



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

# ESTATE 2009

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

## **Andamento internazionale**

**Anche per l'estate 2009, l'attenzione al fattore economico accomuna e caratterizza tutti i grandi mercati turistici:** inevitabile quindi il ricorso a soluzioni *last minute* ed a scelte che prediligono il risparmio (con ricadute in termini di scelta dell'alloggio e di durata media del soggiorno).

**La crisi economica continua a condizionare il settore turistico:** pur a fronte di una tenuta della voglia di viaggiare dei turisti di tutto il mondo, sono inevitabili le ripercussioni sulle scelte di viaggio dettate dalla ancora difficile situazione economica ed occupazionale internazionale.

Secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo<sup>1</sup> l'avvio di stagione 2009 non ha registrato buone performance: nei primi due mesi dell'anno, infatti, il decremento di flussi turistici internazionali è stato pari all'8% rispetto allo stesso periodo del 2008. In linea i dati IATA che segnano un decremento di passeggeri sulle rotte internazionali pari al 9% (gennaio-marzo).

Agli effetti della difficile congiuntura economica internazionale si aggiungono quelli provocati dall'emergenza dell'influenza A(H1N1): nonostante l'Organizzazione Mondiale della Sanità non abbia sconsigliato i viaggi internazionali, saranno inevitabili le ripercussioni sul settore turistico a causa di un giustificato senso di insicurezza.

## **Andamento della Destinazione Italia**

**Difficile prevedere con esattezza l'andamento della Destinazione Italia per l'estate 2009:** il grande ricorso al *last minute* e la preponderanza di turismo individuale auto-organizzato - che caratterizza soprattutto il turismo europeo - si confermano come gli elementi che influiranno maggiormente sulla stagione.

---

<sup>1</sup> UNWTO Barometer, Interim Update, Aprile 2009.





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

**In generale, appare indubbio un rallentamento nelle prenotazioni, a seguito della congiuntura economica sfavorevole, ma l'Italia sembra mantenere un discreto posizionamento, a fronte anche di grandi competitors che registrano perdite più consistenti.**

Solo a fine stagione sarà possibile avere un quadro più chiaro ma è certo che molto dipenderà dalla capacità dell'offerta turistica italiana di rispondere alle esigenze della clientela, anche con politiche di prezzo più aggressive e competitive.

Tendenze in atto che coinvolgono la Destinazione Italia:

- **Grande attenzione al prezzo e ricerca di offerte *last minute*** - non si rinuncia alla vacanza ma si cerca di risparmiare, agendo anche sugli alloggi e sulla permanenza media
- **Ricorso alla formula dell'*All inclusive*** - al fine di tenere sotto controllo i costi della vacanza
- **Forte attenzione alla qualità delle prestazioni e dei servizi** - in periodi di crisi l'attenzione al *value for money* assume una grande importanza
- **Continua crescita degli operatori e delle offerte on-line**
- **Difficoltà per i grandi competitors dell'Italia** (Spagna, Grecia e Croazia) e **crescita per le mete con un elevato rapporto qualità/prezzo** (Turchia, Tunisia, Egitto)
- **Trend positivo per il turismo individuale in auto e per i viaggi in bus** - possibilità di contenere i costi, anche a seguito dell'abbassamento del prezzo della benzina
- **Andamento negativo del settore MICE** - a causa della crisi economica che ha investito le aziende di tutto il mondo
- **Crescita del turismo domestico europeo** - a causa della crisi i turisti europei tendono a privilegiare le mete più vicine abbandonando quelle lontane con costi elevati
- **Crescita del segmento delle crociere**





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## *I mercati*

Dalle risultanze delle indagini presso gli operatori effettuati dagli Uffici della rete estera dell'Agenzia emerge l'andamento, sul fronte del turismo organizzato, dei maggiori mercati dell'incoming italiano.

## Europa

### *Area tedesca*

Nonostante la persistente crisi economica, che influisce negativamente sul comparto turistico, l'Italia mantiene la propria posizione fra le destinazioni scelte dai turistici della **Germania** per le vacanze estive (turismo organizzato ed individuale).

Il fattore prezzo si impone quale elemento fondamentale per la scelta della destinazione e delle soluzioni di viaggio, favorendo destinazioni con un buon rapporto qualità/prezzo e pacchetti *All inclusive*. Risultano avvantaggiate e molto richieste mete quali Egitto e Turchia, mentre i tradizionali competitors dell'Italia, come Spagna e Croazia, stanno registrando un discreto calo di prenotazioni, la prima a causa di una certa saturazione del mercato e la seconda per gli ingiustificati rialzi dei prezzi. Per l'Italia, le dichiarazioni degli operatori in merito all'attuale andamento indicano un buon numero di prenotazioni, a fronte di una tendenza negativa segnalata in occasione delle passate vacanze pasquali.

