



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

# PASQUA-PRIMAVERA 2007

*A cura dell'Ufficio Studi, Programmazione e Marketing*

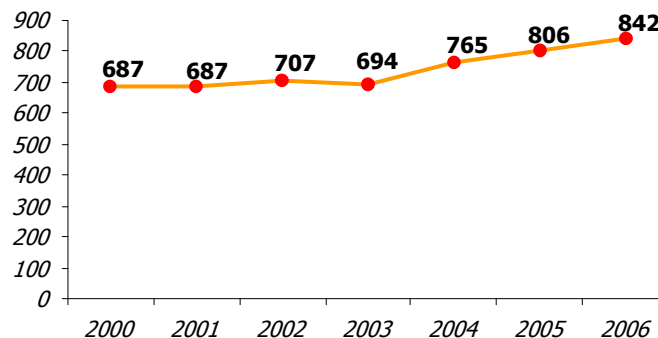
## L'Italia nel contesto internazionale

I primi dati provvisori dell'Organizzazione Mondiale del Turismo relativi all'anno 2006 confermano il trend positivo del turismo internazionale avviatosi dal 2004: gli arrivi sono cresciuti in media del +4,5% raggiungendo quota **842 milioni**.

Africa e Medio Oriente hanno registrato gli incrementi maggiori (oltre l'8% ciascuno), seguite da Asia e Pacifico, Europa ed America.

In generale si riscontra un trend positivo per i soggiorni brevi, grazie ai voli low-cost, una crescita dei viaggi lungo-raggio ed una ripresa del turismo business.

## Arrivi internazionali nel mondo



Come mostrato anche dalle indagini ENIT sul turismo organizzato, condotte lo scorso anno nei periodi di maggior afflusso turistico (Pasqua, Estate, Natale), l'incoming nell'anno 2006 è cresciuto, a conferma della ripresa del turismo internazionale anche nel nostro Paese.

Il dato è di grande importanza anche in raffronto alla realtà dei nostri maggiori competitors: la Spagna mostra un incremento del +4,5% mentre la Francia una flessione del 2,6% per i primi 9 mesi dello scorso anno (*dati dell'UNWTO World Tourism Barometer, gennaio 2007*).

I dati relativi alla spesa dei viaggiatori stranieri confermano l'andamento positivo del turismo internazionale: nel 2006 il nostro Paese ha superato i 30 miliardi di euro con un incremento del 6,6% (dati UIC).



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## Le prospettive per la Pasqua 2007

La consueta indagine effettuata dall'ENIT presso i T.O. stranieri, mostra un andamento positivo del turismo per il periodo di Pasqua che segna l'apertura della stagione primaverile e costituisce un primo importante segnale del trend dell'incoming internazionale.

Gli andamenti sono tutti positivi, sia sul mercato europeo che oltreoceano, ed i tassi di rinuncia, ove rilevabili, mediamente bassi.

Voglia di arte, cultura e mare: città d'arte e centri minori, laghi, natura e benessere saranno i prodotti turistici privilegiati per le vacanze dei turisti stranieri, accompagnati, soprattutto per le regioni del Sud, dal turismo balneare.

I soggiorni saranno di media lunghezza: nella maggior parte dei mercati infatti si riscontra una preferenza all'acquisto di pacchetti di viaggio con permanenza fra i 5 ed i 10 giorni.

---

Con riferimento al mercato russo, di grande rilevanza per l'incoming italiano, si segnala che poiché la Pasqua ortodossa non coincide con quella cattolica, il periodo indicato per l'indagine non è significativo mentre dal mese di maggio cominceranno le partenze verso la nostra destinazione.

Discorso simile per i mercati emergenti di Cina, India e Corea del Sud: in tali paesi la nostra Pasqua non costituisce una festa e quindi il periodo non è un momento tradizionale di viaggio.

