

PASQUA 2013

A cura della Direzione Centrale Programmazione e Comunicazione

Il trend 2012 del turismo internazionale e le prospettive 2013

Nonostante la strisciante crisi economica, **nel corso del 2012 il turismo internazionale ha proseguito la sua crescita vigorosa** lasciandosi definitivamente alle spalle, per il terzo anno consecutivo, l'importante calo dei flussi registrato a livello mondiale nel 2009.

Secondo i dati dell'**Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT)**¹, **nel 2012 gli arrivi internazionali hanno varcato la soglia del miliardo** (1.035 milioni), con un **incremento del 3,8% rispetto al 2011** (39 milioni di turisti in più). Ciò ha consentito di registrare il **record storico di viaggiatori** in giro per il mondo.

Le **macro-aree mondiali** individuate dall'OMT **presentano però variazioni differenti**. Gli aumenti più rilevanti sono stati registrati dall'**Asia e Pacifico** (6,8%) e dall'**Africa** (6,3%); è da notare che il **Nord Africa** ha ripreso la propria capacità di attrazione turistica (+8,7%) dopo il crollo del 2011 (quando gli arrivi subirono una diminuzione del 9,1%). E' stato **positivo anche il trend dell'Europa, l'area più visitata del mondo** (circa 535 milioni di arrivi, pari al 51% del movimento globale); ha infatti **spuntato una crescita media del 3,3% negli arrivi** (circa 17 milioni di turisti in più), indubbiamente meno consistente rispetto all'ottima performance ottenuta nel 2011². Nell'ambito europeo, l'aumento degli arrivi è stato apprezzabile più nell'**Europa Centro-Orientale** (8,0%) che nell'**Europa Meridionale/Mediterranea** (2,0%). Se gli arrivi hanno retto bene anche nelle **Americhe** (+3,7%), ad abbassare il livello medio della crescita mondiale ha contribuito il **Medio Oriente** (variazione del -4,9%) dove il clima di instabilità politica frena il movimento turistico internazionale.

Le **prospettive 2013 del turismo internazionale rimangono improntate all'ottimismo**. L'OMT prevede infatti che **gli arrivi nel mondo continueranno a crescere del 3-4%**, con un ritmo quindi leggermente più moderato rispetto a quello registrato nel 2012.

L'andamento del turismo straniero in Italia nel 2012

Sebbene manchino ancora i dati Istat sui flussi dell'ultimo mese, si può affermare che **la stagione 2012 ha registrato un trend complessivamente basato sulla stabilità dei flussi turistici internazionali verso la destinazione Italia** rispetto al 2011.

¹ UNWTO *World Tourism Barometer* – vol. 11 – January 2013

² Si ricorda infatti che nel 2011 si è registrata una crescita del 6,1%: tale performance è stata in buona parte dovuta a fattori esogeni contingenti quali il "dirottamento", soprattutto nell'Europa Mediterranea, dei flussi turistici originariamente diretti verso i Paesi del Nord Africa e del Medio Oriente, destinazioni fortemente penalizzate nel turismo dalle turbolenze politiche della "Primavera araba".

Secondo i dati Istat del periodo gennaio-novembre 2012 i flussi stranieri evidenziano infatti una **leggera diminuzione dello 0,4% negli arrivi** (circa 185 mila arrivi in meno) e **dello 0,9% nelle presenze** (circa 1,6 milioni di presenze in meno) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente³.

L'andamento sostanzialmente stabile del nostro incoming 2012 è confermato anche dai dati della Banca d'Italia, disponibili per l'intero anno 2012: risulta infatti **lievemente aumentato solo il numero dei viaggiatori stranieri** (+0,7%, pari a circa 500 mila "arrivi" in più) **mentre è diminuito il numero dei pernottamenti** (-0,1%, pari a circa 327 mila "presenze" in meno) rispetto al 2011.

Decisamente più confortanti sono le cifre sugli introiti valutarie apportati dal turismo straniero: secondo i dati Banca d'Italia, nel 2012 il nostro Paese ha **incassato complessivamente poco più di 32 miliardi di euro, con un incremento del 3,8%** (circa 1,2 miliardi di euro in più) rispetto al 2011.

Sempre la Banca d'Italia ci consente di osservare **l'andamento delle entrate valutarie 2012 provenienti dalle varie macro-aree e più in dettaglio dai singoli mercati esteri**.

Rispetto al 2011, **le nostre entrate sono aumentate da quasi tutte le macro-aree dell'incoming**: Europa-UE (1,2%), Europa Extra-UE (10,3%), America (5,1%), Asia (14,7%), Oceania (7,4%). Calano invece solo le entrate dall'Africa (-13,7%).

Nel 2012 le entrate valutarie dall'Europa-UE, pari a circa 19 miliardi di euro (quota-parte del 59,6%, la più importante tra le macro-aree) **sono aumentate complessivamente di 225 milioni di euro**; nello specifico si riporta l'andamento dei principali mercati incoming:

- **la Germania** ha portato nelle nostre casse circa 5,3 miliardi di euro, con una variazione positiva del 2,2% (ovvero 112 mln in più);
- **la Francia** ha procurato circa 2,9 miliardi, con un aumento del 4% (114 mln in più);
- **il Regno Unito** ha apportato circa 2,5 miliardi, con un incremento del 15,6% (ben 333 mln in più).

Questi **risultati positivi compensano le minori entrate di numerosi altri Paesi UE**, tra questi si segnalano Spagna (-100 mln), Svezia (-91 mln), Grecia (-60 mln), Austria (-54 mln), Portogallo (-48 mln).

A dispetto delle difficoltà economiche che condizionano la propensione ai viaggi outbound dei turisti europei, **il mercato dei Paesi UE ha dimostrato complessivamente buone capacità di tenuta per la nostra destinazione**.

Le **entrate valutarie in Italia dall'Europa extra-UE** (circa 4,4 miliardi di euro, 13,6% del totale) **sono cresciute di 407 milioni**, imputabili per lo più alla **Russia**: 262 milioni in più, con un incremento di ben il 28,3% rispetto al 2011 (il mercato russo ha fatto incassare nel 2012 circa 1,2 miliardi di euro). Dal versante della **Svizzera** si è invece registrata una diminuzione delle entrate del 2,7% (con 55 mln in meno).

Per i **mercati di oltreoceano crescono le entrate valutarie provenienti soprattutto da USA** (+6,9%, pari a 232 mln in più), **Australia** (+11,1%, pari a 92 mln in più) e **Giappone** (+11,1%, 57 mln in più). E' da evidenziare la **marcata ripresa dei flussi turistici dal Giappone**, nostro secondo mercato incoming oltreoceano, che consente all'Italia di recuperare la repentina caduta dei flussi registrata nel 2011 (come conseguenza indiretta delle catastrofi ambientali di Fukushima).

³ I dati sui flussi turistici stranieri del 2012 "scontano" la crescita eccezionale della stagione 2011: si rammenta infatti che nell'intero anno 2011 l'Italia aveva registrato **3 milioni e 666 mila arrivi in più**, con un incremento di ben l'8,4% e **11 milioni e 270 mila presenze in più**, con un incremento del 6,8%, rispetto al 2010.

Le vendite estere della destinazione Italia per la Pasqua e la Primavera 2013

Sul fronte del turismo organizzato, ENIT-Agenzia, avvalendosi della propria rete estera, ha condotto il consueto Monitoraggio presso i principali Tour Operator dei mercati europei e di oltreoceano⁴. L'indagine intende fornire indicazioni sull'andamento delle vendite della destinazione Italia per la **Pasqua 2013** e per la **Primavera 2013** (aprile e maggio).

Di seguito sono presentate le principali risultanze emerse dall'analisi.

Vendite della destinazione Italia - Pasqua 2013

Per la Pasqua 2013, la maggior parte dei TO sono soddisfatti delle vendite per la destinazione Italia; tra gli andamenti riscontrati prevale quello "stabile". Più in dettaglio:

- Il **55,6% dei TO intervistati ha registrato stabilità nelle vendite**, rispetto allo stesso periodo pasquale dello scorso anno; il **26,1% ha indicato un incremento** mentre il restante **18,3% ha riscontrato una diminuzione**. Gli andamenti "stabili" e "in incremento" sono stati pertanto indicati dall'**81,7% dei TO** intervistati;



Fonte: dati ed elaborazioni ENIT

- **Tra TO europei e di oltreoceano non si rilevano differenze significative nell'andamento delle rispettive vendite.**

Gli effetti della crisi economica che investe molti Paesi europei hanno frenato in parte le prenotazioni per la Pasqua 2013; occorre altresì rilevare che **quest'anno la Pasqua è bassa** e quindi molto vicina al periodo appena trascorso delle vacanze invernali. Molta fiducia è comunque riposta nelle prenotazioni last minute che caratterizzano in modo particolare la clientela europea. Nei Paesi oltreoceano invece la Pasqua non è quasi mai una ricorrenza religiosa a cui sono associate ferie lavorative sufficientemente lunghe da generare massicci spostamenti di lungo raggio.

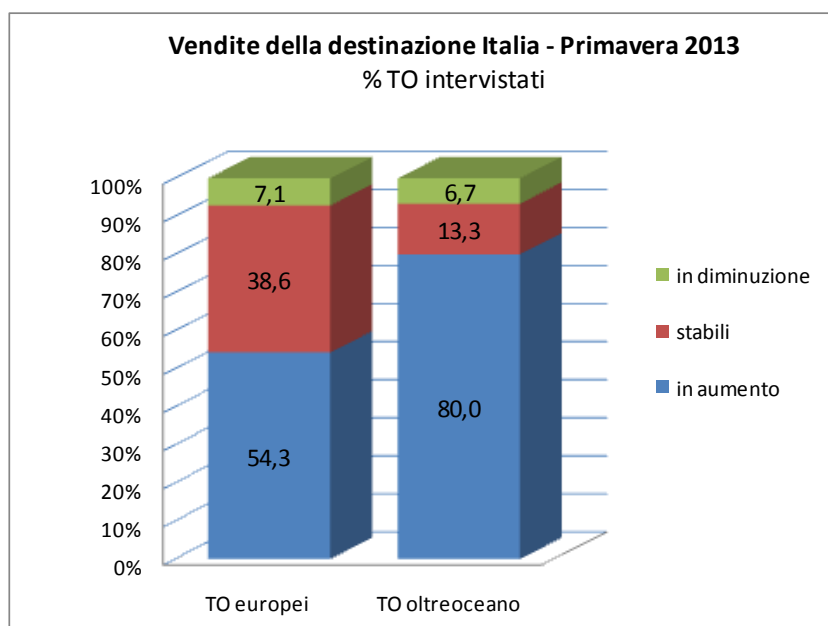
⁴ Sono stati intervistati 115 TO, di cui 70 europei e 45 di oltreoceano.