La situazione appare però diversificata per i viaggi in auto e per quelli in aereo: i primi fanno registrare incrementi che arrivano anche al +15% a favore soprattutto delle mete del Nord Italia (Lago di Garda, coste venete e friulane, montagna dell'Alto Adige, Toscana); in regresso la Liguria. Per i viaggi in aereo, che includono soprattutto le destinazioni del Sud Italia, si registra un andamento al di sotto delle aspettative: in particolare, la Sicilia ha visto un decremento di prenotazioni mentre la Campania (dopo le difficoltà della passata stagione) è in miglioramento. Le città d'arte infine, dopo un 2008 non proprio positivo, dimostrano una buona ripresa, soprattutto Firenze, Venezia e Roma, nonostante i mesi invernali siano stati negativi in termini di prenotazioni.

Riduzione delle vendite anche in **Svizzera** per la stagione estiva, a seguito della crisi economica attuale: i maggiori TO hanno registrato, in media, un decremento pari al 15% rispetto al 2008. La flessione colpisce non solo il segmento *leisure* ma anche i viaggi d'affari che registrano, per la stagione in corso, un -25/30%. Solo il segmento delle crociere mantiene un buon andamento. Anche se il nostro Paese rimane per gli svizzeri una delle maggiori destinazioni turistiche, si registra un calo di prenotazioni. Le motivazioni sono riconducibili in parte al delicato momento economico ed in parte ad i prezzi troppo alti che portano gli svizzeri ad orientarsi verso mete alternative più economiche. Le richieste si mantengono buone per il segmento medio/alto e per determinate destinazioni (Sardegna, Costa Amalfitana, ecc). Mare e città d'arte restano i prodotti privilegiati.





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

In **Austria** si rileva per l'Italia un aumento del turismo organizzato e individuale; sono in aumento le prenotazioni all'ultimo minuto, soprattutto per periodi brevi. I TO indicano aumenti nelle vendite, particolarmente per le regioni del Veneto, del Friuli Venezia Giulia, dell'Emilia Romagna, della Toscana, della Sardegna e della Sicilia. In aumento anche il turismo verso le località balneari settentrionali e centrali e le maggiori città d'arte (soprattutto Firenze, Roma e Verona). Gli austriaci preferiscono viaggiare con mezzo proprio, favoriti dalla diminuzione del costo della benzina in Austria.

Le previsioni per la stagione turistica 2009 sono positive con un aumento del 3%.

L'Italia resta al primo posto in assoluto come meta preferita per trascorrere le vacanze all'estero: l'autorevole quotidiano austriaco *Kronen Zeitung* ha appena pubblicato un articolo dedicato alle mete turistiche all'estero preferite dagli austriaci nei prossimi sei mesi da cui risulta che l'Italia occupa il primo posto (29% delle preferenze), seguita dalla Grecia (12%), dalla Croazia (11%), dalla Spagna (10%), dai viaggi a lungo raggio (per esempio USA, 9%), dalla Turchia (8%) e dall'Egitto (3%) (indagine di mercato effettuata tra i maggiori TO austriaci).

### **Belgio e Olanda**

In **Belgio** si registra per l'estate 2009 un generale calo del 2% per le destinazioni straniere; i turisti optano per mete già conosciute e facilmente raggiungibili. La tendenza al *last minute* rende difficili le previsioni anche se il mercato, dopo lo stallo di Pasqua, si è ripreso ed i booking aumentano. Secondo l'ABTO-Associazione Belga Tour Operators la destinazione Italia registra un generale decremento nell'ordine del 5%, inferiore comunque a quello previsto per altre mete europee. Per l'estate, i prodotti turistici maggiormente richiesti sono il mare, i soggiorni culturali, i laghi, i tours (soprattutto per la Sicilia) e le vacanze attive.

Il turismo organizzato rappresenta comunque solo il 30% del mercato turistico belga che è costituito per la maggior parte da turisti individuali che viaggiano con l'automobile ed organizzano autonomamente il proprio soggiorno.

In **Olanda** le prenotazioni dei viaggi presso le agenzie ANVR (Ass.ne Nazionale AdV olandesi) sono in ripresa, ma sarà difficile ottenere i risultati conseguiti lo scorso anno.

Le principali destinazioni dei viaggi organizzati "in auto propria" risultano essere: Francia, Germania, *Italia* ed Austria. I prodotti maggiormente richiesti sono città d'arte, mare, laghi, turismo verde e montagna, sia per quanto riguarda i viaggi organizzati che quelli individuali.

