

MONITORAGGIO ENIT

PASQUA E PRIMAVERA 2018

Il **Monitoraggio ENIT** fornisce indicazioni sul turismo proveniente dai principali mercati dell'*incoming* italiano e sui trend di vendita della Destinazione Italia da parte della domanda organizzata.

Lo studio, condotto per il tramite della rete estera dell' Agenzia, si fonda sulle risultanze di interviste ai maggiori Tour Operator stranieri unitamente ad informazioni qualitative circa la durata e tipologia dei viaggi, i prodotti prescelti, le Regioni e le località maggiormente richieste.

Il quadro delineato dai TO è arricchito da informazioni raccolte sui mercati stranieri circa l'andamento dei consumi turistici e dell'*outgoing*, le previsioni di vendita dei diretti competitor dell'Italia e le novità del mercato che possono influire positivamente sul trend della nostra Destinazione.

Il Monitoraggio ENIT relativo alla **Pasqua e alla Primavera 2018** ha coinvolto 127 Tour Operator - 76 europei e 51 di oltreoceano - presenti in ben 21 mercati stranieri.

Allo scopo fornire un quadro previsionale sui flussi turistici organizzati verso l'Italia più ampio ed esaustivo, il monitoraggio ENIT Pasqua di quest'anno si arricchisce di dati che analizzano il trend delle vendite anche per la primavera 2018, sulla base delle opinioni raccolte dal campione di Tour Operator stranieri intervistati.

Gli operatori hanno indicato i trend di vendita della destinazione Italia per il **periodo pasquale** che mostrano una notevole crescita: il **69,2% dei TO, infatti, dichiara vendite in aumento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, il 22,8% afferma che sono stabili ed il restante 8% indica una flessione.**

Crescita ancora più rilevante delle vendite per l'intera stagione primaverile: **l'80% dei TO dichiara vendite in aumento rispetto allo stesso periodo del 2017, il 15,2% rileva una certa stabilità ed il restante 4,8% indica un calo.**

PANORAMICA SULL'ANDAMENTO DEL TURISMO IN ITALIA NEL 2017

Il 2017 è stato un anno di grandi successi per la destinazione Italia. Nella classifica mondiale per **arrivi turistici internazionali**¹, l'Italia, posizionata al quinto posto dopo Francia, Stati Uniti, Spagna e Cina, è cresciuta di quasi il **10%** nel periodo gennaio – ottobre rispetto al 2016. **Si tratta del più alto tasso di incremento fra i Paesi top five.**

Gli ottimi risultati si riflettono anche nel contesto europeo dove l'Italia è medaglia di bronzo per **presenze di residenti e non**², dietro a Spagna e Francia e prima della Germania. Nel 2017, il Belpaese, **con 427 milioni di notti, è cresciuto del 5,9% rispetto al 2016**, la Spagna del +3,6%, la Francia del +7,0%.

Considerando solo le presenze degli stranieri, l'Italia con 212 milioni di notti, in crescita del 6,3% rispetto al 2016, è **al secondo posto nella classifica europea dopo la Spagna** che comunque rileva una percentuale di incremento minore (+4%).

Nel 2017, il **numero di passeggeri aerei stranieri verso l'Italia è aumentato del 3,7%** rispetto allo stesso periodo del 2016³.

Col segno più anche la spesa turistica incoming che, con un **incremento del 7,2%**, è arrivata a sfiorare i 39 miliardi di euro nel 2017⁴, mentre la spesa turistica degli italiani all'estero, pari a quasi 24 miliardi di euro, è aumentata del 6,3%. Ne deriva un **saldo netto positivo di 15 miliardi di euro (+8,7% sul 2016)**.

Analizzando la domanda straniera, sul podio troviamo i nostri classici bacini di origine, vale a dire: Germania (+7,5% sul 2016), Stati Uniti (+2,5%) e Francia (+9,5%).

Come regioni di destinazione più in voga fra gli stranieri, si confermano Lazio (+17,3% sul 2016), Lombardia (in linea con il 2016), Veneto (+5,7%), Toscana (-0,9%) e Campania (+14,9%) che insieme coprono il 65,7% della spesa totale degli stranieri in Italia. Ottime performance anche dell'Italia insulare: Sicilia +32% e Sardegna +66,8%.

¹ Fonte: UNWTO, World Tourism Barometer Volume 16, January 2018

² Fonte: EUROSTAT, anno 2017 PROVVISORI "monthly data" estrazione 09/03/2018 – I dati del Regno Unito non sono disponibili per l'intero anno

³ Fonte: dati elaborati da ENIT su Amadeus Intelligence

⁴ Fonte: Banca d'Italia, il turismo internazionale dell'Italia, DATI PROVVISORI

Il contributo totale del turismo all'economia italiana⁵ nel 2017 è stato di 223,2 miliardi di euro, pari al 13% del PIL. Rispetto al 2017 si stima un incremento dell'1,8% per l'anno in corso, che porterà il valore economico del settore a 227,3 miliardi di euro.

L'impatto economico del turismo si riflette in maniera rilevante sul mondo del lavoro, con oltre **3,4 milioni di posti direttamente e indirettamente generati nel 2017**, pari al 14,7% dell'occupazione totale del Paese. **Il numero di occupati dovrebbe crescere dell'1,4% nel 2018**, fino a raggiungere, nel 2028, quota 4 milioni di lavoratori.

Sempre in termini di contributo totale del turismo al PIL, **il valore dell'industria turistica per l'economia italiana è superiore alla media mondiale ed europea.**

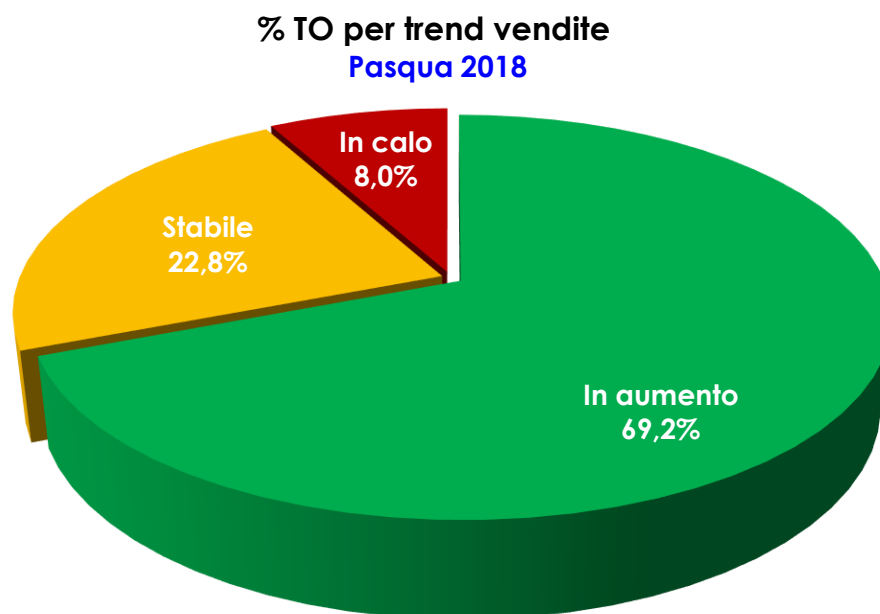
⁵ Fonte: WTTC - Travel & Tourism Economic impact 2018 Italy

LE VENDITE ALL'ESTERO DELLA DESTINAZIONE ITALIA: PASQUA e PRIMAVERA 2018

Sul fronte del turismo organizzato, l'**Agenzia Nazionale del Turismo - ENIT**, avvalendosi della propria rete estera, ha condotto il consueto Monitoraggio presso i principali Tour Operator dei mercati europei e di oltreoceano.

L'indagine intende fornire **il trend sulle vendite della Destinazione Italia per le festività pasquali e la primavera 2018**.

Sono in crescita le prenotazioni dei viaggi organizzati verso l'Italia per la Pasqua 2018: quasi il 70% degli operatori intercettati rileva una crescita, il 22,8% una situazione di stabilità e solo l'8% una flessione in confronto all'andamento delle vendite per lo stesso periodo del 2017.



Fonte: Indagine presso i tour operator, ENIT 2018

Nelle dichiarazioni sulle vendite dell'Italia emerge una certa coerenza tra i TO contattati nelle due macro-aree di mercato.

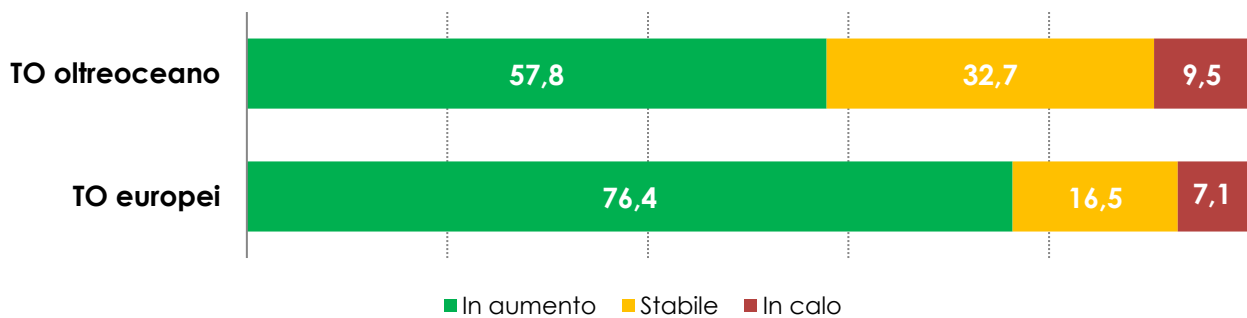
Sia gli operatori europei che quelli oltreoceano concordano sull'andamento generalmente in salita delle prenotazioni verso il nostro Paese.

La crescita è più rilevante per gli operatori europei, (quasi 8 operatori su 10 hanno indicato un incremento), mentre i TO oltreoceano, seppure ottimisti, sono più cauti.

In particolare:

- le vendite "in aumento" riguardano il 76,4% dei TO europei e il 57,8% di quelli oltreoceano;
- le prenotazioni "stabili" sono indicate principalmente dai mercati oltreoceano (32,7% vs 16,5% di quelli europei);
- la quota dei TO oltreoceano che dichiara vendite "in calo" è più alta di quella dei TO europei (9,5% la prima, 7,1% la seconda).

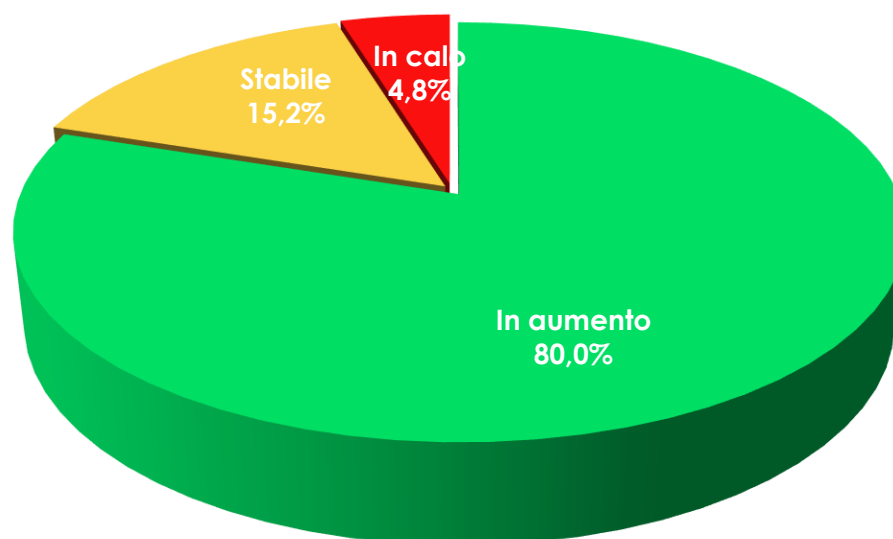
**% TO per trend vendite
Pasqua 2018**



Fonte: Indagine presso i tour operator, ENIT 2018

Stime ancora più ottimistiche sull'andamento dei flussi organizzati diretti in Italia per la primavera 2018. In questo caso ben l'80% degli operatori intervistati rileva un incremento delle vendite, il 15,2% una situazione di stabilità e solo il 4,8% rileva un calo.

**% TO per trend vendite
Primavera 2018**

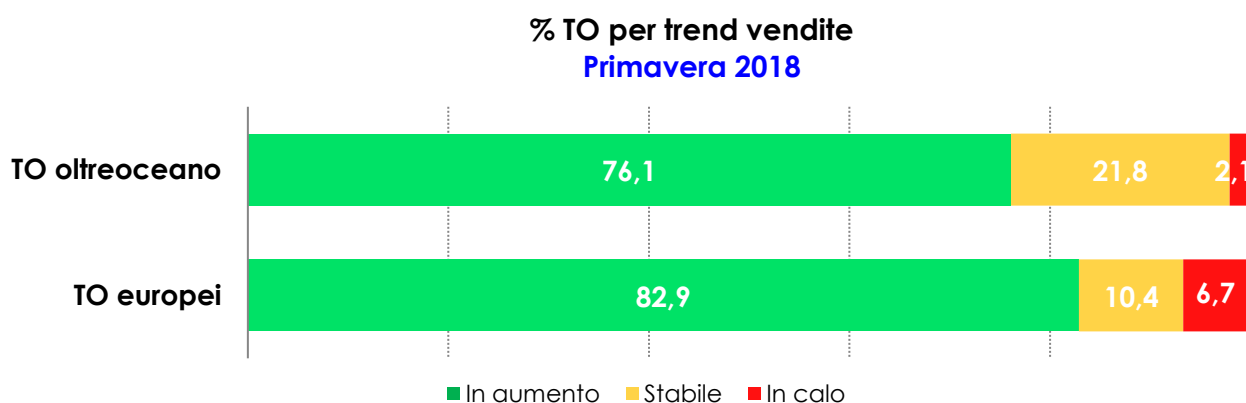


Fonte: Indagine presso i tour operator, ENIT 2018

Le dichiarazioni pervenute dagli operatori di entrambe le aree di origine dei flussi organizzati sono pressoché sulla stessa lunghezza d'onda, all'insegna, cioè, della crescita, con un leggero "sorpasso" per gli operatori del vecchio continente su quelli oltreoceano, così come previsto per il periodo pasquale. Sono però gli stessi operatori europei a segnalare un maggiore calo delle vendite, seppure si tratti di percentuali molto basse, mentre il mercato oltreoceano denuncia, nel 21,8% dei casi, una situazione di stabilità.