I turisti cinesi effettueranno i primi viaggi dell'anno nella settimana d'oro del primo maggio.

In India gli operatori indicano che in generale si riscontra un buon andamento della destinazione Italia, grazie all'attenzione della stampa ed all'immagine del nostro Paese come meta completa.

Con riferimento alla Corea del Sud i T.O. indicano degli incrementi fra il 5 ed il 7% per il periodo corrispondente alla Pasqua, per turismo culturale nelle grandi città e per il segmento incentive.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## **MERCATI EUROPEI**

### **Germania**

La stampa tedesca, anche in occasione delle recenti manifestazioni fieristiche di settore come l'ITB di Berlino, conferma il buon andamento dei flussi turistici verso l'Italia così come in generale gli operatori del settore.

L'indagine effettuata presso grandi T.O. mostra incrementi importanti:

- TUI +15%
- NECKERMANN/THOMAS COOK +18%
- DERTOUR +15%
- FTI +20%
- STUDIOSUS REISEN +12%

Le destinazioni privilegiate saranno Veneto, Sicilia, Toscana, Lazio e Campania. Le città d'arte e le località balneari e lacuali le mete prescelte; anche il turismo attivo/sportivo è molto richiesto.

### **Benelux**

In media gli operatori contattati in Belgio per l'indagine mostrano un incremento di oltre l'11%, con punte importanti per grandi operatori del settore come JETAIR con un +20% e RAFFAELLO +18%.

Le vacanze dei belgi per l'inizio di primavera si svolgeranno in Sicilia, Costiera Amalfitana, Roma, Napoli e Firenze; preferenze quindi per il turismo balneare, le grandi città d'arte e le località collinari/di campagna.

Incrementi differenziati per i T.O. olandesi: dal +2% di THOMAS COOK al +20% di TUI.

Il periodo pasquale non è decisivo per il turismo olandese ma i segnali del mercato sono tutti positivi, anche in vista dell'estate: i vettori aerei IATA registrano a marzo un +10% verso destinazioni italiane come Roma, Palermo e Firenze. Ryanair registra per lo stesso periodo un +12%.

Garda, Toscana (che ha avuto ampio risalto sulla stampa locale), Umbria, Dolomiti e Riviera Adriatica e Ligure saranno le località prescelte per queste vacanze.

### **Svizzera**

Il clima nei confronti della destinazione Italia è molto positivo e tutti gli operatori del settore confermano una performance migliore rispetto al periodo pasquale dello scorso anno; i T.O. contattati segnalano in media un incremento del +17%.

Le regioni preferite saranno Sicilia, Toscana, Lazio, Veneto e Lombardia per visite a città d'arte e località artistiche minori ma anche in località balneari.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## Austria

Ampi redazionali dedicati al turismo italiano ed ulteriore incremento di collegamenti aerei, anche low cost, alla base del trend positivo del turismo austriaco verso l'Italia.

In media, i T.O. contattati segnalano un incremento del 5%, destinato a crescere in prossimità delle feste per l'effetto *last minute*.

Visite a grandi città d'arte ed a località minori vanno per la maggiore, insieme alle località lacuali e collinari.

Fra le regioni più gettonata, Veneto, Friuli Venezia-Giulia, Alto Adige, Toscana e Sicilia.

## Svezia

Incremento importante per il mercato svedese che si conferma in ripresa: +13,5%.

La stampa ha dato grande risalto alla città di Roma come meta di vacanze anche per il periodo pasquale e la città si conferma in testa alle mete preferite; fra le località privilegiate quelle balneari (cresce il movimento charter sulla Sardegna) ed i centri d'arte minori legati anche al segmento laghi ed a quello natura.

## Regno Unito

I T.O. contattati per l'indagine mostrano dati variabili: Voyages Jules Verne e Longmere Golf segnalano un incremento del +5%, mentre Carefree Italia una flessione del 10% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

I turisti inglesi si recheranno soprattutto in Toscana, Lazio, Veneto, Campania e Lombardia.

