



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

ESTATE 2007

Monitoraggio sul turismo organizzato verso l'Italia

(giugno 2007)

PREVISIONI SULL'ANDAMENTO DELLA STAGIONE ESTIVA.....	2
I MERCATI EUROPEI	5
I MERCATI OLTREOCEANO.....	20
I MERCATI EMERGENTI	24

A cura

dell'Ufficio Stampa

in collaborazione con l'Ufficio Studi





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

PREVISIONI SULL'ANDAMENTO DELLA STAGIONE ESTIVA

Il 2007 per il turismo – se non ci saranno incidenti di percorso – segnerà una svolta nella direzione dei risultati positivi ottenuti lo scorso anno confermando così un'inversione di tendenza nell'incoming verso il nostro Paese già iniziata lo scorso anno che ha fatto segnare un aumento delle spese degli ospiti stranieri del 6,6%.

Tale andamento è confermato dall'indagine presso gli operatori del turismo organizzato realizzata dagli Uffici all'estero dell'ENIT-Agenzia Nazionale del Turismo in vista della stagione estiva 2007 dove si registra una crescita generalizzata delle vendite della destinazione Italia sui mercati internazionali, sia quelli europei ed oltreoceano, tradizionali generatori di flussi incoming, che quelli di recente scoperta, sempre più sensibili al fascino del Belpaese.

Nei 14 mercati monitorati dall'indagine in ambito europeo gli incrementi maggiori sono segnalati nei bacini dell'Est, in Russia e in Polonia; buono l'andamento previsto dal Regno Unito, dalla Spagna, Belgio, Austria e dall'area scandinava; lieve crescita per Francia, Svizzera e Paesi Bassi e andamento stabile per il mercato tedesco.

Città d'arte e mare si confermano in testa ai prodotti più richiesti, a cui si affianca una notevole crescita dell'interesse verso l'enogastronomia e il prodotto laghi, in particolare i grandi bacini del Nord Italia, la vacanza attiva a contatto con la natura.

Fra i mercati oltreoceano, tradizionali generatori di flussi incoming, il Nord America e il Giappone segnalano l'Italia come destinazione di vacanza privilegiata soprattutto per la possibilità di vivere un'esperienza a diretto



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

contatto con i territori di origine delle eccellenze italiane più celebrate nel mondo.

Tra i mercati emergenti, è l'India a segnare il migliore trend di crescita rispetto allo scorso anno, con punte di +25% nelle vendite della destinazione Italia secondo le segnalazioni dei TO intervistati. Anche la domanda proveniente dal Brasile evidenzia una dinamica decisamente interessante, sostenuta dall'andamento dell'economia locale e dall'affermarsi di una classe di reddito medio-alto disposta a viaggiare verso il continente europeo.

Anche per i turisti provenienti dai mercati più lontani i prodotti turistici privilegiati sono costituiti dai circuiti culturali, sempre più spesso proposti in abbinamento all'enogastronomia ed allo shopping.

Da segnalare, per quanto concerne il bacino europeo, il contributo decisivo del fenomeno dei collegamenti aerei low cost nel sostenere la domanda di turismo verso il nostro Paese. La disponibilità di voli, economicamente accessibili a tutte le tipologie di viaggiatori e la sempre più diffusa tendenza agli short-break, stanno rivoluzionando il mercato turistico europeo, rendendo l'accessibilità tramite passaggi low cost un asset competitivo di primaria importanza per le destinazioni nazionali. Diretta conseguenza del fenomeno è la crescita significativa dei flussi verso alcune destinazioni "minori", soprattutto città d'arte meno conosciute (ma non solo), che hanno sperimentato un repentino incremento dei flussi incoming proprio grazie all'attivazione di rotte low cost con i principali aeroporti europei.

Tra le Regioni più gettonate si segnalano la Toscana, il Veneto, l'Umbria e per il Mezzogiorno la Campania, la Sicilia, con un ottimo piazzamento della Puglia.

Anche il cambiamento nelle abitudini di programmazione e prenotazione dei servizi turistici da parte della domanda, dovuto alla diffusione del web, sta determinando una rivoluzione strutturale nel mercato turistico a livello



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

planetario, di cui tutti gli operatori intervistati sono ben consapevoli nel momento in cui si apprestano ad affrontare, con modalità ed intensità differenti da mercato a mercato, la sfida per la competitività del proprio business che si giocherà sempre più online.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

I MERCATI EUROPEI

AUSTRIA

Secondo i dati dell'Ente di Statistica austriaco relativi al 2006, l'Italia si colloca al primo posto tra le destinazioni turistiche scelte dagli austriaci con una quota di mercato pari al 22,5%. In generale, il 2007 registra ad una stagnazione della propensione ai viaggi degli austriaci, con una diminuzione del 1,6% sulle prenotazioni del turismo organizzato.

Per l'Italia i Tour Operator registrano un buon andamento generale delle vendite e si attendono di raggiungere, nell'arco di tutto l'anno, una crescita del 10% circa.

Anche se il nostro Paese é facilmente raggiungibile dall'Austria con automezzo proprio, i low cost registrano un ottimo andamento delle vendite, in modo particolare per le destinazioni Roma, Napoli e Catania. Esistono collegamenti low cost anche con Milano, Treviso, Pisa, Palermo e Rimini.

Il turismo individuale rappresenta il 70% dei flussi verso il nostro paese e sempre più frequentemente si avvale di sistemi on-line per la prenotazione diretta presso le strutture ricettive alberghiere delle città d'arte italiane, servite dai low cost. I Tour Operator austriaci sono di media e piccola struttura aziendale e la maggior parte di essi non dispone di sistemi di prenotazione on-line.

Le Regioni maggiormente richieste per la stagione estiva 2007 sono: Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Campania, Calabria, Sicilia e Sardegna.

Il prodotto più richiesto rimane la cultura abbinata all'enogastronomia.