In particolare:

- le vendite "in aumento" riguardano l'82,9% dei TO europei e il 76,1% di quelli oltreoceano;
- le prenotazioni "stabili" sono indicate principalmente dai mercati oltreoceano (21,8% vs 10,4% di quelli europei);
- le prenotazioni sono in "calo" per il 6,7% dei TO europei e per il 2,1% dei TO d'oltreoceano.



Fonte: Indagine presso i tour operator, ENIT 2018

FOCUS SUI MERCATI ESTERI

EUROPA

Area tedesca



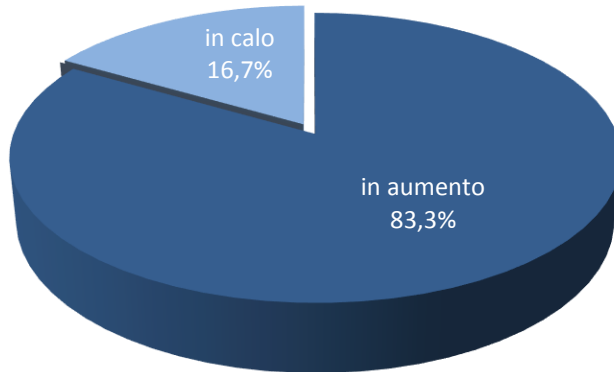
In **Germania** si stima una crescita del PIL dell'1,9% nell'anno in corso, un incremento del consumo privato dell'1,6% ed un calo del tasso di disoccupazione che passa da 5,7% nel 2017 a 5,5% nel 2018.

La società di analisi e studi GfK calcola un potere d'acquisto medio e pro capite per il 2018 di 22.992 euro, in aumento del 2,8% nominali (633 euro), rispetto allo scorso anno. Gli indicatori economici sono positivi con il *GfK Konsumklimaindex* (consumer climate index) di marzo 2018 pari a 10,8 punti e il *Geschäftsklimaindex* (business climate index) di febbraio a 115,4 punti. La situazione economica resta dunque ottima e la vacanza continua ad essere un bene "irrinunciabile". Nel 2017, circa il 77% dei tedeschi ha effettuato almeno un viaggio di durata pari o superiore ai 5 giorni, producendo una spesa turistica totale di 73,4 miliardi di euro che diventa di 96,4 miliardi se si includono anche gli short trips.

Le intenzioni per il 2018 sono nuovamente molto positive con il 46% dei tedeschi che ha già deciso di effettuare un viaggio di almeno 5 giorni in Germania o all'estero. Il 72% dei viaggi di durata superiore ai 5 gg. sono oltre i confini nazionali con chiara preferenza per il bacino mediterraneo, specie la Spagna. Ovviamente il fattore sicurezza influenza la scelta della meta, ma la Turchia si sta riprendendo notevolmente e sta registrando un aumento delle prenotazioni per l'estate 2018 di oltre il 100%.

Nella top three dei principali paesi di destinazione per il turista tedesco troviamo al primo posto, come di consueto, la Spagna con il 13,1% di quota di mercato, seguita dall'Italia con 8,3% e dalla Turchia con 5,7%. La Grecia continua il boom iniziato nel 2017 riportando una crescita a doppia cifra (+40%), aumentano anche le prenotazioni per Polonia, Portogallo, Croazia e Austria.

% TO per trend vendite - Germania Pasqua 2018



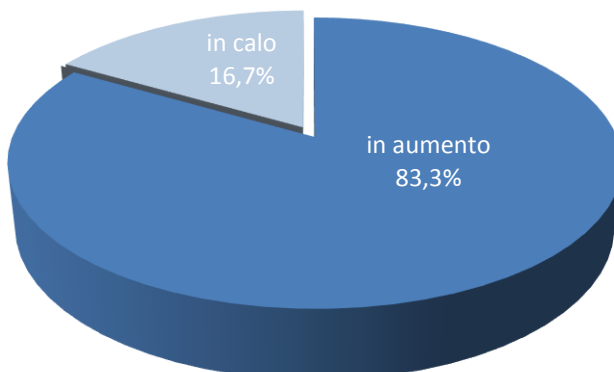
L'83,3% dei Tour Operator tedeschi intervistati rileva un incremento nelle prenotazioni verso l'Italia per le prossime festività pasquali rispetto al medesimo periodo del 2017. Un solo operatore indica un calo⁶. Non tutti gli operatori tedeschi fanno differenziazioni tra le prenotazioni di Pasqua/primavera e le prenotazioni anticipate (Frühbücher) per l'estate, comunque l'andamento è generalmente positivo.

Per la Pasqua 2018 i pacchetti venduti hanno una durata che va dai 4 ai 10 giorni, anche se i pacchetti di 10 gg sono principalmente riferiti al mare estivo nel Sud Italia.

Le destinazioni più in voga sono il Trentino Alto Adige, la Toscana, le località lacuali, primo fra tutti il Lago di Garda e le città d'arte, specie Roma, Firenze, Milano e Venezia, ma anche il Sud con Sicilia, Calabria e Sardegna. Il mezzo di trasporto preferito dal turista tedesco rimane l'automobile (46%), seguito dall'aereo (40%). Non stupisce, quindi, che le Regioni italiane più gettonate, specie per il breve periodo delle vacanze pasquali, siano quelle del Nord Italia, geograficamente più vicine.

Secondo i TO tedeschi intervistati i competitor principali dell'Italia sono la stessa Germania, la Francia, la Croazia, la Bulgaria, Malta, la Spagna (specie Maiorca e le Isole Canarie) ed il Portogallo con Madeira. Come già esposto precedentemente, anche l'Egitto e la Turchia registrano un comeback dei turisti tedeschi già per le prossime festività pasquali.

% TO per trend vendite - Germania Primavera 2018



Così come per la Pasqua, anche per la primavera 5 TO su 6 hanno rilevato un trend in salita per la vendita della destinazione Italia e il restante un calo.

⁶ Tour Operator contattati: Alltours, Studiosus, Olimar, TUI, FTI Touristik, Geldhauser

La maggior parte delle novità nei cataloghi riguardano l'estate, ma anche per la primavera ci sono stati ampliamenti dell'offerta, sia come posti letto che come programmi e tour (es. Festival Rossini, Festival Verdi, tour enogastronomici, tour dei giardini, ecc.).

Il monitoraggio della stampa tedesca rivolta al grande pubblico dimostra un elevato numero di articoli che presentano short-breaks e city-trips (Roma, Milano, Venezia, Firenze, Napoli), i luoghi della costiera Amalfitana ed i laghi settentrionali (Lago di Garda, Lago di Como, Lago Maggiore).

Le maggiori compagnie aeree aumentano le frequenze e le destinazioni italiane, alcuni cambiamenti sono però dovuti al fallimento di *Air Berlin* ed alla conseguente riallocazione delle tratte. La compagnia aerea *Lufthansa* vola da Francoforte sul Meno a Bari/Catania/Genova, *Ryanair* copre le tratte Francoforte sul Meno-Bergamo/Perugia, Amburgo-Treviso e Karlsruhe/Baden-Baden-Trapani, *Eurowings* propone Cagliari raggiungibile da Berlino e Colonia, da Hannover a Cagliari/Catania/Napoli/Lamezia Terme/Olbia, da Norimberga a Olbia/Catania e da Stoccarda a Venezia/Palermo. E ancora *Easyjet* offre le tratte Berlino-Milano Malpensa/Catania/Roma Fiumicino/Venezia/Brindisi/Napoli/Genova/Ancona/Cagliari e infine *Condor* che vola da Francoforte sul Meno a Brindisi, da Düsseldorf a Catania/Lamezia Terme/Olbia, da Monaco a Catania/Lamezia Terme e Olbia e da Hannover ad Olbia.

In conclusione, si segnala la crescente importanza delle prenotazioni online dei servizi turistici verso l'Italia (l'online booking copre una quota di circa il 38% del totale prenotazioni nel 2017) e si stima che nel 2020 la maggioranza delle vendite avverrà online. Tuttavia, il classico "colloquio personale" in agenzia di viaggio mantiene comunque la sua importanza, con una quota del 41% e viene ritenuto indispensabile per viaggi più complessi e di lusso.



La situazione economica dell'**Austria** è molto stabile e il nuovo governo, insediatosi nel dicembre scorso, punta al consolidamento dell'economia sia per quanto riguarda i consumi interni che per la produzione industriale. Nel prossimo biennio è prevista una crescita degli scambi internazionali del 3% nel 2018 e del 2,2% nel 2019, superiore, quindi, alla media europea. Anche per il PIL si prevede una crescita che ricalca i medesimi tassi. Si stima, inoltre, una massiccia semplificazione del sistema fiscale e in particolare una riduzione delle imposte sui redditi che dovrebbe portare vantaggi anche ai consumi interni. Allo stesso tempo viene preso in seria considerazione un alleggerimento fiscale anche per le imprese.

Per il tasso di disoccupazione, pari nel 2017 al 5,6%, si prevede un ribasso al 5,4% per il 2018 e al 5,3% per il 2019. Nel biennio 2018-2019 gli investimenti continueranno a sostenere la crescita, ma in misura minore. I consumi dovrebbero rimanere stabili dato che le buone condizioni del mercato del lavoro e il calo della disoccupazione contribuiscono al sostegno dei redditi disponibili per le famiglie. Si registra, inoltre, un aumento sia delle importazioni che delle esportazioni.

**In aumento
Per il 100% dei TO**

Tutti i Tour Operator austriaci intervistati (*Gruber Reisen, Columbus Reisen, Ruefa Reisen, FTI Touristik, DERTOUR Austria, TUI Austria, Eurotours*) **rilevano un incremento delle vendite della destinazione Italia per le festività pasquali in confronto allo stesso periodo dello scorso anno.**

Il maggior numero di prenotazioni è riferito ai cosiddetti citybreaks nelle città d'arte del nostro Paese. Roma, ovviamente, fa da padrona, seguita da Venezia, Milano e Firenze con pacchetti che vanno dal giovedì (o venerdì) al lunedì.

Al contrario, durante la settimana di Pasqua non vengono svolti i classici tour in pullman poiché i Tour Operator preferiscono organizzarli in periodi meno affollati (solitamente da dopo Pasqua a giugno). Lo stesso dicasi per i viaggi verso le destinazioni balneari poco offerti dai TO a causa del clima instabile e delle temperature ancora troppo basse. Tuttavia, le decisioni di viaggio degli austriaci sono solitamente molto influenzate dal meteo, perciò saranno decisivi i 10 giorni antecedenti la Pasqua perché potrebbero verificarsi un'impennata di prenotazioni last minute soprattutto verso le destinazioni balneari, in particolare quelle del Nord Adriatico, facilmente raggiungibili in auto (ad esempio Grado, Jesolo, Bibione, Lignano), dell'Emilia Romagna o, in alternativa, le destinazioni sul Lago di Garda, molto amate dagli austriaci.

Secondo gli operatori turistici intervistati, quanto detto per l'Italia vale anche per il nostro maggior competitor ovvero la Croazia, anch'essa destinazione facilmente raggiungibile in auto. Il turista austriaco, anche in questo caso, attende fino a pochi giorni prima delle festività pasquali per organizzare il viaggio. Per quanto riguarda le destinazioni raggiungibili in aereo, gli operatori confermano una forte ripresa dei Paesi del Mediterraneo come Turchia, Egitto e Tunisia che avevano fatto registrare forti rallentamenti nelle prenotazioni in seguito ai tristi eventi terroristici degli anni passati. Anche le destinazioni spagnole delle Isole Canarie e delle Isole Baleari stanno facendo registrare un buon numero di prenotazioni per il periodo pasquale, mentre mostrano un calo le prenotazioni verso la Grecia.

**In aumento
Per il 100% dei TO**

Anche per la primavera 2018 tutti gli operatori intervistati concordano sull'andamento in salita delle prenotazioni verso l'Italia rispetto allo stesso periodo del 2017, soprattutto per il mese di maggio durante il quale cadono diverse festività adatte a brevi periodi di vacanza (Primo Maggio, Pentecoste, Ascensione).

I bus operator, in particolare, stanno facendo registrare un aumento delle prenotazioni soprattutto per i viaggi regionali (es. tour delle città venete, Cinqueterre & Riviera dei fiori, tour delle città toscane ecc.) e interregionali (Toscana e Umbria, Toscana e Lazio, Puglia e Basilicata, ecc.). In aumento anche i viaggi verso il Sud Italia effettuati con la formula *fly&bus* verso Sicilia, Campania, Calabria, Sardegna e Puglia.

In riferimento ai collegamenti aerei, dopo il fallimento di *Air Berlin* e la conseguente cancellazione di diverse tratte verso l'Italia, la compagnia *Eurowings* ha deciso di volare su alcune rotte abbandonate da *Fly Niki* (che faceva capo a *Air Berlin*). La compagnia tedesca ha attualmente 7 rotte: da Vienna a Roma, Brindisi, Lamezia Terme, Pisa, Olbia e Catania e da Salisburgo a Olbia. La compagnia aerea *Austrian My Holiday*, invece, offre attualmente 7 destinazioni italiane (Catania, Palermo, Napoli, Bari, Cagliari, Olbia e Lamezia Terme sia da Vienna che da Linz). Anche *Easyjet* è attiva sul mercato austriaco e ha in programma l'introduzione di voli per Napoli e Milano, così come *Wizzair* che dal 2018 è entrata in questo mercato con le tratte Vienna-Bari e Vienna-Roma. Inoltre, è notizia di pochi giorni fa, dal 2019 sarà attivo anche il collegamento Vienna-Catania.

