



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

STAGIONE INVERNALE 2009-2010

A cura dell'Ufficio Studi, Programmazione e Marketing

Andamento internazionale

Si presenta negativo il bilancio del 2009 sul fronte del turismo mondiale: dopo anni di crescita sostenuta, **le stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo mostrano una contrazione di flussi turistici internazionali pari al 5% per l'intero anno.**

Il primo semestre ha fatto segnare, sul fronte dei flussi internazionali, un -8% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno; i mesi estivi di luglio e agosto sono stati caratterizzati da decrementi più contenuti che fanno sperare in una ripresa, sia pur lenta.

Con l'unica eccezione dell'Africa, tutti i continenti hanno visto decrescere gli arrivi internazionali; in particolare Europa, America e Medio Oriente sono state le aree più colpite, seguite da Asia e Pacifico.

In linea con i dati sui flussi turistici, **i ricavi derivanti da turismo internazionale hanno avuto un decremento del 9-10% nel primo semestre dell'anno ed il traffico aereo ha visto una contrazione del 5% nel numero di passeggeri (gennaio-agosto).**

Grande fiducia viene riposta nel 2010: i tassi di decremento dei flussi turistici più contenuti negli ultimi mesi ed i primi segnali di ripresa economica internazionale, permettono di stimare una **crescita del turismo internazionale dall'1 al 3%**. Il continente asiatico dovrebbe avere la crescita più consistente mentre per Europa ed America la ripresa sarà più lenta. L'Africa continuerà il suo andamento positivo (avvantaggiata anche dai Campionati mondiali di calcio in Sud Africa) ed il Medio Oriente ricomincerà a crescere.

Andamento della Destinazione Italia

Quanto emerge dal monitoraggio effettuato sui grandi mercati turistici internazionali conferma le difficoltà vissute dal turismo *outgoing* internazionale: gli effetti della difficile congiuntura economica mondiale hanno comportato una **riduzione di viaggi all'estero**, a vantaggio del turismo domestico, una **contrazione della spesa turistica** ed un sempre **maggiore ricorso al turismo autorganizzato ed al last minute.**

Un primo consuntivo dell'anno 2009 appare comunque relativamente positivo per la nostra destinazione: l'Italia resta una meta ambita, che sconta a volte un rapporto qualità/prezzo non sempre competitivo.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

In conseguenza anche della contrazione della capacità di spesa dei consumatori, **si sono registrate difficoltà soprattutto sul fronte del turismo organizzato**, poiché i turisti si sono maggiormente rivolti al web e, nel caso del turismo europeo, al turismo in auto, spesso autorganizzato.

Comunque anche sul fronte dell'intermediazione, la situazione non ha avuto un andamento univoco: il mercato sembra infatti aver premiato i tour operators che hanno saputo incrementare le offerte *all inclusive* (ricercate per tenere sotto controllo le spese) e quelli specializzati in offerte *low cost*.

L'anno 2009 si è chiuso con un Natale che ha presentato, in linea con l'andamento internazionale, **una contrazione di flussi turistici dall'estero**, pur con trend diversi a seconda del mercato. In generale, vi è stata una **riduzione di spese per i viaggi invernali** (che costituiscono le seconde vacanze e che spesso hanno costi elevati) al fine di poter disporre di un budget più consistente per le vacanze lunghe estive. Il ricorso al *last minute* nel corso del mese di dicembre ha costituito un elemento importante.

Una generale fiducia nella ripresa turistica caratterizza le previsioni per il 2010: in conseguenza dei primi segnali di miglioramento dell'economia mondiale, gli operatori turistici si dichiarano, nella maggior parte dei casi, ottimisti sull'andamento della destinazione Italia. Molto dipenderà anche dalla capacità della nostra offerta turistica di proporre prodotti competitivi. Più difficili restano le previsioni sul **turismo individuale autorganizzato**, che costituisce la maggior parte dell'incoming italiano, in particolare sul fronte del turismo europeo.

I mercati

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

Europa

Area tedesca

Nel corso del 2009 l'andamento del turismo tedesco outgoing è stato fortemente influenzato dalla crisi economica, a vantaggio di destinazioni in cui il costo medio per una vacanza (soprattutto per la formula *all inclusive*) è sensibilmente più basso rispetto a mete come l'Italia o la Spagna (per quest'ultima in particolare, Maiorca e le isole Canarie hanno registrato pesanti decrementi). Nel corso dell'anno sono quindi andate molto bene Turchia ed Egitto mentre, insieme ad Italia e Spagna, anche la Croazia ha subito un calo di prenotazioni. Avvantaggiate dal cambio, sono cresciute Regno Unito, USA e Canada. Bene infine il turismo domestico, in particolare per il segmento delle famiglie con bambini.

Per quanto riguarda l'Italia, l'andamento delle prenotazioni presso i tour operators tedeschi è stato abbastanza contraddittorio: infatti se per *TUI* e *DETOUR* (stabile il primo, +15% il secondo), l'Italia è andata discretamente bene, per *Thomas Cook/Neckermann*, il secondo tour operator tedesco per importanza, l'Italia è andata decisamente male con un calo di prenotazioni del 15-20%.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

E' necessario però, come sempre, distinguere fra i **viaggi in auto** (*Autoreisen*) che interessano il Nord ed il Centro dell'Italia e quelli in **aereo** (*Flugreisen*) verso le Regioni del Sud e le isole.

