



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

# LA STAGIONE TURISTICA 2008: CONSUNTIVI E TENDENZE

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



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## LA STAGIONE TURISTICA 2008: CONSUNTIVI E TENDENZE

Gli ultimi dati dell'*Organizzazione Mondiale del Turismo* confermano l'andamento positivo del turismo internazionale nel 2007: gli arrivi hanno sfiorato i 900 milioni, con una crescita del 6,2% rispetto all'anno precedente. Per il quarto anno consecutivo quindi il turismo è cresciuto, superando anche le già ottimistiche previsioni di crescita di lungo termine stimate dal WTO.

In particolare, il continente europeo, la regione al mondo col maggiore numero di arrivi, ha registrato una crescita di arrivi del 4%, grazie soprattutto alla brillante performance dei paesi del Mediterraneo.

L'Italia si colloca positivamente in questo quadro generale: i dati provvisori forniti da ISTAT sui primi nove mesi del 2007 segnano una crescita del 3,8% sia sul fronte degli arrivi che delle presenze degli stranieri. Pur con tassi di crescita inferiori a quelli degli anni precedenti, si conferma per la nostra destinazione la ripresa sui mercati internazionali con conseguente rafforzamento della *market share*.

Il monitoraggio dei mercati stranieri condotto dagli Uffici esteri dell' ENIT-Agenzia sull'avvio dell'anno ha confermato, con risultanze positive, l'andamento positivo dell'*incoming* nel nostro Paese: i primi mesi del 2008 registrano ulteriori crescite di flussi turistici e la Pasqua ha presentato buone prospettive, penalizzate però dalla stagionalità delle festività, in parte troppo vicine alle vacanze invernali, in particolare sulla neve, ed in parte ancora poco adatte ai soggiorni nelle località balneari, molto ambite soprattutto dalla clientela europea.

Il segmento neve ha avuto un avvio di stagione positivo ed il trend è risultato favorevole per tutta la stagione invernale.

City trip ed itinerari culturali, anche nelle località minori, sono altrettanto gettonati, confermandosi come lo zoccolo duro del turismo *incoming* italiano.

Buona risulta anche la richiesta di località lacuali e balneari per i mesi primaverili.

Sui mercati si confermano:

- ❖ la tendenza a combinare più tipologie di viaggio in un unico soggiorno;
- ❖ la richiesta di tour organizzati basati sull'esperienza diretta di realtà locali e/o attività tradizionali dei luoghi visitati (come l'esperienza di soffiare il vetro nelle botteghe artigiane di Murano o creare ceramiche con gli impastatori dell'Umbria);
- ❖ l'incremento, su molti mercati, della richiesta di soggiorni in strutture di lusso;
- ❖ la crescente richiesta di crociere nel Mediterraneo;
- ❖ il ricorso sempre più massiccio ad internet ed all'utilizzo dei voli *low-cost*.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

Per il 2008 le previsioni relative al turismo internazionale nel mondo sono positive, pur con un tasso di crescita probabilmente inferiore a quello registrato nel 2007: i maggiori elementi di incertezza sono legati all'andamento dell'economia USA ed all'elevato prezzo del petrolio.

Anche per l'Italia le aspettative degli operatori sono incoraggianti su tutti i maggiori mercati dell'incoming che mostrano interessanti margini di crescita per l'anno in corso.

---

### **I mercati nel dettaglio:**

Area tedesca .....	4
Belgio e Olanda .....	5
Francia .....	6
Regno Unito .....	6
Penisola iberica .....	6
Scandinavia.....	7
Europa dell'Est .....	7
America .....	9
Asia e Oceania .....	10



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## Area tedesca

Da un sondaggio presso i maggiori **tour operators tedeschi** risulta positivo l'avvio della stagione invernale: le prenotazioni sono in aumento rispetto allo scorso anno e soprattutto Alto Adige e Trentino registrano sensibili aumenti. Anche le montagne venete e la stazione sciistica di Livigno registrano incrementi rispetto allo scorso anno mentre la Valle d'Aosta segna un andamento stabile.

Il numero di prenotazioni per la Pasqua ha registrato una flessione rispetto allo scorso anno: ha inciso negativamente la stagionalità delle festività che, cadendo nel mese di marzo, non ha favorito i soggiorni nelle località balneari che sono le più richieste dai turisti tedeschi. Favorite per tale periodo le classiche mete di arte e cultura, città come Roma, Firenze, Venezia, Milano e Pisa.