L'offerta laghi é molto contrastata in quanto l'Austria offre il medesimo prodotto caratterizzato da un'alta qualità e prezzi convenienti. Il lago di Garda riscuote comunque una forte preferenza.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

L'immagine dell'Italia continua ad essere positiva sulla stampa austriaca anche per quanto riguarda l'estate 2007.

BELGIO E LUSSEMBURGO

L'aumento complessivo previsto, rispetto allo stesso periodo della precedente stagione estiva, è del 8,9% (+7,4% per i viaggi in aereo e +9,3 % per i viaggi in auto). Anche se queste cifre si riferiscono al solo turismo organizzato (che per l'Italia rappresenta 20 % delle vacanze), è probabile attendersi che, come già verificatosi negli anni precedenti, essi riflettano l'andamento generale del mercato belga.

Sul fronte dei voli low cost, Ryanair, prima compagnia low cost in Europa, opera dal Belgio con voli diretti su Pisa, Treviso, Roma, Bergamo e Torino e per l'estate 2007 prevede un incremento del 7% rispetto all'estate 2006. Anche le compagnie aeree dei due maggiori tour operator belgi offrono in estate voli a basso costo su destinazioni del Mezzogiorno e delle Isole. Soprattutto le city-trips nelle grandi città d'arte sono favorevolmente influenzate dallo sviluppo del low cost ed una delle conseguenze dirette è l'aumento notevole di traffico sulle piccole città d'arte, come Treviso e Bergamo.

I tour operator belgi offrono quasi tutti la possibilità di prenotare on-line. Per Thomas Cook Belgium, leader del mercato in e-commerce, le prenotazioni on-line rappresentano circa il 15% del totale. Per Transeurope, specializzato in city-trips, circa il 40% delle prenotazioni vengono effettuate on-line. Sempre più numerosi sono i tour operator che si adattano all'evoluzione della tecnologia ed alle nuove esigenze del turista offrendo la possibilità di effettuare il dynamic packaging.

Dal monitoraggio condotto presso i principali TO belgi, le Regioni più richieste per l'estate 2007 risultano: Toscana, Sicilia, Campania, Calabria e Puglia. L'aumento dei packages per la Calabria e la Puglia è dovuto al recente inserimento nella programmazione da parte dei



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

due maggiori tour operator belgi, Thomas Cook (46% del mercato organizzato) e Jetair (41%).

Per il turismo individuale, ai primi posti si attestano Toscana, Lombardia e Veneto (in particolare per i laghi) seguiti da Liguria e Dolomiti (Sud Tirolo). In notevole aumento rispetto all'estate 2006, le richieste di informazioni per Calabria, Puglia e Basilicata. Oltre al turismo balneare, le città d'arte minori e gli itinerari enogastronomici sono i prodotti che attirano di più per le vacanze estive.

Prospettive sono molto positive per il laghi: i tour operators hanno registrato una crescita delle prenotazioni per tutti i laghi italiani ed in particolare per il Lago di Garda.

Il giudizio della stampa belga sull'Italia turistica è molto positivo: la Penisola è considerata "il Paese della cultura e della dolce vita".

FEDERAZIONE RUSSA

Gli incrementi dei flussi turistici dalla Russia verso il nostro Paese sono certificati, a fine aprile, dal numero dei visti turistici rilasciati dalle Autorità Consolari: Mosca +40%; San Pietroburgo +27%; Kiev +25%; Minsk +53%.

Considerato che tali incrementi sono stati registrati in periodi di bassa stagione, si ritiene di poter prevedere (almeno dall'area di Mosca, che copre il 93% dei flussi turistici russi verso l'Italia) incrementi vicini al 50%.

Le autorità del traffico aereo russe non hanno autorizzato fino ad ora l'operatività dei voli low cost. Pertanto i collegamenti sono garantiti sia dai voli di linea che da numerosi voli charter.

La necessità del visto turistico convoglia la quasi totalità delle prenotazioni verso i tour operators accreditati presso le Autorità consolari e l'organizzazione del viaggio on-line è scoraggiata dall'iter burocratico da seguire per richiedere il visto.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Risulta comunque ancora poco praticata la scelta delle vacanze on-line anche per quelle destinazioni per le quali non è necessario il visto (Turchia, Egitto ecc.).

Le destinazioni italiane preferite dai russi per la prossima stagione estiva restano le maggiori città d'arte (Roma, Firenze, Venezia), per lo più associate ad una vacanza al mare. Scarsa la domanda verso le località turistiche lacustri.

Il rapporto euro/rublo si è mantenuto dall'inizio dell'anno abbastanza stabile con leggere oscillazioni che non hanno influenzato le scelte turistiche dei russi.

I media della Federazione Russa rivolgono la loro attenzione in special modo verso le città d'arte (Roma, Venezia e Firenze e recentemente anche Napoli e Palermo).

Nel raffronto con l'offerta turistica di altri paesi l'Italia è rappresentata tra le migliori destinazioni per i centri termali, le manifestazioni folcloristiche specie se con richiami storici, gli eventi culturali (specialmente mostre e concerti musicali) mentre è considerata al primo posto per la cucina e per la produzione vinicola di assoluta qualità. Molto risalto ha avuto nei mesi scorsi la scoperta della Puglia (e di Bari in particolare) come destinazione turistica per effetto delle manifestazioni in onore di San Nicola, organizzate congiuntamente dalla chiesa ortodossa Russa e dal Comune di Bari.

POLONIA

Secondo quanto emerge dai TO intervistati, la stagione estiva si appresta a registrare un record positivo per i flussi turistici polacchi verso l'Italia, proseguimento di un inizio 2007 che ha visto un netto incremento delle vendite di pacchetti verso il nostro Paese. I maggiori TO, anche quelli che commercializzano on-line, prevedono un incremento delle vendite addirittura del 70% rispetto all'analogo periodo del 2006.

