



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

# PASQUA 2010

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

## **Andamento internazionale**

Il 2010 rappresenta un importante banco di prova per il turismo internazionale: la crisi economica iniziata nel settembre 2008, che ha colpito pesantemente le economie avanzate e rallentato la crescita dei Paesi emergenti, ha influito negativamente sul settore turistico per tutto l'anno 2009 con un conseguente decremento di arrivi internazionali.

I segnali di ripresa economica sono ancora deboli ed incerti: la disoccupazione in crescita, l'aumento dei deficit nazionali ed il conseguente inasprimento della pressione fiscale, rappresentano elementi che influiranno fortemente sul turismo, in modo diverso da regione a regione.

La fiducia in una ripresa del turismo internazionale resta comunque elevata, tanto che secondo le stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo si prevede nel 2010 una crescita dei flussi internazionali pari al 3-4%<sup>1</sup>.

Con riferimento al continente europeo, il 2009 ha fatto segnare un decremento di arrivi pari al 6% - l'Europa del Nord e dell'Est hanno segnato le perdite maggiori mentre l'Europa occidentale e quella mediterranea hanno contenuto le perdite. Per il 2010 viene stimata una debole crescita compresa fra l'1 ed il 3%.

Da un'interessante indagine Gallup<sup>2</sup> realizzata per la Commissione Europea sui viaggi dei cittadini europei, emerge che, per il 2010, il 49% degli intervistati ha in programma una vacanza (50% nel 2009), il 28% non ha ancora deciso (stabile rispetto al 2009) ed il 21% non effettuerà viaggi (19% nel 2009).

Il 41% di chi sta programmando un viaggio rimarrà in patria, il 27,9% andrà in un paese europeo ed il 14,1% al di fuori dell'Europa (il restante 16,9% non ha fornito risposta).

Fra le mete europee più gettonate figurano nell'ordine Spagna Francia e Italia.

---

<sup>1</sup> "UNWTO World Tourism Barometer", gennaio 2010.

<sup>2</sup> "Survey on the attitudes of Europeans towards tourism", marzo 2010.

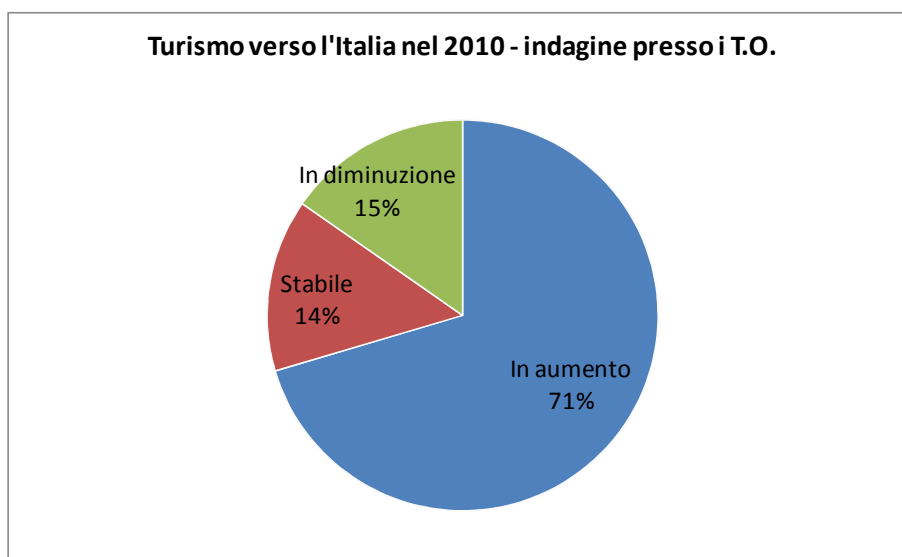


ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

## Andamento della Destinazione Italia

I flussi turistici dall'estero verso l'Italia appaiono in crescita nel 2010: nei primi mesi dell'anno, con andamenti diversi nei vari mercati, si riscontra una generale ripresa dei viaggi verso il nostro Paese, in linea con l'incremento del desiderio di viaggiare dopo un anno in cui ha pesato fortemente la crisi economica mondiale che ha rallentato i consumi turistici.

L'indagine condotta nei Paesi in cui è presente l'Agenzia mostra un forte ottimismo sul fronte del turismo organizzato. Il 71% degli operatori contattati, infatti, dichiara che la destinazione Italia avrà nel 2010 un aumento di flussi turistici; per il 14% il trend sarà stabile e per il restante 15% sarà in diminuzione<sup>3</sup>.