City break, turismo sportivo, natura e laghi i prodotti turistici preferiti.

## Francia

Il mercato francese continua a presentare incrementi dei flussi turistici verso l'Italia:

COMPTOIR D'ITALIE +40%

TRANSEUROPE +11%

VO ITALIA +20%

BRAVO +10%

La stampa ha dato ampio risalto alle città d'arte ed ai centri minori (la rivista *Ulysse* ha dedicato un ampio speciale alle città d'arte dell'Umbria) che rappresentano le mete classiche dei viaggiatori francesi anche per il periodo pasquale, insieme a località balneari e collinari anche per il turismo attivo/sportivo.

Le regioni più richieste sono Veneto, Sicilia, Lazio, Toscana e Campania.

## Spagna

I turisti spagnoli continuano ad essere attirati dall'arte e dalla cultura e la tendenza per il periodo pasquale è al city break: le città d'arte grandi e piccole sono le mete richieste per soggiorni mediamente brevi, fino a 5 giorni. Negli ultimi mesi la stampa locale ha dato ampio risalto alle grandi città d'arte italiane, ma anche alle mete minori in regioni come la Sicilia e l'Umbria.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

L'incremento nella disponibilità di voli low- cost ha contribuito alla crescita delle città minori prima difficilmente raggiungibili.

I T.O. contattati segnalano un incremento medio del 10% circa.

Le regioni più richieste sono Lazio, Veneto, Toscana, Sicilia e Campania.

## Polonia

La Pasqua è solitamente trascorsa in famiglia dai polacchi, ma rispetto allo scorso anno il mercato mostra un incremento di richieste di viaggio per questo periodo ed in generale per la primavera. Incrementi, anche molto consistenti, per i T.O. contattati (Otium +100%, Varsavolo +30%, Triada +15% e KTT +10%).

La stampa ha dato ampio risalto alla montagna invernale ed alle tradizioni pasquali italiane.

Insieme alle località sciistiche, le più richieste sono le grandi città d'arte ed i centri artistici minori.

Le regioni più gettonate sono Trentino Alto-Adige, Lazio, Toscana, Veneto e Lombardia.

## **MERCATI OLTREOCEANO**

### USA

Sempre ampia l'attenzione dedicata dai media all'Italia: in particolare largo spazio è dato alla tradizione culinaria ed enogastronomica del nostro Paese con programmi ad hoc sui canali televisivi e dettagliati articoli su prestigiose riviste del segmento come "Food & Wine" che dedica un articolo, "Vino e Padrino", alle tradizioni gastronomiche siciliane intrecciate con riferimenti ai luoghi della famosa pellicola.

I T.O. contattati per l'indagine mostrano in media un incremento del 17%.

Insieme alle città d'arte ed ai centri minori, forte richiesta di itinerari enogastronomici e di shopping, benessere e natura.

Le regioni più gettonate sono Lazio, Toscana, Veneto, Campania e Sicilia.

### Giappone

I dati forniti dagli operatori turistici dell'outgoing sono positivi ma molto variabili, con variazioni negative (Kinki Nippon Tourist -15%) e incrementi sostenuti (+10% per J World Travel ed American Express, +32% di Perfect Eyes).

Sempre molto richieste le città d'arte e le località minori insieme con quelle lacuali e montane.

Le regioni più gettonate saranno Toscana, Campania, Lazio, Veneto e Lombardia.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## Australia & Nuova Zelanda

Sempre positivo il trend degli arrivi dai due Paesi: i T.O. segnalano incrementi molto sostanziosi, con una media del +35%, ed una elevata quota del venduto Italia sul totale dei rispettivi fatturati.

Città d'arte, località collinari e di campagna, mare e laghi, sono le mete prescelte. Lazio, Toscana, Veneto, Campania e Sicilia le regioni più gettonate.