I tour operators tedeschi prevedono comunque una buona stagione 2008 per l'Italia: tengono bene la costa adriatica, il lago di Garda e l'entroterra toscano. Sempre molto positivo il flusso turistico verso le città d'arte per viaggi individuali (prenotazione di volo+hotel oppure di *fly & drive*), meno bene invece per quanto riguarda le stesse con viaggi in pullman.

Nel **mercato svizzero** l'Italia mantiene sempre una posizione privilegiata, confermandosi come la destinazione più richiesta ai tour operators, con un 44% dei viaggi complessivamente venduti ed un fatturato pari a 89,4 milioni di euro.

Fra i prodotti turistici più gettonati: *city trip* e visite a siti archeologici, turismo balneare, turismo sportivo e benessere, crociere. Si è riscontrato anche un incremento di interesse per la montagna, sia estiva che invernale, ed una forte richiesta dei laghi, soprattutto del Nord Italia.

Per le festività pasquali, la crescita è risultata modesta in confronto allo scorso anno a causa del periodo molto ravvicinato con le vacanze sulla neve. I viaggi nelle grandi città d'arte e nelle località artistiche minori, seguiti dalla vacanza attiva e benessere, hanno rappresentato i prodotti maggiormente richiesti. Le regioni italiane favorite sono state: Sicilia, Toscana, Lazio, Veneto, Liguria e Lombardia.

Per il 2008, le previsioni sono di un generale aumento delle vendite pari al 5%, frenate solo dai prezzi talvolta elevati. Ottime le previsioni per due regioni: Sardegna e Puglia.

Anche nei primi mesi dell'anno in corso, l'Italia si conferma la destinazione preferita dagli **austriaci** per le vacanze all'estero: in particolare, per la Pasqua, si è stimato un incremento del flusso turistico del 5% (individuale + organizzato).

Le destinazioni principalmente richieste dal turismo individuale nel periodo pasquale sono state le città d'arte (Roma, Venezia, Firenze), Sicilia, Campania (Costiera Amalfitana, Ischia, Capri), Alto Adige e Trentino.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

In generale, da una indagine tra i più autorevoli tour operators austriaci, emergono previsioni positive di aumenti di vendite fino al 15% per l'anno 2008 che vedrà favorite le città d'arte, il turismo balneare sia al Nord che al Sud Italia, con una forte richiesta per Sicilia e Sardegna.

Sempre maggiore la richiesta di prodotti di elevata qualità ed i soggiorni di breve durata.

## Belgio e Olanda

L'Italia resta una destinazione privilegiata dai **turisti belgi** con una tendenza positiva per l'inverno 2008 e per gli sport invernali: le prenotazioni effettuate sino al 31 dicembre 2007 – dati ABTO-Association Belgian Tour Operators – sono caratterizzate da un aumento del 21,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Per quanto riguarda il periodo pasquale, il trend è stato favorevole per la nostra destinazione soprattutto per *city trips* nelle grandi città d'arte (Roma, Firenze, Venezia) e soggiorni in Sicilia, Calabria, Puglia e Sardegna.

In Belgio, come in tutta Europa, si nota una propensione sempre più spiccata a prenotare on-line: da una recente indagine emerge che per la propria vacanza il 36% dei belgi prenota il soggiorno via internet. Considerato che sul mercato belga oltre il 70% del turismo verso l'Italia è individuale, lo sviluppo delle prenotazioni tramite internet, insieme con la forte presenza di compagnie aeree *low-cost*, è sicuramente un elemento molto positivo.

Il recente sondaggio della NIPO - importante società di ricerche sulle prenotazioni dei viaggi organizzati - ha fatto emergere una leggera riduzione della percentuale di **olandesi** che intendono effettuare vacanze lunghe nel Paese mentre emerge che 2/3 di tutte le vacanze trascorse all'estero sono per periodi superiori ad una settimana.

La ANVR (Associazione Nazionale Agenzie Viaggi) segnala che le prenotazioni dei viaggi nel periodo invernale (destinazioni neve e sole) sono aumentate del 6%, trainate anche da sostanziosi incrementi dei viaggi in aereo.

Le prenotazioni per il periodo pasquale sono state stabili, non favorite di certo dalle vacanze scolastiche che si terranno dal 26 aprile al 5 maggio e dai "soggiorni neve" che si concludono a metà marzo. Per la Pasqua comunque i T.O. hanno offerto viaggi del tipo *long week-end* in aereo verso le città d'arte, Roma in primo luogo, seguita da Firenze e Venezia e dalle località artistiche della Sicilia.