Numerosi i collegamenti low cost tra la Polonia e l'Italia, che arrivano a rappresentare circa il 50% del traffico aereo tra i due Paesi.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Per la stagione estiva sono state attivate nuove rotte, tra cui la tratta Cracovia- Palermo e Cracovia–Rimini, oltre alla tratta Verona-Varsavia.

L'utilizzo del web presso il pubblico polacco è in continua crescita, anche per quanto concerne la prenotazione di viaggi e servizi turistici on line. Molto richieste, tra le destinazioni italiane prenotate. Per quanto riguarda la stagione estiva fra le destinazioni italiane da prenotare on line, Sicilia, Calabria e Sardegna.

Tra principali destinazioni turistiche italiane durante la prossima stagione estiva (giugno – settembre) spiccano le città d'arte, con la Capitale in testa per la visita alla Tomba di Giovanni Paolo II, mentre presso il pubblico giovanile è particolarmente apprezzato il prodotto balneare. Circa un decimo dei flussi si rivolge al prodotto laghi, con maggiore interesse verso il Lago di Garda.

Secondo le opinioni degli operatori, le Regioni che accoglieranno i maggiori flussi saranno la Sicilia, che appare la più richiesta, seguita da Puglia, Emilia Romagna, Calabria, Sardegna, Lazio e Toscana.

I T.O. polacchi attribuiscono la ragione del trend positivo ad un miglioramento della vita rispetto al 2006 ed al cambio favorevole della moneta locale rispetto al l'euro.

Risulta frequente la presenza sulla stampa turistica locale di articoli sugli eventi culturali ospitati dalle varie Regioni italiane.

FRANCIA

Andamento positivo per il mercato francese: i T.O contattati hanno segnalato un aumento previsto per l'estate 2007 intorno al 5%.

Per quanto concerne lo sviluppo del fenomeno low cost, la situazione francese é particolare, in quanto la compagnia di bandiera ostacola al massimo lo sviluppo di



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

compagnie low cost in partenza dalla Francia e l'apertura di nuovi hub sul territorio nazionale. In quest'ottica, Air France ha creato Transavia, una compagnia che si posiziona come low cost e charter, che in Italia fa rotta su Catania e Palermo. Soprattutto gli aeroporti di Nizza, Marsiglia, Tolosa, Bordeaux e Lille hanno incrementato la loro attività grazie ai voli internazionali low cost.

Nei primi tre mesi del 2007 la compagnia low cost EasyJet ha generato una media mensile di 55.000 passeggeri verso la destinazione Italia, con un incremento di circa il 30% rispetto al 2006 e prevede per l'estate una crescita dei flussi in direzione dei Laghi, di Roma e della costa napoletana.

Secondo un'indagine nazionale, il 41% dei Francesi (+ 9% rispetto al 2006) effettua prenotazioni e acquisti di viaggi su internet. La preferenza per internet è dovuta alla possibilità di trovare tariffe competitive e di comparare facilmente i prezzi.

Per quanto riguarda le mete preferite dai viaggiatori francesi nel nostro Paese, Sicilia e Sardegna riscuotono successo a detta dei TO d'oltralpe.

L'asse trainante del turismo francese verso l'Italia è costituito dall'arte e dalla cultura, a cui segue il prodotto balneare. Molte sono le proposte relative a soggiorni brevi e tematici: eno-gastronomia, golf e trekking, in progressione ogni anno del 10% circa.

Un'altra tipologia di prodotto turistico emergente è rappresentata dalle crociere nel Mediterraneo, che fanno scalo nei maggiori porti della Penisola e sono aumentate del 4% rispetto al 2006.

Le Regioni più richieste per l'estate 2007 sono Veneto, Toscana, Lazio e Sicilia.

Riguardo ai laghi, presenti nella quasi totalità dei cataloghi, l'interesse risulta in crescita, oltre che verso i tre laghi più conosciuti (Lago Maggiore, Lago di Como e Lago di Garda) anche verso i laghi minori come il Lago d'Orta e il Lago d'Iseo.

Per l'estate 2007, l'Italia è proposta sulla stampa francese come destinazione di charme, di lusso e di natura, ma che desidera anche far scoprire ai viaggiatori città e territori meno conosciuti.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

GERMANIA

I maggiori tour operators tedeschi confermano il trend positivo iniziato lo scorso anno, anche se al di sotto delle aspettative, dichiarando un lieve aumento nelle vendite ed in alcuni casi un andamento stabile rispetto alla stagione 2006, ma gli operatori nutrono ancora fiducia nell'andamento delle prenotazioni del mese di giugno e dei primi giorni di luglio, che generalmente si mostrano favorevoli alla destinazione Italia.

La sempre più diffusa tendenza ad effettuare più periodi di vacanza durante l'anno, anche se di breve durata, gioca a favore del nostro Paese, facilmente accessibile anche grazie ai numerosi collegamenti aerei offerti dalle compagnie low cost.

Anche la Germania è interessata dal fenomeno low cost e la possibilità offerta dall'Italia di abbinare alla visita delle città d'arte anche altre tipologie di vacanza (balneare, gastronomica, ecc.) è determinante nel rendere il nostro Paese la destinazione di maggior successo tra quelle offerte dalle compagnie low cost.

Come noto, i turisti tedeschi che giungono in Italia lo fanno tramite viaggi individuali, senza l'intermediazione degli agenti di viaggio. Si stima che solo il 30-35% dei viaggi in Italia siano viaggi organizzati.

Nonostante ciò, l'Italia non è tra le prime dieci destinazioni per vendita online di pacchetti turistici, ma si posiziona tra l'11° e il 20° posto: la ragione è dovuta al fatto che vengono prenotati online principalmente soggiorni balneari, la cui offerta sul web riguarda soprattutto quei Paesi in cui gli operatori e gli intermediari gestiscono direttamente le strutture ricettive (Spagna in testa).