Le crescite previste per l'anno in corso sono ovviamente da raffrontarsi con i decrementi del 2009 che hanno pesato fortemente sull'*outbound* di molti Paesi; la ripresa dell'*incoming* verso la nostra Destinazione potrà riportare quindi i flussi turistici ai livelli degli anni precedenti la crisi economica. E' indubbio che, superata la fase più acuta delle difficoltà economiche, nonostante i segnali di ripresa siano ancora deboli, la voglia di viaggiare è in grande ascesa.

Con riferimento alle festività pasquali, in generale l'andamento delle vendite presso i T.O. contattati dall'Agenzia su ben 21 mercati appare positivo ed in crescita rispetto al 2009.

Per le vacanze durante la Pasqua si sottolinea che queste festività costituiscono occasione di viaggio soprattutto per i Paesi europei mentre oltreoceano non rappresentano una ricorrenza religiosa associata a ferie ma coincidono comunque con l'inizio dell'alta stagione per i viaggi verso l'Italia.

Quest'anno la collocazione temporale della Pasqua permette inoltre di poter scegliere anche soggiorni sulla neve oltre ai tradizionali city break ed alle prime visite a località balneari e lacuali.

<sup>3</sup> Sono stati contattati 107 Tour Operators, leader di mercato nella vendita della destinazione Italia, presenti nei 21 mercati analizzati.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

L'indagine condotta infine conferma alcuni dei trend già emersi nel corso del 2009:

- vacanze brevi ma frequenti
- soggiorni in destinazioni vicine, spesso raggiungibili con mezzo proprio
- ricorso al *last minute*
- richiesta di pacchetti *all inclusive*, in particolare per il segmento delle famiglie con bambini

In particolare nei mercati europei, si rafforza nel 2010 la tendenza al turismo domestico già evidenziatasi nello scorso anno.

Il fenomeno, denominato *staycation* o *homing*, scaturisce dalla necessità di contenere le spese per vacanze ed è stato, nel corso del 2009, sostenuto anche da campagne promozionali promosse dai Governi di molti paesi. Questo fenomeno ha anche portato alcuni paesi a potenziare la propria offerta turistica domestica, si pensi ad esempio alla Germania in cui le vaste spiagge del Mar del Nord, fino a pochi anni fa poco attrezzate per il regime comunista che ne ha limitato il potenziale turistico, insieme con le montagne ed i laghi bavaresi e della Germania meridionale (Foresta Nera) sono oggi molto richiesti.

### ***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***

La stagione turistica 2010 ha avuto in **Germania** un inizio complessivamente analogo alla stagione scorsa. All'uscita dei cataloghi (a novembre) i tour operators spingono molto la formula del "*Frühbucherrabatt*" ovvero degli sconti, fino al 30% per chi prenota la vacanza entro dicembre; inevitabilmente ciò determina un crollo delle prenotazioni nel trimestre gennaio-marzo, con un apice negativo di prenotazioni durante febbraio, mese in cui in molte regioni tedesche si festeggia il Carnevale intensamente e poco si pensa alle vacanze.

Ad oggi il mercato è caratterizzato da una fase "di attesa" e il consumatore sembra aspettare a prenotare nella speranza di ottenere tariffe migliori con il *last minute*. Per quanto riguarda l'Italia, la tendenza al *last minute* è rivolta soprattutto alle destinazioni del Nord Italia raggiungibili in auto, in particolare Garda ed Adriatico, mentre per le regioni del Sud è importante assicurarsi un posto sui voli charter e le prenotazioni vengono effettuate con più anticipo rispetto alla data di partenza. Le prenotazioni per le vacanze pasquali, al momento, non raggiungono quel numero che gli operatori avevano sperato ad inizio anno, tuttavia nelle ultime 4 settimane hanno dichiarato di aver avuto un ottimo incremento di prenotazioni, non solo per il periodo pasquale, ma anche per il periodo estivo.

I T.O. contattati mostrano un incremento delle vendite dell'Italia pari allo 0,3%. Città d'arte, laghi e montagna i prodotti scelti per le vacanze pasquali; le località più gettonate sono Lago di Garda, Firenze, Venezia e Alto Adige.

Per l'anno 2010, sul fronte del turismo organizzato, le prenotazioni verso le destinazioni estere sono in leggero calo: le flessioni sono contenute per Italia e Spagna, più marcate per Grecia e



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Croazia; la Turchia registra invece un buon incremento di prenotazioni (frutto di un massiccio investimento di comunicazione e marketing e di un ottimo rapporto qualità-prezzo con offerte in particolare per il segmento delle famiglie con bambini).