Per i primi, gli interlocutori del trade hanno fatto registrare ottimi risultati, con qualche eccezione, e incrementi che arrivano al 15% rispetto allo scorso anno. In forte aumento sono state le destinazioni classiche del Lago di Garda (insieme con Lago di Como e Lago Maggiore) e dell'alto Adriatico (coste venete e friulane). Al contrario dello scorso anno, anche le coste romagnole e marchigiane hanno fatto registrare un incremento di prenotazioni. La montagna estiva, Alto Adige e Trentino in testa, ha fatto registrare un aumento di prenotazioni migliorando i numeri già positivi dello scorso anno. Un buon aumento di prenotazioni si è avuto per la Toscana mentre la Liguria ha registrato un decremento.

L'andamento dei viaggi in aereo verso le regioni del Sud e le isole è stato invece al di sotto delle aspettative. Soprattutto la Sicilia, regione in cui i tour operator hanno grandi *allotment*, ha avuto quest'anno un sostanzioso decremento di prenotazioni che ha comportato anche una riduzione delle rotte aeree verso l'isola. L'unica eccezione è rappresentata dalla Campania che, dopo lo sfortunato anno passato, ha avuto un incremento che però ancora non può soddisfare in pieno gli operatori, considerata la potenzialità di questa regione.

Le **città d'arte** infine, pur avendo avuto un miglior andamento rispetto allo scorso anno, **restano al di sotto delle aspettative degli operatori.**

Per le festività natalizie e la stagione invernale, i maggiori tour operators tedeschi, quali TUI, Neckermann e Dertour, hanno dichiarato un andamento piuttosto negativo, con decrementi intorno al 10% e picchi negativi del -30% per alcune località delle maggiori mete europee legate al turismo invernale. I motivi di tali riduzioni sono legati agli effetti della crisi economica ed alla contrazione dei consumi che spingono a rinunciare alla vacanza invernale per avere un budget maggiore da utilizzare per le vacanze estive.

Con riferimento alla destinazione Italia, si riscontra un calo di prenotazioni pari a circa il 10% per le destinazioni invernali offerte dagli operatori che pubblicano anche cataloghi invernali come *TUI, Neckermann, DERTOUR, FTI, Berge & Meer, ITS Reisen, Ameropa Reisen* e per operatori specializzati in viaggi invernali che operano online come *Skireisen.net* o *Snowtrex.de*.

Le **destinazioni italiane invernali** (prodotto montagna-neve) più richieste sono:

- Val Gardena
- Plan de Corones
- Seiser Alm
- Val di Fassa
- Valtellina
- Cortina d'Ampezzo

Oltre al prodotto montagna/neve, gettonate in questo periodo sono sicuramente le vacanze nelle **città d'arte**, tra cui spiccano come destinazioni preferite Roma, Milano, Venezia, Firenze e Napoli, sia per una vacanza a sfondo culturale che per un weekend all'insegna dello shopping natalizio.

Le previsioni 2010 appaiono in generale confortanti: la DRV (Associazione federale delle agenzie di viaggio) afferma, sulla base delle attuali prenotazioni monitorate dall'istituto di ricerche di mercato GfK su una rete di circa 1.200 agenzie, che i Tedeschi continuano a programmare le loro vacanze, utilizzando spesso gli sconti e le offerte legati alle prenotazioni anticipate.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

La grande incognita per il monitoraggio dei flussi verso l'Italia resta il turismo individuale che costituisce circa il 70%. Un elemento a favore, comunque, è sicuramente la vicinanza geografica (la maggior parte dei flussi proviene dalle regioni del centro-sud della Germania quali Baviera e Baden-Württemberg). Secondo l'autorevole Istituto per il turismo ETI di Treviri, i risultati della stagione 2009 lasciano presagire che le destinazioni preferite dai Tedeschi quali Italia (11,2%), Spagna (6,7%) e Austria (6,3%) si confermeranno anche per la stagione estiva 2010. [fonte: ETI Sommeranalyse 2009]

Il mercato austriaco, nonostante le influenze del clima economico internazionale, **ha fatto registrare, nei primi sei mesi del 2009, un incremento del 16,3% del numero di viaggi per vacanza in patria e all'estero** (fonte Statistik Austria).

L'Italia – già confermata nel 2008 al primo posto fra le mete preferite dagli austriaci – **mostra anche nel 2009 un andamento positivo (+24,6% di viaggi nel primo semestre sulla base dei dati Statistik Austria).**

Veneto, Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige sono le regioni più gettonate per il turismo individuale in auto propria; le regioni dell'Italia meridionale - Sicilia, Sardegna, Calabria e Campania, di solito servite da voli charter inclusi nei pacchetti offerti - rientrano tra le destinazioni più richieste ai T.O. insieme con Toscana, località del Lago di Garda, Alto e Medio Adriatico e città d'arte.

I dati dei maggiori T.O. austriaci mostrano un incremento del 14% del numero pax venduti dall'inizio dell'anno (Eurotours, Terra Reisen - TUI Austria Holding, DERTOUR Austria, FTI-Frosch Touristik, Prima Reisen, Reisebüro Idealtours, Gruber Reisen Veranstalter).

Tali cifre fanno ben sperare anche per l'avvio della stagione 2010, come confermano le numerose richieste di informazioni presso l'ufficio di Vienna. La scelta delle destinazioni italiane rimane invariata rispetto agli anni precedenti: **grandi città d'arte, località montane dell'Alto Adige e località termali** (Abano Terme e Montegrotto Terme). **Turismo culturale, montano/neve e termale/benessere rappresentano quindi i prodotti più richiesti.**

Per il 2010 i T.O. austriaci ritengono che la destinazione Italia continuerà ad occupare un posto di rilievo nelle preferenze dei turisti austriaci e propongono offerte molto diversificate e allettanti per soddisfare le aspettative dei consumatori. Le stime degli operatori circa le vendite 2010 sono in alcuni casi molto positive (Eurotours +20/25%, Prima Reisen +35/45%).