Per quanto riguarda, invece, la vendita online di soggiorni nelle città d'arte, l'Italia si colloca nelle prime posizioni, in particolare sveltano Roma e Venezia.

Il prodotto città d'arte risulta essere in costante aumento, soprattutto le città di Roma, Firenze e Venezia, ma anche quelle minori, grazie ai collegamenti low cost, secondo la maggior parte dei TO intervistati.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Per quanto riguarda le mete in pole position per la stagione estiva, il lago di Garda, l'Alto Adige, l'Isola d'Elba, tutta la costa adriatica e la Toscana (entroterra) fanno registrare un buon indice di gradimento rispetto allo scorso anno. In aumento, seppur più moderato, anche Sardegna, Liguria ed il Golfo di Napoli.

La stampa tedesca di settore ha riportato recentemente un'immagine positiva dell'Italia. Viene spesso evidenziato che dopo anni di stagnazione, i turisti tedeschi "riscoprono" l'Italia per le loro vacanze che viene descritta come meta turistica classica che offre, insieme alle sue diverse caratteristiche naturali ed artistiche, un'ampia scelta per i vari target di domanda. Viene spesso menzionata la comodità di raggiungere l'Italia, sia in auto che con i tanti collegamenti low cost. Inoltre il fatto di andare in un Paese appartenente alla UE infonde sicurezza negli ospiti tedeschi, a differenza delle mete di cultura islamica. La stampa turistica dedica spazio soprattutto alle destinazioni meridionali come la Sardegna, la Sicilia, la Calabria oppure la Campania, accanto alle destinazioni "classiche" come la costa adriatica e la Toscana. I lettori vengono invogliati ad intraprendere un viaggio in Italia con servizi redazionali sulle tipologie di viaggio classiche (vacanze balneari e città d'arte), ma anche con i prodotti di nicchia, in particolare l'enogastronomia, l'"Italia minore" (piccoli borghi), il golf e la natura.

REGNO UNITO

Nel 2006 il flusso turistico britannico verso la destinazione Italia ha registrato un consolidamento rispetto allo strepitoso incremento del 13,4% registratosi nell'anno 2005. Le previsioni dei tour operators per la stagione 2007 risultano ancora incerte, a causa della recente tendenza a ritardare le prenotazioni per le destinazioni a breve raggio; in generale chi ha rinnovato molto il prodotto prevede incrementi intorno al 10%, gli altri si dicono certi della tenuta dei volumi dello scorso anno, ma non prevedono aumenti oltre il 3-5%. Si ritiene di poter stimare complessivamente un aumento mediamente del 5%.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Nel periodo 2001-2006 il turismo indipendente ha registrato un incremento del 44,3%. Gran parte del fenomeno è dovuto alla forte espansione del mercato dei voli a basso costo, che hanno aperto le porte al mercato individuale con la strategia della guerra dei prezzi.

Le principali compagnie aeree low cost, che offrono oltre 30 collegamenti con l'Italia, prevedono incrementi dei flussi soprattutto negli aeroporti di recente apertura, come Parma e Perugia per turismo nelle città d'arte minori, nonché gli scali di Olbia, Cagliari, Rimini, Bari e Brindisi per le vacanze balneari. Incremento previsto anche per gli aeroporti che collegano con i laghi, come Torino (Maggiore), Brescia (Garda) e Bergamo (Como).

La tendenza della domanda turistica individuale è quella di chiedere maggiore flessibilità e per far fronte a queste esigenze i T.O si sono equipaggiati con piattaforme che consentono la programmazione e l'acquisto modulare di servizi turistici attraverso il dynamic packaging. L'apertura del mercato turistico virtuale via internet ha favorito la tendenza dei grandi T.O. a specializzarsi nell'offerta di servizi turistici prenotabili via internet attraverso un'interfaccia grafica attraente e facile da usare. La commercializzazione on line di pacchetti e servizi turistici ha registrato una crescita a due cifre negli ultimi anni per i maggiori operatori del settore.

Le Regioni che si prevede avranno maggior numero di visitatori sono il Veneto e la Toscana, che uniscono il richiamo delle città d'arte a quello della vacanza rilassante in campagna e delle terme, la Campania, prediletta dai Britannici per il mare, le isole e le memorie archeologiche, il Lazio e la Lombardia. I laghi continuano ad attrarre fortemente l'attenzione dei turisti Britannici, ma non vi sono sostanziali novità nei cataloghi degli operatori.

Il cambio tra euro e sterlina continua da anni a mantenersi in una fascia piuttosto stabile, con picchi di variazioni di più o meno 5%, quindi il cambio non è un elemento determinante sulla dinamica dei flussi verso l'Italia.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

L'immagine dell'Italia sulla stampa è sempre molto positiva e oggetto costante di attenzione da parte della stampa di settore.

PAESI BASSI

Buone prospettive di crescita per l'Italia, secondo quanto emerso dalle risposte dei TO olandesi, che confermano il nostro Paese al secondo posto per quanto riguarda i flussi che si muovono con l'automobile. Anche i vettori low cost che fanno rotta sull'Italia registrano un aumento notevole delle prenotazioni.

Numerose le destinazioni italiane coperte dai collegamenti aerei low cost dall'Olanda: Milano-Bergamo, Pisa, Roma, Verona, Treviso, Napoli, Catania, Olbia (in passato anche Genova e Lamezia Terme).

L'uso della prenotazione via Internet e' particolarmente diffuso presso il pubblico olandese, in particolare tra gli utenti compresi tra i 25 e 35 anni e con un livello più alto di educazione.

Notevole l'utilizzo del web anche come fonte di informazione sulle destinazioni turistiche, al primo posto davanti ai contatti con gli Uffici Nazionali per il Turismo, stampa specializzata, cataloghi dei Tour Operator, agenzie di viaggio e guide turistiche.