Il vettore spagnolo *Vueling* detiene al momento unicamente la rotta Vienna-Roma, mentre *Air Malta* da febbraio 2018 propone il volo Vienna-Catania (con proseguimento per Malta).



La Segreteria di Stato dell'economia (SECO) in **Svizzera** ha attese di crescita per il PIL reale di +2,3% per il 2018 e di +1,9% per il 2019. Il tasso di disoccupazione medio è previsto nuovamente a livelli molto bassi: 3,0% per il 2018 e 2,8% per il 2019. Il Paese registra inoltre elevati livelli di reddito pro capite (circa 61.100).

Grazie a questa situazione positiva, la maggioranza della popolazione (90,6%) è ben propensa a viaggiare, fino ad intraprendere, in media, 3 viaggi l'anno. Su un totale di 22,4 milioni di viaggi, il 67% ha come destinazione l'estero. La maggior parte dei soggiorni oltre i confini nazionali viene effettuata tra maggio e ottobre per motivi di vacanza e relax (63%) e per ricongiungersi a parenti ed amici (22%). La spesa media pro capite per un viaggio all'estero è di 160 Franchi Svizzeri al giorno contro i 122 nel proprio Paese. Circa il 30% della popolazione svizzera sceglie di visitare l'Italia, che rimane tra le destinazioni estere preferite.

In aumento
Per il 100% dei TO

Gli operatori intervistati, STI Reisen, Tomas Cook CH, Hotelplan Suisse, Baumeler Reisen, sono soddisfatti dell'andamento delle prenotazioni per la Pasqua in Italia. Tutti riferiscono di aumenti delle vendite, che per alcuni arrivano fino al 30% sullo stesso periodo dell'anno scorso.

Si tratta di pacchetti con soggiorni short break (3 notti – 1 settimana) nelle città d'arte, soprattutto a Roma e Venezia, ma anche pacchetti dedicati alla vacanza attiva, l'enogastronomia, i borghi e i laghi. Piemonte, Alto-Adige e Toscana sono le Regioni maggiormente richieste.

Le principali destinazioni concorrenti, per i periodi di riferimento, sono Praga, molto di tendenza al momento, nonché le grandi capitali europee come Londra, Parigi, Vienna e Berlino.

Altre mete gettonate sono Cipro, la Spagna, specie Maiorca e le isole Canarie e il Portogallo, tutte scelte per il clima mite e l'ottimo rapporto qualità-prezzo.

Sul medio/lungo raggio i maggiori competitors sono Egitto, Emirati Arabi Uniti, Maldive e Repubblica Dominicana, per le condizioni climatiche favorevoli.

Anche secondo la rivista di settore *Travel Inside*, che riporta le prenotazioni di *TUI Suisse*, gli Svizzeri per la Pasqua, preferiscono le mete europee, tra le quali Venezia che risulta al quarto posto e Roma al settimo. Le destinazioni preferite per una vacanza al caldo sono le Maldive, che registrano un aumento del 30% sul periodo pasquale 2017, Dubai, la Thailandia e la Repubblica Dominicana.

In aumento
Per il 100% dei TO

Secondo i TO è prevista una crescita di vendite della destinazione Italia anche per la primavera 2018 rispetto al medesimo periodo del 2017.

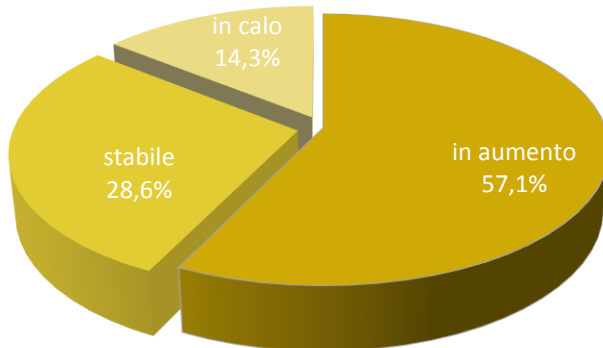
Quasi tutti i TO continuano ad ampliare i cataloghi con nuove proposte, ad esempio *STI* con la Sicilia, *Baumeler* con il Cilento e la Basilicata, *Hotelpian* con la Puglia e *Thomas Cook* con l'apertura dei nuovi hotel *Sentido Orosei Beach* in Sardegna.



L'economia dei **Paesi Bassi** sta acquistando forza. Con una crescita del PIL del 3,2% prevista per quest'anno e del 2,7% per il 2019, l'economia olandese registrerà performance migliori rispetto alla media dell'eurozona (0,6 punti percentuali all'anno).

La disoccupazione, che è calata rapidamente e attualmente si trova al suo livello più basso dal 2001, raggiungerà il 3,9% quest'anno e nel 2019 scenderà fino al 3,5%. Questa situazione agevola il mercato del lavoro. Molte aziende assumono con contratti a tempo indeterminato e stipendi alti per attirare o trattenere il personale. L'aumento del costo del lavoro e l'aumento dell'IVA faranno aumentare l'inflazione al 2,3% nel 2019. Tuttavia, grazie ai salari più alti e alle imposte sul reddito più basse, il potere d'acquisto medio migliorerà dell'1,6% nel 2019. La politica di bilancio espansiva e il forte mercato immobiliare sono i principali fattori che distinguono l'Olanda dagli altri Paesi.

% TO per trend vendite - Olanda Pasqua 2018

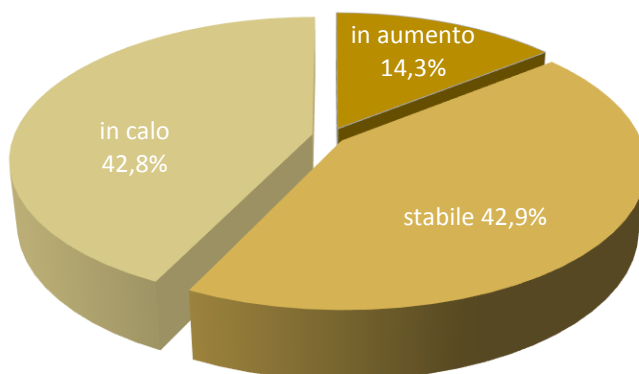


Secondo i TO contattati *TUI Nederland N.V.*, *Travel2C*, *Gast in Toscane*, *Fietsrelax*, *Vesuvio Tour*, *Mijn Hemel* e *Fundadore Travel*, i primissimi mesi del 2018 (gennaio-febbraio) hanno mostrato un leggero calo nelle prenotazioni rispetto a quelle che erano le attese per la stagione primaverile. Tuttavia **la maggioranza dei TO ha rilevato un aumento delle vendite della destinazione Italia per il periodo pasquale.**

Le buone performance per gli operatori turistici specializzati nell'offerta "city trips" verso città d'arte quali Roma, Venezia e Firenze, in crescita rispetto all'anno scorso, hanno consentito di bilanciare il ristagno del bimestre. Inoltre, il trend degli ultimi anni mostra che sono sempre più in crescita le prenotazioni last minute a ridosso delle partenze delle festività pasquali, grazie alle quali gli operatori contano di rifarsi per recuperare la lieve flessione. La durata della vacanza è di 4 giorni o al massimo di una settimana. Le richieste principali restano le città d'arte del nord e centro Italia come Venezia, Firenze, Siena e Verona e altre località in prossimità dei laghi veneti e lombardi, tra i quali spicca il lago di Garda.

I principali competitors, visto il breve periodo a disposizione, sono rappresentati dalle città europee che, a pari distanza con l'Italia, sono raggiungibili in aereo in poco tempo e in auto dai Paesi confinanti (Belgio, Francia e Germania).

% TO per trend vendite - Olanda Primavera 2018



Per la primavera gli operatori riferiscono di un andamento delle vendite altalenante, tra la stabilità e la leggera flessione rispetto all'anno precedente. Complice il crescente trend di prenotazioni last-minute che non permettono di avere in anticipo un quadro completo delle vendite.

La durata della vacanza è di 4 giorni che si allunga ad una settimana se il periodo coincide con le soste scolastiche (es. prime settimane di maggio).

Tra le località preferite dai turisti olandesi si confermano il Veneto e la Toscana, regioni poliedriche in grado di offrire una varietà di prodotti turistici (lacuale, montano e balneare), i borghi e le città d'arte. Sono in crescita i tour in bicicletta per le vacanze in grado di combinare l'esperienza all'aria aperta con la visita di borghi storici.

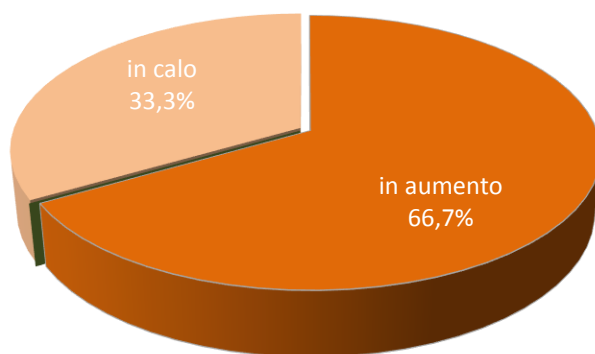
Il meridione ottiene apprezzamenti considerevoli, soprattutto per il trimestre estivo giugno-agosto, in particolare per la Costiera Amalfitana, la Puglia e la Sicilia. Menzione speciale per la crescita esponenziale della Sardegna, dovuta in buona parte alla considerevole promozione effettuata dagli Enti Regionali in Olanda ed all'aumento dei voli diretti.

Inoltre, tra le nuove mete offerte da alcuni TO ci sono il Friuli Venezia Giulia e le Marche che, in grado di competere con le località costiere di altre regioni, potrebbero favorire un ulteriore incremento dei flussi turistici olandesi in Italia.



Per quest'anno il tasso di crescita del PIL in **Belgio** si aggira intorno al +1,9%, secondo la Banca Nazionale Belga. Attualmente la situazione economica del Paese sembra non risentire delle varie crisi di governo e del rallentamento della crescita economica avutesi in alcuni Paesi europei. Per il 2018 il tasso di disoccupazione rileva un calo rispetto al 2017 (6,6%), mantenendosi al di sotto della media europea (8,7%). Il tasso d'inflazione si stima scenda intorno all'1,48% per il 2018, leggermente superiore alla media della zona Euro (1,40%). La buona salute e la stabilità dell'economia del Paese faranno sicuramente aumentare il potere d'acquisto del turista belga e conseguentemente i viaggi verso l'Italia e l'estero in generale.

% TO per trend vendite - Belgio Pasqua 2018



Secondo le informazioni raccolte dai TO *Caractère*, *Thomas Cook*, *TUI*, **le vendite per la destinazione Italia nel periodo pasquale sono tendenzialmente in aumento per 2 operatori su 3**. Il restante indica un lieve decremento.

In particolare *Thomas Cook* rileva un incremento del 17% per i viaggi in macchina, +7% per i citytrips e addirittura +40% per le destinazioni montane nostrane.

Stessa tendenza per il TO *Caractère* che segnala una crescita generale del turismo organizzato verso l'Italia del 16%. Un po' controcorrente l'operatore *TUI* che indica un leggero calo delle vendite. La durata media di una vacanza per Pasqua è di 1 settimana.

In aumento
Per il 100% dei TO

Per tracciare una linea di tendenza definitiva per la **primavera 2018** bisognerà aspettare fine giugno, tuttavia **tutti gli operatori intervistati stimano importanti incrementi nelle vendite** che vanno dal +7% per l'operatore *Thomas Cook* a +19% per il TO *Caractère*.

Riguardo ai citytrip, l'operatore *TUI* segnala un aumento per le classiche destinazioni di Roma, Milano, Napoli e Torino mentre rileva una flessione per Firenze e Venezia.

Come già anticipato nel monitoraggio dedicato alle festività natalizie 2017, sono stati ripristinati, da parte dei maggiori TO belgi, i voli verso Tunisia ed Egitto, con prezzi molto competitivi. Per il momento l'Italia non sembra risentire negativamente del ritorno delle destinazioni nordafricane nei cataloghi dei TO. Per quanto riguarda i collegamenti aerei, la compagnia *Ryanair* copre quasi tutte le destinazioni italiane mentre la compagnia di bandiera, *Brussels Airlines*, con 9 destinazioni, ha mantenuto i voli e le linee già programmati lo scorso anno.

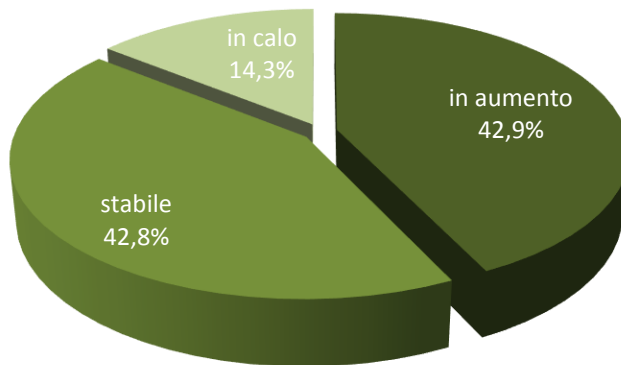
Francia e Regno Unito



L'Insee (*Institut National des Statistiques et des Études Économiques*), ha rivisto al rialzo le previsioni di crescita per il primo trimestre 2018 fissando un incremento del PIL della **Francia** a +0,4%. Per la fine del 2018, si prevede un tasso d'inflazione pari all'1,7 % e si stima il tasso di disoccupazione intorno al 9,2%.

Secondo lo studio di *Opinion Way* ci saranno delle buone prospettive per le vacanze pasquali rispetto al 2017 per quanto riguarda l'outgoing (25%).

% TO per trend vendite - Francia Pasqua e Primavera 2018



Dall'indagine effettuata presso gli operatori l'andamento delle vendite della destinazione Italia sia per la Pasqua che per la primavera 2018 risulta, all'insegna della stabilità e della crescita rispetto agli stessi periodi del 2017.

In particolare, l'operatore *Intermèdes* segnala una crescita del 10%, *Arts et Vie* un +2/3% e *Last Minute* un incremento del 3%. L'andamento delle vendite per la destinazione Italia è stabile per i Tour Operator *Temps de Vivre*, *Continents en Fête* e *Key Tourisme*, solo l'operatore *Repartir* segnala un calo rispetto agli stessi periodi del 2017 (-10%).