Le prospettive per l'anno in corso sono positive per la nostra destinazione ed i grandi T.O. olandesi mostrano incrementi sostanziosi delle prenotazioni: molto bene Roma, il turismo culturale in generale anche nelle località minori, il segmento neve, i laghi, la riviera adriatica e ligure, le regioni del Sud Italia.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## Francia

Avvio di stagione positivo in **Francia** dove gli operatori registrano degli incrementi di fatturato, grazie anche ad una maggiore richiesta di soggiorni lusso.

Stabili le prenotazioni per la Pasqua, circostanza dovuta al fatto che in Francia le vacanze pasquali non coincidono con le festività calendarizzate; un aumento delle prenotazioni viene invece registrato dagli operatori per il periodo che va dal 19 aprile al 4 maggio.

Le mete più gettonate sono state le grandi città d'arte e le località della Sicilia, accompagnate da una buona richiesta per i laghi del Nord Italia.

La tendenza per l'intero anno è di un incremento medio del 5%; il turismo culturale resta un prodotto "sicuro" per gli operatori.

## Regno Unito

I timori concernenti il possibile inizio di una fase di recessione economica nel **Regno Unito**, in conseguenza della situazione USA, ed il rafforzamento del tasso di cambio dell'Euro nei confronti della Sterlina sembrano avere effetti negativi sulle vacanze degli inglesi nei primi mesi del 2008.

Le prenotazioni dei pacchetti tutto compreso risultano essere in lieve diminuzione secondo i maggiori T.O. anche a causa dei voli *low-cost* - che hanno incentivato il turismo individuale ma hanno comportato una conseguente diminuzione dei pacchetti vacanze -, dei costi delle strutture ricettive e dei servizi complementari - che risultano essere piuttosto alti in Italia, limitando la capacità competitiva dei T.O. -, dell'emergere prepotente dei mercati dell'Est Europa che rappresentano nuove mete alternative ed in cui la capacità di spesa risulta maggiore rispetto alle tradizionali mete europee tra cui l'Italia.

La Pasqua bassa di fine marzo ha penalizzato le destinazioni turistiche balneari e lacuali italiane, che generalmente tendono a proporsi dal mese di aprile. Il caldo ed il bel tempo, infatti, costituiscono due fattori importanti per la decisione finale del turista britannico verso le destinazioni turistiche. Per tali motivi i prodotti turistici maggiormente richiesti sono risultati le città d'arte come Roma, Venezia e Firenze, le località minori ma ben collegate dai voli *low-cost* e le stazioni sciistiche.

Per l'anno in corso si prevedono incrementi di flussi turistici a partire dal mese di aprile.

## Penisola iberica

Per la Pasqua i più importanti **T.O. spagnoli** hanno registrato un incremento di circa il 5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Le località privilegiate sono sempre Roma, Firenze e Venezia, anche se città minori come Bologna, Verona, Brescia, Ancona stanno prendendo forza perché mete delle compagnie *low-cost*.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

Accanto al turismo culturale e religioso, preponderante sul mercato spagnolo, si consolida anche il turismo enogastronomico ed emergono quello d'affari ed *incentives*. Per l'intero anno si stimano incrementi nell'ordine del 5/7%: in crescita il segmento dei viaggi di corta durata, soprattutto per i *long week-end*, grazie all'aumento della concorrenza tra i vettori a basso costo che comporta un notevole calo delle tariffe aeree.

Secondo quanto emerso dai contatti avuti con **tour operators ed agenzie di viaggio portoghesi**, si registra un lieve aumento della domanda del prodotto turistico Italia nei primi mesi del 2008, in rapporto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Le destinazioni più ricercate, nell'ambito dell'offerta turistica italiana, sono Roma e Venezia, che rappresentano, ciascuna, il 20% circa della domanda. Seguono Firenze, Milano, Pisa, Siena e Bologna.

Per la Pasqua le prospettive sono state positive soprattutto per tour di 8-9 giorni nelle maggiori città e *city break* destinati ad un pubblico giovane.

Positive le aspettative degli operatori per l'anno in corso, come dimostra anche l'incremento di voli della compagnia di bandiera TAP e dei vettori *low-cost* verso le nostre destinazioni.