La Toscana rimane sempre la regione preferita degli Olandesi per via della combinazione accessibilità, prezzo e qualità. Anche l'area dei laghi del Nord-Italia, l'Umbria e la Riviera adriatica compaiono tra le mete preferite. L'Italia potrà beneficiare quest'estate di un maggior interesse verso nuove destinazioni grazie alle nuove tratte offerte da parte delle compagnie aeree. I prodotti più richiesti sono i viaggi all-inclusive, fly&drive con pernottamento in agriturismi e viaggi culturali (+8%).



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

L'Italia viene presentata come un Paese ove la vacanza e' solo un problema di scelta tra la varietà dell'offerta proposta. In particolare, vengono esaltate l'ottima enogastronomia, il patrimonio culturale unico e l'accoglienza della popolazione.

SPAGNA E PORTOGALLO

Il mercato iberico ha registrato dal 2001 ad oggi continui e costanti aumenti dei flussi turistici verso il nostro Paese, sia in termini di arrivi che di presenze, sostenuto dal buon andamento della economia spagnola. I principali T.O. che commercializzano la destinazione Italia prevedono aumenti compresi tra l'8 e il 15% rispetto all'anno 2006.

Forte l'incidenza dei voli low cost che contribuiscono ad incrementare il numero delle partenze dalla Spagna verso l'Italia, sia verso le destinazioni classiche sia verso scali minori, in particolare in Sicilia, Campania, Piemonte ed Umbria. E' inoltre prevista l'attivazione di nuove rotte verso Pescara e l'Emilia Romagna.

Il mercato on line delle a.d.v. costituisce un settore parallelo a quello dei grandi TO, che cominciano ad offrire la possibilità di prenotare pacchetti on line. Una recente indagine al riguardo ha evidenziato i cambiamenti strutturali in atto nel mercato turistico spagnolo, che sta passando da una domanda omogenea rappresentata dalla classe media ad una polarizzazione in due grandi gruppi di domanda: il basso costo ed il segmento medio alto. Il conseguente processo di riorganizzazione dell'offerta da parte degli operatori è orientato, pertanto, verso strategie commerciali a basso costo che sfruttano anche la vendita on line e last minute dell'invenduto oppure verso l'offerta di qualità e ad alto profilo di spesa per la classe abbiente.

Le regioni più richieste per la stagione estiva sono il Lazio, con Roma in testa dove si prevedono aumenti nell'ordine del 30%, Toscana, Veneto, Sicilia, Campania, Valle d'Aosta, Umbria e Piemonte. I prodotti più richiesti sono il culturale/ religioso, il turismo montano e quello lacuale, in leggero aumento.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

SVEZIA, NORVEGIA E FINLANDIA

La destinazione Italia ha fatto registrare una forte ripresa delle vendite sui mercati scandinavi a partire dal 2005, mantenendo il trend di crescita anche lo scorso anno e facendo prevedere una conferma anche per l'anno in corso. In particolare, l'Italia ha incrementato la quota di mercato rispetto ad altre destinazioni.

L'elevata stabilità economica in tutti i Paesi scandinavi, insieme ad altri fattori interni legati soprattutto all'aumento dell'occupazione e alla crescita dei salari reali, hanno creato condizioni particolarmente favorevoli per il collocamento di prodotti, come quello italiano, caratterizzati da prezzi al consumo piuttosto sostenuti.

Per il mercato svedese si attende un aumento medio del 6% dei flussi verso il nostro Paese, anche grazie alla programmazione di nuove destinazioni italiane da parte dei maggiori TO locali, che registrano un incremento del volume dei viaggi verso l'Italia tra il 6% ed il 7%.

Stesse previsioni di crescita anche per il mercato danese (+6%/7%), con punte che arrivano a toccare +12% e +20% rispetto al 2006 per alcuni operatori che hanno espresso soddisfazione per l'andamento delle vendite.

I TO norvegesi prevedono un incremento medio del 3%/4%, grazie soprattutto all'incremento delle vendite da parte di operatori specializzati e dal buon andamento dei voli low-cost con collegamenti su Roma, Pisa e Venezia, Firenze, Bologna, Milano e Napoli. Flusso stabile per quanto riguarda il bacino finlandese e per le Repubbliche Baltiche, fatta eccezione per la Lituania, che presenta una prospettiva di crescita particolarmente sostenuta (+50%), dovuta ai collegamenti charter stagionali operati dal principale operatore locale.

Nell'ultimo quinquennio si è registrato un progressivo incremento annuale dei voli di linea, dovuto prevalentemente all'aumentata offerta da parte delle compagnie aeree low-cost. La creazione di nuovi collegamenti aerei a basso costo ha avuto una funzione di grande importanza nel convogliare verso il nostro Paese un numero crescente di turisti individuali,



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

che rifiutano la tipologia del "pacchetto" e che solitamente utilizzano il web per la costruzione del proprio progetto di viaggio. Si tratta di un movimento per il momento attratto dalle "easy destinations", ma che comunque tende ad espandersi verso aeroporti "minori" e quindi destinazioni meno conosciute.

Secondo le ultime analisi di mercato riportate dalla stampa specializzata, nei mercati scandinavi l'85% dei "progetti di viaggio" parte da internet, che gioca un ruolo predominante per la prima ricerca di informazioni ed il primo orientamento.

Nel 2006, in tutta la Scandinavia i viaggi venduti online hanno per la prima volta superato il 50% del totale dei viaggi venduti.

Per quanto riguarda la Svezia, la tradizionale destinazione dei flussi premia il Lazio, la Lombardia, il Veneto, la Toscana ed il Trentino-Alto Adige. Va sottolineato il rilancio della Sicilia da parte del grande turismo organizzato.

Il prodotto-laghi sembra trovare, in base alle ultime prospezioni di mercato, nuove capacità di crescita.