I prodotti più venduti per il periodo pasquale sono i soggiorni a forfait, i pacchetti week end che includono voli + albergo, viaggi individuali e di gruppo, viaggi su misura ed all inclusive. Le destinazioni più in voga sono, come di consueto, le grandi città d'arte italiane (Roma, Venezia, Firenze, Milano) ma anche Torino, e Bologna, si assiste ad un notevole incremento delle regioni del sud (Puglia e Basilicata in primis) soprattutto dell'Italia insulare, le destinazioni lacuali e balneari di Toscana ed Emilia Romagna. In netto incremento il prodotto enogastronomico.

In base alle valutazioni ed alle anticipazioni, in questo periodo pasquale, la maggior parte degli operatori turistici intervistati punta la loro offerta anche verso altri paesi competitor come il Portogallo, la Grecia, la Croazia, la Spagna e la Germania. Per il lungo raggio si segnalano l'Iran, la Costa Rica, il Giappone, l'India e gli Stati Uniti.

Per la prossima primavera, i francesi non rinunciano alle vacanze, molti operatori del settore turistico evidenziano un aumento delle prenotazioni nel periodo che va dal 7 aprile al 6 maggio grazie ai vari ponti del mese di maggio, confidando, peraltro, nella tanto auspicata ripresa delle prenotazioni e delle vendite per l'estate (stima: +13%). Secondo le prospettive del Pure Player Travelzoo il 75% dei francesi preferisce andare in vacanza in primavera. Di questi il 43% è diretto in Francia (Sud Ovest, Bretagna, Alpi), il 65% in Europa (Spagna, Italia e Portogallo) e il 52% nelle destinazioni lungo raggio (Asia, Caraibi, Stati Uniti).

Tra le novità sul mercato, si segnalano nuove rotte aeree (Marsiglia – Venezia e Marsiglia Napoli) per la compagnia *Volotea*, mentre *Air France* aprirà il volo stagionale Parigi CDG Bari e Parigi- Cagliari dalla prossima estate.

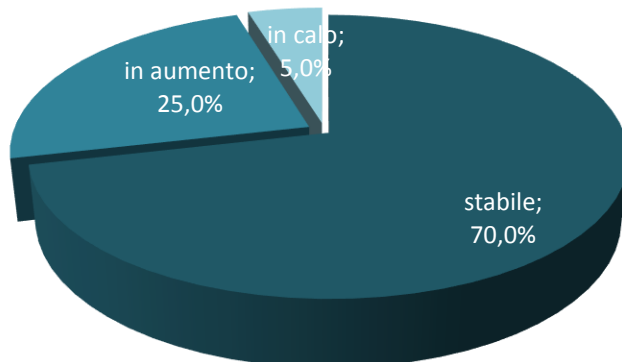


I dati sull'economia del **Regno Unito** relativi al secondo semestre del 2017 non appaiono differenti da quelli dei sei mesi precedenti. Le statistiche nazionali mostrano infatti come il PIL del Regno Unito sia cresciuto solamente dello +0,4% nell'ultimo semestre e del +1,1% dal 2016, il tasso di crescita annuale più basso dal 2012. A crescere del +0,6% è il settore dei servizi, tra i più proficui i trasporti, in crescita del +1,1% e il settore alberghiero, quest'ultimo però in calo dello -0,2% rispetto al semestre precedente.

Nel 2017 i viaggiatori britannici all'estero sono stati 70 milioni, +8% rispetto al 2016. La spesa nello stesso periodo è stata 65.750 milioni di sterline (+3%).

% TO per trend vendite - Regno Unito

Pasqua e primavera 2018



Dall'indagine effettuata presso l'operatore **ABTOI**, che rappresenta 72 compagnie specializzate sull'Italia, l'andamento delle vendite del Belpaese sia per la Pasqua che per la primavera 2018 risulta all'insegna della stabilità ed un leggero aumento rispetto agli stessi periodi del 2017.

Le grandi città d'arte e i laghi si confermano le destinazioni favorite.

Le destinazioni concorrenziali citate dai tour operator sono rappresentate da alcune delle principali città d'arte localizzate in Europa fra cui Barcellona, Vienna, Praga, Madrid, Amsterdam e Parigi. Sempre vivo è l'interesse per il turismo lacuale per i piccoli gruppi e famiglie e senior. I paesi del Nord

Africa stanno registrando un forte aumento in seguito al loro ritorno sul mercato dopo alcuni anni di assenza per spiacevoli episodi legati al terrorismo.

Per quanto riguarda le tendenze outgoing verso la Destinazione Italia per la Primavera 2018, la maggior parte delle tendenze sono riconducibili all'offerta estiva, in quanto le offerte primaverili/pasquali sono coincidenti.

Il monitoraggio della stampa inglese rivolta al grande pubblico conferma un elevato numero di articoli relativi a city-break dove vengono nominate: Roma, sempre più sovente presentata al grande pubblico con aeree che sono al di fuori dai classici circuiti turistici, Bologna e Napoli che hanno avuto numero elevato di articoli sulla stampa, ma anche i laghi e le "undiscovered areas" che mostrano un prodotto meno conosciuto ma decisamente apprezzato dai consumatori ed in linea con la peculiarità dell'offerta italiana.

Le compagnie aeree aumentano le frequenze e le destinazioni sull'Italia. *Alitalia*, ad esempio, ha aumentato i voli giornalieri da Milano Linate verso London City (6 voli).

Le nuove rotte aggiunte nel 2018 dalla Gran Bretagna sono Edimburgo-Firenze, Londra Heathrow-Bari/Brindisi e Manchester-Firenze per la *British Airways*, Belfast-Napoli/Venezia, Bristol-Genova, Londra Gatwick-Ancona, Londra Luton-Genova, Manchester-Genova con *Easyjet* e Londra Luton-Bari con *Wizzair*

Penisola Iberica



La situazione economica-sociale della **Spagna** continua a registrare miglioramenti importanti. Il PIL ha continuato a crescere nel 2017 (+3,1% rispetto sul 2016) e anche i consumi privati si sono incrementati (+2,5%). Per l'anno in corso si prospetta un aumento del PIL e dei consumi privati rispettivamente del 2,6% e 2%.

Questi dati positivi si riflettono sulla crescita della domanda turistica: secondo gli ultimi dati pubblicati dall'*Instituto Nacional Estadística (INE)* nel periodo gennaio-settembre 2017, i viaggi all'estero dei turisti spagnoli sono aumentati del 10,8% rispetto allo stesso periodo del 2016, mentre per quanto riguarda i pernottamenti, l'aumento è stato del 5,1%.

Secondo un'indagine condotta dalla rivista *Agent travel* tra gli agenti di viaggio, il 43% di questi conferma un aumento delle prenotazioni e della spesa turistica degli spagnoli per Pasqua 2018 rispetto all'anno scorso.

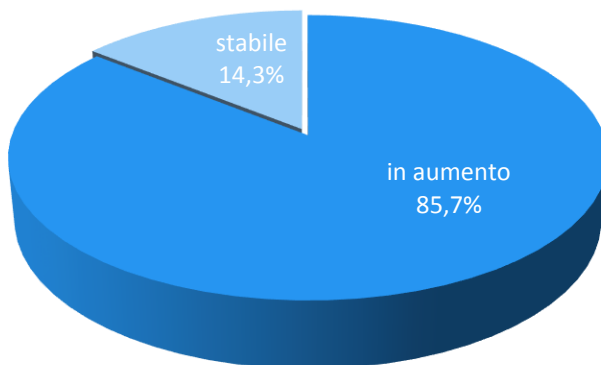
**In aumento
Per il 100% dei TO**

I TO intervistati, *Politours, Tourmundia, Viajes El Corte Ingles, Carta Italia, Logitravel, Tui Spain, Travelplan e Mapatours*, **hanno dichiarato un aumento delle vendite della destinazione Italia per Pasqua 2018, con incrementi tra il 2% e il 10%**, per una media del 6%.

I pacchetti più venduti riguardano il segmento culturale e religioso nelle grandi città d'arte come Roma, Firenze, Milano e Venezia. Le Regioni più richieste continuano ad essere Toscana, Sicilia, Lombardia, Puglia, Liguria, soprattutto per le Cinque Terre e la Campania con Napoli, la Costiera amalfitana e le isole del Golfo. I pacchetti, in genere, includono volo + soggiorno in una o due città d'arte, hanno una durata media di 4-5 giorni o/e circuiti, in misura minore, di 7-8 giorni.

Secondo i principali TO e quanto dichiarato dalle associazioni di agenzie di viaggio *Acave* e *Ceav*, anche per quest'anno le mete preferite dagli spagnoli continuano ad essere le grandi capitali europee quali Londra, Parigi e Lisbona, mentre per il lungo raggio New York è sempre la più richiesta. Un'indagine pubblicata da *TripAdvisor*, indica che il 63% degli spagnoli che si mette in viaggio per il periodo di Pasqua sceglie i confini nazionali, mentre il 34% le destinazioni internazionali. Il restante 3% dividerà le vacanze tra viaggi in Spagna e all'estero.

% TO per trend vendite - Spagna Primavera 2018



Per il periodo primaverile gli operatori contattati **stimano un incremento dell'11%** riguardo i flussi turistici spagnoli verso l'Italia in confronto alla stessa stagione dell'anno passato.

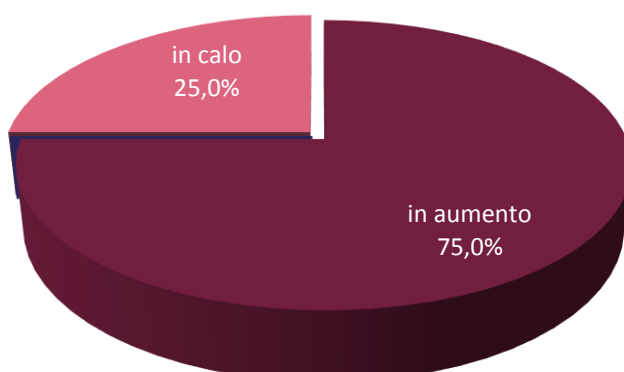
La festività del 1° maggio favorisce molto i viaggi, specialmente per i turisti che provengono dalla Comunità Autonoma di Madrid per i quali si aggiunge la ricorrenza del 2 maggio che permette di usufruire di un ponte di 5 giorni. Gli eventi legati a "Palermo Capitale della Cultura 2018" e "2018 Anno del Cibo italiano" attireranno i turisti spagnoli non solo interessati alla cultura e all'enogastronomia italiana. Inoltre i nuovi collegamenti aerei da Madrid a Palermo (*Iberia Express*), Genova e Alghero (*Volotea*), Perugia e Venezia (*Air Europa*) e Milano Linate (*Alitalia*) influiranno positivamente sull'andamento dei flussi turistici spagnoli in Italia.



Nel 2017 il PIL del **Portogallo** è cresciuto del 2,7% rispetto all'anno precedente. L'aumento del consumo privato ha avuto ripercussioni positive anche sul turismo: secondo i dati raccolti da *Banco de Portugal*, nel 2017 i turisti portoghesi hanno speso 157,7 milioni di euro in Italia, ovvero il 17% in più rispetto all'anno precedente.

Le proiezioni relative ai consumi privati per il primo trimestre del 2018 sono altrettanto positive e fanno ben sperare in un risvolto consistente anche per i consumi turistici.

% TO per trend vendite - Portogallo Pasqua 2018



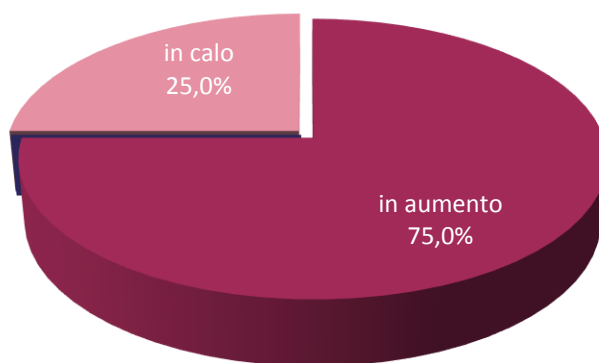
La quasi totalità degli operatori contattati, *Nortravel*, *Abreu*, *Lusanova* e *Pinto Lopes*, ha rilevato aumenti nella vendita della destinazione Italia per la Pasqua 2018.

Nello specifico Nortravel e Abreu hanno riferito di incrementi rispettivamente del 2% e del 15%. Nel caso Di Pinto Lopes la crescita rilevata è stata del 50% sullo stesso periodo del 2017, grazie alle buone vendite dei pacchetti con circuiti di 7 giorni in Sicilia e 8 giorni nel Sud Italia.

Bene, per gli altri, le vendite dei circuiti nelle città d'arte Roma, Firenze e Milano della durata di una settimana. Si aggiunge la Costiera Amalfitana, per la durata di una settimana, nelle vendite dell'operatore *Lusanova*.

Gli operatori contattati hanno riferito che, nonostante l'Italia sia una delle mete più richieste per la Pasqua 2018, soprattutto per i viaggi con motivazioni religiose ed eno-gastronomiche, l'Europa Centrale continua ad essere la principale destinazione per i portoghesi (in generale per i circuiti in autobus granturismo) così da rendere Francia ed Inghilterra i maggiori competitor dell'Italia per il periodo considerato.

% TO per trend vendite - Portogallo Primavera 2018



Dai contatti avuti con operatori turistici e varie compagnie aeree, si deduce che l'outgoing portoghese verso l'Italia per la primavera 2018 farà registrare risultati positivi, anche grazie al turismo auto-organizzato, incentivato dalla presenza numerosa di rotte aeree a basso costo fra le principali città portoghesi e quelle italiane e agli short-break favoriti dalla presenza di collegamenti aerei frequenti nei fine settimana.