Gli indicatori relativi ai flussi outgoing ed alla spesa turistica all'estero consentono di affermare che la Svizzera mantiene una forte propensione ai viaggi. L'orientamento del mercato si è caratterizzato per un maggiore contenimento della spesa per viaggi e vacanze e per la ricerca di soluzioni di viaggio più economiche, che ha fatto prediligere i pacchetti *all inclusive* e le mete tradizionalmente percepite come meno care. In questo senso, Turchia, Egitto e Tunisia hanno fatto registrare andamenti migliori rispetto alle mete europee quali Italia, Spagna e Grecia, in particolar modo per quanto concerne la vacanza balneare.

In generale, gli operatori hanno dichiarato un andamento delle prenotazioni per le vacanze natalizie piuttosto contenuto ed un forte ricorso al *last minute*, al pari di quanto avvenuto per la stagione estiva. Le destinazioni maggiormente richieste sono rappresentate dalle città europee, attraverso la formula degli *short breaks*, dalla montagna per gli amanti dello sci e dalle mete calde per i soggiorni di lunga durata.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Per quanto concerne l'Italia, i maggiori operatori svizzeri commercializzano, per il periodo invernale, il turismo culturale, che quest'anno è caratterizzato da una forte richiesta *last minute*. Il turismo montano viene proposto spesso in combinazione con l'offerta termale/benessere; quest'ultima ha registrato un calo per i mesi di ottobre/novembre e risulta stabile per il mese di dicembre. I dati relativi alle vendite di pacchetti turistici per l'Italia mostrano un andamento altalenante per i diversi T.O.: KUONI Reisen stabile, Hotelplan + 5%, TUI Suisse + 1%, Raitour - 15%, Frantour - 13%.

Per quanto concerne il turismo individuale, le indicazioni che emergono dall'attività quotidiana dell'Ufficio informazioni di Zurigo mostra un leggero calo di richieste pervenute rispetto al 2008.

Le mete privilegiate si confermano Firenze, Venezia, Roma, Milano e Abano Terme ed i prodotti turistici più richiesti sono le città d'arte, la montagna, le terme.

Per il 2010 gli esperti del settore dichiarano che la propensione al viaggio degli svizzeri rimarrà elevata, mantenendo la voce viaggi in testa alle priorità di spesa. Secondo quanto appreso dai T.O. svizzeri intervistati, si prevede un cauto ottimismo (con crescita fino al 5%) per le destinazioni italiane: l'andamento effettivo, tuttavia, dipenderà, oltre che dalla capacità di spesa dei turisti svizzeri, anche dalla politica dei prezzi e dal livello qualitativo dell'offerta italiana comparata a quella dei competitor internazionali, insieme con l'efficienza dei collegamenti aerei e ferroviari.

Belgio e Olanda

Recenti dati diffusi dall'ABTO (Associazione Belga Tour Operators) sulla stagione estiva della destinazione Italia mostrano una contrazione delle vendite in Belgio pari al 2,4%. Per l'intero anno (ottobre 2008-ottobre 2009) la diminuzione segnata dal nostro Paese è pari al 2,6%, ma appare più contenuta rispetto a quella di altre mete (Spagna – 8,7 %, Turchia – 7,6 %, Marocco – 3,7 %, Tunisia – 4,8 %, Portogallo – 11,9 %, Austria – 2,8 %, Olanda – 12,8 %).

Anche nel corso del 2009 sono stati privilegiati i viaggi in auto rispetto a quelli in aereo per i quali i T.O. segnalano decrementi; segno negativo anche per il segmento dei city trips.

Il periodo invernale è caratterizzato da una diminuzione delle vacanze neve ed una leggera ripresa delle visite alle città d'arte: i maggiori T.O. (*Jetair, Thomas Cook, Caractere, Transeurope*) segnalano infatti sensibili decrementi per le vendite di soggiorni in montagna e un miglioramento delle vendite per Roma, Venezia, Firenze e Milano.

Le stime dei T.O. per il 2010 indicano una stabilità della destinazione Italia sul mercato belga. Sul fronte del turismo autorganizzato, i numerosi collegamenti low-cost e la possibilità di raggiungere in auto il nostro Paese, continuerà a rappresentare la parte più consistente del turismo verso l'Italia.

Un primo consuntivo della stagione turistica 2009 in Olanda mostra un consistente calo dei viaggi in aereo (-12% per i paesi del Mediterraneo) mentre è in tenuta il settore dei viaggi in auto, in particolare verso Germania, Francia e Belgio (dati *Ufficio del turismo nazionale olandese*).

Per l'Italia, i dati relativi ai viaggi organizzati mostrano una riduzione del 14% per i viaggi in aereo ed un incremento del 10% per quelli in pullman; i viaggi in auto propria segnano un -1,8%.

Per la stagione invernale le prenotazioni risultano in calo: in particolare, per il segmento neve si registra una riduzione del 15% per i Paesi dell'arco alpino. Il ricorso al *last minute* potrà in parte far migliorare il trend negativo in corso.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

I maggiori T.O. indicano anche per l'Italia una situazione negativa: Thomas Cook Nederland -15%, TUI Nederland -25/30%, De Jong Intra Vakanties +8/15%, OAD Reizen -2%, Vacanceselect +16%.

Le località montane maggiormente richieste sono Val Gardena, Val di Fassa, Val di Fiemme, Val di Sole, Livigno; fra le città d'arte le più gettonate sono Roma, Venezia e Firenze.