La Danimarca continua ad esprimere assoluta predilezione per il Veneto: anche nel 2007 quasi il 40% dei flussi turistici danesi si sta orientando su tale Regione.

Altre destinazioni "trendy", che mantengono e rafforzano la loro capacità attrattiva sono la Lombardia, per Milano e i laghi, il Trentino Alto Adige, il Veneto, la Toscana e il Lazio. In crescita la Sicilia.

In Norvegia, il maggiore operatore ha venduto con soddisfazione la propria offerta SUD (in particolare la Sicilia e la Sardegna). Sul mercato norvegese, complessivamente molto soddisfacenti le vendite su Roma e la Toscana.

Le grandi città d'arte sono ottimamente servite dai grandi operatori locali; a ciò si aggiunge il movimento individuale, in sensibile crescita, indirizzato verso soluzioni self-catering anche al di fuori dei circuiti turistici prevalenti (città minori, itinerari alternativi).

La stampa turistica scandinava apprezza particolarmente l'Italia e l'esposizione mediatica del nostro Paese e' molto ampia e dettagliata, in tutte le tipologie di prodotto.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Le località non comprese nei cataloghi degli operatori locali (città d'arte minori, itinerari sportivi, vacanze attive e nel verde, special interest) sono in complesso molto ben rappresentate e costituiscono uno dei principali serbatoi di informazione per il crescente segmento dei viaggi auto-organizzati.

Rimane confermata la prevalenza di articoli dedicati alle grandi città d'arte ed agli itinerari storici, artistici e culturali.

SVIZZERA

Positivo il trend della Svizzera per l'incoming nel nostro Paese, che si conferma tra le destinazioni preferite per le vacanze estive.

In particolare, per la stagione estiva 2007 le destinazioni balneari ed i prezzi vantaggiosi per le prenotazioni anticipate continuano a sedurre la clientela svizzera.

L'indagine svolta presso TO ed Adv rileva i trend a medio termine del mercato per la prossima stagione per quanto concerne la suddivisione delle vendite per prodotto: Wellness (22%), vacanze attive (19%), crociere (18%), viaggi lusso (12%), vacanze balneari (8%), vacanze d'affari (6%), circuiti (9%).

Buon andamento anche per il settore golf abbinato al segmento natura.

Si è riscontrata una tendenza a preferire alla vacanza balneare le attività legate a wellness, city trips, vacanze sportive e crociere: tendenza dettata dal maggior interesse a combinare più tipologie di viaggio ed anche ai collegamenti low cost che hanno come destinazioni città e destinazioni di benessere. Si registra un incremento per la montagna, sia estiva che invernale.

Il traffico aereo dalla Svizzera verso il nostro Paese è in aumento, soprattutto grazie all'attivazione di tratte low cost da Ginevra, Basilea e Zurigo con numerose destinazioni italiane: Roma, Firenze, Venezia, Napoli, Olbia e Cagliari. Anche Brindisi, Catania, Lamezia Terme, Palermo, Genova, Bologna, Palermo e Trieste sono collegate con i maggiori aeroporti svizzeri.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Si accentua sempre più la tendenza a ricorrere a internet per la prenotazione online delle vacanze, sia per quanto concerne i voli che la sistemazione alberghiera.

Le prenotazioni online rivolte alla destinazione Italia riguardano in modo particolare Sardegna, Sicilia e Calabria, mentre per le destinazioni del Nord Italiane e del Centro l'automobile resta il mezzo di trasporto più utilizzato, eventualmente associato al booking online delle strutture ricettive.

Le opinioni espresse dai TO svizzeri in merito alla stagione estiva concordano nel riscontrare un forte aumento delle richieste per la Sardegna e la Sicilia, sicuramente favorito dai numerosi collegamenti low costs con gli aeroporti di Olbia e Catania.

Anche la Liguria (+10%) ed il Sud Tirolo (+20% per il wellness) registrano un aumento delle vendite. Turismo balneare e culturale rappresentano i principali prodotti richiesti dal mercato svizzero per trascorrere le vacanze nel nostro Paese, soprattutto se associati allo shopping e all'enogastronomia. Tra le motivazioni di viaggio emergenti, tuttavia, riscontrano sempre maggiore successo quelle legate alla natura, sightseeing tours, viaggi sportivi e di benessere, nonché tour che includono spettacoli e nightlife.

L'apertura dei Tour Operator (T.O.) svizzeri verso le nuove esigenze in materia di viaggi si riflette nell'offerta dei loro cataloghi che continuano ad incrementare le destinazioni nel Mezzogiorno e nel Centro Italia, attratti da mete ancora poco conosciute.

Anche i laghi sono molto richiesti, in modo particolare al nord Italia in considerazione anche della vicinanza con la Svizzera ed in modo particolare il Lago di Garda (+ 10%) che attira sempre molto pubblico grazie anche a Gardaland.

L'immagine dell'Italia apparsa sulla stampa è generalmente molto buona. Nella primissima parte dell'anno da segnalare in particolar modo la vasta presenza di articoli dedicati a Venezia e alle mete turistiche invernali (Sudtirolo), così come alcune destinazioni del Sud. Sempre molto presenti anche articoli dedicati alle vacanze sui laghi, tipologia turistica molto apprezzata dagli svizzeri, e al wellness.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

I MERCATI OLTREOCEANO

AUSTRALIA E NUOVA ZELANDA

L'indagine condotta presso i TO australiani e neozelandesi fa emergere una tendenza positiva per la vendita della destinazione Italia su entrambi i mercati. Più evidente l'incremento registrato sul mercato neozelandese, tra il 15 e 20%, dovuto in parte ai campionati mondiali di rugby che si terranno in Francia e che vedono un nutrito numero di tifosi che, seguendo la squadra nazionale, coglieranno l'occasione per un tour europeo più ampio. Per quanto riguarda l'Australia, i tour operatori registrano un incremento che si attesta tra il 10 e il 15%.