In particolare, Lisbona è collegata con voli diretti (*Tap, Ryanair e Easyjet*) a Milano Malpensa, Bergamo Orio al Serio, Roma Fiumicino e Ciampino, Pisa, Venezia, Bologna e Napoli; da Oporto partono, invece, voli (*Tap, Ryanair*) per Bergamo Orio al Serio, Milano Malpensa e i due scali romani. A partire dalla primavera 2018 saranno inaugurate le rotte Lisbona-Firenze (*Tap*), Oporto-Bologna, Lisbona-Cagliari e Faro-Bergamo (*Ryanair*) e la rotta Faro-Verona (*Volotea*).

Alcuni operatori parlano già di un incremento delle richieste dei portoghesi per alcune località del sud Italia, come Tropea e altre località marittime, ricche di un patrimonio paesaggistico/naturalistico vario, oltre che per le mete classiche quali Firenze, Napoli, Venezia, Milano e le altre città capitali della cultura e dell'arte.

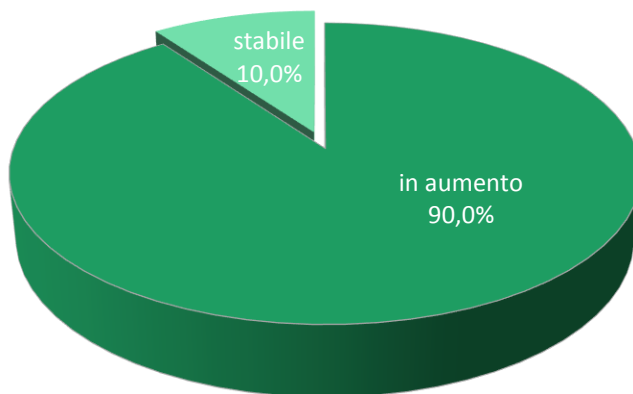
Area scandinava



L'area **scandinava** rimane un mercato maturo con un'alta propensione al consumo di viaggi all'estero ed una buona capacità di spesa. Nel 2017, secondo gli ultimi dati, si è registrata una crescita del PIL su tutti i mercati scandinavi. Più precisamente l'incremento è del 3,3% per la Svezia, 2,7% per la Finlandia, 2,5% per la Danimarca e dello 0,6% per la Norvegia (ancora in sofferenza per il prezzo del petrolio). La situazione economica è salda ed il livello socio-economico rimane alto, in più i turisti dell'area considerano i viaggi leisure all'estero una necessità.

% TO per trend vendite - Scandinavia

Pasqua 2018



La maggioranza dei TO contattati, Ölvemarks, Scandorama, Resia, Ticket Svezia, Lomalinja, OK Matkat, Vitus Rejser, Albatros, La Bella Italia, e Ticket Norvegia, riferiscono di aumenti nelle vendite della destinazione Italia per la Pasqua 2018.

Le destinazioni prescelte sono quelle località dal clima gradevole come la Riviera ligure, la Costiera Amalfitana, il lago di Garda e il lago di Como. Sempre molto richiesti i city breaks per Roma, Milano e Venezia.

Per Pasqua 2018 i turisti olandesi possono godere di un periodo di vacanza lungo 11 giorni. Questo comporta la prenotazione di viaggi long haul soprattutto per le isole Canarie e la Thailandia ma anche per gli USA, i Caraibi e il Vietnam. I maggiori competitor europei per l'Italia sono Londra e Berlino e le capitali dell'est economicamente più vantaggiose.

In aumento
Per il 100% dei TO

Per la primavera, gli operatori rilevano che le vendite dell'Italia, per tutti in aumento, sono cresciute tra il 3% e il 6% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.

Il turismo attivo è sempre un prodotto molto richiesto, soprattutto hiking e biking. Come nuova destinazione city break, oltre Roma, Venezia e Milano, è molto richiesta anche Torino.

I T.O. di nicchia riservano un forte interesse per nuove destinazioni italiane attente al turismo di qualità, off-season e rurale. Altre tendenze per la primavera sono rappresentate dalle micro-vacanze di 3 notti, per le destinazioni ben servite dai collegamenti aerei diretti. Per l'AV svedese *TICKET*, le prenotazioni per Roma sono aumentate del 18,4% e per Milano dell'80,4% rispetto al periodo primaverile dell'anno scorso.

Le nuove rotte aeree per la primavera sono Copenaghen – Genova e Stoccolma – Verona con SAS e Stoccolma – Torino con *Blue Air*.

Europa dell'Est



I risultati raggiunti dalla **Russia** negli ultimi anni, mostrano che il "Paese rappresenta una delle grandi potenze mondiali con un forte potenziale economico e commerciale" secondo quanto sottolineato dal Presidente Putin. Nei prossimi 6 anni il Paese dovrà concentrarsi su progetti di rilancio economico e la crescita dell'economica dovrà essere assicurata da un aumento della produttività del lavoro e dall'uso delle tecnologie moderne.

Secondo gli esperti, nel prossimo biennio, l'aumento del PIL non supererà l'1,6% all'anno e l'inflazione non raggiungerà il "target" pari al 4% annuo. A parere loro, attualmente, l'economia nazionale si trova in una fase di "ristagno positivo".

Negli ultimi 2/3 anni si è assistita ad una crescita notevole del turismo domestico (circa il 40%) a danno dei viaggi all'estero, per motivi legati al cambio sfavorevole del rublo e per il divieto, per alcune categorie di dipendenti pubblici russi, di trascorrere le vacanze oltre i confini del Paese.

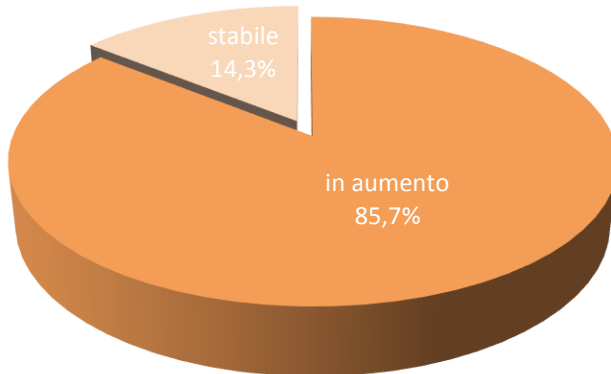
La Pasqua "russa" (ortodossa), che quest'anno cade l'8 aprile, non avrà nessun effetto in termini di movimento turistico. Invece, nel periodo delle festività di maggio (dal 29 aprile al 9 maggio), i russi sono più propensi a viaggiare sia all'estero che nel proprio Paese. Nel periodo fine marzo - inizio aprile si segnala il movimento turistico legato alle vacanze scolastiche.

Stabile
Per il 100% dei TO

Dall'indagine effettuata presso gli operatori, PAC Group, Coral Travel, TEZ Tour, TrisT, Intourist, Karlson Tourism e Biblio Globus, l'andamento delle vendite della destinazione Italia per Pasqua 2018 è risultata stabile.

La maggior parte dei pacchetti turistici venduti per Pasqua sono i tour classici nelle città d'arte. È di una settimana la durata del viaggio nelle Regioni Emilia Romagna, Toscana, Veneto, Lombardia e Lazio. Negli ultimi anni è cresciuta la domanda per i prodotti di nicchia, i viaggi verso le città d'arte cosiddette "minori", il prodotto termale, i laghi, il turismo fly&drive, i tour enogastronomici e il turismo legato agli eventi. Richiesti anche manifestazioni con rievocazioni storiche, eventi sportivi e culturali.

% TO per trend vendite - Russia Primavera 2018



Quasi tutti i TO contattati hanno rilevato una crescita delle vendite verso l'Italia per il periodo primaverile. Nessun operatore ha riportato un calo.

Favoriranno i flussi turistici verso l'Italia anche i nuovi collegamenti aerei di S7 da Mosca verso Roma e da S. Pietroburgo a Torino e Verona e Mosca-Milano di UTAir, attivi da dicembre scorso e quelli di Pobeda (low-cost del gruppo Aeroflot) Mosca-Treviso e S. Pietroburgo-Torino operativi da febbraio. Saranno inaugurati ad aprile le tratte Bologna - Samara, Rostov-sul-Don, Krasnodar, Kazan', Ekaterinburg, Mosca ad opera di UralAirlines.

Inoltre sono disponibili i voli charter che diversi tour operator russi organizzano dalle principali città del Paese verso destinazioni italiane.



L'economia della **Repubblica Ceca** sta vivendo un momento molto positivo. Il 2017 si è chiuso con un PIL a +4,5% e anche per il 2018 si prevede un aumento del 3,8%. La crescita del Paese ha basi solide ed è supportata soprattutto da un forte consumo interno, dai notevoli investimenti di alcune aziende e dalla richiesta di prodotti cechi dall'estero. Nel 2017 tutti i settori industriali del Paese hanno avuto una crescita di produzione. Quanto sopra riportato fa ovviamente da tirante anche per l'industria turistica. La voglia di viaggiare dei cechi è in forte aumento e lo dimostrano gli ultimi dati del 2017, che evidenziano un aumento di viaggi verso l'estero del 7% circa (dati non definitivi riferiti al periodo gennaio-settembre 2017).

In aumento
Per il 100% dei TO

La totalità dei TO intervistati, Fischer, Cedok, Firo tours, Azzurro, Ludor, Fede ha dichiarato che le vendite verso il Belpaese sono in crescita per il periodo pasquale. L'aumento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno è di circa il 5%.

Durante il periodo pasquale e anche durante la primavera i tour in pullman sono i pacchetti maggiormente richiesti. Si tratta di viaggi in tutta Italia programmati dai bus operators. Sono

soprattutto i tour interregionali che toccano gli highlights del nostro Paese, come Venezia, Firenze, Siena, Roma e Napoli, che stanno registrando un buon numero di prenotazioni.

Anche molti viaggi individuali in aereo stanno avendo un trend positivo grazie anche al grande numero di offerte delle compagnie aeree. In questo caso si prenota presso il tour operator o il pacchetto completo aereo + hotel o, in alternativa, soltanto l'hotel, mentre il collegamento aereo viene prenotato individualmente. Tra i viaggi individuali vengono venduti anche soluzioni in automobile verso le destinazioni del nord Italia, soprattutto verso le mete balneari del Veneto, il Lago di Garda e le città d'arte.

Considerato che la stagione invernale si è allungata, poiché Pasqua cade in aprile, anche gli operatori che vendono le destinazioni montane stanno ancora raccogliendo prenotazioni per questo periodo.

Per quanto riguarda i competitors, sono in forte ripresa i Paesi islamici del Mediterraneo che avevano subito una battuta di arresto negli anni passati in seguito agli attacchi terroristici avvenuti in Europa e nei Paesi direttamente interessati come Turchia, Egitto e Tunisia. Le partenze verso queste mete sono agevolate anche dal clima favorevole.

Spagna, Grecia e soprattutto Croazia, invece, vengono presi in considerazione più per il turismo balneare estivo, che non nel periodo pasquale ad esclusione delle vacanze in città d'arte, come Barcellona e Madrid, le più popolari poiché offerte dalle compagnie aeree low cost operanti in Repubblica Ceca.

**In aumento
Per il 100% dei TO**

Anche per l'intera stagione primaverile la totalità dei TO intervistati ha indicato una crescita delle prenotazioni verso l'Italia. Per questo periodo, gli operatori dichiarano un sempre costante aumento di richieste verso il Sud Italia.

Ciò dimostra anche una certa maturità del turista ceco che non si accontenta più della classica vacanza al mare in Italia, ma ha bisogno di conoscere nuovi luoghi e nuove realtà finora inesplorate, alla ricerca della dimensione più autentica del territorio.

Pochi Paesi possono vantare un'offerta così ampia di collegamenti aerei verso il nostro Paese. Sul territorio ceco operano ben quattro compagnie aeree low cost che lottano per accaparrarsi fette di mercato sempre più grandi con offerte e tariffe molto vantaggiose. *Easyjet* (3 destinazioni italiane), *Wizzair* (5 destinazioni italiane), *Ryanair* (5 destinazioni italiane), ma soprattutto *Smart Wings*, vettore low cost della *Czech Airlines*, con ben 11 destinazioni italiane, costituiscono un'ottima base per operatori turistici e turisti per la realizzazione di pacchetti adatti ad ogni esigenza di mercato.



L'**Ungheria** sta vivendo una situazione economica molto positiva. Nel 2017 il PIL è cresciuto del 3,5%, grazie al piano IRINY, varato dal Governo al fine di potenziare i settori economici quali il farmaceutico, l'IT e l'elettromobilità. Il mercato del lavoro è dinamico con una flessione costante dal 2013 del tasso di disoccupazione. La pressione fiscale nel 2017-18 è diminuita sia per quanto riguarda i contributi previdenziali, sia per le imposte sui redditi, favorendo l'aumento dei consumi interni.

Questo quadro edificante ha permesso negli ultimi anni uno slancio anche al comparto turistico, con un numero sempre maggiore di viaggi sia all'interno del Paese che all'estero, soprattutto verso l'Italia.

In aumento
Per il 100% dei TO

Per le festività pasquali di quest'anno tutti gli operatori turistici interpellati, TdM Travel, Vista, Car Tour, Tensi, Maremonti, Ciao Travel, Zeppelin concordano su un lieve incremento delle prenotazioni per il Belpaese rispetto allo stesso periodo del 2017.

Oltre alle mete classiche amate dai turisti ungheresi, ossia le spiagge del Nord Italia, facilmente raggiungibili in auto, la Toscana e le città d'arte sono le località più richieste con aumenti intorno al 5% rispetto all'anno precedente. In crescita le destinazioni del Sud Italia, grazie alla notevole offerta di collegamenti aerei di Wizz Air (8 destinazioni) e Ryanair (7 destinazioni).

Un'ulteriore nota positiva è giunta anche dai bus operator ungheresi, che prevedono pacchetti in diverse regioni del nostro Paese, soprattutto nel Nord Italia; anche in questo caso, sono sempre più frequenti le destinazioni del Meridione con la formula Fly & Bus, grazie ai tanti collegamenti aerei sopracitati.

Anche gli operatori che offrono viaggi invernali in montagna continuano a vendere gli ultimi pacchetti di settimane bianche durante il periodo di Pasqua per quelle destinazioni dove è ancora possibile sciare.