Il turismo montano e quello culturale si confermano come i prodotti più richiesti.

Le prospettive non ottimistiche sull'andamento dell'economia olandese nel 2010 influiscono negativamente sulle previsioni dell'andamento turistico: gli operatori, per contrastare la perdita di potere d'acquisto dei consumatori, punteranno molto su pacchetti *all inclusive* e su offerte che garantiscono un buon rapporto qualità/prezzo. I T.O. sono comunque ottimisti sull'andamento delle vacanze lunghe per la stagione estiva, per la quale l'Italia potrà beneficiare soprattutto dei viaggi in auto.

Regno Unito

I dati provvisori relativi ai primi nove mesi dell'anno, diffusi dall'Ufficio Nazionale di Statistica Britannico, mostrano che i flussi turistici dal Regno Unito verso l'estero hanno registrato un decremento medio del 13,3%. Tale rallentamento è stato più marcato ad inizio anno e contenuto nei mesi successivi. **Con riferimento all'Italia i dati per il primo semestre indicano un forte decremento delle partenze pari al 28%.** Causa principale del trend negativo è la crisi economico-finanziaria che ha investito l'economia inglese insieme con il ribasso della sterlina nei confronti dell'euro che ha notevolmente ridotto la capacità di spesa degli inglesi, rendendo più care le mete dell'area euro.

Per le festività natalizie emerge una generale riduzione delle vendite di pacchetti turistici e del turismo individuale rispetto alla scorsa stagione.

Le vendite dei pacchetti per l'Italia presso i maggiori T.O. sono negative:

LASTMINUTE: le vendite effettuate nel periodo 1-24 novembre (per partenze nelle 6 settimane successive) hanno registrato un *calo del 19%* rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Le destinazioni favorite sono Roma, Venezia, Milano, Firenze e Napoli.

CITALIA: le prenotazioni per fine 2009/inizio 2010 sono in *diminuzione del 18%* con una lieve ripresa nel corso della fine dell'anno. Le destinazioni più popolari sono rappresentate da Venezia, Roma, Sorrento, Sicilia, Firenze.

CRESTA: le prenotazioni in generale hanno registrato un *calo del 20%* e le destinazioni più popolari risultano essere Roma, Venezia, Firenze e Pisa.

KUONI: le vendite sono in *crescita del 5%* e la tipologia di vacanza più richiesta è quella dello *short break* nelle città d'arte. Le destinazioni più richieste sono state nell'ordine: Venezia, Firenze, Roma, Verona e Milano.

Per ciò che concerne il turismo montano:

INGHAMS: vendite in *calo del 20%*, destinazioni più popolari Cervinia, Selva, Passo del Tonale, Sauze d'Oulx, Livigno.

NEILSON: vendite in *calo del 10%*, destinazioni più popolari Livigno, Sauze d'Oulx, La Thuile, Arabba, Passo del Tonale.

TUI SKI: vendite in *calo del 6%*, destinazioni più richieste Sauze d'Oulx, Cervinia, Sestrièrè, Passo del Tonale, Val di Fassa.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Le aspettative per il 2010 sul fronte dei T.O. sono comunque ottimistiche: l'attesa ripresa economico-finanziaria dovrebbe influenzare positivamente il settore dei viaggi, pur con un recupero lento e graduale. L'operatore Citalia registra un buon incremento di vendite per il prossimo anno (+14%); Lastminute conferma l'Italia come una delle destinazioni più vendute e con la quale si impegna a contrattare per inserire in catalogo altri 2.000 alberghi.

Francia

In conseguenza della congiuntura economica sfavorevole, il turismo outgoing francese ha registrato un discreto rallentamento e la tendenza a viaggiare a costi ridotti, per periodi più brevi e verso destinazioni meno lontane. **I dati del CETO (Cercle d'Etudes de Tour Opérateurs) stimano una riduzione del 7% dei flussi turistici movimentati rispetto allo scorso anno.**

Nonostante ciò, il desiderio di vacanza all'estero resta sempre elevato in un Paese in cui le vacanze fuori confine rappresentano un'abitudine relativamente recente poiché il turismo domestico è stato sempre storicamente elevato.

Nel corso del 2009 la destinazione Italia si è confermata, dopo la Spagna, la seconda meta straniera preferita dai francesi, pur non collocandosi ai primi posti fra le vendite dei T.O.; il turismo francese verso il nostro Paese è infatti fondamentalmente individuale ed autorganizzato.

La crescente tendenza al *last minute* ed all'organizzazione del viaggio a ridosso della partenze rende sempre più difficili le stime da parte dei T.O.: **per la fine del 2009 e l'inizio del 2010 si è registrato un trend negativo rispetto alla stagione 2008, in parte attenuato dalle prenotazioni nel corso del mese di dicembre.** Per l'operatore Intermèdes il prodotto turistico maggiormente richiesto è costituito dalle città d'arte, segmento per il quale si prevede un discreto andamento, diversamente dal T.O. Donatello (il maggiore che vende l'Italia) che registra una riduzione di prenotazioni pari al 5%. **Insieme alle città d'arte, turismo montano ed enogastronomico rappresentano i prodotti più richiesti.**

Le stime 2010 degli esperti francesi prevedono che la congiuntura economica continuerà ad influenzare negativamente il turismo; il predominante turismo individuale che caratterizza la Francia rende comunque difficili le previsioni. Con riferimento all'Italia, il nostro Paese sembra essere avvantaggiato dalla vicinanza geografica e dal forte *appeal* esercitato sul mercato francese.