L'incidenza dei voli low cost su tale incremento è da considerarsi praticamente nulla. L'unica nota degna di considerazione è l'aumento del traffico interno europeo, che per quel che concerne il mercato australiano, si identifica con un maggior utilizzo delle tratte low cost in partenza da Londra, dirette prevalentemente a Pisa.

I tour operator australiani e neozelandesi non hanno riscontrato un'influenza sui loro business dettata dalla svolta on-line, in quanto molti di essi offrono pacchetti turistici disegnati ad hoc per il turista, non reperibili on-line, come ad esempio walking tours o percorsi gastronomici. Alcuni tour operator, tuttavia, consapevoli della crescente importanza del segmento on-line, si sono organizzati per offrire al pubblico un servizio di prenotazione e assistenza sul web per contrastare le prenotazioni individuali on-line.

Per il mercato australiano e neozelandese, tra le mete per la stagione estiva 2007, rimangono ai vertici la Regione Toscana, con Firenze in particolare, Roma, Venezia, la Costiera Amalfitana, le Cinque Terre e il distretto dei Laghi.

Tra le nuove tendenze, si sottolinea un interesse crescente verso l'Umbria e la Sicilia.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

GIAPPONE

I principali TO intervistati hanno espresso una previsione di crescita delle vendite della destinazione Italia in linea con l'incremento registrato lo scorso anno, pari ad un +17%.

Il fenomeno dei voli low cost è per ora limitato ad alcune linee asiatiche che coprono tratte a breve-media percorrenza, non raggiungendo destinazioni europee. Ciò, tuttavia, è in crescita per i viaggiatori giapponesi l'attrattiva delle destinazioni asiatiche e dell'area del Pacifico, dirette concorrenti delle mete di vacanza europee ed italiane.

Per quanto concerne la quota dei viaggiatori giapponesi che si rivolgono al web per la prenotazione di pacchetti o di servizi, il trend appare in costante crescita di anno in anno e coinvolge non solamente le giovani generazioni, ma anche gli adulti che mostrano di acquisire sempre più informazioni online ed effettuano prenotazioni dirette senza l'ausilio dei tour operators, i quali tuttavia si stanno attrezzando per intercettare questo tipo di pubblico.

Per la stagione 2007, le Regioni più richieste dai giapponesi si confermano essere Lazio, Veneto, Toscana, Lombardia, Campania, Sicilia. Un grande passo in avanti lo sta facendo la Puglia, che sta raccogliendo i frutti di alcuni anni di investimenti in Giappone. Il prodotto balneare italiano non è particolarmente affermato in Giappone, che ha a disposizione le vicine spiagge delle isole del Pacifico e dei Paesi del Sud-Est Asiatico, mentre un crescente interesse viene registrato per l'offerta enogastronomica nostrana, dalla cucina ai prodotti alimentari di pregio, a cui sono dedicati tour enogastronomici e scuole di cucina dedicate. I laghi appaiono suscettibili di accrescere l'appeal sul mercato Giappone se qualora i soggiorni siano abbinati ad attività di fitness/wellness, terme, golf, cucina, sport.

L'Euro forte costituisce un freno per lo shopping e per la fruizione di servizi ad alto costo, dirottando una parte dei flussi verso la ricettività di medio livello, ma non rappresenta un disincentivo al viaggio in Italia.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

L'Italia, pur essendo per i giapponesi una destinazione lontana, è in realtà già presente nella realtà quotidiana e l'immagine del nostro Paese è associata ad una serie di "stereotipi positivi" che ne accrescono l'appeal anche dal punto di vista turistico.

USA E CANADA

Le previsioni per l'alta stagione segnano un trend in ascesa. Sulla base delle vendite effettuate fino ad ora, i TO americani fanno registrare un aumento delle vendite sulla destinazione Italia di circa il 12% rispetto al 2006.

Anche il flusso dei turisti canadesi si prevede superiore al 10%, con punte fino al 12% per effetto del nuovo volo diretto Montreal-Roma.

Al momento non esistono collegamenti low-cost con il Nord America.

Internet è lo strumento maggiormente utilizzato nella fase di ricerca del viaggio.

Blogs di esperti viaggiatori ed opinion leaders vengono utilizzati sempre più frequentemente per la scelta delle destinazioni dai consumatori attenti al rapporto qualità/prezzo.

L'Italia rientra tra le destinazioni più vendute on line sul mercato canadese, una realtà in cui l'uso di Internet per documentarsi e per concretizzare le prenotazioni online è molto diffuso.

Le mete di maggiore successo per la stagione estiva 2007 risultano essere le città d'arte, tra cui Roma, Firenze e Venezia in primis, oltre a Toscana, Costiera Amalfitana, Umbria, Cinque Terre e Sicilia. C'è un crescente interesse anche per le regioni della fascia adriatica quali Abruzzo, Marche, Emilia Romagna e per la Puglia. Le Dolomiti ed il Piemonte, per effetto dei recenti giochi Olimpici, suscitano un buon appeal. Crescente è l'interesse per i laghi ed in particolare per quelli del nord Italia.

Per quanto concerne i prodotti turistici, il grande patrimonio artistico e culturale dell'Italia continua ad essere il motivo principale del viaggio; seguono enogastronomia, shopping,



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

benessere e natura. In salita l'interesse verso le piccole città d'arte e le mete meno affollate che conservano storia e tradizioni intatte.

Sul fronte canadese, le Regioni più richieste sono Toscana, Venezia e Veneto, Lazio (Roma), Campania, Sicilia, Umbria, Lombardia, Liguria, Piemonte, Trentino.