Con riferimento all'Italia, i tour operators esprimono un cauto ottimismo per l'andamento della stagione estiva e sperano in ogni caso di raggiungere gli stessi numeri del 2009; in difficoltà Campania e soprattutto Ischia, bene le vendite per Calabria, Puglia e Mar Adriatico del Nord. Con riferimento al segmento dei city break i viaggi in gruppi organizzati registrano un aumento rispetto allo scorso anno mentre risultano in sofferenza i viaggi individuali a causa della concorrenza di altre capitali europee.

In **Austria** l'Italia si è posizionata nel 2009 ancora una volta al primo posto fra le destinazioni estere preferite con una market share pari al 21,3%, seguita a distanza dai paesi della concorrenza. Nonostante la crisi economica, il turismo in Austria ha ben resistito: secondo Statistik Austria si è registrato un +9,50% di viaggi per vacanza all'estero, +8,38% per l'Italia.

In base alle proiezioni per la stagione pasquale 2010 dei maggiori T.O. austriaci che vendono il prodotto Italia, si prevede una situazione pressoché stabile del flusso turistico dall'Austria verso l'Italia. Le località maggiormente offerte dai T.O. austriaci per questo periodo sono l'Italia del Sud (Sicilia, Campania, Calabria e Puglia), le città d'arte (Roma soprattutto), la Toscana, la Liguria e le zone termali (Abano e Montegrotto Terme).

Per l'anno 2010, l'IFT "Institut Für Freizeit- Und Tourismusforschung" di Vienna ha recentemente pubblicato le previsioni relative ai viaggi degli austriaci: il 40% degli austriaci dichiara di voler intraprendere un viaggio vacanza che sarà più lungo e più costoso per l'estero, più corto e più economico in Austria. Per quanto riguarda le destinazioni preferite, si nota come i soggiorni in Austria (intesi soprattutto come "vacanze attive", ma anche come "vacanze benessere") abbiano riacquisito un'importanza fondamentale, seguiti a pari passo dalle mete estere preferite, in primis dall'Italia che si classifica al primo posto (17% Austria, 14% Italia, 10% Croazia, 9% Grecia, 7% Spagna e Turchia).

La **Svizzera** ha mostrato anche nel 2009 un'alta propensione al turismo, nonostante le difficoltà economiche internazionali: l'83,5% degli svizzeri compie almeno un viaggio con pernottamento ogni anno e mediamente ogni persona effettua 3,2 viaggi, di cui 1,8 all'estero (fonte SECO – Segreteria di Stato dell'Economia).

Il turismo domestico si mantiene sempre in testa alle preferenze; per l'estero, l'Europa resta la destinazione privilegiata e l'Italia in tale contesto si posiziona come prima meta per i viaggi con più di 4 pernottamenti.

Il turismo individuale dalla Svizzera verso l'Italia è per la grande maggioranza di tipo autonomo (in tal senso Internet è sempre più lo strumento utilizzato per l'acquisto di viaggi); anche sulla base delle informazioni richieste all'ufficio di Zurigo, si può affermare che il turismo auto organizzato si conferma stabile per le festività pasquali. Sempre elevato l'interesse per le grandi città d'arte e per quelle meno note, insieme a Alto Adige, Toscana, Liguria, Costiera Amalfitana e Calabria.

Sul fronte dei T.O. contattati, le vendite per la Pasqua mostrano decrementi che variano per i singoli operatori interpellati; i prodotti maggiormente richiesti, oltre alle città d'arte, sono i soggiorni in montagna, quelli all'insegna del wellness e il turismo natura.

Sulla scia di un generale ottimismo relativo ad una ripresa dei viaggi internazionali, anche gli operatori svizzeri auspicano un incremento del comparto e dei viaggi verso l'Italia. Con riferimento alla nostra destinazione, è interessante notare l'inserimento di nuove proposte nei cataloghi nonché l'attivazione negli ultimi mesi di nuovi collegamenti aerei.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

## **Belgio e Olanda**

Dati poco incoraggianti per l'avvio della stagione 2010 in **Belgio**: i dati dell'ABTO indicano una generale flessione del booking per partenze verso l'estero, -7% per la destinazione Italia mentre per altre mete le riduzioni sono ancora più marcate. Per il nostro Paese in particolare, il segmento dei city break segna degli incrementi per alcune destinazioni mentre i soggiorni invernali neve sono in flessione.