## Scandinavia

L'avvio della stagione turistica 2008 si presenta in termini molto favorevoli sul **mercato scandinavo**, sia con riferimento al volume complessivo dell'*outbound* che per quanto riguarda l'andamento del prodotto turistico italiano.

L'Italia sta rafforzando la sua quota di mercato e la ripresa già registrata lo scorso anno si conferma nel 2008 con una previsione di crescita di flussi del 10/11%. La Pasqua, caduta nel primo trimestre dell'anno, non ha visto flussi in aumento perché ha risentito della forte concorrenza delle destinazioni mare oltreoceano mentre le prospettive di crescita sono soprattutto concentrate nel periodo maggio-settembre.

Il prodotto in assoluto più popolare è quello della vacanza attiva, soprattutto tra gli ultracinquantenni, con prevalenza del prodotto golf, del cicloturismo e del trekking leggero. Roma e le altre città d'arte sono le più gettonate per i *city break*. Si conferma la crescente popolarità delle destinazioni neve (un recente sondaggio condotto in Svezia ha fatto emergere che il 53% delle donne intervistate preferirebbe una vacanza sulla neve, se fosse obbligata ad un solo viaggio all'anno).

## Europa dell'Est

I **flussi turistici russi** verso l'Italia continuano a crescere a ritmi sostenuti: il costante monitoraggio del mercato, realizzato presso gli operatori che fanno parte dell'Advisory Committee, evidenzia una previsione di crescita per il 2008 di un ulteriore 25/30% rispetto allo scorso anno.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

Tale crescita riguarda, nei primi mesi dell'anno, soprattutto le mete delle vacanze neve, principalmente quelle del Trentino e della Valle d'Aosta con incrementi del 30% delle prenotazioni.

Essendo la Russia un paese di religione cristiano-ortodossa, la Pasqua non costituisce una occasione di vacanza, pertanto non si sono registrati incrementi di flussi turistici per questo specifico periodo.

Per il resto dell'anno, insieme a quelle sciistiche, le destinazioni turistiche preferite restano le città d'arte, le località balneari e quelle termali.

Sul **mercato polacco**, le vacanze invernali all'estero, destinate ancora ad un pubblico limitato, si diffondono presso persone giovani e con redditi medio-alti. Fra le destinazioni invernali, l'Italia è una delle più gettonate soprattutto per i suoi centri sciistici dell'Alto Adige e del Trentino dove i polacchi sono la seconda nazionalità con riferimento alle presenze.

Le prenotazioni per la Pasqua non hanno segnato incrementi sostanziosi, vista la tradizione ben radicata di trascorrere le festività in famiglia ed in considerazione del fatto che le feste pasquali sono cadute solo un mese dopo le vacanze invernali scolastiche.

Per la stagione invernale la montagna e lo sport restano i prodotti preferiti, spesso in abbinamento con programmi *wellness*. Molto gettonati anche i viaggi verso le città d'arte, Roma e Venezia in primis, e le mete religiose.

Il mercato polacco è in forte evoluzione: si registra una ricerca di nuove destinazioni, di prodotti di nicchia e di qualità, di soggiorni in strutture di lusso. Si osserva inoltre uno sviluppo dinamico e costante del settore dei corsi linguistici all'estero – il numero dei pacchetti venduti finora è già aumentato del 40% rispetto allo scorso anno.

Per la stagione invernale lo sci resta al primo posto dei prodotti turistici prediletti dai **turisti cechi** che, veri amanti della neve, scelgono le Alpi italiane grazie alle buone condizioni sciistiche (innevato il 90% delle piste), al clima, all'ottimo servizio fornito, alla cordialità nell'accoglienza ed al buon numero di voli verso le destinazioni. Fra le località privilegiate quelle del Trentino-Alto Adige e della Valle d'Aosta.

La Pasqua non ha rappresentato una grande occasione di viaggio per i turisti cechi, a causa anche del lievitare dei prezzi durante le festività. Chi sceglie comunque l'Italia in questa occasione organizza il viaggio autonomamente e si reca per lo più nelle città d'arte. Con riferimento infine all'intero anno in corso, sulla scia del forte incremento di viaggi verso l'estero già registrato lo scorso anno (+15,4%), gli operatori prevedono buoni risultati: l'incremento dovrebbe toccare il 15/20%.