Il periodo pasquale rappresenta per numerosi mercati, soprattutto di oltreoceano, l'avvio dell'alta stagione per i viaggi in Italia, motivati principalmente dalla scoperta delle città d'arte e più in generale del patrimonio culturale. Ciò trova riscontro nelle indicazioni sull'andamento del periodo aprile-maggio.

Vendite della destinazione Italia - Primavera 2013 (aprile-maggio)

Per la Primavera 2013, la maggior parte dei TO sono ancor più soddisfatti delle vendite; domina infatti l'andamento "in incremento". Più in dettaglio:

- Il **64,3%** dell'insieme dei TO intervistati ha registrato un **incremento nelle vendite**, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno; il **28,7%** ha indicato una **stabilità** mentre solo il **7%** ha riscontrato una **diminuzione**. Gli andamenti "stabili" e "in incremento" sono stati quindi dichiarati dal **93%** dei TO;
- L'incremento delle vendite è stato indicato più diffusamente dagli operatori dei mercati **oltreoceano** (80% di essi) rispetto a quelli dei mercati europei (54,3%), come si evince dal grafico seguente:



Fonte: dati ed elaborazioni ENIT

Linee di tendenza di carattere qualitativo

Dall'analisi dei diversi mercati esteri emergono indicazioni di tipo qualitativo che mettono in luce sia fatti contingenti, sia trend che assumono forma più strutturata di lungo periodo.

1. Si prevede nei prossimi mesi un notevole incremento dei soggiorni a **Roma** grazie all'elezione del nuovo Pontefice (consolidando in tal modo il boom turistico della Capitale negli ultimi anni);
2. Si rafforza il ruolo di **attrattore culturale** delle **grandi Città d'arte** Roma, Venezia, Firenze, Milano e degli *highlight* come **Costa Amalfitana, Cinque Terre, Lago di Garda**;
3. Aumenta costantemente l'interesse per la scoperta delle **Città d'arte "minori"**, le **regioni del Mezzogiorno** e le **Isole**, soprattutto presso i turisti *repeater*;

4. Cresce l'apprezzamento per le proposte di vacanza legate all'**enogastronomia**, al **wellness** e alle **vacanze attive**;
5. Sono sempre più richiesti i **pacchetti all inclusive**, anche da parte dei clienti europei toccati dalla crisi economica;
6. Aumenta il numero dei viaggi **short break** approfittando soprattutto dei voli low cost, ciò che soddisfa l'esigenza di "fare più vacanze anche se brevi" nell'arco dell'anno;
7. Si intensificano i **collegamenti aerei charter, low cost e di linea** tra i mercati della domanda e le città/località italiane (ad esempio da Spagna, Germania, Scandinavia, Russia, Brasile, Australia);
8. Si affina la politica commerciale dei TO tramite proposte convenienti che vanno dall'**early booking** al **last minute** per soddisfare quella parte di clientela sempre più attenta al fattore prezzo;
9. Sempre più turisti organizzano autonomamente le proprie vacanze su **Internet**⁵ prenotando voli e strutture ricettive direttamente dai siti web, portali o tramite **Online Travel Agencies**⁶ (OTA).

⁵ Nel mercato alberghiero statunitense, le vendite online rappresentano oltre il 50% dei ricavi totali di un hotel – in Europa la quota si attesta sul 35% (Fonte: The hospitality partner / Magazine -1° marzo 2013).

⁶ Le "Big Seven" Online Travel Agencies sono: *Expedia, Hotels.com, Orbitz, Cheaptickets, Travelocity, Priceline e Hotwire*.

Focus sui mercati esteri

Europa

Area tedesca e Benelux

Germania

In Germania, il rallentamento dell'economia con una crescita del PIL stimata per il 2013 intorno allo 0,7% non sembra incidere sull'indice di fiducia dei consumatori tedeschi: per il 2013 le previsioni sono rosee con un aumento stimato del 3% delle entrate disponibili e un conseguente leggero sviluppo dei consumi interni. L'aumento di disponibilità di reddito si riflette direttamente sui consumi turistici: la vacanza continua ad essere per i tedeschi una delle principali voci di spesa.

Per il periodo di **Pasqua quasi tutti gli operatori tedeschi intervistati sono soddisfatti dell'andamento delle prenotazioni**. Fra questi *TUI* sta registrando leggeri cali mentre *Dertour* conferma un andamento stabile rispetto alla Pasqua precedente⁷. Il TO *FTI Touristik*, invece, riferisce un incremento delle vendite, soprattutto per le numerose richieste per la Sicilia dove tanti alberghi si sono attrezzati per l'apertura anticipata della stagione. Anche *Rewe* registra un andamento positivo, specie per la montagna in Alto Adige e per il Lago di Garda.

Per quanto riguarda la **stagione primaverile, ad essere soddisfatti delle vendite sono invece tutti gli operatori intervistati**. *TUI* ha prenotazioni stabili con richieste rivolte soprattutto per Alto Adige, Sicilia e Sardegna, mentre tra le città d'arte risulta Roma in primis; *Dertour* registra un aumento a due cifre di prenotazioni, sia per il Lago di Garda, in cima alle richieste, sia per le città d'arte Roma, Venezia e Firenze e sia infine per Golfo di Napoli e Sardegna che registrano sempre più buoni risultati. Stabili sono le prenotazioni di *FTI Touristik* con soggiorni venduti soprattutto in Alto Adige (specie dalla Baviera), facilmente raggiungibili con i propri mezzi. Per *Rewe* gli aumenti sono a due cifre: le mete più prenotate sono ancora il Lago di Garda, ma anche Ischia e l'Adriatico Settentrionale. Anche il TO *Olimar* ha registrato un aumento importante (18%) delle prenotazioni con richieste per Toscana, Liguria, Sardegna e Piemonte e con l'inserimento per la prima volta delle Marche. Per le festività pasquali così come per i mesi primaverili, i pacchetti più richiesti sono voli charter e viaggi individuali. Secondo gli operatori contattati, resta costante il trend dell'*early booking* per approfittare degli sconti.

Come competitor, vista la Pasqua anticipata, esiste una richiesta relativamente forte per mete dal clima caldo, come Spagna e Turchia. A queste, per la primavera, si aggiungono Croazia e Grecia (quest'ultima registra buoni risultati forse grazie ai prezzi relativamente bassi).

Per il 2013, tra i fattori che potranno ulteriormente stimolare i flussi tedeschi verso l'Italia vi sono gli eventi legati ai 100 anni dell'Arena di Verona e al Bicentenario di Giuseppe Verdi nonché l'apertura di nuovi collegamenti aerei⁸.

Un target molto interessante è la Terza Età: 15,3 milioni di turisti tedeschi over55 intraprendono 2-3 viaggi all'anno e molti di loro hanno l'intenzione di intraprendere un viaggio proprio in Italia⁹. Molto richiesti sono gli *short break* a Milano, Firenze e Roma per lo shopping e la cultura.

⁷ Questi operatori rilevano come criticità la mancata apertura di molti alberghi dovuta al fatto che quest'anno la Pasqua è bassa.

⁸ Da parte di *AirDolomiti* nuovi collegamenti da Monaco di Baviera su **Firenze, Venezia, Bari e Verona**, e da Francoforte su **Bergamo**. Anche *Germanwings* inaugura a maggio un nuovo volo da Stoccarda su **Brindisi**.

⁹ Fonte: studio della nota società di ricerca *FUR*.

Austria

L'anno scorso l'economia austriaca ha mostrato di essere solida con una crescita del PIL dello 0,9% ed un aumento del PIL pro-capite che ha raggiunto 46.330 \$; per il 2013 è previsto un incremento¹⁰ del PIL dell'1%. Anche i dati sul mercato del lavoro si presentano confortanti: il tasso di disoccupazione al 4,3% (a dicembre 2012) è il più basso a livello europeo¹¹. Il buono stato di salute dell'economia si riflette positivamente sul numero di viaggi che nel 2012 è cresciuto complessivamente¹² del 9,8% rispetto all'anno precedente.

Secondo quanto emerso dalle interviste ai principali TO, tra cui *Terra Reisen/ TUI Austria, Prima Reisen, FTI Touristik, Dertour, Thomas Cook AG, Eurotours*, il **periodo pasquale sta facendo registrare un discreto numero di prenotazioni, con un leggero aumento**. Con la Pasqua bassa, i pacchetti più venduti sono i viaggi individuali nelle Città d'arte (soprattutto Roma) e nel Nord Italia, facilmente raggiungibili in auto.

Anche **per il periodo primaverile si sta registrando un buon aumento di prenotazioni** per l'Italia. I viaggi nel Bel Paese saranno favoriti dalle festività che cadono a maggio, come l'Ascensione, la Pentecoste e il Corpus Domini (consentono di organizzare una settimana di vacanza aggiungendo pochi giorni di ferie). I flussi turistici saranno diretti sia verso le mete di prossimità, storicamente molto apprezzate dagli austriaci, come i lidi di Friuli Venezia Giulia, il Veneto e l'Emilia Romagna, sia verso il Sud Italia dove si potrà godere già di un clima gradevole.

Una nota molto positiva arriva anche dai bus operator che offrono tour attraverso le regioni italiane: è discreto il successo per i tour che consentono di scoprire le Città d'arte "minori" in Toscana, Veneto, Lombardia e Liguria (tra le città, Verona, Vicenza, Mantova, San Gimignano).

La formula "volo e soggiorno", soprattutto nelle regioni del Sud Italia, sta registrando ottimi aumenti delle prenotazioni. Grazie ai voli charter su diversi aeroporti delle regioni meridionali, stanno riscuotendo un notevole successo i tour in Sardegna, Sicilia, Calabria e Puglia; secondo *Neckermann Reisen* i pacchetti con voli su Catania hanno registrato un incremento (+21%) e su Lamezia Terme (+52,3%). Anche il TO *Highlife Reisen*, specializzato sulla Sardegna, sta registrando un aumento di vendite (+20%) rispetto allo scorso anno. Infine, sia a Pasqua che nei mesi di aprile-maggio si sta verificando un boom di prenotazioni per le crociere nel Mediterraneo che toccano porti e città italiane.

Per la primavera, fra i competitor va molto bene la Spagna, specie le Canarie per i viaggi balneari (circa +10%). Molto gettonate sono le visite nelle capitali europee: Barcellona, Parigi, Londra, Berlino, Praga e Budapest.

Tra i fattori che potranno stimolare i viaggi in Italia vi sono i nuovi voli charter verso il Sud Italia. Soprattutto sulla Puglia punteranno i TO *Prima Reisen* e *Senioren Reisen*¹³. Il TO *Raiffeisen Reisen* punta invece sulla Riviera Ligure e per la destagionalizzazione ha programmato un nuovo volo charter settimanale anche nel periodo settembre-ottobre 2013.