L'ottimo momento economico che sta vivendo il Paese incide positivamente non solo sull'andamento delle destinazioni italiane, ma anche sul trend dei nostri competitors, in primis la Croazia che rimane la meta straniera preferita dai turisti ungheresi, sia per il cambio valuta favorevole rispetto all'Italia, sia per l'offerta balneare, solitamente più economica rispetto alle nostre mete.

Da segnalare la netta ripresa dei Paesi del Mediterraneo che avevano avuto un notevole calo dopo i molteplici attentati terroristici di matrice islamica degli anni passati: Turchia ed Egitto in testa, ma anche Tunisia, grazie alle offerte all inclusive sempre molto competitive.

In aumento
Per il 100% dei TO

In crescita anche le vendite dell'Italia per l'intero periodo primaverile rispetto alla medesima stagione nel 2017, secondo gli operatori intervistati

Sul favorire i flussi turistici verso il nostro Paese senza dubbio incidono il rafforzamento dei collegamenti aerei e l'ampliamento del numero di destinazioni italiane offerte delle compagnie aeree *Wizzair* e *Ryanair*. In particolare, *Wizzair* ha inaugurato il Budapest-Bari e il Budapest-Lamezia Terme, mentre *Ryanair* ha ampliato la sua offerta aggiungendo le tratte Budapest-Palermo e Budapest-Treviso.

OLTROCEANO

Nord e Sud America

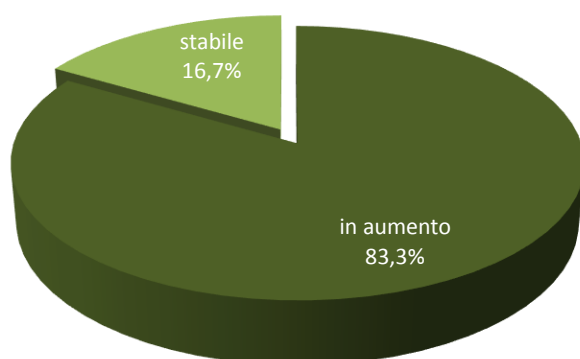


L'economia americana è in crescita e la disoccupazione diminuisce. Il Congresso degli **Stati Uniti d'America** ha da poco approvato i tagli alle tasse. Il dollaro continua ad oscillare, forse per effetto della stessa amministrazione USA intenta a favorire le esportazioni americane e il riequilibrio della bilancia commerciale. Secondo quanto riportato dagli analisti, nel 2017 il PIL è cresciuto del 2,3% ed il reddito reale disponibile delle famiglie dell'1,1%.

In riferimento al settore turistico, il 2017 è stato l'anno d'oro dei viaggi internazionali con il tasso di crescita, pari al 10%, più alto degli ultimi 20 anni (66,7 milioni di partenze tra gennaio-dicembre 2017). L'Europa è stata la destinazione più visitata dagli americani: gli arrivi statunitensi sono cresciuti dell'8% rispetto al 2016 e sono aumentate del 18% le visite nelle città d'arte.

Le previsioni turistiche per il 2018 sono positive, i turisti americani nel primo trimestre hanno viaggiato a pieno ritmo e si mostrano propensi a farlo anche per il resto dell'anno. Secondo i dati di *American Express* sono cresciute del 44% le prenotazioni internazionali tra gennaio e marzo 2018 rispetto allo stesso periodo del 2017.

% TO per trend vendite - USA Pasqua 2018



In base alle valutazioni fornite dagli operatori interpellati, *Cultural Italy, California Fantastic Italia, Arizona, Hello Italy Tours, Autenthic Italy, Olive Tree Escape, EZ Italy / EZ Europe*, per il periodo pasquale si prevede un incremento del 5% delle vendite di pacchetti vacanze per l'Italia sul medesimo periodo del 2017.

I turisti statunitensi privilegiano le mete culturali tradizionali rappresentate dalle grandi città d'arte, anche se va crescendo l'interesse per i centri minori e i borghi storici.

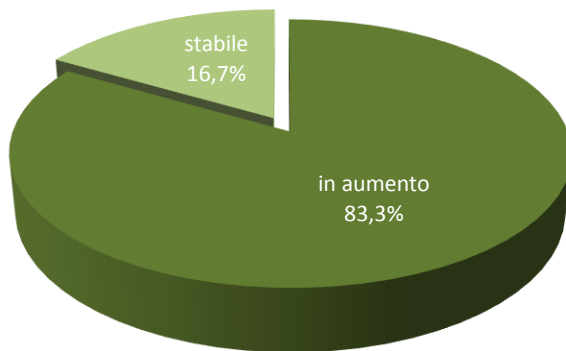
In salita la richiesta di prodotti turistici legati al segmento Terme e Benessere e all'enogastronomia. Le Regioni che vanno per la maggiore sono: Veneto, Campania, Liguria, Toscana, Lazio, Piemonte e Sicilia.

Oltre le classiche Roma, Firenze e Venezia ci sono anche Palermo, la Costiera Amalfitana, le Cinque Terre e i laghi tra le località maggiormente richieste.

Le destinazioni caraibiche, essendo raggiungibili in poche ore di volo e godendo di un clima estivo, sono i principali competitors dell'Italia per la Pasqua 2018.

% TO per trend vendite - USA

Primavera 2018



Per il periodo primaverile, dall'indagine condotta tra gli operatori americani **si deduce**, per le vendite della destinazione Italia, **una crescita del 6% ed oltre**.

Il dato positivo si può attribuire anche ai nuovi collegamenti aerei non stop tra la West Coast e l'Italia. La *Norwegian Air* ha inaugurato a febbraio il volo diretto San Francisco – Roma, mentre a giugno si aggiungerà un'ulteriore tratta che congiungerà Los Angeles a Milano. A marzo l'*Alitalia* ha dato il via al Los Angeles – Roma. Ai voli già operativi della East Coast, si aggiungeranno, da giugno ad ottobre, quelli della *Air Italy* che collegheranno Milano Malpensa con JFK e Miami. L'Italia, anche nel 2018, è tra le destinazioni internazionali preferite dagli americani, lo confermano i risultati dei sondaggi effettuati da *Visa Global Travel Intention*, che collocano l'Italia al secondo posto delle destinazioni europee, dopo la Spagna.

Proiezioni positive anche per il settore delle crociere mediterranee, soprattutto per i porti italiani, sempre più richiesti dai crocieristi americani.

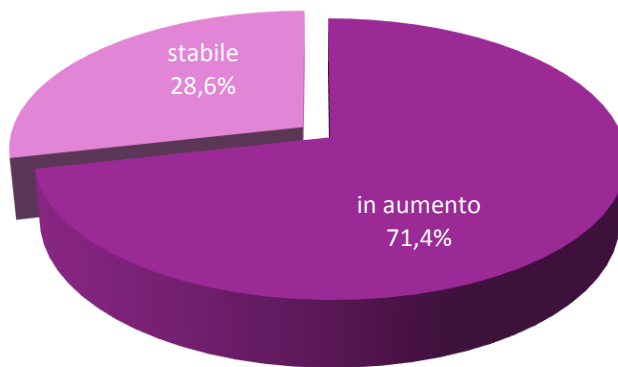
Nel 2018 transiteranno nelle acque italiane 141 navi (contro le 138 del 2017), in rappresentanza di 46 compagnie di navigazione, secondo quanto emerso da una presentazione di *Cemar Agency Network* di Genova, in occasione della Fiera *Seatrade Global*, tenutasi ad inizio marzo a *Fort Lauderdale* in Florida.



Nel 2017 il **Canada** ha avuto una solida e costante crescita economica: il PIL è al +3,1%, dopo aver superato lo shock del prezzo del petrolio degli ultimi due anni e si prevede, per il 2018, una crescita stimata intorno al 2,2%.

Il mercato turistico canadese è caratterizzato da una domanda matura, esigente e da una notevole propensione ai viaggi internazionali, nonostante l'inferiorità del dollaro canadese nei confronti dell'Euro e del dollaro USA. I dati turistici più che positivi della Banca d'Italia per i canadesi verso l'Italia del periodo 2016-2017 fanno sperare che, anche per quest'anno, ci sia una ulteriore crescita.

% TO per trend vendite - Canada Pasqua 2018



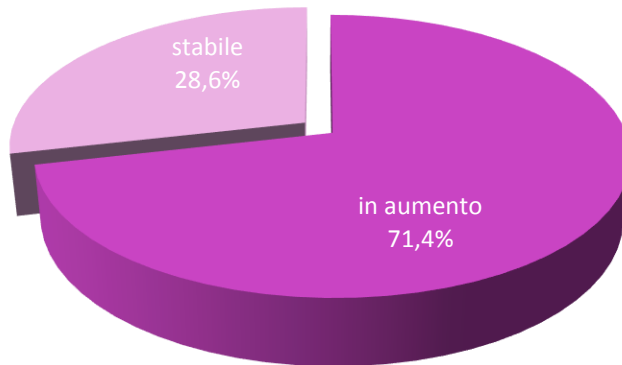
Tra i sette operatori che hanno collaborato al sondaggio, *Art & Leisure Tours, Ciao Tours, EF Go Ahead Tours, Kompas Express, Trip Connoisseurs, Vacances Préférence, Vacanza Italy*, cinque hanno indicato incrementi nella vendita della destinazione Italia in occasione delle festività pasquali dal 5 al 15% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, due hanno indicato una situazione di stabilità.

La durata del soggiorno più ricorrente è di 8-12 giorni, le tipologie più richieste sono: viaggi individuali/F.I.T. su misura, viaggi di gruppo, pacchetti turistici che propongono volo + alloggio. I prodotti più venduti sono le città d'arte più note e quelle meno conosciute, tour enogastronomici e vacanze attive. Le regioni preferite sono la Toscana, il Lazio, il Veneto, la Campania, la Liguria e la Sicilia. Le località maggiormente richieste sono, come di consueto, Roma, Firenze, Venezia, Costiera Amalfitana e Cinque Terre.

Nel periodo di Pasqua e per il popolare "March Break" (con chiusura delle scuole per una settimana) le destinazioni tipiche per i canadesi sono Messico, Cuba, Repubblica Dominicana, Caraibi e USA, in particolare Florida e le Hawaii. I motivi che spingono i canadesi a scegliere perlopiù queste mete sono i prezzi competitivi, l'ampia scelta di proposte ed il relativo breve periodo di volo. Per i viaggi in Europa viene privilegiato il periodo estivo e autunnale. I dati riportati per il movimento outgoing verso l'Europa e l'Italia in particolare nel periodo pasquale, pertanto, non hanno valenza di indicatori significativi per l'andamento dell'intera stagione.

% TO per trend vendite - Canada

Primavera 2018



Prospettive ottimistiche anche per l'intera stagione primaverile. Secondo i dati raccolti dal sondaggio fra i TO, la situazione primaverile ricalca quella della Pasqua con il 71,4% di operatori che rilevano una crescita nella vendita della destinazione Italia rispetto alla medesima stagione del 2017.

L'incremento dovrebbe aggirarsi intorno al +5 - 8% in media, con punte anche superiori per alcune provincie, come il Quebec e l'Ontario, grazie all'avvio di voli diretti stagionali, con decorrenza da maggio ad ottobre, da parte di *Air Canada* (da e verso Roma), *Air Canada Rouge* (da e verso Roma e Venezia) e *Air Transat* (da e verso Roma, Venezia, Lamezia Terme).



Nel 2017 la bilancia commerciale del **Brasile** ha registrato un surplus record (67 miliardi di dollari) grazie alla robusta ripresa delle esportazioni (+17,5% in valore), in particolare di materie prime e prodotti di base. Nonostante i recenti progressi, però, l'interscambio brasiliano è ancora ampiamente inferiore ai massimi del 2011 (-23%). Continua ad ampliarsi il surplus commerciale nei confronti della Cina, che si consolida nella posizione di principale mercato di sbocco per le merci brasiliane (22% del totale). Tra gli altri partner commerciali spiccano Stati Uniti, Argentina e Germania. L'interscambio commerciale bilaterale con l'Italia è tornato a crescere dopo tre anni (+7%) e il nostro paese continua a registrare un surplus commerciale (circa 400 milioni di dollari). Tuttavia, l'Italia perde alcune posizioni rispetto agli altri partner commerciali e rappresenta oggi il settimo fornitore del Brasile (era al sesto posto nel 2016) e l'undicesima destinazione per le merci brasiliane (era al nono posto un anno fa). *(Fonte: Banca d'Italia – Ambasciata d'Italia a Brasilia)*.

Per quanto riguarda il settore turistico, nel secondo semestre del 2017 e nel primo trimestre del 2018 si è notato un notevole aumento dei viaggi verso l'Europa a discapito degli USA, che per tantissimi anni è stata la destinazione preferita dai turisti brasiliani. La motivazione è la politica di sicurezza per l'ingresso nel Paese attivata dal governo Trump. Si è inoltre diffuso, negli ultimi tempi, un nuovo profilo del turista brasiliano di lusso caratterizzato da un'estrema personificazione del viaggio, alla ricerca di esperienze uniche come cenare dentro il Museo del Louvre davanti alla Monna Lisa o festeggiare il compleanno nella Cappella Sistina, molto attento al design, all'architettura e alla moda.

Il 55% dei brasiliani acquista viaggi tramite app: una ricerca fatta da un'impresa di pagamenti on-line *Paypal* insieme alla *Opinion Box*, rivela che l'"m-consumatore", espressione usata per definire il consumatore mobile, acquista perlopiù prodotti di viaggio e turismo on line: biglietti aerei, alberghi e pacchetti turistici. Secondo l'agenzia di viaggio on-line, *Viajanet*, le ricerche relative a destinazioni turistiche fatte da un smartphone hanno oltrepassato per la prima volta quelle fatte da un computer.