Per la Pasqua i maggiori T.O. del mercato, Thomas Cook e Jetair, segnalano delle riduzioni per alcune mete (Sicilia, Laghi) e incrementi per altre (Toscana, Napoli e Costiera Sorrentina); per le festività pasquali inoltre alcune mete non sono ancora raggiungibili in aereo poiché la stagione inizia dal mese di maggio. Diversa la situazione per operatori di nicchia, spesso con un target medio-alto, come il T.O. Caractère che prevede un aumento delle vendite nell'ordine del 5 % per Pasqua e del 10 % per tutta la stagione estiva.

I prodotti maggiormente richiesti sono comunque in generale soggiorni sulla neve e nelle città d'arte.

Difficile prevedere il trend turistico belga nel 2010: l'andamento ancora incerto dell'economia nazionale condiziona le scelte dei turisti e porterà indubbiamente a ricercare offerte ed a viaggiare in auto verso mete vicine.

Dall'indagine sul flusso turistico organizzato outgoing dall'**Olanda**, condotta mensilmente dalla società di ricerche di mercato GFK, emerge che le prenotazioni di viaggi presso i T.O. risultano stabili nel primo bimestre 2010, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Con riferimento ai mezzi di trasporto in particolare, i viaggi in aereo mostrano un incremento del 2,9%, mentre risultano in calo i viaggi in auto (-4,8%) e quelli in pullman (-5,9%).

Nonostante la lieve ripresa dell'economia nazionale, la disoccupazione rimane elevata ed il settore dei viaggi resta ancora condizionato da un clima di incertezza.

In occasione della Pasqua gli olandesi non effettuano grandi viaggi poiché le vacanze primaverili sono previste nel periodo 30 aprile-9 maggio, in occasione della chiusura delle scuole (tali vacanze rappresentano, dopo quelle estive, le più importanti durante l'anno).

Per la Pasqua comunque i dati relativi alle vendite degli operatori contattati indicano un incremento delle vendite pari al 3,6%; città d'arte, laghi, natura i prodotti turistici privilegiati. Insieme alle grandi città d'arte, sono richieste le località di Veneto, Toscana, Emilia Romagna, Liguria e Sardegna.

Per il 2010, una recente ricerca svolta dalla NBTC-NIPO Research prevede che nel corso dell'anno il 71% della popolazione olandese effettuerà viaggi. La vacanza estiva in particolare riguarderà prevalentemente i viaggi all'estero e le destinazioni più popolari saranno la Francia, la Spagna e l'Italia. Cresce l'interesse per le crociere (Caraibi e Mediterraneo) non solo per la terza età ma anche per le giovani famiglie, grazie soprattutto alla formula dell'*all inclusive*.

Sulla base delle attuali prenotazioni, appare evidente che l'Europa non è ancora fuori dalla crisi; tuttavia per l'Italia si prevede un leggero miglioramento, anche se resterà penalizzato il Mezzogiorno a causa delle recenti calamità naturali e dell'assenza di pacchetti *all inclusive*, in particolare per le destinazioni balneari.

Anche in Olanda infine aumenta l'interesse per il turismo domestico, soprattutto nel settore dei campi, dove si prevede un aumento del +6%.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

## **Regno Unito**

L'anno turistico 2010 si presenta incerto nel **Regno Unito**: la ripresa economica appare ancora lenta e ciò influirà non poco sulle scelte di viaggio dei turisti inglesi. Nonostante tutto, gli operatori indicano per il primo trimestre dell'anno un miglioramento rispetto allo stesso periodo del 2009.

Il periodo pasquale nel Regno Unito coincide con una vacanza scolastica di due settimane ed è quindi importante. Sulla base delle indicazioni dei T.O. si prevede che il turismo organizzato verso l'Italia sarà in leggera crescita, +5% circa; tuttavia, alcune destinazioni potrebbero soffrire, ed in particolare la Sardegna, a causa della riduzione dei collegamenti aerei diretti.

Il turismo individuale è particolarmente importante in un periodo in cui cresce l'incidenza dei city breaks: secondo le indicazioni di alcuni operatori del settore, in particolare Lastminute ed Alitalia, gli acquisti di servizi turistici non organizzati sono cresciuti di oltre il 10%.

Le maggiori richieste da parte dei turisti si indirizzano verso le tradizionali maggiori città d'arte, Roma, Venezia e Firenze, verso la Campania, l'Umbria, la Toscana, le località alpine.