Molti TO austriaci stanno adottando politiche tariffarie che incentivano i viaggi per l'Italia con promozioni vantaggiose: *REWE Touristik (Jahn Reisen e ITS Billa Reisen)* ha abbassato i prezzi in catalogo per l'Italia del 5% rispetto al 2012. Il TO *Terra Reisen* ha invece inserito 75 nuove strutture ricettive nel catalogo "Italien 2013".

¹⁰ Fonte: FMI (Fondo Monetario Internazionale).

¹¹ Seguono i tassi bassi di Lussemburgo (5,3%) e Olanda (5,8%); in Europa il tasso di disoccupazione è mediamente del 10,7%. (fonte: Eurostat).

¹² Comprende i viaggi sia inbound che outbound; fonte: Statistik Austria (Ufficio di Statistica Austriaco).

¹³ Per il TO *Prima Reisen* è previsto un nuovo volo charter settimanale su **Bari** da Vienna, Linz, Salisburgo e Graz nel periodo aprile-maggio; per *Senioren Reisen*, operatore specializzato in viaggi per *best ager*, un nuovo volo charter settimanale su **Taranto** da Vienna, Linz e Klagenfurt.

Svizzera

Nel 2012 la difficile congiuntura internazionale ha avuto ripercussioni negative sull'economia svizzera, sia sul fronte delle esportazioni che sul lato occupazionale. In generale, tuttavia, il Paese ha continuato a beneficiare di una solida economia interna, fondata sulla tenuta dei consumi e sul basso tasso di disoccupazione, che ha consentito di mantenere un lieve incremento del PIL. Le stime per il 2013 rimangono lievemente positive, con una crescita del PIL pari a +1,3%, soprattutto in virtù del miglioramento del clima di fiducia dei consumatori. Grazie alla capacità di spesa superiore alla media europea, con un PIL pro-capite pari a 80.112 \$, l'economia svizzera è sostenuta dai consumi privati ed i settori del tempo libero e del turismo beneficiano di tale disponibilità di spesa. La maggioranza della popolazione (85,1%) intraprende almeno un viaggio all'anno.

Dalle interviste condotte presso i principali TO svizzeri che commercializzano l'Italia, tra cui *Kuoni*, *Hotelplan*, *TUI*, *FTI*, *Geo Decouverte*, è emerso un **trend delle vendite generalmente stabile** rispetto allo scorso anno, con la registrazione di un buon incremento delle vendite per alcune tipologie di prodotto, quali le città d'arte minori e quelle "classiche", cui seguono i circuiti eno-gastronomici. Le tipologie di pacchetti vacanza più richiesti sono quelli con volo e soggiorno, viaggi "su misura" ed individuali. Tra le destinazioni preferite, si segnalano il Lago di Garda, Sicilia, Campania, Toscana, oltre alle consuete città di Roma, Venezia, Firenze, Milano. Il fatto che quest'anno la Pasqua cada molto presto rappresenta uno svantaggio per le destinazioni del Mediterraneo in quanto i turisti si orientano verso mete più calde quali Caraibi, Mar Rosso, Canarie e mete oltreoceano.

L'andamento delle vendite è stabile ed in alcuni casi in crescita anche per tutto il periodo primaverile, come hanno dichiarato i TO interpellati. In merito alla tipologia di prodotto, troviamo al primo posto sempre le città d'arte, sia classiche che minori. In particolare Roma e dintorni e Venezia hanno registrato un consistente incremento di richieste. Apprezzati i circuiti eno-gastronomici ed il wellness. Le regioni maggiormente richieste sono Sicilia, Puglia, Toscana, Campania, Lago di Garda e Alto Adige per il wellness. Buon andamento per il settore delle crociere, in modo particolare nel mediterraneo (+8%).

Secondo le opinioni emerse dai TO e dai vari contatti nelle recenti fiere del turismo in Svizzera, il periodo pasquale e primaverile registra prenotazioni principalmente verso Spagna (Canarie), Turchia, Grecia, Egitto e Francia, oltre a mete calde oltreoceano. In particolare, la Francia per la cultura e gli itinerari, la Spagna per alcune città, l'entroterra e le escursioni, vacanze natura, vacanze attive. Gli operatori segnalano un trend positivo per Turchia, che si presenta presso gli svizzeri anche come una destinazione a forte potenziale golfistico (sport molto praticato dagli svizzeri) e culturale, grazie al ricco patrimonio storico e folcloristico, oltre a Grecia ed Egitto.

Per i prossimi mesi numerose compagnie aeree hanno lanciato nuovi voli verso varie destinazioni italiane. Il richiamo dell'arte e della cultura italiana sono motivazioni predominanti per i turisti svizzeri, ad esse si aggiungono il desiderio di conoscere mete nuove e proposte diversificate di intrattenimento.

Belgio

Il 2013 non sarà un anno facile per la situazione economica belga dove la crescita del PIL è stimata allo 0,2%; si va inoltre incontro alla continua perdita di posti di lavoro (15.000 posti previsti 2013 che si aggiungono ai 4.600 persi nel 2012) con conseguente incremento del tasso di disoccupazione.

Ciò nonostante, grazie all'elevato tenore di vita e alle condizioni climatiche non sempre favorevoli, i belgi hanno un'alta propensione ai viaggi all'estero: nel 2011 hanno infatti trascorso all'estero 15,1 milioni di vacanze¹⁴, avendo come principale destinazione l'Europa (13,4 milioni di vacanze). Si registra comunque un

¹⁴ Fonte: dati Statbel (Istituto belga statistiche).

calo rispetto al 2010, soprattutto per l'Europa (-7,6%). L'Italia si conferma al 3° posto della graduatoria delle destinazioni europee, dopo Francia e Spagna.

Per le vacanze di Pasqua e quelle primaverili gli operatori intervistati si ritengono abbastanza soddisfatti delle vendite: tra questi il TO *Caractère* (solo a maggio +70% rispetto a maggio scorso); il TO *Emozioni* (crescita del 30% per la primavera); in crescita anche le vendite registrate dal TO *Thomas Cook*. In leggera flessione invece il TO *Jetair*.

L'aumento delle prenotazioni¹⁵ per l'Italia (+4%) sono confermate anche da *ABTO* (*Association of Belgian Tour Operator*). Il buon andamento della nostra destinazione nel mercato belga trova inoltre conferma nella crescita costante del numero di passeggeri diretti in Italia con voli sia di linea che low cost¹⁶. I prodotti più richiesti sono sempre le Città d'arte (Roma, Bologna e Venezia), la gastronomia, il mare, i laghi. Le regioni preferite Sicilia (buon mix di bel tempo, cultura, mare, enogastronomia, etc.), Toscana, Sardegna (+91% i voli per Olbia), Puglia, Campania; come novità dell'anno, il TO *Emozioni* programmerà l'Abruzzo.

A livello di competitor, secondo i dati sulle prenotazioni a gennaio 2013 forniti da *ABTO* sono in aumento Francia, Grecia, Egitto e Turchia mentre calano Portogallo, Spagna e Tunisia.

Paesi Bassi

Le previsioni per l'economia olandese sono poco ottimistiche: la continua decrescita dei consumi unitamente alla diminuzione degli investimenti costituiscono le cause principali del cattivo andamento economico del Paese. Un debole mercato del lavoro e una lenta crescita dei salari nominali hanno indebolito il reddito disponibile e i consumatori tendono a limitare le spese con una conseguente contrazione dei consumi privati, che incide anche su quelli turistici.

Il periodo pasquale non riveste molta importanza per il movimento turistico olandese verso l'Italia, visto che non ci sono neanche ferie scolastiche.

Per il periodo primaverile invece gli operatori contattati sono abbastanza soddisfatti delle vendite: mentre i TO *Thomas Cook NL* e *TUI NL* confermano un andamento stabile rispetto all'anno precedente, l'operatore *OAD* registra un aumento di circa il 5%. Quale destinazione preferita dai turisti olandesi si conferma anche quest'anno il Lago di Garda. Le città d'arte non sembrano particolarmente richieste dai clienti di *Thomas Cook*, mentre i clienti di *TUI* prediligono soprattutto Roma. Le regioni Sicilia, Sardegna e Toscana sono le destinazioni più richieste dai clienti di *OAD*. Presso *Thomas Cook* e *TUI* le prenotazioni sono state effettuate con anticipo per usufruire degli sconti dell'*early booking*; al contrario, le prenotazioni presso *OAD* vengono effettuate tendenzialmente all'ultimo momento (rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso), forse per motivi di preoccupazione sulla stabilità dell'euro.

Per la primavera 2013, secondo gli operatori contattati, Francia, Spagna e Turchia sono i nostri principali paesi competitor.

Regno Unito

A cinque anni dalla crisi del 2008 la situazione economica del Regno Unito continua a restare molto incerta e si rincorre affannosamente la ripresa; l'economia britannica ha infatti chiuso il 2012 con una leggera crescita del PIL pari allo 0,2%. Per il 2013 la *Bank of England* ha tagliato le previsioni di crescita portandola da quasi il 2% all'1%. L'inflazione annuale è scesa al 2,8% mentre il tasso di disoccupazione è rimasto elevato all'8%. La *Bank of England* ha lasciato inalterato il tasso di sconto allo 0,5%.

¹⁵ Si tratta di prenotazioni registrate nel mese di gennaio 2013 che non consentono di definire il periodo effettivo di partenza.

¹⁶ Nel corso del 2012 l'aeroporto di Charleroi (low cost) ha registrato un incremento dei passeggeri sui voli per l'Italia del 3,82% rispetto al 2011.

Per il periodo pasquale l'indagine presso i TO ha evidenziato un andamento discordante nelle vendite per l'Italia. Per gli appartamenti e le ville in affitto il TO *Cottages to Castles* indica una flessione del 15% mentre l'operatore *To Tuscany* registra un +20%. Per il prodotto neve l'operatore *TUI SKI* segnala ugualmente una contrazione del 5%, anche se rimane fiducioso nelle prenotazioni last minute. Le vendite del TO *Italian Connection* risultano stabili, mentre *Thomson-TUI* registra una lieve diminuzione dell'1%. Il TO *Cresta*, specializzato nel prodotto città d'arte, evidenzia un andamento in crescita. Tra i prodotti turistici, vanno per la maggiore le grandi Città d'arte, seguite da Città d'arte "minori", laghi e zone rurali.

La durata media dei pacchetti è di una settimana, ma gli short break rimangono popolari. I pacchetti su misura sono i più richiesti e le destinazioni di interesse sono soprattutto Toscana (Valle del Chianti, Siena, Montepulciano, Firenze), Umbria (Trasimeno), Campania (Costiera Amalfitana), Sicilia e Lombardia.