Penisola iberica - Spagna e Portogallo

Dopo il forte calo di prenotazioni registrato in Spagna dalle agenzie di viaggio sul finire del 2008, l'anno in corso ha visto al contrario un incremento della richiesta di pacchetti turistici, soprattutto all inclusive al fine di contenere i prezzi. In tal senso, la Spagna si caratterizza per il crescente ricorso al "couchsurfing" (scambio di case fra privati) che consente di risparmiare sull'alloggio. Molto positivo l'andamento del segmento delle crociere che ha visto incrementi pari al 20% rispetto al 2008. Nonostante la difficile congiuntura economica, i dati di Turespaña indicano per il primo semestre 2009 un incremento dell'8,2% nel numero di spagnoli all'estero.

Per la fine del 2009 e l'inizio dell'anno, gli operatori mostrano per la destinazione Italia un andamento altalenante:

Viajes El Corte Ingles: segnala una diminuzione rispetto al 2008 di circa il 12%

Catai Viajes: prevede un leggero aumento di circa il 5%

Travelplan: ha registrato un aumento di circa il 50% delle vendite durante il 2009 e auspica un trend altrettanto positivo per il periodo invernale.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Panavision: stabile rispetto al 2008

Condor Viajes: segnala una diminuzione rispetto al 2008 di circa il 10%.

Le grandi città d'arte si confermano le località più richieste: Roma, Firenze, Venezia, Milano, Napoli; i prodotti turistici privilegiati restano il turismo culturale e religioso, montano, termale e crocieristico.

Per il 2010 gli operatori sono ottimisti e prevedono un incremento fra il 5 ed il 10% di flussi turistici nonostante la ripresa economica si prospetti lenta.

In crescita l'offerta italiana sul mercato portoghese: in particolare lo sviluppo delle rotte *low cost* e la crescita delle opportunità in internet hanno avvantaggiato il segmento del turismo individuale autorganizzato.

Per la fine del 2009 e l'inizio dell'anno, sul fronte del turismo organizzato, si stima un incremento pari al 2% delle vendite Italia. Tra le località più richieste primeggiano Roma, Firenze, Venezia, Bologna e Napoli; le città d'arte continuano quindi ad essere le mete maggiormente richieste, ma anche il turismo religioso costituisce, soprattutto in questo periodo dell'anno, un importante attrattore turistico. Si registra inoltre una discreta crescita di interesse verso il prodotto turistico della montagna e dello sci.

Per il 2010 si prevede una generale ripresa del settore turistico; l'Italia continua ad essere tra le mete preferite per il turismo religioso, particolarmente resistente anche in periodi di recessione. La presenza di numerose offerte e di nuove tratte da parte della compagnia aerea nazionale e non potranno influire su un abbassamento dei prezzi dei biglietti aerei a vantaggio dei turisti.

Svezia

Il trend turistico del mercato svedese si presenta nel 2009 altalenante e profondamente differente a seconda della tipologia di domanda.

Nonostante gli effetti della crisi economica, i viaggiatori svedesi hanno continuato a viaggiare, preferendo le mete europee e frenando lo sviluppo delle destinazioni di lungo raggio.

Sul fronte della domanda organizzata, la destinazione Italia è stata caratterizzata da un calo rilevante delle vendite pari al 15-20% da parte dei grossi charter operator che per anni hanno influenzato le risultanze e le dinamiche di questo mercato. Tale flessione, registrata peraltro da molte destinazioni dell'area mediterranea, è da ricondurre alla percezione della nostra destinazione ancora come "costosa", spesso a causa della mancanza di sufficienti collegamenti aerei, fattore questo che di certo non invoglia i grandi operatori ad estendere la nostra offerta turistica nei propri cataloghi.

Dall'altro lato, i consumatori svedesi, caratterizzati da una spiccata propensione e familiarità con internet, **puntano ad organizzare e prenotare la vacanza individualmente bypassando i TO e le Adv.** Il mercato è inoltre favorito dagli investimenti delle compagnie aeree *low cost* che, in virtù della scarsità di collegamenti aerei tra la Svezia e il nostro Paese, hanno soddisfatto a pieno la tendenza del mercato ad effettuare *long week end* frequenti nell'arco dell'anno.

Infine è presente **una domanda organizzata di nicchia per la quale si rileva un aumento delle vendite,** in alcuni casi assolutamente considerevoli per specifici prodotti quali tour enogastronomici, *special week end*, organizzazioni di matrimoni e vacanza attiva. Altro segmento importante è costituito dal *self catering* (affitto ville ed appartamenti) che ha visto una sostanziale tenuta accompagnata talvolta ad una crescita delle prenotazioni rispetto all'anno precedente.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

In Svezia il periodo a ridosso dell'inizio dell'anno è sempre stato un momento di evidente flessione delle prenotazioni, a causa della scelta prevalente di trascorrere le vacanze a casa o di recarsi verso destinazioni che consentono una vacanza al sole.

L'Italia è poco richiesta ma questo dato è ormai consueto e rispecchia tutti i precedenti trend di mercato. La nostra offerta invernale si presenta piuttosto debole e l'andamento appare poco positivo anche per gli operatori specializzati.

Il movimento turistico in Italia in tale periodo si restringe comunque a due principali prodotti turistici: le vacanze neve e le città d'arte. Nel primo segmento continuano a registrare un buon riscontro, nei limiti delle premesse fatte, le destinazioni alpine, mentre fra le città d'arte spicca Roma che, nonostante i cali registrati dalla domanda organizzata, rimane in seconda posizione tra le città europee preferite, preceduta da Barcellona (come evidenziato da una indagine condotta da REISA, agenzia di viaggi svedese con 50 punti vendita di tutti i più importanti charter operator).