Il mare resta la meta classica, seguito dalla montagna, dalle città d'arte e dalla vacanza natura e benessere. Le mete più gettonate saranno l'Adriatico, il Trentino e l'Alto Adige, la Toscana e le nuove destinazioni, inserite nei cataloghi, come Sardegna, Sicilia e Ischia.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO







ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

Positiva la situazione anche sul fronte dei **tour operators ungheresi**, che però sottolineano come le date anticipate di eventi come il Carnevale di Venezia e la stessa Pasqua non abbiano favorito i flussi poiché i turisti ungheresi tradizionalmente non viaggiano molto nel primo trimestre dell'anno.

L'Italia si conferma come un paese verso il quale i turisti sono fedeli ed in cui tornano alla scoperta sempre di nuove località. Soggiorni sulla neve, ai laghi e nelle città d'arte sono i più gettonati per la primavera.

Nonostante il deprezzamento della moneta ungherese nei confronti dell'euro, con conseguente incremento dei pacchetti vacanze verso tutte le destinazioni straniere, gli operatori sono ottimisti per le vendite della destinazione Italia per l'anno 2008.

## America

La forte svalutazione del dollaro nei confronti della moneta europea ed i segnali della recessione economica sono al momento i maggiori ostacoli al **turismo outgoing statunitense** verso l'Europa. In tale clima la politica di bloccare il prezzo della vacanza in dollari, previo pagamento anticipato, viene adottata da tutti gli operatori; a questo viene aggiunto un ulteriore sconto nel caso in cui l'acquisto della vacanza avvenga entro un termine prestabilito dall'operatore.

L'Italia comunque anche nel 2008 si colloca tra le prime destinazioni turistiche europee predilette dagli americani, come affermano i sondaggi di operatori e media: il nostro Paese è al primo posto tra le destinazioni europee nell'indagine USTOA *"Where People Want to Go in 2008"* e Roma è *"First European City"* nel sondaggio della rivista di bordo della compagnia US Airways.

I circuiti artistici tradizionali che comprendono le grandi città d'arte e le località minori detengono la maggiore quota di mercato; tale prodotto si è integrato nel periodo di Pasqua con quello di carattere religioso e con l'enogastronomia, la natura e lo shopping.

Tenuto conto dell'ampio ventaglio di proposte offerte dagli operatori statunitensi, per il periodo pasquale, oltre alle grandi città d'arte, buone sono state le prospettive per Toscana, Assisi e Umbria, Cinque Terre, Costiera Amalfitana, Laghi del Nord, Padova, San Giovanni Rotondo, Loreto, Sicilia, Puglia, Abruzzo, Marche e Sardegna.

Sulla base delle prenotazioni attuali dichiarate da operatori e agenti di viaggio, si stima per l'anno 2008 un incremento dei flussi del 5/7% rispetto ai già buoni risultati del 2007.

Come emerge dall'azione di monitoraggio svolta sul **mercato canadese** la situazione di positività registrata nel 2007 prosegue nel primo trimestre 2008.

Si registra una accentuazione della tendenza a prenotare con molto anticipo per massimizzare le possibilità di risparmio ed assicurarsi i prodotti di maggior convenienza sotto il profilo del rapporto qualità-prezzo.

La destinazione Italia in Canada continua ad essere caratterizzata da una sensibile crescita, stimata per il 2008 del 6/8%: il turismo culturale occupa una posizione di rilievo coinvolgendo non solo le tradizionali grandi città d'arte ma sempre più le località artistiche minori.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

L'interesse per la cultura si accompagna e si integra con l'enogastronomia e lo shopping; a seguire eventi e concerti, itinerari religiosi, vacanza attiva e natura.

Viaggi internazionali in netta crescita sul **mercato brasiliano** ad inizio anno: +25% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno secondo i dati ABAV-Associazione Brasiliana delle Agenzie di Viaggio; nei mesi di dicembre e gennaio - periodo delle festività e delle vacanze scolastiche - si registra il tutto esaurito sui voli per l'Europa e gli USA. E' questo il frutto della robusta crescita economica e della stabilità del real nei confronti dell'euro.

Anche l'Italia gode di questo trend positivo: i maggiori operatori che vendono la nostra destinazione hanno registrato nel 2007 incrementi delle vendite nella misura del 40% e per l'anno in corso prevedono ulteriori aumenti.