Per i mesi di aprile e maggio gli operatori contattati stimano un andamento stabile per l'Italia: tra questi emerge *Thomson-TUI* che registra un incremento delle vendite del 3%.

In generale, diversi fattori tengono un po' frenate le prenotazioni: il calo della sterlina rispetto all'euro, la situazione economica interna ancora incerta, l'offerta di vacanze a prezzi più vantaggiosi da parte di paesi concorrenti. I britannici continueranno a cercare proposte con un buon rapporto qualità/prezzo e tenderanno a prenotare in anticipo per garantirsi offerte più vantaggiose.

Anche per la primavera, le città d'arte risultano in testa alle preferenze; seguono laghi e località di mare ma anche parchi naturali. I pacchetti su misura vanno per la maggiore a testimonianza di una domanda sempre più esigente e alla ricerca di prodotti specifici. Le regioni più richieste sono Toscana e Campania, seguite da Umbria, Puglia, Lazio e Veneto; tra le località più gettonate compaiono Roma, Venezia, Firenze, Sorrento, i laghi di Garda, Trasimeno e Como. Le destinazioni concorrenti per l'Italia rimangono soprattutto quelle mediterranee come Spagna, Francia, Portogallo, Grecia, Turchia e Malta (ritenute da alcuni TO maggiormente competitive sui prezzi e quindi molto appetibili per la classe media britannica). Si segnala che per l'Italia esiste ancora una carenza di pacchetti all inclusive in grado di soddisfare appieno le esigenze dei turisti britannici.

L'aumento dell'Air Passenger Duty del 2,5% che decorrerà dal prossimo aprile creerà maggiori difficoltà nella vendita delle destinazioni a lungo raggio, ciò che potrebbe invece favorire le mete europee tra cui l'Italia. Secondo il report "*ABTA trends 2013*" le tendenze segnalate dai TO sono le vacanze su misura e le vacanze multi-destinazione che consentono di combinare soggiorni in più località.

Francia

Nel 2012 la crescita economica della Francia è stata inferiore¹⁷ a quella attesa e quest'anno il PIL dovrebbe aumentare di appena lo 0,3%. Sempre lo scorso anno, si è registrata una riduzione dei consumi (-0,2%) come riflesso dell'attuale fase economica recessiva; il tasso d'inflazione, attestato intorno al 2% nel 2012, dovrebbe scendere nel corso dell'anno all'1,6% mentre il tasso di disoccupazione rimarrà ancora elevato¹⁸ attorno al 10,4%. Nonostante la congiuntura economica negativa, i **francesi non sembrano voler rinunciare alle vacanze primaverili**; si tratta di un periodo turisticamente importante per gli operatori, soprattutto per quanto riguarda il target delle famiglie con bambini. Le vacanze scolastiche pasquali in Francia - cosiddette "vacanze primaverili" - non coincidono con i giorni della Pasqua, e quest'anno sono state fissate dal 14 aprile al 12 maggio¹⁹.

Per la Pasqua i francesi tendono a non partire all'estero. Invece, secondo l'analisi del settore e le valutazioni di TO rappresentativi per la destinazione Italia si registra **un andamento positivo delle prenotazioni per aprile-maggio**, in particolare dai TO *Repartir* (+50%), *Chemins du Sud* (+15%) per le regioni

¹⁷ Fonte: dati INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques).

¹⁸ Fonte: dati EIU (Economy Intelligence Unit).

¹⁹ Secondo il calendario seguente: per la zona A (Lione, Tolosa, Rennes...) dal 14 al 28 aprile, la zona B (Marsiglia, Lilla, Nizza...) dal 20 aprile al 5 maggio e la zona C (Parigi, Bordeaux, Versailles...) dal 27 aprile al 12 maggio).

Campania, Toscana, Puglia, Umbria e la regione dei Laghi; in crescita pure il player *Odigeo*²⁰ (+5%) soprattutto per il Lazio, Veneto e Lombardia. La tipologia dei viaggi è soprattutto quella a forfait e all inclusive e quella dei viaggi di gruppo. I prodotti più venduti sono Laghi, grandi Città d'arte e Montagna. L'andamento risulta, invece, stabile per il TO *Mondes et Merveilles* che punta soprattutto sulle grandi Città d'arte, Natura e Parchi, con viaggi a forfait, viaggi in pullman e viaggi individuali. Le principali destinazioni richieste sono Toscana, Sardegna e Sicilia. Il turismo verso l'Italia è prevalentemente individuale, a differenza dell'outbound verso la Spagna, principale competitor dell'Italia, che si organizza in prevalenza tramite l'intermediazione di un TO. Nel periodo primaverile, a livello di Paesi competitor, la maggior parte di TO intervistati vende soprattutto Irlanda, Spagna, Portogallo, Grecia, Germania per il corto-medio raggio e Messico, Giappone, USA per il lungo raggio.

Tra le più importanti novità sul mercato delle vacanze, si segnalano la riapertura della linea ferroviaria Parigi-Roma con *Thello*, il lancio della nuova compagnia low cost *HOP* di *Air France* con vari collegamenti verso l'Italia, la vendita del TO *Donatello* (principale TO sulla destinazione Italia) e la fusione di *TUI Nouvelles-Frontières* con *Marmara*. Tra le abitudini del turista francese continua a crescere l'e-tourism che ha segnato un +10% nel 2012, con previsione di un ulteriore +7% per il 2013.

Penisola iberica

Spagna

La situazione economica e sociale in Spagna resta ancora piuttosto difficile: il 2012 si è chiuso con un calo del PIL dell'1,4% e un tasso di disoccupazione del 26%. Quest'anno si prevede che l'economia continui la fase di recessione, anche se in lieve attenuazione (il governo prevede una caduta del PIL pari allo 0,5%). Inoltre, il clima di incertezza, la diminuzione del potere d'acquisto delle famiglie e i bassi livelli di fiducia, non supportano in questo periodo la ripresa della domanda turistica. Anche le Associazioni di Agenzie di viaggio e i principali TO affermano che il **settore delle vacanze vive ancora una situazione di stallo**; di recente è stato toccato da turbolenze nel mondo delle imprese con il fallimento di *Orizonia*, il secondo gruppo turistico più importante in Spagna, e i frequenti scioperi del personale della compagnia di bandiera *Iberia*.

Per la vendita della destinazione Italia in occasione delle **festività pasquali**, i più importanti **TO si mantengono molto cauti nelle loro previsioni**; gli spagnoli tendono infatti a prenotare sempre più a ridosso delle date di partenza. I TO *Tourmundial-Viajes el Corte Inglés*, *Travelplan*, *Politours*, *Panavisión*, *Carta Italia* **auspicano che le prenotazioni per l'Italia si mantengano stabili per il periodo di Pasqua**. I pacchetti venduti per questo periodo sono incentrati sul turismo culturale e religioso nelle grandi Città d'arte quali Roma, Firenze e Venezia ed altre Città d'arte minori come Bologna, Napoli e Verona²¹. In particolare, gli operatori si attendono un'importante crescita delle vendite per Roma grazie all'elezione del nuovo Papa.

Tra le regioni richieste spiccano anche Toscana e Sicilia. La tipologia dei pacchetti include circuiti con pullman, pacchetti all inclusive e pacchetti su misura. La durata dei soggiorni sarà mediamente 4/5 giorni.

Per il periodo aprile-maggio, i TO contattati si mantengono ugualmente prudenti nelle previsioni (i cataloghi sono stati pubblicati da poco e, tra l'altro, è difficile fare previsioni sulla stagione perché è cambiato il modo di prenotare: last minute e su Internet). Per spingere la domanda, i grossi operatori stanno lanciando numerose offerte 2x1 ed altre tipologie di sconti *early booking*.

²⁰ *Opodo, Go Voyages, edreams*.

²¹ I TO lamentano come criticità le tasse di soggiorno e quelle di ingresso coi pullman nelle città.

Sia per Pasqua che per la primavera, come competitor, gli operatori prevedono una canalizzazione della domanda verso le capitali europee, servite da numerose rotte low cost, ma soprattutto verso destinazioni nazionali: negli ultimi anni, infatti, le Isole Canarie e le Baleari sono state mete importanti anche per gli stessi spagnoli. Per quanto riguarda il turismo all'estero, città come Parigi, Londra, Berlino si confermano come le mete preferite dagli spagnoli per il periodo primaverile. Altre destinazioni gettonate sono Praga, Dubrovnik (considerata molto di moda), Amsterdam e New York.

Tra le novità di mercato suscettibili di favorire i flussi verso l'Italia figurano l'apertura di nuovi collegamenti aerei²²; da segnalare l'incremento degli acquisti last minute (più del 60% dei turisti prenota una settimana prima della partenza) e via internet (voli low cost, agenzie online, prenotazioni dirette).

Portogallo

Con un PIL del -3%, il 2012 è stato fortemente negativo per l'economia del Paese: le misure di austerità adottate dal Governo nel 2011 non sono riuscite a produrre i risultati sperati in termini di riduzione del deficit. Quest'anno il PIL sarà ancora di segno negativo (-1,9%) e si prevede che la ripresa economica possa arrivare solo dal 2014. A dispetto di ciò, il comparto turistico dimostra di riuscire a tenere: il saldo della bilancia turistica è cresciuto del 9,4% rispetto al 2011, arrivando a 5,7 milioni di euro. La spesa dei turisti portoghesi all'estero si è attestata a 2,95 milioni di euro, confermando le cifre del 2011, anno del record assoluto.

Per la Pasqua 2013, la maggior parte degli operatori interpellati riferiscono di aver raggiunto **risultati leggermente inferiori** a quelli del 2012, in particolare i TO *Nortravel*, *Abreu* e *Lusanova* (calo del 5%). Il TO *Pinto Lopes* ha invece registrato un andamento stabile. Gli operatori ritengono comunque di poter recuperare il volume di vendite, considerato che i portoghesi sono soliti prenotare all'ultimo momento. Per *Abreu* i pacchetti più venduti sono prevalentemente all inclusive da catalogo della durata media di 3 giorni, *Nortravel* indica i pacchetti tour con pullman di 1 settimana, *Lusanova* i pacchetti per gruppi mediamente di 4 giorni. Come località più gettonate vengono indicate Roma, Firenze, Venezia, Milano e Costa Amalfitana. I competitor per la Pasqua saranno Spagna (per via anche della prossimità), Croazia, Marocco (entrambi competitivi sui prezzi) e Dubai (da Lisbona voli diretti *Emirates*).