In generale, per quanto concerne il 2010, si riscontra un clima di fiducia che auspica una ripresa di flussi verso il nostro Paese; fra i prodotti turistici si segnala un ottimo potenziale del turismo attivo, oltre ai prodotti *city breaks* e *sun & beach* che continueranno ad esercitare la motivazione di maggiore interesse per il segmento *leisure*.

Europa dell'Est

I dati pubblicati dal Rostourism relativi al terzo trimestre 2009 indicano che, rispetto ad una diminuzione del 26,6% del **turismo russo** verso l'estero, la diminuzione dei flussi verso l'Italia si è attestata al 17%. Il nostro Paese si conferma al quinto posto tra le destinazioni preferite dai russi dopo Turchia, Egitto, Cina e Finlandia.

La maggioranza degli operatori interpellati ha dichiarato di aver contenuto, nel corso dell'anno, gli effetti negativi della crisi economica con una diminuzione media delle vendite Italia pari al 12-15%; in alcuni casi le vendite sono stabili rispetto al 2008 o superiori.

Per la fine del 2009 e l'inizio del 2010, gli operatori indicano una domanda stabile rispetto al 2008 e la vendita di circa l'80% dei pacchetti programmati; anche il turismo individuale si presenta immutato.

Con riferimento all'Italia, i T.O. segnalano una domanda stabile ed in alcuni casi incrementi compresi fra il 10 ed il 12%. Le destinazioni più richieste sono rappresentate dalle località sciistiche (Trentino e Val d'Aosta) e dalle città d'arte (Roma, Venezia, Firenze, Milano).

Sulla base delle analisi economico-finanziarie della Banca Centrale Russa, che prevedono per il 2010 una stabilizzazione del rapporto di cambio rublo/euro, una ripresa limitata dei consumi individuali e una riduzione degli indici di disoccupazione, si può ritenere possibile un aumento, pur contenuto, dei flussi turistici russi verso l'Estero in generale e verso l'Italia in particolare. I maggiori operatori russi mantengono per il 2010 gli stessi programmi e investimenti del 2009, modificando ed ampliando le loro proposte di destinazioni turistiche.

Sulla base di quanto indicato dai tour operator emerge che il **mercato turistico polacco** non ha sofferto in modo particolare per la crisi economica internazionale: si registrano crescite del 10% circa nella vendita sia dei soggiorni individuali che dei gruppi organizzati quali pellegrinaggi, gruppi scolastici e tour culturali. È diminuita invece del 20% la vendita delle offerte con mezzo proprio di trasporto. Gli operatori che vendono la destinazione Italia si ritengono in generale soddisfatti dell'anno 2009.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Per la fine dell'anno, sono pochi i polacchi che scelgono di trascorrere fuori casa le festività; scarso anche il numero di T.O. che programma questo periodo. I turisti che si recano all'estero scelgono pacchetti per le famiglie e strutture dallo standard alto o medio.

I T.O. più importanti per fatturato e numero di clienti mostrano trend diversi per le vendite della destinazione Italia (Neckermann -30%, TUI +37%, Triada +84%) **mentre sono positivi i dati degli operatori specializzati nel turismo invernale** (Volare, Otium, Holiday Travel). Questi ultimi segnalano quali mete più richieste, per il **turismo montano**, Livigno, Val di Fiemme, Val di Fassa, Marilleva e Val di Sole; fra le **mete culturali** più gettonate sono comprese Roma, Firenze, Venezia, Napoli e Assisi.

Per il 2010, la stabilità della moneta locale unita al mantenimento dei prezzi delle strutture ricettive italiane saranno gli elementi determinanti dell'andamento della nostra destinazione. Gli esperti sostengono che le preferenze e la frequenza dei viaggi dei turisti polacchi non si modificheranno nel breve periodo; l'Italia potrà mantenere la sua buona posizione in virtù del prodotto mare e soprattutto dell'offerta culturale.

La Repubblica Ceca mostra nel primo semestre 2009 una consistente contrazione dei viaggi verso l'estero a scopo di vacanza (-17,5%), al contrario del turismo domestico (+17,3).

Le festività natalizie vengono tradizionalmente trascorse in patria, mentre aumenta il flusso verso l'estero in occasione del Capodanno: i maggiori operatori stimano un calo dell'8% dei viaggi, determinato in gran parte dalla diminuzione di viaggi all'estero.

Con riferimento alla destinazione Italia, i maggiori operatori mostrano in generale dati negativi (Nev-Dama stabile, Neckermann +10%, Fede -20%, Consultour -30%, Ludor -0,5%).

Le località montane risultano comunque le più gettonate: Val di Fassa, Val di Fiemme, Madonna di Campiglio, Val Gardena e Cortina d'Ampezzo.

Le prospettive per il 2010 indicano una stagnazione nel numero dei viaggi complessivi: il trend turistico continuerà ad essere segnato dagli effetti del rallentamento dell'economia nazionale e della crisi finanziaria, che ha fatto sentire i suoi effetti nella Repubblica Ceca, e dall'andamento della moneta locale.

I viaggi con pernottamento degli ungheresi all'estero sono diminuiti del 7% nei primi nove mesi del 2009 e la spesa turistica ha avuto una contrazione del 4%: tali dati indicano una frenata del turismo outgoing dall'Ungheria.

Anche per la fine del 2009 e l'inizio del 2010 si riscontra un rallentamento delle vendite: i T.O. che trattano la destinazione Italia indicano una situazione di decremento o stagnazione dei flussi (Car-tour International -10%, TdM tours -30%, TIM Travel, Tensi Holiday e Mauri Utazási Iroda stabili). Il turismo individuale sembra tenere di più grazie all'aumento dell'offerta in internet.

