'Osservatorio Italy Family Hotels. Con un invio di 131.388 email di invito per la compilazione del questionario, il response rate registrato è stato dell'1,3%, con 1.724 interviste raccolte e valide ai fini dell'elaborazione. L'indagine si è avvalsa inoltre di un questionario compilato da 47 albergatori Italy Family Hotels e dell'analisi di 78.431 richieste di preventivo e di 515 richieste di prenotazione inviate a italyfamilyhotels.it relative, rispettivamente, al 2024 e alla prossima estate.*

Italy Family Hotels – In vacanza, in famiglia!

Italy Family Hotels riunisce 145 strutture certificate family al mare e in montagna, al lago e in collina. Gli hotel parte del consorzio, ognuno con una specifica personalità, si caratterizzano per l'attenzione e i servizi dedicati a bambini e genitori, classificati secondo una scala di punteggi che vanno da 3 a 5 BINO PLUS. I punteggi riguardano l'accoglienza, la ristorazione, le dotazioni in camera, la varietà delle attività ricreative, lo spazio dedicato ai bambini e l'offerta benessere. Il consorzio collabora inoltre con aziende leader nel segmento family.

Per informazioni e prenotazioni, consultare il sito: www.italyfamilyhotels.it



IN VACANZA, IN FAMIGLIA

COMUNICATO STAMPA

Consorzio Italy Family Hotels

Via Macanno 38/q

47923 Rimini

business@italyfamilyhotels.it

www.italyfamilyhotels.it

Scansione il QRcode per scarica tutto il materiale direttamente online.



Per ulteriori informazioni su questo contattare:

ABC PR Consulting

Elena Crepaz/Chiara Bartoli

Tel: +39 02 83527768

Elena Crepaz: e.crepaz@abc-prc.com; Tel: + 39 349 2827093

Chiara Bartoli: c.bartoli@abc-prc.com; Tel: + 39 345 4569748