I grandi TO del mercato olandese prevedono una ripresa della stagione turistica grazie soprattutto al *last minute* ed al "bonus vacanze" erogato ai lavoratori dipendenti pubblici e privati.





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## **Regno Unito**

Per il **turista britannico** la vacanza rimane sempre una delle scelte di consumo di grande importanza, ma, rispetto al passato, le recenti vicende economiche e di mercato hanno influenzato vari aspetti della domanda turistica, tra i quali il budget a disposizione, la scelta della destinazione, i tempi e la durata della vacanza stessa. Il turista è quindi alla ricerca di offerte e sconti e prenota ricorrendo al *last minute*.

Per quanto riguarda l'Italia, questa mantiene il suo appeal ma viene percepita come destinazione piuttosto cara; l'incremento dei flussi è previsto per destinazioni come Turchia ed Egitto, entrambe fuori dalla zona Euro.

Secondo i TO le località italiane privilegiate sono: città d'arte (Roma, Venezia, Milano, Pisa, Firenze e Bologna), Toscana, Liguria, Puglia. La richiesta di crociere è in sostanziale aumento.

## **Francia**

In generale i **turisti francesi** restano in attesa dell'evoluzione economica internazionale e nazionale della crisi, ricorrono sempre più frequentemente al *last minute*, soprattutto on-line, e ciò rende difficile una previsione certa sull'estate. Nonostante tutto, gli operatori che programmano l'Italia registrano globalmente buoni risultati per la stagione, in particolare per quanto riguarda il mese d'agosto.

Insieme con le regioni Veneto, Toscana, Lazio, Lombardia e Sicilia, si conferma la particolare attenzione per le regioni minori del Centro e del Sud Italia, grazie anche ai collegamenti diretti operati dalle varie compagnie aeree low cost. Le riduzioni di prezzi e le offerte messe in atto dal comparto ricettivo, favoriscono l'incremento di turisti francesi anche per soggiorni brevi.

## **Spagna**

T.O. e agenzie di viaggio in **Spagna** si mostrano abbastanza preoccupati per l'andamento della stagione estiva 2009: si prevede una diminuzione dei flussi turistici organizzati, rispetto al medesimo periodo del 2008, con riduzioni comprese fra il 10 ed il 30%. Al contrario, le agenzie on-line prevedono un leggero aumento nelle vendite.

La crisi mondiale continua a ripercuotersi sul mercato spagnolo ma restano in crescita mercati di nicchia, specialmente il turismo lusso; in forte calo turismo di affari, meeting ed incentive. Continua il grande sviluppo delle crociere per cui l'Italia si posiziona come prima destinazione europea.

Se le vendite dei TO sono in forte calo, il turismo individuale auto-organizzato sembra tenere - come mostrano anche le richieste di informazioni ricevute dall'Ufficio ENIT di Madrid (+5%) - grazie al ricorso ad offerte internet ed ai vettori low cost. Roma, Venezia, Firenze e Napoli continuano ad essere le principali destinazioni richieste, seguite da Milano e laghi del Nord Italia.





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## **Portogallo**

La domanda turistica in **Portogallo** ha segnato una leggera diminuzione nei primi mesi del 2009; per l'estate, considerando la tendenza dei portoghesi a prenotare *last minute*, è necessario attendere il mese di luglio per dati più certi. Gli operatori, con riferimento alla destinazione Italia, si dichiarano comunque ottimisti anche perché il turismo religioso, che costituisce una porzione importante dei viaggi nel nostro Paese, resta saldo.

Per la stagione estiva i prodotti più ricercati sono costituiti dalle città d'arte e dai soggiorni al mare, in particolare nel Sud Italia (Sardegna, Sicilia, Capri e Costiera Amalfitana).

## **Scandinavia**

Nonostante la flessione delle vendite, l'Italia resta una meta privilegiata sui mercati dell'area scandinava. La situazione generale dell'economia e la tendenza al *last minute* rendono difficili le previsioni di vendita dei TO che segnalano comunque, a partire dall'inizio del mese di giugno, una discreta ripresa delle richieste di pacchetti turistici.

Le mete privilegiate restano quelle legate al turismo balneare, culturale, enogastronomico e lacuale.

## **Europa dell'Est**

Si registrano decrementi anche sul fronte dell'Europa dell'Est, caratterizzata negli ultimi anni da tassi di crescita elevati.