Nonostante le condizioni economiche ancora incerte e il rapporto di cambio sterlina/euro molto variabile, i tour operators rimangono ottimisti circa le vendite per la prossima estate e sono fiduciosi che il 2010 possa segnare una ripresa dei flussi turistici, in generale e verso l'Italia. In questo sono incoraggiati dalla ripresa delle prenotazioni anticipate, anche se lontane dai livelli precedenti alla crisi, e dalla considerazione che il desiderio di viaggiare è stato già fortemente compresso nel 2009. Thomson, uno dei due maggiori operatori, rileva un aumento di oltre il 10% delle prenotazioni anticipate. Alcuni tour operators grandi, che lavorano su grandi quantità di turisti e ridotti margini economici, hanno invece ridotto le destinazioni italiane per l'estate (Thomas Cook per Sicilia e Sardegna, Cosmos e Bellair per la Sicilia).

Un elemento che può giocare a favore dei viaggi a breve raggio, e quindi del nostro Paese, è il notevole aumento intervenuto a fine 2009 della tassa sui viaggi aerei (Air Passenger Duty), molto onerosa per le destinazioni più lontane.

Il turista britannico, nell'opinione di alcuni tour operators, è in cerca di incentivi promozionali: pacchetti che offrono una notte gratis, sconto sul prezzo totale, altre forme di valore aggiunto possono essere decisive per l'acquisto di una vacanza piuttosto che un'altra.

## **Francia**

I primi segnali della ripresa economica in **Francia** sembrano avere un effetto positivo sul settore turistico: si registra infatti un incremento di prenotazioni presso le agenzie di viaggio.

Mentre si assiste ad una crescita delle prenotazioni anticipate per le vacanze estive, si verifica una tendenza opposta per le partenze relative ai primi mesi dell'anno; anche per le vacanze pasquali quindi si conferma il fenomeno delle prenotazioni all'ultimo minuto, che ha già caratterizzato l'anno 2009 (il 20-30% del volume d'affari del mese è realizzato con partenze previste il mese stesso).

E' per questo difficile prevedere l'andamento delle vendite per la Pasqua; in generale gli operatori registrano una certa stabilità o leggeri incrementi di flussi turistici. Da un'indagine condotta dal quotidiano *trade* "Le Quotidien du Tourisme" emerge comunque che i francesi hanno voglia di partire, ma il prezzo resta il fattore determinante a discapito della destinazione.

Con riferimento all'Italia i maggiori T.O. contattati segnalano dei buoni incrementi di vendite per la Pasqua (Donatello, Promovacances e Comptoir d'Italiae +15%, Bravo Voyages +7%). Città d'arte e laghi i prodotti preferiti; Roma, Firenze e Venezia, insieme con le località di Toscana e Sicilia le mete più gettonate.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Per il 2010 il Ceto, principale associazione dei Tour Operators francesi, segnala un incremento di prenotazioni per le vacanze estive (medio e lungo raggio) dopo una stagione 2009 che si è chiusa con un -7% del volume d'affari degli operatori. Il prezzo resta l'elemento principale della scelta di vacanza ed i prezzi sono in effetti rimasti stabili rispetto al 2009, anche in conseguenza di numerose fusioni e joint-venture che hanno portato alla creazione di grandi colossi con forte potere contrattuale.

### ***Penisola iberica - Spagna e Portogallo***

Le vendite di viaggi ad inizio 2010 in **Spagna** si presentano in crescita dopo un anno in cui il settore turistico, sia *business* che *leisure*, ha visto un pesante decremento.

Le previsioni per la Pasqua sono molto confortanti: i T.O. contattati segnalano un consistente incremento delle vendite della destinazione Italia pari al 33,3% rispetto al 2009. Tale tendenza si evidenzia anche nell'ambito del turismo individuale autorganizzato.

Il turismo culturale nelle grandi città d'arte è la tipologia maggiormente richiesta; Roma Venezia e Firenze sono quindi le località più gettonate insieme con la regione Toscana.

Per l'anno in corso le aspettative degli operatori turistici sono positive e prevedono una ripresa dei viaggi, in particolare per il periodo estivo; si prevede anche un ulteriore rafforzamento della tendenza alla prenotazione *last minute*.

Segnali di ripresa del turismo *outgoing* dal **Portogallo** si sono visti dall'inizio dell'anno 2010: secondo il *trade* i viaggi all'estero sono infatti in lieve crescita.

Per la Pasqua le prospettive sono positive sia per i flussi organizzati che per quelli individuali, in entrambi i casi il prodotto maggiormente richiesto è la cultura/città d'arte.

Gli operatori contattati indicano una crescita media dell'8,2% delle vendite; Roma Firenze Venezia Napoli e alcune città minori sono le località più richieste.