Nel 2017 si è avuto uno straordinario incremento dei flussi di brasiliani diretti in Portogallo: 869 mila visitatori, con un aumento del 39% rispetto al 2016. La Germania ha registrato il 14% di aumento nel numero di pernotti di turisti brasiliani nel 2017 relativamente al 2016. CVC Viaggi, il più grande operatore delle Americhe e uno dei maggiori del mondo, ha commercializzato circa 27.000 pernotti in Italia nel 2017. Secondo CVC, il nostro Paese rappresenta la seconda destinazione in Europa, dopo il Portogallo.

**In aumento
Per il 100% dei TO**

Tutti i Tour Operator intercettati *Milessis Turismo, Casablanca Turismo, Travel Connection, Vivere Operadora, CTC Operadora e Feldentours* **hanno risposto positivamente circa l'andamento delle vendite della destinazione Italia, con incrementi che variano dal 10% al 50% nel prossimo periodo pasquale.**

I pacchetti più venduti hanno durata da 5 a 9 gg (city packages) e da 9 a 13 gg. Interesse crescente per viaggi di nozze, religiosi e culturali. Le destinazioni più richieste sono le classiche Roma, Milano, Venezia, Costa Amalfitana, Sicilia, Toscana e Puglia.

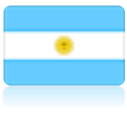
Nel periodo pasquale il maggiore competitor dell'Italia è il Brasile stesso, considerando che la maggior parte dei brasiliani amano festeggiare la Pasqua in famiglia o realizzano viaggi di corto raggio.

**In aumento
Per il 100% dei TO**

In incremento anche i viaggi organizzati verso l'Italia per tutto il periodo primaverile secondo la totalità degli operatori intervistati.

I mesi di aprile e maggio sono molto apprezzati dai turisti brasiliani per visitare l'Italia sia per il clima favorevole del periodo che per i prezzi competitivi, con promozioni e sconti sulla biglietteria aerea. In aumento i gruppi organizzati che visitano l'Italia per motivi religiosi e i turisti della terza età.

Anche per la primavera 2018 il maggior competitor dell'Italia è il Portogallo principalmente per la lingua ma anche per la crescente offerta di voli diretti da diverse capitali del Brasile verso Lisbona e per i costi dei servizi turistici più economici che in altri capitali europee.



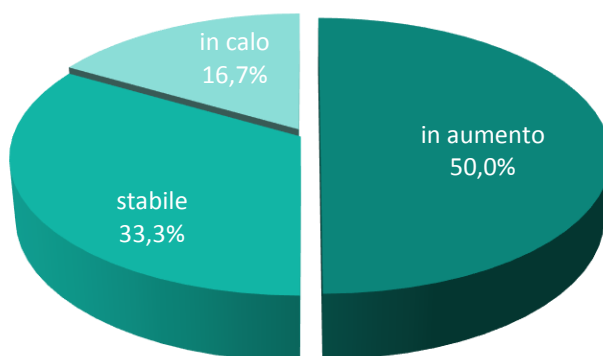
Dopo una chiusura 2017 piuttosto burrascosa per l'**Argentina**, dovuta ad alcune misure governative accolte negativamente dalla popolazione, nel 2018 si sta dando continuazione al piano di austerità, teso a ridurre la spesa pubblica, il deficit fiscale e di conseguenza anche l'inflazione. Le misure intraprese dal governo hanno coinvolto anche le sfere politiche, con la decurtazione di cariche di alto rango in alcuni Ministeri fra cui quello del Turismo per il quale si prevede una riduzione del personale del 23% ed un riassetto intero.

Secondo fonti ufficiali, durante il primo bimestre del 2018, si è assistito ad un lieve miglioramento dell'economia. Si stima infatti una crescita del PIL intorno al 3,5%, grazie ai settori dell'edilizia e dei servizi. Il deficit fiscale si è ridotto di un 24,4% a febbraio rispetto allo stesso mese del 2017 ed anche per il debito pubblico si prevede una diminuzione del 7,5%.

Il 2017 è stato un anno record per i consumi turistici: sono 4,5 milioni le partenze aeree verso l'estero (di cui circa 900 mila con destinazione Europa), con un incremento del 17,7% rispetto all'anno precedente. I pernottamenti all'estero si sono incrementati del 18%, mentre la spesa totale è cresciuta del 15%. Il viaggiatore argentino è, nella grande maggioranza, un turista maturo, informato ed esigente che sa arrangiarsi per rendere la vacanza più proficua in termini di tempi e risparmio di spesa. L'Europa in generale e l'Italia in particolare, sono destinazioni sempre in voga fra i turisti argentini: nel 2017 chi ha scelto il Vecchio Continente ha rappresentato una quota del 19% del totale viaggiatori partiti per l'estero (*fonti ufficiali dell'INDEC - Istituto di statistiche e censimenti dell'Argentina*).

% TO per trend vendite - Argentina

Pasqua 2018



L'indagine condotta presso i TO intervistati Olà Tour Operator, Luxor Viajes, Corima Tours, ACT Viages, Carnival e Aero La Plata ha mostrato un **trend complessivamente in crescita delle vendite della destinazione Italia per le festività pasquali 2018** rispetto all'analogo periodo del 2017.

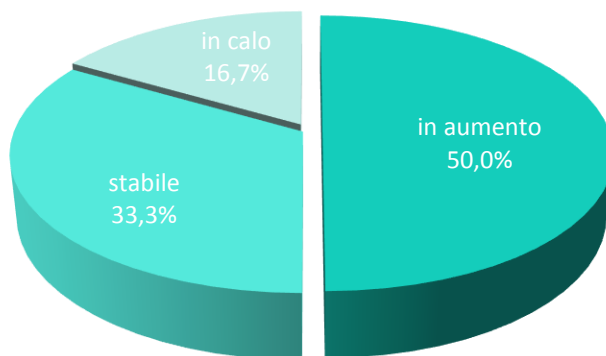
In particolare, la metà degli operatori intervistati ha segnalato un incremento: Luxor Viajes ha rilevato un +20%, Aereo La Palta un +40%.

Il TO Olà, pur registrando una riduzione nel numero di richieste, ha avuto una crescita degli introiti grazie all'offerta di servizi di alta categoria. Per *Corima Tours* le vendite del Belpaese sono stabili ma con un notevole incremento delle regioni del sud Italia. Secondo *Act Viages* il nostro Paese copre una quota del 50% delle vendite dell'Europa e conferma l'andamento in linea con lo stesso periodo del 2017. *Carnival* segnala infine una diminuzione.

Per paesi d'oltreoceano come l'Argentina, i competitors per il periodo pasquale sono le destinazioni nazionali nonché quelle dell'America Latina, nel caso in cui il turista scelga di effettuare uno spostamento breve. Come già segnalato, infatti, la Pasqua viene abbinata ad un lungo weekend che favorisce anche il turismo interno. Destinazioni confinanti come il Cile (specie per turismo dello shopping), il Brasile (turismo balneare) e i Caraibi (turismo balenare, shopping) sono tra quelle più ricercate, complice anche il rafforzamento delle tratte aree low cost.

Per i viaggi di lungo raggio i maggiori competitor dell'Italia sono le classiche mete europee di Francia, Inghilterra, Spagna, Croazia e Grecia. In crescita l'interesse degli argentini per i Paesi Scandinavi, la Romania, la Bulgaria, l'Islanda e la Russia (transiberiana).

% TO per trend vendite - Argentina Primavera 2018



Col segno più le previsioni di vendita della destinazione Italia per la primavera 2018.

3 operatori su 6 segnalano un incremento, due operatori rilevano una certa stabilità rispetto alla primavera 2017 e solo un operatore segnala una contrazione.

Fra le novità 2018, si evidenzia la tendenza degli ultimi mesi di acquistare i biglietti aerei per l'estero partendo da altre città di paesi confinanti (San Paolo, Santiago del Cile, ecc.), approfittando delle offerte. Questa strategia funziona anche per i T.O che possono così ampliare la loro offerta a seconda dei mercati. Molto in voga anche i famosi "Travel Sale" (settimane di sconti) dove i potenziali turisti dal 19 al 26 marzo possono accedere ad importanti offerte e pacchetti viaggio scontati sia per Pasqua che per il periodo maggio-giugno 2018. In aumento i pacchetti che combinano varie tipologie di alloggio nella stessa vacanza (alberghi e treno-alberghi, ad esempio) e abbinano circuiti "classici" a itinerari meno tradizionali. In crescita il turismo religioso e quello croceristico. Si assiste a nuovi collegamenti aerei del gruppo *Skyteam* (al quale appartengono *Aerolineas Argentinas* e *Alitalia*), *Emirates* e *Turkish Airlines*. Aumenta inoltre la capacità degli aeromobili diretti in Europa per *Aerolineas Argentinas*, *Alitalia*, *Air Europa*, *Iberia*, *Edelweiss* e *Nowergian*.

Asia e Oceania

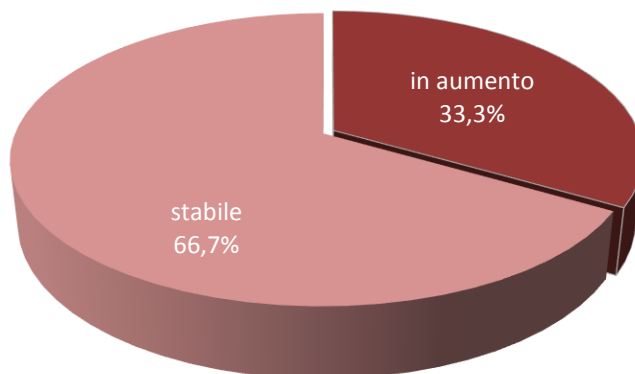


Nel quarto trimestre 2017, il PIL della **Cina** ha visto un aumento del 6,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, secondo l'*Ufficio Nazionale di Statistica*.

China National Tourism Administration ha rilevato un tasso di incremento del turismo outbound pari al 7% in confronto al 2016, con circa 130,5 milioni di turisti cinesi che si sono recati all'estero. Sempre secondo CNTA anche il turismo domestico ha visto una crescita pari al 12,8%.

Le festività pasquali non fanno parte della tradizione cinese e non rappresentano un'occasione per i viaggi all'estero anche a causa dell'assenza di pause lavorative, così come nel periodo natalizio. Le vacanze oltreconfine si concentrano solitamente durante il "Qingming Festival" (Festa delle Tombe) che copre il periodo che va dal 5 al 7 aprile 2018 e il *Labour Day* (29 aprile – 1° maggio 2018). In generale, però, la primavera è un periodo bassa stagione per i turisti cinesi all'estero.

% TO per trend vendite - Cina Pasqua 2018

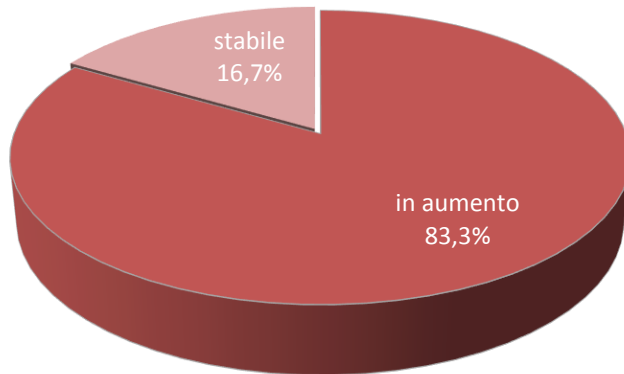


Rispetto al periodo pasquale dello scorso anno, in base alle valutazioni degli operatori contattati (*Caissa International Travel Service, Huayuan hytour, Utour International Travel, CYTS International Travel Service, Chengdu Harmony Tour, Chongqing Starry Europe*), **le vendite verso la destinazione Italia risultano generalmente stabili.**

Le regioni più visitate sono Lombardia, Toscana, Liguria, Campania, Puglia, Sicilia e Sardegna. Come città, oltre alle classiche Roma, Milano, Firenze e Venezia, sono apprezzate anche Verona, Pisa, Napoli e le più note destinazioni siciliane e sarde.

I principali competitor europei sono, come di consueto, Francia, Germania, Svizzera, Regno Unito, Repubblica Ceca, Spagna, Grecia e Paesi nordici.

% TO per trend vendite - Cina Primavera 2018



Per la primavera 2018 la quasi totalità degli operatori intercettati rileva un incremento delle vendite verso la destinazione Italia di circa il 5%.

In questo periodo sono molto diffusi i pacchetti che propongono mete di diversi Paesi (es. Francia, Italia, Svizzera o Germania) della durata di 8-14 giorni. Negli ultimi anni sono in ascesa anche i tour dedicati solo al Belpaese della durata media di 8-12 giorni. In crescita notevole i pacchetti FIT.

Fra le tendenze outgoing verso la Destinazione Italia per la primavera 2018 si segnalano:

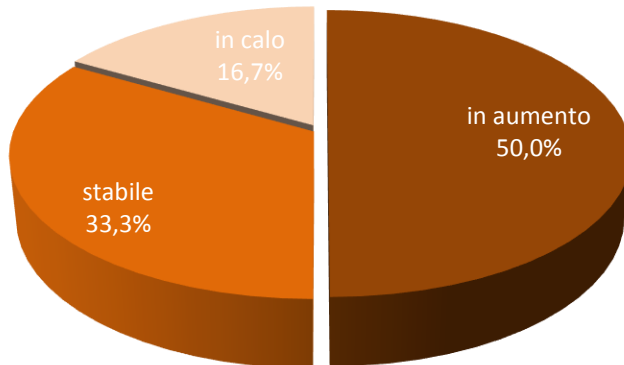
- ✓ Il Salone del Mobile di Milano (dal 17 al 22 aprile 2018) di grande attrazione per i turisti d'affari.
- ✓ Il piano strategico "One Belt One Road" che coinvolge l'Italia e che stimola il flusso verso l'Europa.
- ✓ "2018 EU - China Tourism Year" che attira i turisti verso l'Europa.

Una nuova linea aereo di *Asian Airlines* sarà aperta a maggio 2018 (Pechino-Incheon - Venezia) con 3 voli alla settimana.

Inoltre la proposta della Commissione Europea di riformare la politica dei visti per l'entrata nell'Unione Europea, rendendo le pratiche per il rilascio più facili e veloci, agevolerà i flussi turistici dal Paese orientale all'Italia.