Sin dall'inizio dell'anno, come mostrano anche i dati relativi al rilascio dei visti turistici, i flussi dalla **Russia** hanno subito un sostanzioso decremento, a causa dell'impatto della crisi economica. Per la stagione estiva i maggiori T.O. prevedono una riduzione della domanda pari al 15-20%, che potrà ridursi col ricorso al *last minute*. Il turismo balneare si conferma come il più richiesto, a seguire le visite a città d'arte (spesso in combinazione con il primo).

Prenotazioni in calo in **Polonia**, i cui turisti, in attesa di offerte, ricorrono al *last minute*; a maggio le prenotazioni confermate per l'alta stagione (luglio-agosto) segnavano un -45% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Ad oggi Turchia, Egitto e Tunisia si confermano le mete più gettonate garantendo un buon rapporto qualità/prezzo. Non decollano le prenotazioni di gruppi mentre si mantiene il settore degli individuali che scelgono spesso l'automobile quale mezzo di trasporto.

L'interesse verso l'Italia è cresciuto rispetto allo scorso anno, tuttavia ciò non si rispecchia nella vendita di pacchetti, stabili rispetto allo scorso anno. Isole, costa adriatica e Calabria le mete italiane più richieste, insieme con le grandi città d'arte.

Flessione di traffico turistico viene registrata dagli operatori in **Ungheria**, a causa in particolare della perdita del potere d'acquisto. Anche l'Italia, pur mantenendo una buona immagine sul mercato ungherese, mostra decrementi più o meno consistenti che potranno essere contenuti





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

solo con promozioni ed offerte che incidano sui prezzi. Le coste venete e friulane, i laghi e le città d'arte sono le località più richieste.

Per la stagione estiva calo generale delle vendite pari al 10% anche nella **Repubblica Ceca** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno; il ricorso sempre più diffuso al *last minute* potrà contenere le riduzioni registrate fino ad oggi per la stagione estiva.

L'Italia, pur con riduzioni delle vendite, resta fra le mete preferite dai turisti cechi; soggiorni al mare e nelle grandi città d'arte rappresentano i prodotti turistici maggiormente richiesti per la stagione estiva.





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## America

Gli operatori turistici **USA** registrano un andamento delle vendite negativo per il periodo giugno-settembre 2009 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno: la flessione è da correlarsi alla crisi economica ed al perdurare di un rapporto di cambio Euro/Dollaro sfavorevole agli acquisti all'estero e quindi al turismo outgoing.

Difficile prevedere l'andamento a lunga scadenza, anche perché le vendite sono in pieno svolgimento e la situazione generale potrebbe evolvere in modo sensibile verso il meglio in tempi brevi. Gli operatori americani contattati segnalano ad oggi flessioni che variano dall'8 al 12%.

Roma, Firenze e Venezia detengono le maggiori quote di mercato; seguono la Toscana, la Costiera Amalfitana, l'Umbria, i laghi del Nord, le Marche. Cresce la notorietà della Sicilia e, anche per effetto dei cospicui investimenti promozionali effettuati, della Sardegna.

In sensibile calo la **domanda turistica canadese**, anche se per la stagione estiva il decremento non è chiaramente stimabile. Emerge inoltre una chiara diversificazione fra turismo intermediato ed individuale auto-organizzato: il primo risulta infatti in forte flessione mentre il secondo è in tenuta, supportato dalla tendenza a prenotare on-line a tempi ravvicinati.

Con riferimento alla destinazione Italia in generale, vi è una situazione di flessione in linea con il trend globale. Per le città d'arte in particolare si registrano decrementi più contenuti rispetto ad altre destinazioni e tipologie turistiche.

Le Regioni più richieste sono, nell'ordine, Toscana, Veneto, Lazio, Campania, Sicilia. Si consolida la tendenza verso la scoperta dell'Italia meno conosciuta, con potenziale crescita di Marche, Puglia, Basilicata e Sardegna.

Per il 2009 l'Italia è posizionata su livelli di sostanziale tenuta della domanda a livello qualitativo, rispetto alla situazione del mercato globale, anche grazie alla componente italo-canadese, che costituisce un serbatoio turistico importante.

Si prevede per l'anno in corso un sostanzioso decremento dei flussi turistici dal **Brasile** verso l'Italia e l'Europa in generale, dovuto soprattutto alla forte attrattività del mercato interno brasiliano, sostenuto da sconti che arrivano fino al 50/70%, ed alle offerte del mercato statunitense, avvantaggiato dalla svalutazione del dollaro rispetto al real. Alla scelta di fare le vacanze all'interno del Paese concorre in misura non secondaria la recessione economica che ha colpito anche il Brasile.

I prodotti turistici maggiormente richiesti restano comunque i tour verso le città d'arte italiane e sempre più i circuiti enogastronomici.







ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

## Asia e Oceania

Le previsioni di vendita in **Giappone** di pacchetti per l'Italia (o l'Europa in generale comprese destinazioni italiane) hanno segno negativo. Le cause sono da attribuirsi alla crisi economica in atto, da cui l'economia giapponese stenta a riprendersi, soprattutto per il forte aumento della disoccupazione nelle piccole e medie imprese, insieme con l'allarme legato all'epidemia di febbre suina. I tassi di diminuzione, attestatisi finora intorno al 10%, continuano a peggiorare, per arrivare ad oltre il 20% per alcuni tour operators.

Il nostro Paese non viene percepito come destinazione a rischio, ma tutti i voli a lunga percorrenza soffrono della recessione, delle notizie allarmanti per i noti fatti epidemici, delle eccessive cautele dei consumatori, senza dubbio intimoriti dall'azione mediatica in atto. Alcune grandi corporations giapponesi, inoltre, hanno inibito ai propri dipendenti viaggi di affari all'estero, mentre altre consigliano ai collaboratori che hanno effettuato viaggi di servizio oltremare, di restare a casa per un periodo che va da una settimana a dieci giorni.

Le località italiane di maggiore popolarità restano le grandi città d'arte della cosiddetta "Golden Route", come Milano, Venezia, Firenze, Roma, Napoli, e quelle minori, soprattutto della Toscana e dell'Umbria, che possono offrire anche percorsi enogastronomici, nonché le Regioni del Sud come Sicilia e Puglia.

Al momento si registra in **Cina** la sospensione quasi totale dei viaggi all'estero: questa drammatica situazione si è verificata a causa dell'influenza A/H1N1 contro cui sono state varate misure drastiche per il contenimento, soprattutto dopo l'esperienza della Sars nel 2003. Al riguardo sono stati completamente sospesi tutti i viaggi verso gli Stati Uniti, il Canada e il Messico, mentre fortemente influenzati risultano anche quelli verso l'Europa, il cui annullamento si aggira intorno all'80% nei 2/3 della Cina. Una delle misure applicate riguarda l'obbligo di quarantena in casa per una settimana per tutti coloro che rientrano da un viaggio in paesi in cui si sono verificati recenti casi di influenza. I media, a sostegno della politica governativa, si muovono sull'onda dell'allarmismo creando panico e obbligando le persone a molteplici misure precauzionali. L'area di Shanghai sembra un po' meno colpita.

Il risultato di quanto appena indicato è una caduta verticale dei viaggi in Europa (confermata anche dagli Uffici Visti) ed operatori turistici obbligati a mandare in ferie molti dipendenti e/o in cassa integrazione in attesa che il periodo passi. Si spera in una ripresa fra agosto e settembre.

Previsioni difficili anche per la **Corea**, in cui, soprattutto nel mese di maggio, l'impatto dell'influenza A/H1N1 ha rallentato le vendite di pacchetti turistici. In generale, per la stagione estiva, si attende un andamento peggiore di quello dello scorso anno ma la tendenza al *last minute* potrà concorrere ad una ripresa del mercato. Le tradizionali città d'arte restano le mete preferite, seguite sempre più da viaggi incentrati sull'enogastronomia.





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO  
SEDE CENTRALE

Registra un buon andamento il settore turistico in **India**: in crescita sia il turismo leisure che quello d'affari per la stagione estiva indiana appena terminata.

Il periodo giugno-settembre è generalmente un periodo di bassa stagione per le partenze di gruppo, ma un momento importante per i viaggi MICE. Nonostante una riduzione del 5-10% di tale segmento, gli operatori sono fiduciosi in una sua imminente ripresa. Per quanto riguarda l'Italia nello specifico, sono varie le iniziative di incentive groups che coinvolgono il nostro Paese. Per il settore FIT, gli operatori affermano di prevedere un aumento dei flussi nei mesi a seguire.

Le località di maggiore richiamo restano le principali città d'arte quali Venezia, Roma, Firenze, Pisa, Genova, Verona, Milano sia per i gruppi che per gli individuali.

In controtendenza con l'andamento degli anni passati, si registra anche in **Australia** una flessione di prenotazioni verso l'Italia nell'ordine del 25%. Oltre alla negativa congiuntura economica, la flessione è anche dovuta al consolidamento di altre mete turistiche più vantaggiose (come Egitto, Turchia ed Europa dell'Est).

Restano comunque confermate le principali destinazioni turistiche in Italia quali città d'arte - Firenze, Roma e Venezia - la Toscana, le Cinque Terre, i laghi e la Costiera Amalfitana. Le destinazioni in crescita sono Umbria, Sicilia e Sud Italia, Dolomiti.