Per i mesi aprile-maggio, i TO *Nortravel*, *Abreu* e *Pinto Lopes* registrano per lo più un andamento stabile delle vendite; il TO *Lusanova* indica invece un incremento delle prenotazioni (+5% grazie ai circuiti per gruppi "*Italia Sole Mio*"). Le località preferite sono le stesse del periodo pasquale. Anche la concorrenza resta identica; in particolare vanno molto i pacchetti tour in pullman granturismo verso Spagna e Francia. Per il 2013 si segnala una forte concorrenza tra compagnie aeree, in particolare tra *Easyjet* e *TAP Air Portugal*, per le rotte da Lisbona su Milano, Venezia e Roma. Il collegamento Lisbona-Torino (*TAP*) è stato oggetto di numerose attività promozionali.

Area scandinava

Svezia, Norvegia, Danimarca

La crisi economica che ha colpito l'Europa ha avuto ripercussioni limitate in Scandinavia. In particolare la Norvegia e la Svezia possono contare su una salda stabilità economica e una moneta forte. Le stime di crescita per il 2013 del PIL reale nei Paesi scandinavi oscillano tra l'1% della Danimarca e il 3% della Svezia.

Le vendite di pacchetti turistici nel periodo pasquale risultano deboli in quanto, trattandosi di un fine settimana lungo, gli scandinavi preferiscono dirigersi verso destinazioni interne, con amici e parenti, presso

²² I voli Barcelona-Torino di Vueling, Bilbao-Venezia, Ibiza e Palma de Mallorca-Bari, Ibiza e Palma de Mallorca-Palermo, di Volotea.

le proprie seconde case o in stazioni sciistiche nazionali. Chi parte in questo periodo opta principalmente per i city break, spesso organizzandosi il viaggio in autonomia attraverso prenotazioni on line, strumento molto diffuso in Scandinavia. In merito alla destinazione Italia, le città d'arte sono il prodotto più richiesto (Roma in primis, seguita da Venezia, Firenze e Milano). Tra i competitor del periodo pasquale si segnalano le capitali europee, Berlino in particolare, seguita da Varsavia, Tallin, Barcellona, Londra e Parigi.

Relativamente al periodo primaverile, i principali operatori scandinavi prevedono un aumento delle vendite del 5% rispetto all'anno precedente (operatori danesi contattati: *FBC Travel, Dansk Fri Ferie, FDM Travel, Spies, GISLEV Rejser* – in Svezia: *Sembo, Fritidsresor, La Villa* – in Norvegia: *Escape Travel, Sponsor Link*). Anche in questo caso, i pacchetti principalmente venduti sono long weekend (volo+hotel) e le mete preferite sono grandi Città d'arte italiane, facilmente raggiungibili con massimo 2/3 ore di volo. Questo buon andamento, grazie anche al rinnovato interesse per l'area scandinava dimostrato da parte di vari vettori aerei²³, sia nuovi (*Easyjet, Alitalia, Vueling, Meridiana*) che già presenti sul mercato ma con nuove destinazioni (*Sas e Norwegian*), è confermato dai dati del principale motore di prenotazioni²⁴ online "Ticketmaster" che registra un aumento delle vendite primaverili per l'Italia (soprattutto per Roma) del 45% rispetto ad un anno fa. Un'indagine commissionata a *InFact*²⁵, conferma l'ottimo momento per la destinazione Italia e di Roma in particolare che resta al primo posto sia nella top 10 destinazioni più desiderate in generale, sia nella top 10 grandi metropoli (seguita da New York e Barcellona). E' importante segnalare, in quanto si reputa uno dei mercati da sviluppare in Scandinavia, che la Città Eterna risulta la preferita tra i giovani norvegesi della fascia d'età 25-39 anni. Altri pacchetti molto venduti nel periodo primaverile riguardano l'enogastronomia ed il turismo attivo soprattutto in Toscana e nelle Cinque Terre. Nel periodo primaverile, le principali concorrenti delle città d'arte italiane risultano in primis Barcellona e Berlino mentre tra le mete balneari "per il primo sole", la Turchia perde il primato tra le destinazioni preferite a vantaggio della Spagna (nuova località spagnola in forte crescita è Alicante, oltre alle consolidate Canarie, Baleari, Malaga). Sul prodotto enogastronomia e turismo attivo la Germania, per l'area vinicola del Reno, sta attuando una forte campagna in tal senso.

Europa dell'Est

Russia

Nell'ultimo decennio l'economia della **Russia** è raddoppiata (+98% tra 2000-2011), assurgendo tra i Paesi di livello medio di sviluppo economico e collocandosi tra le 12 più grandi economie del mondo. Nel 2012 il tasso di inflazione ha raggiunto il 6,6%. Secondo gli esperti della Banca Mondiale e del FMI i ritmi di crescita economica nei prossimi anni si attesteranno sul 3,5%.

La Pasqua non costituisce una festività in Russia e quindi non avrà un grande risvolto in termini di movimento turistico. Il periodo significativo per i flussi outgoing sarà in occasione delle festività di maggio.

²³ La SAS, oltre ai collegamenti diretti usuali, inaugurerà da giugno ad agosto due rotte settimanali da Oslo, Copenaghen e Stoccolma per **Cagliari** e **Palermo**. Anche *Alitalia*, dopo diversi anni, si presenta sul mercato scandinavo collegando Copenaghen a **Roma** (bisettimanale da aprile) e a **Venezia** (settimanale). *Meridiana Fly* opererà un volo estivo da Oslo e Stoccolma per **Olbia**. *Norwegian* oltre a riconfermare i collegamenti diretti, avrà un nuovo collegamento Stoccolma-**Pisa**. Dal lato delle compagnie low cost vi è un forte interesse soprattutto per il mercato danese dove *Easyjet* collegherà Copenaghen con **Roma** e **Milano-Malpensa** mentre la compagnia spagnola *Vueling* inaugurerà la rotta Copenaghen-**Firenze**.

²⁴ Fonte: principale quotidiano svedese *Aftonbladet*.

²⁵ Fonte: quotidiano norvegese *VG*.

Per questo periodo, già dall'inizio dell'anno si sono registrate molte prenotazioni per l'Italia, confermando la tendenza crescente delle vendite in *advance booking*: il **TO Pac Group**, il più importante per i flussi turistici verso l'Italia, ha dichiarato il triplo delle vendite dei viaggi con destinazioni italiane per le festività di maggio rispetto allo stesso mese 2012. La maggior parte dei pacchetti turistici venduti sono i tour classici (70%). Secondo gli operatori contattati, tra i quali anche *Danko, Intourist, Ascent Travel e Jet Travel*, le regioni più richieste sono Emilia Romagna, Toscana, Veneto, Lombardia e Lazio, in cui i soggiorni hanno la durata media di una settimana. Nel periodo aprile-maggio, oltre ai classici itinerari turistici nelle Città d'arte, vi sono numerose richieste per il turismo termale.

Per il periodo aprile-maggio, a livello di Paesi competitor, le destinazioni preferite dai turisti russi restano le stesse: Turchia, Egitto, Israele, Spagna, Francia, Bulgaria, Cipro, Grecia; sul lungo raggio Thailandia in primis. Tra le principali novità sul mercato turistico si segnalano i nuovi collegamenti aerei, voli charter e di linea, con aeroporti italiani, che interesseranno soprattutto il Mezzogiorno d'Italia e le Isole²⁶. Oltre ai maggiori collegamenti, si evidenzia l'apertura del nuovo centro visti italiano nella città di Mineralnye Vody al sud della Russia.

Polonia

Dopo la rilevante performance economica del 2011 (PIL +4,3%), in Polonia si è registrato²⁷ un rallentamento della crescita del PIL (+2% nel 2012). Per l'anno in corso è atteso un incremento del 2,2%, sottolineando così l'accentuato dinamismo dell'economia polacca, a differenza di altri Paesi UE. La disoccupazione media è stimata all'11%, il reddito pro-capite si aggira intorno ai 17.200 €.

Nel 2012 circa 45 milioni di polacchi sono partiti all'estero, di cui solo 6,3 milioni con finalità turistica (dato in leggero calo rispetto al 2011). Sempre più polacchi organizzano i loro viaggi tramite prenotazioni online (al 2011 circa il 58,4% della popolazione ha accesso a internet, dato destinato ad aumentare).

Le prenotazioni di Pasqua per l'Italia risultano in aumento del 2% rispetto all'anno scorso. Va diffondendosi la tendenza a prenotare *first minute*: nei mesi di gennaio-febbraio di quest'anno è aumentata di circa il 9% (rispetto al 2012). Si diffonde anche in Polonia la tendenza a ridurre la durata delle vacanze, ripartendole nel corso dell'anno e sfruttando i weekend lunghi. Sono maggiormente richiesti i city break che interessano specialmente le grandi Città d'arte come Roma, Venezia, Milano, Palermo, Firenze. Tra le regioni più richieste figurano: Sicilia, Sardegna, Toscana e Trentino. I prodotti turistici, oltre alle Città d'arte, sono soprattutto i percorsi enogastronomici e la vacanza attiva.

Per i mesi aprile-maggio i TO contattati stimano un aumento delle vendite del 4/5% rispetto all'anno scorso. Le regioni particolarmente richieste saranno: Lombardia, Liguria, Toscana, Lazio e Sicilia. I prodotti rimangono grosso modo identici a quelli del periodo pasquale. Cresce l'interesse dei polacchi per viaggi studio di lingua e cultura italiana con lunghi soggiorni (di 2-3 mesi) e per l'enogastronomia.

Tra i Paesi concorrenti vi sono soprattutto Turchia ma anche Austria, Repubblica Ceca e Francia .

²⁶ I nuovi voli in programma sono:

- charter settimanale Mosca - **Reggio Calabria** (a partire dal 26 aprile);
- collegamento Alitalia Ekaterinburgo - **Roma** (a partire dal 27 marzo);
- charter da altre città russe:
 - San Pietroburgo, Ekaterinburgo, Ufa, Samara, Kazan, Nijniy Novgorod per **Lamezia Terme**;
 - Novosibirsk, Krasnojarsk per **Napoli**;
 - San Pietroburgo, Ekaterinburgo per **Cagliari**.

²⁷ Fonte: dati GUS (Central Statistical Office of Poland).

Repubblica Ceca

Nel 2012 la diminuzione del PIL del 1,1% non ha comportato forti ripercussioni sull'economia reale della Repubblica Ceca; le prospettive sono ottimistiche per l'anno in corso con una crescita attesa di circa il 2%. Le attività produttive e le esportazioni risentono della generale debolezza dell'eurozona alla quale sono sostanzialmente legate. La domanda interna rimarrà probabilmente debole e ciò sta contribuendo a far salire il tasso di disoccupazione, arrivato ormai al 10%. L'inflazione al 3% nel 2012 dovrebbe rientrare già da quest'anno.