Le prospettive per l'anno in corso sono positive e gli operatori si dichiarano ottimisti sul buon andamento della destinazione Italia.

### ***Svezia***

Il primo trimestre 2010 si presenta in termini sicuramente positivi in **Svezia** rispetto al medesimo periodo del 2009 che, secondo i dati TDB Resurs, ha segnato un decremento del 25 %, rispetto al primo trimestre 2008. Il buon andamento del 2010 riguarda sia il volume complessivo dell'outbound svedese che l'andamento del prodotto turistico italiano.

Ad oggi i grandi operatori della domanda organizzata svedese sono concordi nel registrare un aumento di turisti verso l'Italia in questi primi mesi dell'anno, attratti dal prodotto neve e dai city breaks. In crescita è anche il numero di prenotazioni per la stagione primaverile ed estiva e per i prodotti turistici mare e city breaks.

Le festività pasquali non costituiscono per gli svedesi un importante momento di viaggio all'estero poiché prediligono rimanere in patria con parenti ed amici o frequentare località sciistiche domestiche.

I flussi turistici diretti verso il nostro Paese si concentrano, in occasione della Pasqua, prevalentemente nelle grandi città d'arte, con una netta predilezione per Roma, e nelle località sciistiche alpine.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Per l'anno 2010 l'andamento del trend turistico verso l'Italia è positivo: tale crescita non è generata tanto dai tour operators che utilizzano voli charter, ma piuttosto da operatori che curano il prodotto self-catering destinato a turisti individuali che utilizzano compagnie low-cost.

La vacanza attiva/sportiva rappresenta ad oggi il segmento più richiesto, soprattutto tra gli ultracinquantenni (cicloturismo, hiking e trekking leggero).

### **Europa dell'Est**

La Pasqua non costituisce una festività in **Russia** e quindi non avrà effetti in termini di movimento turistico. Il mercato russo appare in netta ripresa nei primi mesi del 2010 come mostra anche l'incremento a due cifre del numero di visti rilasciati. I tour operators dell'*Advisory Committee* dell'ENIT di Mosca ritengono che, per effetto del recupero del rublo sull'euro e dell'apertura di uffici visti nelle più grandi città russe oltre Mosca e San Pietroburgo, la domanda di destinazioni turistiche italiane possa tornare ai livelli del 2008.

Positivo avvio di stagione in **Polonia** per la destinazione Italia: nei mesi di gennaio e febbraio la montagna ha rappresentato il prodotto turistico più richiesto (Alpi e Dolomiti in testa) insieme con il segmento dei city break. Le vendite presso gli operatori si sono mantenute generalmente stabili rispetto allo scorso anno, con alcune segnalazioni di crescita.

Il periodo pasquale, poiché rappresenta un periodo di alta stagione con conseguente lievitazione dei prezzi, non è determinante per i viaggi all'estero, mentre si prevede che sul finire del mese di aprile-ponte del 1° maggio vi sarà un buon inizio di stagione estiva. I T.O. contattati mostrano comunque un incremento delle vendite pari al 12,9% per le festività pasquali. Montagna e città d'arte si confermano i prodotti maggiormente richiesti.

Presso gli operatori turistici regna l'ottimismo per la stagione 2010: si registrano incrementi per le vendite di pacchetti nei mesi di giugno-agosto, anche grazie ad un buon andamento della moneta locale. I prodotti più richiesti sono i tour (anche combinati Italia/Grecia), le città d'arte ed i soggiorni al mare (bene la Sicilia, in calo le mete più tradizionali come Rimini).

Il primo trimestre 2010 ha visto un generale calo della domanda turistica nella **Repubblica Ceca** pari al 6%; con riferimento all'Italia i prodotti richiesti sono stati la montagna (località raggiungibili in automobile) e le città d'arte.

La Pasqua non costituisce un momento per viaggiare all'estero ed in generale le vendite per questo periodo segnano un decremento del 5%. Con riferimento all'Italia la domanda è pressoché stabile (+0,2% di vendite presso gli operatori contattati), anche se le prenotazioni all'ultimo momento potrebbero portare dei modesti incrementi.

La montagna e soprattutto i city breaks sono i prodotti maggiormente richiesti in questo periodo dell'anno insieme con alcune località balneari (Costa adriatica, località del Sud Italia).

Le prospettive dell'outgoing ceco per l'intero anno 2010 prevedono una stagnazione/riduzione del numero dei viaggi complessivi; avvantaggiata dalla vicinanza geografica, l'Italia dovrebbe registrare un modesto incremento di vendite.