## Asia e Oceania

L'andamento dei flussi in uscita dal **Giappone** appare attualmente stagnante. L'avvio del nuovo anno ha visto notizie economiche non propriamente rassicuranti che hanno contribuito a rendere nervoso il mercato, compreso quello dei viaggi, inducendo i consumatori ad agire con cautela ed a ridurre le spese. Le destinazioni asiatiche, anche quelle a corto raggio, risentono della contrazione, nonostante la oggettiva competitività dei prezzi dei *packages* offerti.

Quanto emerge dai tour operators per l'Italia è una generale stabilità delle vendite che appare però un elemento positivo se raffrontato con la contrazione delle vendite di altre destinazioni europee, esclusa la Francia.

Per la Pasqua, che non costituisce in Giappone periodo festivo, non si sono registrati sostanziali incrementi mentre i flussi sembrano stabili per la *Golden Week* tra aprile e maggio. Le città d'arte ed i siti Unesco, insieme con le località del Sud Italia, saranno le mete più gettonate per i prossimi mesi.

Sul **mercato cinese** il 2008 conferma la recente tendenza a trascorrere le festività all'estero piuttosto che, come da tradizione, in famiglia: nei primi mesi dell'anno, in cui cade anche il Capodanno cinese, i paesi europei hanno visto una crescita del 15/20%.

Per quanto riguarda l'Italia, al classico itinerario d'arte di 10 giorni si è affiancata una nuova proposta che ha ricevuto un'accoglienza molto positiva: la crociera nel Mediterraneo cui abbinare anche la visita a città d'arte.

Interessanti infine alcuni dati forniti dal *Global Refund* che evidenziano chiaramente la maggiore capacità di spesa del viaggiatore cinese insieme con la particolare attenzione nella scelta delle destinazioni per lo shopping. Nel corso del 2006 la Cina ha visto un incremento del 35% rispetto al 2005 per operazioni di *tax refund* ponendosi in seconda posizione dopo i russi. L'Italia è stato il paese europeo con il maggior numero di operazioni da parte del viaggiatore cinese: circa 86.000, con un parametro di spesa non inferiore a 155 euro; il tasso percentuale di crescita nell'anno 2006, rispetto al 2005, dei movimenti di *tax refund* in Italia si attesta al 29%, uno dei più alti in Europa a testimonianza che il nostro Paese è fra le maggiori destinazioni per lo shopping dei cinesi.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

Il **turismo indiano** continua a crescere a ritmi sostenuti: dalle indagini condotte presso i tour operators emerge che l'Italia registrerà nel corso dell'anno una crescita del 25%. Buono l'andamento dei flussi indiani per la Pasqua 2008, nonostante le festività siano cadute in un periodo che non è in India tempo di viaggi che invece si tengono in maniera sostanziosa a partire dal mese di aprile.

Nel segmento *FIT* saranno numerosi i viaggi di nozze, mentre i gruppi verranno in prevalenza per turismo *leisure* e culturale. Interessante evoluzione stanno vivendo i viaggi del segmento *MICE*, anche nel periodo iniziale dell'anno.

Le località italiane privilegiate restano le tradizionali destinazioni: Roma, Venezia, Pisa, Firenze, Milano. In crescita il trend turistico verso il Sud Italia: si riscontra presso gli operatori un buon andamento di Napoli (legata anche alle crociere), Puglia e Sicilia.

I dati forniti dai **tour operators australiani** testimoniano l'andamento positivo delle prenotazioni verso l'Italia, per i primissimi mesi dell'anno, pari al +10/15%. Gli **operatori neozelandesi**, che lo scorso anno hanno registrato incrementi altissimi che oscillavano fra il 30 ed il 40%, anche in conseguenza del campionato di rugby tenutosi in Europa e molto seguito dai turisti della Nuova Zelanda, non prevedono, per l'anno 2008, incrementi sostanziosi delle partenze.

Stabile la domanda dei viaggi di gruppo, che risulta essere comunque il prodotto più venduto da operatori ormai consolidati sul mercato ma anche da nuovi soggetti che si occupano di prodotti di nicchia. In crescita la domanda di crociere nel Mediterraneo, in particolare da parte dei *baby boomers* australiani, pensionati e con una elevata capacità di spesa.

Città d'arte, laghi, Cinque Terre, Costiera Amalfitana e le regioni Toscana, Umbria e Sicilia continuano ad essere le destinazioni più ambite e richieste, accompagnate da un crescente interesse per le regioni del Sud Italia.



ENIT -  
AGENZIA  
NAZIONALE  
DEL TURISMO