Per le vacanze pasquali, i maggiori TO interpellati tra cui *Ludor, Azzurro, Cedok, Fede* dichiarano di aver ricevuto finora un basso numero di prenotazioni per l'Italia che si traduce in un **trend di stabilità delle vendite** rispetto alla Pasqua 2012. Il turista ceco in genere preferisce passare la Pasqua in famiglia o spostarsi all'interno del Paese; se va all'estero, spesso prenota una vacanza *last minute*, dopo aver consultato le previsioni meteo. In tal caso, la preferenza è accordata alle capitali europee, come Parigi, Londra, Barcellona e Berlino facilmente accessibili con le ampie offerte di voli low cost (*Smart Wings, Ryanair, Wizz Air*), che vanno ad incrementare la già ricca offerta della compagnia aerea nazionale (*Czech Airlines*).

Per il **periodo aprile-maggio le prenotazioni sono in aumento** rispetto allo stesso periodo del 2012. I pacchetti più venduti riguardano in buona parte le destinazioni del Nord Italia come le località balneari del Veneto, il Lago di Garda e le Città d'arte, spesso raggiunte con la propria auto. Molto successo stanno avendo i numerosi tour in pullman in tutta la penisola programmati dai bus operator (*Cedok, Cebus, Bus Tourist* tra tutti): stanno infatti riscuotendo un buon numero di prenotazioni i tour interregionali che toccano gli *highlights* del nostro Paese come Venezia, Firenze, Siena e Roma. Soddisfacenti sono le prenotazioni che si registrano anche per il Sud Italia, soprattutto per Campania e Sicilia: si tratta in misura maggiore di tour con voli su Napoli e su Catania e viaggio in pullman, oppure di viaggi individuali con i voli low cost.

A livello di competitor, le prenotazioni riguardano già destinazioni balneari, soprattutto quelle più calde in Spagna, Grecia, Turchia ed Egitto. I pacchetti più prenotati sono i pacchetti all inclusive, con prezzi particolarmente vantaggiosi soprattutto per famiglie con bambini.

La Repubblica Ceca resta ben collegata all'Italia grazie ad un'ampia quantità di voli operati da compagnie aeree sia di linea che low cost: *Smart Wings* e *Wizzair*, insieme a *Czech Airlines* (solo nel periodo estivo) favoriscono i flussi turistici dei cechi consentendo di raggiungere agevolmente anche destinazioni del Sud Italia.

Ungheria

Le riforme del governo, avviate nel 2010, tese ad innescare una lenta ma costante crescita dell'economia ungherese non hanno finora dato i risultati sperati. Il PIL nel 2012 è diminuito dell'1,2% rispetto all'anno precedente e per il 2013 è prevista una leggera crescita dello 0,3%. L'inflazione è salita al 5,6% al 2012, con un leggero abbassamento previsto per quest'anno (5,3%); il tasso di disoccupazione è stato del 10,8%.

Per il **periodo pasquale**, l'indagine ENIT svolta presso i maggiori TO ungheresi *TdM Travel, Tensi, Car Tour, Studio Italia e Ritalia Travel* mostra che le **prenotazioni per la destinazione Italia sono leggermente in calo** rispetto allo scorso anno. Tra i pacchetti maggiormente venduti ci sono quelli riferiti ai viaggi individuali nelle Città d'arte e nelle regioni del Nord Italia, facilmente raggiungibili in auto dai turisti. Per i gruppi invece vengono prenotati anche pacchetti per tour turistici in pullman, soprattutto nelle regioni del Nord Italia, sul Lago di Garda, in Toscana e a Roma, oppure viaggi con itinerari interregionali.

L'andamento negativo riguarda anche i flussi verso i nostri Paesi competitor del Mediterraneo, a partire da quelli prossimi come Croazia e Slovenia. Crescono leggermente le prenotazioni per la Turchia, ma è soprattutto per la Spagna (specie le Canarie) che si sta registrando un aumento rispetto allo scorso anno. I

turisti ungheresi in questo periodo visitano soprattutto le capitali europee grazie ai voli low cost: le città più gettonate sono Barcellona, Parigi, Londra, Berlino e Monaco di Baviera.

Gli operatori si dichiarano invece soddisfatti delle vendite per la primavera e confidano sul fatto che continueranno a crescere nei prossimi mesi. Nel periodo aprile-maggio sono molto richiesti i tour in pullman che offrono viaggi interregionali alla scoperta degli *highlight* del Bel Paese come Venezia, Firenze, Siena, Roma e Napoli oppure i tour che dedicano visite approfondite ad una sola regione. Per i viaggi individuali crescono le prenotazioni nelle regioni dell'Adriatico settentrionale facilmente raggiungibili in auto come Friuli Venezia Giulia, Veneto e Emilia Romagna. Anche il Lago di Garda è molto richiesto a partire dal mese di maggio e sta facendo registrare un buon numero di prenotazioni presso tutti i TO interpellati. I TO registrano un buon numero di prenotazioni anche per il Sud Italia, soprattutto per Campania e Sicilia grazie a pacchetti turistici *fly & drive*, molto apprezzati dai turisti ungheresi, oppure grazie a pacchetti *all inclusive fly & bus*, in cui si raggiungono in aereo gli aeroporti di riferimento e con il bus si visita l'intera regione, soggiornando ogni giorno in una località diversa.

Per la primavera, Grecia e Spagna sono i Paesi che stanno avendo il maggior aumento rispetto allo stesso periodo del 2012. Stanno andando bene anche Croazia, Austria e Turchia; poco soddisfacenti sono invece le prenotazioni per l'Egitto.

Non si segnalano nuovi collegamenti aerei, ma alcune cancellazioni²⁸. Tra le tendenze, cresce quella di prenotare i viaggi il più tardi possibile (le mete vengono scelte anche in funzione delle previsioni meteo prenotando offerte last minute). Gli operatori dichiarano che vengono richiesti sempre più pacchetti all inclusive, specie dalle famiglie con bambini per tenere sotto controllo i costi della vacanza e non incorrere in spese non preventivate.

Oltreoceano

Americhe

Stati Uniti d'America

La situazione generale dell'economia statunitense mostra segni di ripresa, più evidenti nel settore delle costruzioni e transazioni immobiliari, segni molto eloquenti se si considera che la crisi economica iniziò qualche anno fa proprio in questi settori per poi propagarsi negli altri ambiti produttivi. A pochi mesi dalla rielezione del Presidente Obama, il clima politico è buono e non vi sono conflitti sociali acuti in atto; le relazioni tra le forze politiche sono quelle di una corretta dialettica che non crea problemi al normale svolgimento delle attività amministrative a livello federale. Da tutte le fonti nazionali ed internazionali il PIL 2013 è previsto in crescita; ovviamente questo segnale di uscita dalla crisi determinerà benefici effetti su tutti i consumi privati e specificatamente su quelli turistici.

L'indagine ENIT condotta su circa 15 TO che commercializzano destinazioni turistiche italiane (tra questi figurano *Frosch Travel, Cultural Italy, Central Holidays, Trips2Italy, LLC, European Travel Advisors, Hello Italy Tours, In Italy Online, Papavero Villa Rentals, Parker Villas, Avanti Destinations, Italy4Real.com*) mostra che **le vendite per la Pasqua 2013 sono in crescita** rispetto all'analogo periodo dell'anno scorso, coerentemente al buon andamento generale di tutti i settori economici. **La crescita stimata dai TO è mediamente del 6%**. Per la stragrande maggioranza i pacchetti venduti dai TO sono FIT.

²⁸ Le due compagnie aeree low cost *Wizz Air* e *Ryanair* hanno cancellato il loro collegamento da Budapest rispettivamente per Bari e per Bologna. Inoltre la *Carpatair* ha cancellato il volo Budapest-Venezia.

L'andamento delle vendite per il periodo pasquale è simile in tutto il periodo primaverile. Infatti, anche **per aprile-maggio è prevista una crescita media del 6%** con la vendita prevalente di pacchetti FIT.

L'andamento delle vendite verso i principali competitor dell'Italia, dalle indicazioni fornite dal trade e dai contatti con rappresentanti di vari Tourist Board europei è ugualmente positivo e dello stesso ordine di grandezza (dal +5 % al +7 % tanto per la Pasqua che per la primavera).

L'unica vera novità per il mercato statunitense è rappresentata dalla ripresa dell'economia in tutti i settori che si traduce in maggiori consumi turistici outbound; l'ottimismo dei TO è pertanto fondato.

Canada

Nel 2012 la crescita del PIL del Canada si è attestata attorno al 2%; per il 2013 si prevede una leggera diminuzione che lo ridimensionerà intorno al +1,7%. L'economia canadese è strettamente legata a quella dei Paesi industrializzati e soprattutto a quella degli Stati Uniti; la sua ripresa dipende pertanto dal cambiamento nello scenario globale, attualmente ancora caratterizzato da alto clima d'incertezza, forte instabilità dei mercati finanziari e preoccupazioni causate dai rischi legati alla crisi del debito dei Paesi dell'eurozona.

Nell'ambito del turismo, nonostante la crisi, rimane comunque alta la propensione a viaggiare. La tendenza positiva riscontrata nel 2012 fa sperare che anche per il prossimo triennio vi sia una ulteriore crescita: uno studio del *Conference Board of Canada*²⁹ prevede un +6,3% per il 2013, +5% nel 2014 e +7,7% nel 2015. Tali previsioni positive dovranno naturalmente essere supportate dal buon andamento economico generale che condiziona come sempre le scelte e le decisioni di viaggiare anche per chi ha capacità di spesa elevata.

Per il **periodo di Pasqua, gli operatori intervistati hanno indicato una crescita delle vendite** per l'Italia in media del 5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tra i TO contattati da ENIT figurano *Albatours-Sunquest, Arts & Leisure Tours, Globus Family of Brands, Kompas Express, Manditours International, Vacances Preference, Vacanza Destinations*.

Anche per il **periodo aprile-maggio le prenotazioni sono stimate ugualmente in aumento del 5% circa** (in alcuni casi, vi sono punte del 10%). In questo periodo alle Città d'arte sempre molto gettonate, si aggiungono i prodotti Montagna e Città d'arte minori, soprattutto in Toscana, la Costa Amalfitana e le Cinque Terre.

Per Pasqua e nei prossimi mesi l'elezione del nuovo pontefice genererà un incremento dei viaggi su Roma, soprattutto dei canadesi del Quebec, provincia di salda fede cattolica (come già successo per Papa Benedetto XVI nel 2005).

La durata più ricorrente dei pacchetti per l'Italia è di 8-12 giorni mentre la tipologia più richiesta è FIT. I prodotti maggiormente apprezzati sono le Città d'arte in primis, a seguire Laghi, Spa e Turismo religioso. Le regioni preferite sono Toscana, Lazio, Veneto e Campania mentre le città più gettonate sono come sempre Roma, Firenze e Venezia.