Operatori soddisfatti in **Ungheria** per i primissimi mesi del 2010: al momento le vendite si mantengono stabili rispetto allo scorso anno e, nonostante non vi siano ancora numerose prenotazioni per la stagione estiva, si dichiarano ottimisti.





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Per la Pasqua i turisti ungheresi prediligono il turismo domestico e località estere raggiungibili soprattutto in pullman e auto. Con riferimento all'Italia le città d'arte e le località del Veneto saranno le destinazioni privilegiate; le vendite presso gli operatori contattati segnano un +11,1%. Per il 2010 l'outgoing ungherese segnerà un modesto decremento, condizionato pesantemente dalle condizioni economiche del Paese. L'Italia, grazie alla sua vicinanza e ad un'immagine consolidata, dovrebbe mantenersi stabile.

## America

Recenti sondaggi condotti negli **USA** mostrano una ritrovata tendenza ai viaggi verso l'Europa occidentale, con preferenza assoluta per la destinazione Italia. Si accentua la tendenza al booking on-line per acquistare i prodotti di maggior convenienza sotto il profilo del rapporto qualità-prezzo e gestire la spesa turistica con molta attenzione, ma resta solida, in particolare, la motivazione del turista americano verso prodotti FIT e *special interest*.

La Pasqua non rappresenta sul mercato statunitense occasione per soggiorni oltreoceano ma solo per viaggi brevi verso destinazioni interne o limitrofe. I T.O. contattati comunque mostrano un incremento delle vendite per l'Italia nel periodo pasquale per soggiorni all'insegna della cultura, della natura e dell'enogastronomia. Città d'arte, laghi del Nord, Toscana, Veneto, Sicilia e Costiera amalfitana rappresentano le destinazioni italiane più richieste.

Per il 2010 la US Travel Association dichiara che i cittadini americani riprenderanno a viaggiare oltreoceano, investendo in vacanze più lunghe. Anche i sondaggi condotti presso i maggiori operatori che vendono la destinazione Italia mostrano un buon incremento di partenze per il nostro Paese.

Chiari segnali di miglioramento emergono anche in **Canada** nei primi mesi del 2010 rispetto allo stesso periodo del 2009.

Si conferma il buon posizionamento della destinazione Italia nel panorama europeo; i turisti canadesi sono sempre attratti dal prodotto di qualità ma con una maggiore attenzione anche al rapporto qualità/prezzo ed alle occasioni di risparmio.

Come per il mercato statunitense, la Pasqua rappresenta anche in Canada un'occasione per viaggi brevi. Le vendite di pacchetti turistici per l'Italia sono comunque in crescita per questo periodo, anche grazie al turismo di ritorno, ed i T.O. contattati segnalano in media un +14,7%. Città d'arte e itinerari culturali ed all'insegna dell'*Italian lifestyle* sono i prodotti turistici più richiesti; Roma, Firenze, Venezia, Cinque Terre, Costiera amalfitana le destinazioni più gettonate.

Gli operatori sono ottimisti per la stagione 2010 e prevedono per l'Italia incrementi sostenuti; le offerte di viaggio per la nostra destinazione sono sempre più varie e numerose, all'insegna dell'autenticità e unicità.

L'avvio di stagione 2010 è stato positivo in **Brasile** con un buon andamento del turismo domestico – soprattutto per il segmento delle crociere – e delle partenze verso l'estero.

Le festività pasquali sono soprattutto occasione di viaggi brevi ma le vendite dell'Italia segnalate dai T.O. contattati segnano un consistente incremento pari al 33,1%; arte cultura e gastronomia i prodotti turistici maggiormente richiesti, Lazio, Toscana, Campania, Sicilia e Veneto le regioni più gettonate.

Le previsioni di crescita economica condizionano positivamente il settore turistico outgoing per il quale si prevedono incrementi fra il 15 ed il 20% (fonti Bratzoa e ABITO).



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

## Asia e Oceania

In lenta ripresa l'andamento turistico verso l'estero dal **Giappone** grazie alla riduzione degli oneri legati al *fuel surcharge* ed al rafforzamento dello Yen rispetto all'Euro; i pacchetti di tipo tradizionale sembrano però aver perso potere di attrazione mentre prodotti ed itinerari nuovi proposti dagli operatori attraggono maggiormente i turisti.