Anche in Canada il turismo culturale occupa una posizione di rilievo e le tradizionali città d'arte rimangono la meta con la maggiore quota di mercato. L'interesse per il prodotto artistico si integra con l'enogastronomia e lo shopping; a seguire l'interesse per la natura e per gli eventi anche quelli religiosi e la vacanza attiva. In buona posizione anche i grandi laghi nel nord Italia.

Le spese dei turisti americani in Italia sono orientate ad una valutazione del rapporto qualità/prezzo soprattutto per la scelta delle strutture ricettive. Gli hotel a cinque stelle e di lusso sono prescelti da una fascia di turisti a reddito alto, che si dedicano frequentemente anche allo shopping in città e negli Outlet. In generale, i turisti con redditi elevati sono poco condizionati dalle fluttuazioni dei cambi, nonostante la forte svalutazione del dollaro (statunitense e canadese) rispetto alla moneta europea.

I giornalisti descrivono l'Italia sempre con entusiasmo ed interesse, pubblicando articoli coinvolgenti che affascinano i lettori e li inducono a sperimentare di persona i luoghi descritti. Particolare interesse è rivolto verso l'enogastronomia italiana, accostando l'argomento cibo e vini ad icone cinematografiche famose.

Anche in terra canadese sulla grande stampa quotidiana e periodica si è assistito alla tradizionale riproposizione di numerosi articoli sulle destinazioni turistiche italiane. Le redazioni delle sezioni "Viaggi e turismo" dei diversi periodici continuano a prediligere argomenti sulle località italiane che suscitano il maggiore interesse del pubblico.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

I MERCATI EMERGENTI

INDIA

La stagionalità del settore outbound indiano può variare da stato a stato, in base al calendario scolastico che ogni stato decide in modo autonomo. Ne deriva che il monitoraggio condotto presso i TO che trattano l'Italia proietta dati provvisori ed è necessario attendere il mese di settembre per avere un quadro più rispondente alle reali vendite.

In ogni caso, a detta dei maggiori operatori indiani, il 2007 si presenta come un anno importante per la destinazione Italia, che è divenuta di recente molto ambita, sia per incentives groups che per leisure groups. La tendenza fa registrare un incremento delle vendite verso l'Italia del 15-25% rispetto all'anno precedente.

Cresce anche il numero degli operatori indiani che pubblicano cataloghi dedicati esclusivamente all'Italia.

Non esistono attualmente voli low cost fra l'India e l'Italia.

Al momento esistono voli diretti da Mumbai e Delhi su Milano e da Delhi su Roma.

L'Industria turistica indiana è molto informatizzata e tutti gli operatori si servono di internet sia per l'acquisto dei servizi turistici (alberghi, voli, noleggio auto) sia per la vendita al pubblico dei pacchetti online.

Gli operatori indiani prediligono il rapporto con i suppliers stranieri che consentono l'acquisto ed il pagamento online del prodotto turistico.

Sul fronte del pubblico indiano, il viaggiatore medio ed in particolare i giovani utilizzano internet per raccogliere informazioni relative ai viaggi, anche se la maggioranza fa ancora uso dell'agenzia per la prenotazione del viaggio.

La visita delle città d'arte associata allo shopping si conferma l'attrazione maggiore per il viaggiatore indiano diretto in Italia anche per la stagione estiva 2007. I laghi, in particolare quelli di Como e Garda, rappresentano anch'essi punti d'attrazione per le bellezze



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

paesaggistiche ed il life style italiano, oltre alla Regione Sicilia, di recente inclusa nella programmazione di alcuni TO.

L'Euro forte influisce in modo negativo sugli arrivi dall'India verso l'Italia, considerata in genere una destinazione costosa.

L'Italia viene presentata dalla stampa indiana come meta ideale per la vacanza all'estero, ricca di cultura, tradizione, arte. È costante il richiamo alle grandi firme italiane del made in Italy, soprattutto della moda, che esercitano una grande attrazione e un grande fascino nell'indiano medio e medio-alto.

BRASILE

I T.O fanno registrare un incremento delle vendite della destinazione Italia del 25/30% per il mese di luglio (vacanze scolastiche in Brasile) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

In Brasile non sono presenti voli low cost.

La crescita del mercato on-line riguarda prevalentemente il turismo nazionale rispetto a quello internazionale.

Le Regioni più richieste sono il Lazio, Toscana e Veneto in qualsiasi periodo dell'anno, seguite dalla Campania e Sicilia. Si registra un incremento dell'interesse per Puglia ed Umbria.

I prodotti più richiesti per la stagione estiva sono: città d'arte, balneare (Costa Amalfitana, Capri e Isole Minori), balneare associato al culturale (Sicilia) e le Regioni dei Laghi, che sono al terzo posto (Lago Maggiore e Como).



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

In termini valutari, di recente il Real si è notevolmente apprezzato rispetto all'Euro, facendo prevedere un maggior afflusso di viaggiatori verso l'Europa, anche grazie al fatto che non è necessario il visto di ingresso e che offre un ricco patrimonio culturale.

La stampa di settore tratta con sempre maggiore frequenza la nicchia enogastronomica, oltre alla "tradizionale" Italia turistica.

APPENDICE TECNICA

QUESITI ALLA BASE DEL MONITORAGGIO:

1. Quali incrementi si prevedono sui mercati di competenza?
2. Quale l'incidenza dei voli low cost su tale andamento? e con riferimento a quali destinazioni/regioni italiane?
3. La sfida delle vacanze si gioca sempre più on-line: quali sono, a tale proposito, le indicazioni dei grandi T.O. internazionali contattati dai nostri Uffici all'estero?
4. Quali saranno le regioni più gettonate ed i prodotti più richiesti per la stagione estiva 2007, oltre naturalmente al segmento balneare? quali prospettive per i laghi?
5. L'Euro forte in che maniera influisce sugli arrivi dai Paesi extra-europa, come Usa, Giappone e altri?
6. Come appare sulla stampa e sui media l'Italia quale destinazione turistica per l'estate 2007?