In questo periodo le destinazioni concorrenti dell'Italia sono gli USA (ad esempio la Florida) insieme a Messico, Cuba, Repubblica Dominicana e Caraibi. Dalle interviste ai TO e dall'analisi della stampa specializzata, le destinazioni europee concorrenti sono soprattutto Spagna e Francia, seguite da Grecia e Portogallo; la motivazione principale del loro successo è da ricercare nei prezzi competitivi e negli alberghi con un migliore rapporto qualità/prezzo (come nel caso della Francia). Per gli stessi motivi è in crescita la Turchia, nuovo mercato turistico emergente. Si segnalano le numerose offerte di crociere fluviali nell'Europa centrale e di crociere nel Mediterraneo che fanno tappa anche in Italia. Per le destinazioni europee sono inoltre presenti sul mercato canadese numerose offerte speciali di booking anticipato.

²⁹ Nel documento "5-year Travel Forecast to Europe"

Brasile

Nonostante il rallentamento della crescita del PIL brasiliano registrato nel 2012 (1%, al di sotto delle previsioni, nel 2011 era del 2,7%) e il tasso di inflazione in leggero aumento (stimato al 6,5% nel 2012), il mercato del turismo brasiliano, interno ed esterno, continua a presentare indici di sviluppo significativi. Nell'ultimo decennio l'economia brasiliana ha consentito la crescita costante del reddito medio della popolazione che ha fatto emergere una classe media sempre più ampia in grado di sostenere consumi e stili di vita sempre più in linea con quelli delle economie sviluppate. Nel 2012, oltre all'incremento dei viaggi all'interno dei confini nazionali, i brasiliani hanno speso all'estero circa 22 miliardi di dollari (un vero record) destinati in buona parte all'acquisto di beni di consumo dai prezzi decisamente inferiori a quelli brasiliani (per via di alte tariffe doganali sui beni d'importazione). La tendenza dei brasiliani ad incrementare i consumi turistici è pertanto in costante aumento e ciò fa prevedere un ulteriore sviluppo dei viaggi all'estero, ed in particolare verso l'Italia.

Durante il **periodo di Pasqua i brasiliani in genere non effettuano viaggi di lungo raggio** privilegiando destinazioni nazionali o comunque del Sud America. Le vacanze pasquali non rappresentano quindi un dato significativo per valutare i flussi turistici per l'Italia. Il periodo di maggiore richiesta va da maggio a settembre, con un ulteriore incremento nel mese di luglio, periodo che coincide in Brasile con le vacanze scolastiche invernali.

Per il periodo primaverile è emerso che la maggior parte dei TO interpellati³⁰, tra cui *TAM Viagens, CVC Operadora, Nascimento Turismo, Trend Operadora, CTC, Raidho, European Travel*, **prevede una crescita del 10% delle vendite** dei pacchetti per la destinazione Italia.

Le destinazioni più richieste dai brasiliani permangono: Roma, Milano, Venezia, Firenze e Costa Amalfitana con una predilezione verso il viaggio culturale (90%) seguito da quello enogastronomico (58%), piccoli borghi (43%), religioso (30%), shopping (24%) ed infine da quello "mare e montagna" con un lieve 13%.

Per la primavera, tra i principali competitor europei figurano Francia e Portogallo che continuano ad investire fortemente in attività promozionali.

Tra le novità suscettibili di favorire i flussi turistici verso l'Italia si segnalano le operazioni commerciali avviate dall'*Alitalia* in Brasile con l'offerta "Speciale America del Sud" e la recente inaugurazione della nuova rotta Roma-Fortaleza con collegamenti bisettimanali.

Argentina

Nel 2012, per la prima volta in dieci anni, le spese dei turisti argentini all'estero hanno superato quelle degli stranieri in Argentina³¹. Per far fronte alla situazione economica del paese soggetta ad un'alta inflazione e alla difficoltà degli argentini nel reperire valuta straniera, i Tour Operator stanno proponendo pacchetti turistici per l'estero molto convenienti. Solo nell'ultimo trimestre 2012, gli argentini che hanno viaggiato all'estero sono stati 545.597, con un incremento del 2,9% rispetto all'analogo periodo 2011 (con una durata media di soggiorno di circa due settimane e una spesa pro-capite di 100 \$ al giorno).

Per attenuare il trend di crescita dei flussi outgoing, il Governo argentino ha anche varato provvedimenti tesi a promuovere il turismo interno. Uno di questi intende incentivare il fenomeno del "miniturismo", ovvero brevi periodi di vacanza in Argentina grazie alla ridefinizione del calendario delle festività nazionali: queste sono state stabilite in 17 giorni, dei quali sette rientranti tra i "ponti".

Prosegue anche la misura governativa che pone limiti alla compravendita di valuta straniera tesa a frenare i viaggi all'estero. Ma queste restrizioni non sembrano aver condizionato finora la propensione alle vacanze da passare oltre i confini nazionali: gli argentini hanno infatti la possibilità di acquistare pacchetti turistici in

³⁰ Sondaggio effettuato su un campione di Tour Operator affiliati all'Associazione Brasiliana dei Tours Operator (BRASSTOA).

³¹ Fonte: ETI – Inchiesta Internazionale del Turismo, elaborata dal Ministero del Turismo e dal INDEC.

anticipo utilizzando spesso finanziamenti in pesos con proposte di rateizzazione a medio/lungo termine. La spesa con carte di credito ha registrato un notevole incremento del 12,8% per l'acquisto di viaggi all'estero.

La Pasqua non è tradizionalmente considerata un'occasione per gli spostamenti di lungo raggio a causa della brevità del periodo festivo. **L'elezione del nuovo Papa argentino colloca Roma tra le destinazioni europee favorite dai fedeli connazionali.**

La primavera invece, periodo preferito dagli argentini per visitare l'Italia, ha un maggiore riscontro positivo: la maggior parte dei TO intervistati, tra cui Piamonte, Olà, Aero de la Plata, Turismo Sul prevede di conseguire una crescita di circa l'8% nella vendita dei pacchetti verso la destinazione Italia rispetto allo stesso periodo 2012.

Le mete italiane più richieste per questo periodo restano soprattutto Roma, seguita da Firenze, Venezia, Costa Amalfitana e Milano; i prodotti turistici più richiesti³² sono i viaggi culturali (45%), enogastronomico (15%), piccoli borghi (10%), religioso (15%), shopping (5%), mare e montagna (10%).

Tra le destinazioni competitor, Miami e i Caraibi - destinazioni shopping e relax - continuano a mantenere la propria leadership competitiva con offerte "tutto incluso" e strutture ricettive dal buon rapporto qualità/prezzo. In Europa, la Spagna permane la meta più gettonata, sia per la vicinanza linguistica, sia il mix di arte, cultura, gastronomia.

Medio oriente, Asia e Oceania

Emirati Arabi Uniti

Con un PIL pro-capite degli Emirati Arabi Uniti tra i più alti dei Paesi del Golfo, gli emiratini godono di un elevato tenore di vita che si manifesta anche nell'acquisto di prodotti di lusso e di vacanze all'estero. L'economia risulta aperta e dinamica, soprattutto grazie alle politiche di diversificazione che hanno ridotto l'incidenza delle rendite petrolifere. Per i prossimi due anni è prevista la crescita del PIL di circa il 3%.

Per la Pasqua le richieste di pernottamenti per l'Italia sono scarse, dato che negli Emirati non sono previste vacanze pasquali e il periodo è considerato di bassa stagione per l'outgoing. Per quanto il nostro periodo pasquale coincida quest'anno con le due settimane di vacanza del calendario scolastico emiratino, la potenziale disponibilità a viaggiare degli studenti non si tradurrà in viaggi all'estero poiché le loro famiglie non dispongono contemporaneamente di ferie lavorative.

L'andamento delle vendite per la Pasqua e il periodo primaverile si presenta variegato rispetto allo scorso anno: solo pochi TO segnalano un **aumento**, tra cui *Global Holidays, Al Ghaith & Moosa Travels* e *Sama International Holidays*, la maggior parte indicano **stabilità** quali *Wild Discovery, Travco Travel Dubai* e *Sharjah National Travel & Tourist*, altri dichiarano una **diminuzione** come *The Travel Market, Dubai Leisure Holidays* e *Rois Travel*.

Le mete più richieste da famiglie, gruppi di amici e coppie in viaggio di nozze rimangono le grandi Città d'arte (Roma, Venezia, Milano, Firenze). La tipologia di pacchetto maggiormente venduta è all inclusive comprensiva di volo, pernottamento e spesso biglietti ferroviari per spostarsi da una regione all'altra.

La scelta dell'Italia è spesso inserita all'interno di un tour che comprende altre destinazioni europee, prime fra tutte Austria, Svizzera, Francia. Definire questi Paesi nostri *competitor* risulta quindi improprio: se da una parte offuscano l'esclusiva della scena all'Italia, dall'altra stimolano la domanda verso l'Europa aumentando la possibilità che i viaggiatori soggiornino, anche se per breve tempo, nel Bel Paese.

Fino al recente accordo *Alitalia – Etihad* sussisteva una grave carenza di collegamenti diretti tra le capitali dei due Paesi; attualmente sia Dubai che Abu Dhabi sono invece connesse quotidianamente con Roma, Milano e Venezia tramite *Etihad Airways/Alitalia* ed *Emirates Airways*. Rimangono ancora escluse le

³² Elaborazioni dal sondaggio ENIT effettuato presso i TO.

destinazioni del Sud Italia e delle Isole, aree geografiche che stanno comunque riscuotendo un crescente interesse.

Cina

Nel 2012 il PIL della Cina è cresciuto³³ del 7,8% (valore anche superiore all'obiettivo fissato del 7,5%). Sono in buono stato: crescita economica, situazione dell'occupazione, livello dei prezzi e base dell'agricoltura. Sono in corso nuovi progressi nell'adeguamento strutturale, nuovi successi nell'innovazione scientifica e tecnologica, nuove efficienze nel settore del risparmio energetico e della riduzione di emissioni, e infine nuovi miglioramenti nella vita della popolazione.

Il mercato dell'outgoing cinese continua a svilupparsi in modo significativo, alimentato anche dalla crescita del numero di consumatori che si affacciano per la prima volta nel settore dei viaggi all'estero.