La Pasqua non rappresenta una festività in Giappone mentre la prima settimana di maggio costituisce la *Golden Week*, occasione per viaggi oltreoceano. Per questo periodo l'outgoing verso l'Europa si presenta in diminuzione rispetto allo stesso periodo del 2009 mentre per l'Italia si registra una certa stabilità. La cultura rappresenta il prodotto turistico italiano per eccellenza, Roma, Venezia, Milano, Napoli e la costiera, Toscana sono le località preferite.

Prosegue nel 2010 l'attività della JATA – Japan Association of Travel Agents – e del Governo a favore del turismo outgoing e mirata all'incremento del numero di detentori di passaporto. Secondo gli operatori, nell'anno in corso la tendenza a viaggiare all'estero, ed in particolare verso l'Europa, sarà in crescita.

Il mercato dell'outbound in **Cina** nel 2010 si presenta con primi risultati, e con prospettive di sviluppo, nettamente migliori rispetto a quelli registrati nel corso del 2009, che fino al mese di agosto è stato caratterizzato da una flessione dei viaggi lungo-raggio.

Dati confidenziali raccolti presso gli operatori sono molto positivi ed indicano, per i primi due mesi del 2010 (in particolare in occasione delle festività del Capodanno cinese) una crescita di viaggi all'estero compresa fra il 10 ed il 15%. In particolare, la crescita per l'Europa è stata del 5-6% e l'Italia appare fra le mete preferite, inserita sempre nei pacchetti multi-destinazione.

In generale, il mese di aprile rappresenta un periodo di bassa stagione e la Pasqua in Cina non costituisce una festività; di conseguenza i flussi turistici in uscita sono indubbiamente ridotti rispetto ad altri momenti dell'anno. Con riferimento comunque alle vendite di viaggi verso l'Italia per il periodo a ridosso della Pasqua, gli operatori contattati indicano in media un incremento del 4,3%; il prodotto turistico prescelto è quello delle grandi città d'arte.

Nel 2010, complice l'andamento economico generale favorevole e l'aumento dell'indice di confidenza dei consumatori, si prevede che i consumi turistici torneranno a crescere; di tale andamento beneficerà anche l'Italia.

Gli operatori turistici evidenziano l'ottima ripresa del mercato outbound dall'**India** ad inizio 2010, in particolare verso l'Europa che si conferma meta preferita. Il settore MICE soprattutto sta mostrando una crescita consistente e sono molti i gruppi già pianificati per l'altissima stagione indiana.

La Pasqua non rappresenta per gli indiani un periodo di particolare interesse per viaggiare, trattandosi di un paese a prevalenza induista e musulmana. La chiusura delle scuole e degli istituti superiori per l'estate indiana, tuttavia, fanno di aprile uno dei mesi più idonei per viaggiare, oltre a maggio e giugno, con i quali si fa sempre coincidere il periodo di altissima stagione.

Le vendite Italia per il periodo pasquale appaiono comunque in crescita; grandi città d'arte insieme con Capri e la Costiera Amalfitana sono le destinazioni più richieste.

Il 2010 sarà un anno estremamente importante per l'outbound sia in termini di incremento dei flussi turistici che di segmentazione del mercato grazie all'inserimento di nuovi prodotti, come neve ed enogastronomia, quasi assenti fino ad oggi.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

In **Corea** i flussi turistici in uscita risultano in forte ripresa rispetto allo scorso anno, con incrementi anche sostanziosi del 30-40% rispetto al 2009 in cui la crisi economica ha fortemente penalizzato i viaggi dei coreani all'estero.

La Pasqua non rappresenta una festività per i coreani ma il mese di aprile coincide con l'inizio dell'alta stagione; in particolare, i T.O. contattati segnalano un incremento di vendite elevato. Città d'arte, enogastronomia, itinerari religiosi, sono i segmenti turistici più apprezzati; Roma, Milano, Venezia, Firenze, Napoli e la costiera, Cinque Terre e località della Sicilia le destinazioni privilegiate.

A seguito della ripresa dell'economia nazionale, gli operatori turistici prevedono una ripresa consistente del settore dei viaggi all'estero.

In **Australia** l'avvio di stagione 2010 è stato positivo ed ha segnato, secondo gli operatori, un incremento del 10%.

I viaggi in occasione della Pasqua sono assenti dalla programmazione dei T.O..

Per la stagione turistica in generale, l'Italia fa registrare consistenti incrementi, anche del 50%; i flussi turistici in uscita dal Paese sono avvantaggiati dalla solida economia e dall'incremento del valore del dollaro australiano nei confronti dell'euro, nonché dalla riduzione del costo dei voli.

---

*Redatto il 24 marzo 2010 sulla base dei dati forniti dagli Uffici ENIT all'estero.*