Turismo culturale e montano rappresentano i segmenti turistici più richiesti; le località più gettonate sono: Roma, Venezia, Firenze, Val di Fiemme e Livigno.

In attesa del verificarsi dei primi segni di ripresa economica, gli operatori turistici sono restii ad effettuare previsioni e valutazioni per l'anno 2010.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

America

L'Italia, anche nel 2009, si colloca tra le prime destinazioni europee predilette dai **turisti statunitensi**, come confermato dai prestigiosi premi riconosciuti alla nostra destinazione dalle maggiori riviste di settore e dal primo posto occupato nella graduatoria delle mete europee preferite nell'indagine *National Leisure Travel Monitor* per l'anno in corso.

Per la fine dell'anno 2009 i dati relativi alle vendite di pacchetti turistici degli operatori americani sono generalmente negativi, con alcune eccezioni (Tour Crafters stabile, Doorways +4%, Globus Family of Brands -10%, The International Kitchen -8%, Central Holidays +3%, Eurobound stabile, La Dolce Vita Wine Tours -6%). I consumatori americani ricorrono sempre più alle offerte *last minute*, abbandonando l'abitudine della prenotazione con largo anticipo; il mese di dicembre potrà quindi portare ad un parziale recupero.

I circuiti artistici tradizionali che comprendono Roma, Venezia e Firenze e destinazioni artistiche emergenti, detengono la maggiore quota di mercato; seguono l'enogastronomia ed il turismo natura. Con riferimento agli sports invernali, i pacchetti turistici maggiormente richiesti comprendono le **settimane bianche** (Cortina, Bormio e Sestriere le località più gettonate).

In considerazione dell'attenuarsi della crisi economico-finanziaria e delle previsioni degli operatori del settore turistico, tenuto conto anche dell'alta propensione dei consumatori USA ai viaggi *leisure*, si stima una crescita del turismo *outgoing* nel 2010 pari all'8-10%. L'Italia, come confermato da operatori, agenti di viaggio e rappresentanti della stampa, si conferma anche per il prossimo anno la meta europea più richiesta.

La crisi economico-finanziaria, che ha comportato una fase recessiva dell'economia canadese sul finire del 2008 e nel corso del 2009, ha influenzato i comportamenti dei consumatori sul fronte turistico determinando una maggiore propensione al *last minute* anche per i viaggi oltreoceano.

L'incoming dal **Canada verso l'Italia si presenta in decremento in occasione della fine del 2009 e l'inizio del 2010: i T.O. interpellati indicano riduzioni delle vendite** (Arts & Leisure Tours -6%, Kompass -15%, Alitours -8%, Manditours -10%, Summa Vacations -12%, Victours -10%, Vacanza Destination +20%, Vacances Preference -10%). Le grandi città d'arte, i laghi, le destinazioni sciistiche e quelle più note del Sud e delle Isole, restano comunque le località preferite.

Per il 2010, è diffusa presso l'intermediazione canadese l'opinione che l'Italia sarà la top destination europea; i maggiori T.O. stimano una ripresa di flussi turistici pari al +5-7%.

Il turismo *outgoing* dal **Brasile è in ripresa dal mese di ottobre dopo una contrazione del 30% nel corso dell'anno a causa dell'andamento negativo dell'economia brasiliana;** se le destinazioni legate al dollaro americano hanno ridotto i prezzi per contrastare la crisi, le mete europee hanno reagito con maggiore lentezza ed i viaggi verso l'area euro risultano ancora molto costosi.

Con riferimento alla fine del 2009 e l'inizio del 2010, le vendite totali dei viaggi segnano un incremento dell'8-12% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Per l'Italia, gli operatori indicano un incremento medio del 7,5%; Roma, Milano, Firenze, Venezia e la costiera amalfitana sono le località più richieste.

Gli operatori stimano che la ripresa dell'economia brasiliana ed il rafforzamento della valuta locale influiranno positivamente sul turismo nel 2010. Le destinazioni europee, fra le quali l'Italia che è sempre inclusa negli itinerari in Europa, saranno favorite da nuove promozioni dei T.O. e dall'aumento di collegamenti aerei.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Asia e Oceania

Nel corso del 2009, il tasso di crescita dell'*outbound cinese* ha registrato una battuta di arresto, influenzato dalla negativa congiuntura economica internazionale che ha avuto ripercussioni anche sull'economia cinese. Tale rallentamento è stato più marcato nella prima metà dell'anno, mentre nei mesi più recenti si sono registrati segnali di ripresa; l'anno dovrebbe comunque chiudere con segno positivo. In generale, le destinazioni a lungo raggio, fra le quali quelle europee, hanno sofferto maggiormente il decremento dei flussi cinesi a vantaggio delle destinazioni più vicine, in particolare asiatiche.

Il Natale non costituisce in Cina una festività ed occasione di viaggi; per il Capodanno invece aumenta il turismo in uscita dal Paese, tradizionalmente verso mete vicine a scopo di shopping. Le previsioni per la fine dell'anno stimano un moderato incremento di flussi turistici pari al 3-4%.