Per la Cina, la Pasqua non è una festività e pertanto non si generano livelli apprezzabili nelle vendite per i viaggi, in particolare per le destinazioni di lungo raggio come l'Italia. Considerando invece l'intero periodo primaverile, secondo i TO intervistati (*Phoenix Travel Worldwide, Beijing Utour International Travel, China Bambo Graden International Travel, Beijing Caissa International Travel, Hua Yuan International*), il numero dei pacchetti turistici venduti per l'Italia è aumentato mediamente del 20% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Attualmente i pacchetti più richiesti per l'Italia includono soggiorni in altri tre o quattro diversi Paesi che in genere sono Francia, Svizzera e Germania e che durano mediamente 10-12 giorni; durante il breve soggiorno in Italia, i turisti cinesi si recano maggiormente a Roma, Firenze, Venezia e Milano per visitare i principali monumenti storici. Alcuni TO che si rivolgono soprattutto al target dei repeater stanno promuovendo pacchetti esclusivamente per l'Italia che comprendono, oltre ai classici itinerari nelle grandi Città d'arte, tour in località meno note ai cinesi come Pompei, Sorrento, Siena, Cinque terre, Verona e Bologna.

Tra i maggiori competitor europei, per i viaggi individuali figurano Regno Unito, Francia e soprattutto Svizzera³⁴. I viaggi di gruppo continuano invece ad essere distribuiti come pacchetti multi-destination in Europa. Secondo i dati sull'outbound cinese l'Italia si posiziona al 15° posto nella graduatoria delle destinazioni estere e risulta il Paese europeo più visitato³⁵, prima di Regno Unito, Germania e Francia.

Corea del Sud

La Corea è entrata definitivamente nel ristretto gruppo delle economie globali con un volume di scambi commerciali superiore ai mille miliardi di dollari annui ('Trillion Club'). L'aggressiva strategia di accordi di libero scambio posta in essere dal 2005 in poi è ancora oggi strumentale a nuovi obiettivi di crescita attraverso l'export. Il PIL, dopo anni di crescita vigorosa, ha rallentato il ritmo (+3,6% nel 2011) e oggi anche l'economia coreana è entrata nella fase di stabilizzazione che caratterizza le economie dei Paesi sviluppati.

Per la Pasqua 2013, la maggior parte degli operatori turistici coreani tra cui *Hanatour, Blue Travel, Naeil Tour, Mode tour* segnala un andamento di crescita nelle vendite che si aggira intorno al 20%. Fa eccezione il TO *Viva Italia*, specializzato in viaggi di nozze, che registra una diminuzione rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, dovuto pare alla Pasqua bassa (i viaggi di nozze si svolgono invece da aprile in avanti).

³³ Dai dati resi noti dall'Ufficio Nazionale di Statistica cinese il 18 gennaio 2013.

³⁴ I maggiori TO cinesi che trattano l'Europa prevedono che nella prossima primavera-estate 2013 ci sarà un incremento del 30% dei flussi turistici cinesi verso la Svizzera. Tale risultato è atteso per via della politica di promozione adottata dall'Ufficio Nazionale del Turismo Svizzero in collaborazione con l'Ambasciata: sono stati infatti selezionati come partner 8 tra i più grossi TO cinesi ai quali è stato garantito un premio di 380,000RMB (45.728 Euro secondo il cambio di oggi) al 1) raggiungimento di 2000 pernottamenti in Svizzera per TO nei sei mesi gennaio-giugno 2012 e 2) la richiesta di visto effettuata presso l'Ambasciata Svizzera.

³⁵ Dati CNTA (*China National Tourism Administration*).

Il TO *Naeil Tour*, che opera soprattutto nel settore dei viaggi individuali, segnala un generale incremento nella durata dei viaggi in Italia. I prodotti turistici italiani maggiormente richiesti sono sia le grandi Città d'arte che la cosiddetta "Italia minore". Il TO *Viva Italia* ha riscontrato un crescente interesse verso il prodotto enogastronomia. La regione più venduta da *Hana tour*, *Blue Travel*, *Naeil Tour* e *Mode tour* è il Lazio (Roma soprattutto), mentre per *Viva Italia* è la Toscana; per entrambi la seconda più venduta è il Veneto.

Per i mesi aprile-maggio, i maggiori TO coreani fanno previsioni positive: in particolare il TO *Hana tour* prospetta un incremento di vendite di circa il 10%; in crescita anche per le prenotazioni di *Blue Travel*.

Per il periodo pasquale e la primavera i nostri principali competitor sono i paesi mediterranei quali Spagna, Francia, Grecia, Turchia ed Egitto.

Per le destinazioni europee si prevede un anno positivo, grazie all'incremento dei collegamenti aerei introdotto dalla *British Airways*³⁶; si prevede che tale decisione indurrà il potenziamento dei collegamenti anche da parte di altri vettori europei. Il fallimento di molti TO nel Sud Est asiatico ha alimentato una percezione negativa delle destinazioni asiatiche presso il pubblico coreano facendo dirottare più del 50% degli honeymooners coreani verso altre destinazioni. La campagna promozionale avviata in Corea da parte di NTV (*Nuovo Trasporto Viaggiatori*), in collaborazione con *Rail Europe Corea* è destinata a favorire la scelta di vacanze in Italia.

Giappone

Il PIL del Giappone nel 2012 risulta cresciuto dello 0,9% (rispetto al 2011) e si prevede un aumento del 2% nel 2013: è dunque attesa una forte ripresa dell'economia giapponese³⁷. Il piano governativo di incrementare la *consumption tax* dal 5 al 10% entro il 2015 risponde all'esigenza di sostenere i costi sempre crescenti della spesa sociale, dovuti al rapido invecchiamento della popolazione: è rilevante il numero dei sessantenni che a breve andranno in pensione con buoniscite consistenti. Per il 2013 è previsto un aumento di viaggi all'estero³⁸ di circa l'1,5%; da parte dei giapponesi la domanda di vacanze verso il nostro Paese rimane sempre molto alta e sostenuta.

Poiché la Pasqua non è un periodo di vacanza, i viaggi primaverili dei giapponesi si concentrano tra fine aprile-inizio maggio, durante il *Golden Week*³⁹. Per l'occasione, alcuni TO/Adv giapponesi prevedono incrementi nelle vendite per l'Italia, come *JTB World Vacations* (+10%), *Nippon Travel Agency* (+11%); altri TO registrano invece prenotazioni in calo come *HIS* (-10%) e *Kintetsu International* (-40%) rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.

L'andamento delle vendite dei TO riscontrato per il *Golden Week* può essere esteso all'intero periodo aprile-maggio (essendovi peraltro ricompreso): prevedono un incremento *JTB World Vacations* (5%) e *Nippon Travel Agency* (+20%). **Altri operatori prevedono invece diminuzioni:** *HIS* (-20%) e *Kintetsu International* (-40%) pur sostenendo di attendere un recupero con le prenotazioni last minute.

Il turismo culturale è il prodotto turistico maggiormente richiesto, declinato sia nelle grandi che nelle piccole Città d'Arte, tra le quali le più richieste sono Roma, Venezia, Firenze, Milano, Napoli, Pisa. Un interesse crescente è rivolto al prodotto Natura e Parchi che trova apprezzamento anche presso i *senior*. Le regioni in cima alle preferenze sono Lazio, Veneto e Toscana.

Durante la primavera, la concorrenza nel mondo delle vacanze è rappresentata soprattutto da Hawaii, Guam (prodotto mare) e Paesi asiatici (pacchetti con voli low cost che sfruttano la vicinanza geografica), tra

³⁶ La *British Airways* ha infatti reinserito il collegamento giornaliero diretto tra Corea ed Inghilterra dopo 14 anni di chiusura dell'ufficio locale.

³⁷ Fonte: Report della *Mitsubishi UFJ Research and Consulting*.

³⁸ Fonte: analisi di *JTB Foundation*.

³⁹ Quest'anno il calendario delle festività consente di poter fruire di 10 giorni continuativi di vacanza, dal 27 aprile al 6 maggio, prendendo 3 giorni di ferie per fare il ponte.

i quali i più tradizionali sono Taiwan, Corea del Sud, Singapore e Thailandia. Oltre a queste destinazioni, i nostri principali competitor in Europa sono Francia, Germania e Spagna che possono offrire prodotti turistici simili quali città d'arte, città minori, Natura, Siti Unesco, Parchi, Trekking/Hiking, Enogastronomia. Quest'anno numerosi operatori stanno organizzando pacchetti integrati per Germania, Austria e Italia incentrati sull'opera lirica che appassiona molti giapponesi: si celebra infatti il Bicentenario della nascita sia di Wagner che di Verdi.

Più in generale, la visibilità dell'Italia sarà amplificata da una serie di eventi organizzati nell'ambito di "Italia in Giappone 2013": l'attenzione dei giapponesi verrà catturata da numerose iniziative promozionali in ambito culturale, scientifico, commerciale, enogastronomico e turistico.

Australia

I principali indicatori economici dell'economia australiana sono discreti: l'inflazione è ferma al 2,2%, i tassi d'interesse per i prestiti bancari sono al 5,5%, la disoccupazione si attesta al 5,4%; rimangono stabili le esportazioni di materie prime verso la Cina, fattore trainante dell'economia australiana. L'attuale posizione forte del dollaro australiano rispetto a quello americano e all'euro consente ad una fascia sempre più ampia di popolazione di accedere ai viaggi all'estero.

Per l'Australia **non è possibile distinguere l'andamento outgoing per i periodi di Pasqua e Primavera**: la breve durata del ponte pasquale non costituisce un'occasione per effettuare viaggi intercontinentali. Per l'intero periodo, i TO contattati *Globus, Travel Makers, CIT, Flight Centre e JTG* hanno previsto un **incremento attorno ad una media del 15%** rispetto allo stesso periodo 2012. I pacchetti venduti comprendono tour della durata minima di una o due settimane in pullman mentre i pacchetti FIT hanno la durata minima di sette giorni. Le località preferite dagli australiani sono le Città d'Arte (Roma, Firenze, Venezia e Milano), i Laghi (Como e Maggiore), la Costiera Amalfitana e le Cinque Terre. Le Regioni che godono della maggior presenza di visitatori australiani sono Lazio, Toscana, Veneto, Liguria e Lombardia.

Gli australiani stanno mostrando il desiderio di ampliare il numero di destinazioni da visitare in Italia, con un interesse crescente per le aree meridionali, soprattutto in Sicilia, Puglia e di recente Sardegna.

I nostri competitor in Europa saranno Spagna e Germania; in generale si prospetta un incremento delle partenze verso Paesi europei nel 2013. Restano naturalmente molto gettonate le destinazioni asiatiche.

Dal prossimo aprile, l'accordo di code sharing stipulato tra *Emirates* e *Qantas* dovrebbe aumentare il flusso di passeggeri verso l'Europa e l'Italia in particolare: *Qantas* potrà infatti sfruttare la rete di destinazioni europee della *Emirates*, tra cui Roma, Milano e Venezia (finora operava solo su Londra).