Il PIL del **Giappone**, nel quarto trimestre dell'anno scorso (ottobre-dicembre 2017), è aumentato ad un tasso dello 0,5% su base annua (nel terzo trimestre 2018 era del 2,2%) e dello 0,1% rispetto ai tre mesi precedenti, secondo i dati diffusi dall'Istituto di ricerca economica e sociale del *Cabinet Office* del paese. L'economia giapponese riesce a inanellare l'ottavo trimestre consecutivo di espansione, chiudendo il 2017 con una crescita del 1,6% rispetto al 2016. Secondo il *JNTO (Japan National Tourism Organization)*, sono 1.423.700 i turisti outbound nel mese di gennaio 2018 (+9,9%) e 2.501.500 quelli inbound con un incremento del 9% rispetto allo stesso mese del 2017. Il turismo domestico è invece cautamente stabile.

% TO per trend vendite - Giappone**Pasqua 2018**

Per il periodo pasquale 2018, la metà dei TO giapponesi contattati prevede un andamento in salita per le vendite della destinazione Italia, il 33,3% segnala una certa stabilità mentre solo il 16,7% rileva un calo delle vendite. I TO intervistati sono: JTB World Vacations, HIS, Hankyu Travel International, ANA Sales, Ryobi Tours, Cycle Tours.

Generalmente, le festività pasquali non corrispondono ad un periodo di vacanza per i giapponesi che, piuttosto, viaggiano durante il periodo della "Golden Week" di fine aprile - inizio maggio. La durata del soggiorno in Italia è più o meno di una settimana. I pacchetti più venduti sono quelli all-inclusive.

Per quanto riguarda prodotti, 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 ed anche le altre località come le Cinqueterre, Torino, Civita di Bagnoregio e il Sud-Italia, in primis Sicilia, Napoli, Capri ed Amalfi. Un interesse crescente è rivolto ai prodotti "Enogastronomia", "Natura e Parchi" e "Mare". Le regioni in cima alle preferenze sono sempre Lazio, Veneto, Toscana e Lombardia ma la domanda verso le altre regioni come Piemonte, Liguria, Emilia Romagna e Campania è in aumento.

La concorrenza verso l'Italia come destinazione turistica è rappresentata soprattutto dalle Hawaii (per il turismo balneare), Guam e Paesi asiatici, che godono di agevolazioni per la vicinanza geografica. Oltre alle principali destinazioni asiatiche, la domanda turistica per Australia, Canada e Stati Uniti è in notevole in aumento. Le principali destinazioni europee rimangono Spagna, Francia, Gran Bretagna, Germania, Austria, Croazia, Portogallo e Svizzera. I prodotti più richiesti per le destinazioni europee concorrenti all'Italia sono: "Arte & Cultura", "Grandi città d'arte", "Città minori", "Natura e Parchi".

In aumento
Per il 100% dei TO

Per la primavera tutti i TO contattati concordano sull'indicare un trend in salita delle prenotazioni verso il Belpaese rispetto AL 2017, complice il fatto che il calendario delle festività in Giappone consentirà, quest'anno, di poter fruire di 9 giorni di vacanza continuativa (28 aprile- 6 maggio).

Ciò influirà positivamente sulle intenzioni di viaggio dei giapponesi, soprattutto verso le destinazioni di lungo raggio, fra cui l'Italia. Fra gli eventi in programma che invoglieranno i turisti giapponesi a visitare il nostro Paese vi è Palermo come Capitale italiana della cultura 2018, i festeggiamenti musicali per i 150anni dalla nascita del grande maestro lirico Gioachino Rossini.

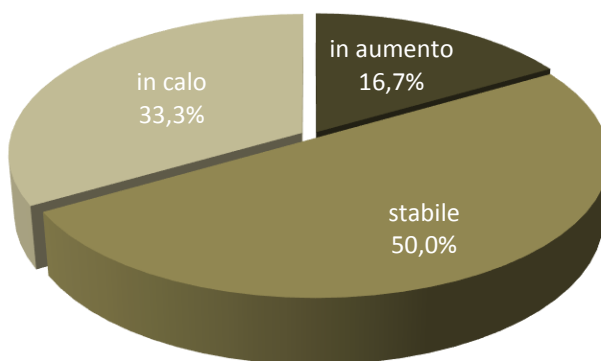
Da primo maggio 2018, inoltre, sarà aperto il nuovo collegamento *Asiana* (tra Seoul e Venezia)



Da fonte ICE – Istituto per il commercio estero – nel periodo gennaio-marzo 2017 la **Corea** ha visto crescere il proprio PIL dell'1,1% e i consumi interni dello 0,4% rispetto al medesimo trimestre 2016. Secondo il Ministero del Territorio, dei trasporti e degli affari marittimi, i passeggeri internazionali nel 2017, pari a 76,96 milioni, hanno superato del 5,4% il dato dell'anno precedente. Nonostante i costi per l'installazione del sistema americano anti-missile Thaad e la crisi nucleare nordcoreana, la domanda di viaggi da parte dei coreani verso l'estero si è incrementata anche grazie agli aumenti di voli low-cost e alla forte moneta locale.

Nella classifica dei Paesi di destinazione troviamo il Giappone, il Sud-Est asiatico e l'Europa, tutti in crescita rispetto al 2016.

% TO per trend vendite - Corea Pasqua 2018



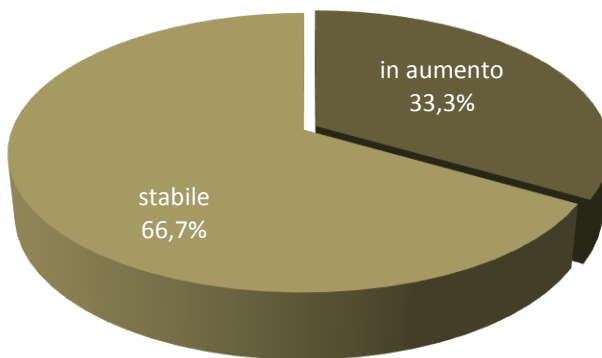
Per la metà dei Tour Operator intercettati che propongono l'Italia come destinazione turistica, le vendite verso il Belpaese nelle festività pasquali 2018 sono stabili rispetto allo stesso periodo del 2017, per il 33,3% sono in diminuzione, a causa delle Olimpiadi di Pyeongchang e alla breve vacanza prevista per il capodanno lunare 2018. Solo un TO su 6 segnala un aumento del turismo organizzato verso l'Italia. I TO contattati sono: *NaeilTour, HanaTour, ModeTour, EuroBikeTour, Viva Italia, Yellow Balloon Tour.*

I prodotti più venduti hanno una durata media di 6 notti e riguardano sia i viaggi di gruppo che individuali, fortemente personalizzati. Le destinazioni più vendute sono le classiche mete (Roma/Venezia/principali mete della Toscana). Tuttavia, tutti gli operatori intervistati segnalano un incremento della domanda verso le destinazioni "minori" nostrane.

Come competitor dell'Italia, per il periodo pasquale, gli operatori hanno indicato l'Austria (nel 2017 il numero di turisti coreani verso il Paese in lingua tedesca è stato di quasi 310 mila con un incremento del 13,2% sul 2016), i Paesi del Nord Europa, grazie alla crescita dei collegamenti aerei diretti/voli charter di collegamento.

Si prevede, inoltre, un boom verso la Spagna, dopo che le compagnie aeree *Korean/Finnair/Asiana*, hanno annunciato di voler incrementare i voli diretti. I turisti coreani che hanno visitato il Paese iberico nel 2017 hanno superato i 400.000 per la prima volta.

% TO per trend vendite - Corea Primavera 2018



All'insegna della stabilità anche le vendite verso l'Italia per l'intera stagione primaverile.

In questo caso, però, a differenza del periodo pasquale, nessun operatore ha indicato un calo.

Favoriranno i flussi verso l'Italia e l'Europa in generale, le riduzioni dei prezzi pubblicizzati attraverso eventi promozionali e tramite i canali "Social Commerce". La compagnia aerea *AirFrance*, ad esempio, ha offerto i biglietti per Parigi con uno sconto del 18% sulla tariffa base. Inoltre, sono in aumento le offerte di pacchetti turistici per l'Italia pubblicizzati attraverso i canali televisivi (es. canale "Home shopping"). In termini di collegamenti aerei, dal primo maggio in poi, *Asiana Airlines* lancia una nuova rotta *Incheon-Venezia* tre volte alla settimana (martedì, mercoledì, venerdì) ed *Alitalia* aumenterà la rotta *Incheon-Roma* da tre a quattro volte alla settimana a partire dal 30 aprile 2018.



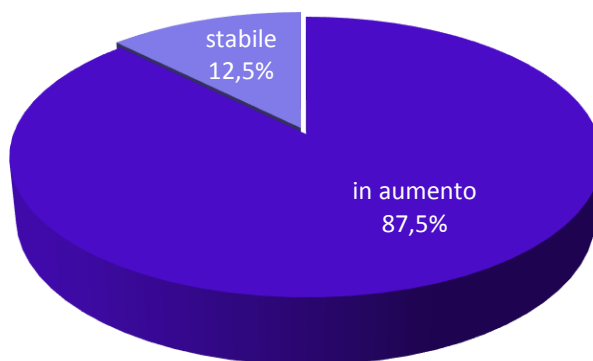
Secondo gli ultimi dati rilevati dalla *Reserve Bank of Australia* il PIL in **Australia**, pari a 1.390 miliardi di dollari, è cresciuto del 2,4% rispetto all'anno precedente, dato inferiore alle aspettative che prevedevano un aumento del 2,75%. Anche l'inflazione è cresciuta raggiungendo l'1,9% e sorpassando il tasso d'interesse nazionale che rimane all'1,5%.

La forza lavoro rappresenta il 62% della popolazione totale e il tasso di disoccupazione, pari al 5,5%, è lievemente migliorato rispetto al 2016 (-0,2 %).

I dati rilevati dall'ABS evidenziano, però, uno stallo degli stipendi che perdura da ben due decenni. La crescita della paga oraria è stata del 2,08% fino a dicembre 2017, ben al di sotto del 4% rilevato prima della recente crisi finanziaria.

Il flusso turistico incoming in Australia ha chiuso il 2017 con 8,8 milioni di visitatori internazionali, in aumento dell'8,9% rispetto al 2016. La spesa, pari a 40,6 miliardi di dollari, è cresciuta del 6,5% in confronto all'anno precedente. Tale crescita ha portato ad un conseguente aumento della capacità aerea incoming dell'8%. In testa alla classifica per mercati di origine dei flussi troviamo la Nuova Zelanda con 1.356.400 visitatori (+0,8%), seguita dalla Cina con 1.355.500 visitatori, ben 12,2% in più rispetto al 2016. Seguono gli Stati Uniti con 781.000 visitatori e il Regno Unito con 731.900. L'Italia si colloca al 19° posto con 75.400 visitatori, l'1,3% in meno rispetto al 2016. La Cina si conferma come il mercato con i più alti livelli di spesa (9,8 miliardi; +9,8%), seguita da India, Hong Kong, Malaysia e Giappone.

% TO per trend vendite - Australia Primavera 2018



La quasi totalità dei Tour Operator australiani intervistati rilevano un andamento in salita delle vendite della destinazione Italia per la primavera in confronto allo stesso periodo del 2017 (*Albatross Tours, Back-Roads Touring, Utracks, Italian Bureau, Infinity Holidays, The Wine&Food Traveller, CIT Holidays, Tempo Holidays*).

É bene precisare che i TO australiani non hanno partenze pasquali verso l'Italia o Europa in generale perché i 4 giorni di festività non permettono ai turisti di intraprendere viaggi di lungo raggio. Le prossime partenze sono quelle primaverili previste per fine aprile, maggio e giugno.

In generale, per la primavera 2018 i prodotti turistici preferiti sono i pacchetti FIT della durata minima di una settimana, gli "all inclusive" di minimo 12 giorni, seguiti dai tour in bus di almeno 10 giorni. Le mete principali sono le classiche città d'arte. Le destinazioni lacuali e naturalistiche sono sempre più

richieste soprattutto se arricchite da tour enogastronomici. Le regioni preferite sono: Toscana, Lombardia, Veneto, Campania, Sicilia, Sardegna e Puglia. Il turista australiano mira generalmente alle località più famose come le Cinque Terre, la Costiera Amalfitana o il Lago di Como, spesso senza essere consapevole della regione interessata (fatta eccezione per Toscana e Sicilia).

Si confermano come città più ambite: Venezia, Firenze, Roma e Milano. Da non sottovalutare la crescente richiesta di crociere nel Mediterraneo che generalmente passano da Civitavecchia per permettere la visita turistica a Roma. Si è inoltre riscontrato tra i turisti australiani un maggiore interesse per le località meno famose e affollate, le cosiddette "off the beaten track".

Sempre per la primavera 2018, secondo i dati rilevati dall'agenzia australiana *Roy Morgan*, il maggior competitor dell'Italia rimane l'Australia, considerando il fatto che le intenzioni di trascorrere le vacanze oltreoceano sono rimaste invariate al +11% rispetto all'anno precedente, mentre le intenzioni di trascorrere le vacanze nel proprio paese sono aumentate del 54%.

Gli Stati Uniti sono diventati la meta oltre-oceanica preferita dagli Australiani (quota parte del 17,9%, +0,5% in più rispetto al 2017), seguiti dalla Nuova Zelanda (quota parte del 13,7%) e dal Regno Unito (13,4%, +0,2% rispetto all'anno precedente). Tra le mete asiatiche il Giappone è quello più gettonato (quota parte dell'8,1%, +1,4% rispetto all'anno prima).

Da fine marzo 2018 la compagnia aerea australiana *Qantas* ha annunciato la nuova rotta diretta Perth - Londra. Ciò potrà favorire il flusso di australiani verso l'Europa e in particolare verso l'Italia. *Qantas* ha inoltre anticipato che, a partire dalla seconda metà del 2018, si inaugurerà la nuova rotta non-stop verso l'Europa con Parigi come punto di arrivo.

Redazione ultimata il 29/03/2018