I dati forniti dai maggiori T.O. cinesi sull'Italia sono positivi, con incrementi che variano dal 2 al 5% (CITS, Caissa, UTour, China Space). Con riferimento alle destinazioni italiane più richieste, nei cataloghi degli operatori non vi sono cambiamenti rispetto all'anno passato; **mete privilegiate si confermano le grandi città d'arte comprese nei tour classici.** Le località italiane più vendute sono rappresentate da **Roma, Venezia, Milano, Firenze e Pisa.**

Le prospettive per il 2010 appaiono incoraggianti, pur tenendo presente che la quota dei viaggi verso l'Europa non appare destinata ad aumentare rispetto al volume totale dell'*outbound* che continuerà a crescere soprattutto verso le destinazioni asiatiche. **E' ragionevole ritenere che, nel 2010, la crescita del movimento turistico verso l'Italia sarà compresa fra il 10% ed il 15% con un conseguente consolidamento della quota di mercato.**

L'economia dell'India è stata una delle meno colpite dalla recessione mondiale in quanto guidata principalmente dalla domanda interna del Paese. In generale, nel 2009 le destinazioni a corto raggio sono state quelle privilegiate, ma la destinazione Italia si è comunque confermata una meta importante. **Secondo il gruppo Kuoni India, nel corso del 2009 l'incremento dei viaggiatori indiani in Italia è stato pari al 18,6% per tutti i segmenti di viaggio (gruppi, individuali, MICE).**

I membri di ITOCI (Indian Tour Operator Council for Italy) e associazioni di categoria dei travel agents segnalano per le festività natalizie e l'inizio dell'anno un incremento del settore *outbound* che oscilla tra il 20 ed il 25 %.

Con particolare riferimento all'Italia i principali T.O. indicano:

- *Kuoni*: flussi turistici generati da MICE e FIT stabili rispetto allo scorso anno
- *Cosmos & Globus*: attualmente le vendite non eguagliano il livello dello scorso anno ma continuano a giungere prenotazioni; è quindi necessario attendere la fine della stagione per dati certi
- *Kesari*: avendo come target i gruppi leisure, l'Europa non rientra nelle destinazioni invernali
- *Mercury*: incremento attuale del 2% per il segmento FIT

Le destinazioni preferite, in ordine di preferenza, sono Venezia, Roma, Firenze, Pisa, Milano, Lago di Como. I prodotti di maggiore richiamo sono le città d'arte e lo shopping.

Entro il 2010, si stima che saranno circa 16 milioni gli indiani in viaggio all'estero, grazie anche allo sviluppo degli aeroporti ed un crescente numero di compagnie aeree che operano su rotte internazionali.

Gli otto membri di ITOCI (che rappresentano i più grandi gruppi aziendali) prevedono un incremento del 20% dei gruppi per l'Europa e l'Italia e un aumento pari al 30% dei viaggi FIT.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

In Corea i flussi turistici in uscita risultano in calo rispetto al 2008, le vendite sono scese complessivamente del 30-40%: le cause principali sono da ascrivere alla crisi economica mondiale, all'alto valore dell'euro ed al propagarsi dell'influenza A/H1N1.

Con riferimento all'Italia molti operatori hanno registrato decrementi, con alcune eccezioni: il T.O. Web tour, specializzato nella vendita in internet, ha dichiarato che le vendite della destinazione Italia hanno avuto un incremento del 5% rispetto all'anno 2008.

I Coreani non godono di ferie natalizie (solo il 25 dicembre è giorno festivo) e non sono quindi previsti viaggi di lunga distanza; molti operatori non includono in catalogo pacchetti turistici per questo periodo dell'anno. Tradizionalmente i Coreani partono in occasione del Capodanno lunare, che nel 2010 cade a metà febbraio.

Le località italiane più richieste sono: Roma, Firenze, Venezia, Milano, Cinque Terre e Dolomiti.

Il prodotto turistico più ricercato è il turismo culturale; in crescita la richiesta di turismo termale ed enogastronomico.

Per il 2010 si prevede una ripresa economica che dovrebbe influire positivamente anche sul turismo, in particolare dalla primavera grazie alle lune di miele. Hana Tour, il più grande T.O. coreano, prevede di sviluppare diversi pacchetti per la destinazione Italia, anche per il Sud Italia, in considerazione della richiesta proveniente dal mercato di diversificare il prodotto. Anche Web Tour prevede per il 2010 un incremento nella vendita di viaggi verso l'Italia soprattutto grazie alla richiesta di shopping, tour e relax.

Nonostante le difficoltà economiche e la recessione che hanno colpito il Giappone, nel corso dell'anno l'Italia ha mantenuto un andamento stabile.

Per la fine del 2009 e l'inizio del 2010 la vendita di pacchetti turistici presso i maggiori T.O. è apparsa in crescita.

Le grandi città d'arte e quelle minori sono le località privilegiate per i soggiorni; in generale il turismo culturale, legato ad eventi ed ai siti Unesco, si conferma il più richiesto.

Le previsioni 2010 sono positive, seppur legate all'andamento dell'economia. Il settore dell'intermediazione si sta concentrando su offerte e pacchetti *low cost* per incoraggiare il mercato.

La crisi finanziaria internazionale e la drastica svalutazione del dollaro australiano nei confronti dell'euro hanno comportato una riduzione di partenze dall'Australia: i T.O. contattati segnalano decrementi di pacchetti venduti.

Secondo i dati dell'Ufficio Statistiche Australiano, l'Italia ha registrato un calo di partenze pari al 15,5% nei primi nove mesi dell'anno. I maggiori tour operators registrano un calo di circa il 25%.

I prodotti turistici più gettonati continuano ad essere il turismo culturale ed a contatto con la natura. Le località più richieste sono: Roma, Venezia, Milano, Firenze e Siena.

Per il periodo delle festività natalizie l'Italia non viene percepita come una meta di vacanze.

Per il 2010 gli operatori prevedono un incremento del 10% rispetto al 2009.