



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Estate 2006

Indagine sul turismo organizzato verso l'Italia

ANDAMENTO DELLA STAGIONE	2
I MERCATI EUROPEI	4
I MERCATI OLTREOCEANO	9

A cura

dell'Ufficio Studi, Programmazione e Marketing





ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

ANDAMENTO DELLA STAGIONE

La ripresa registrata già nei primi mesi dell'anno si conferma anche per la stagione estiva.

L'Osservatorio internazionale ENIT ha condotto un'indagine presso gli operatori del turismo organizzato rilevando in generale un buon andamento delle vendite, disdette molto basse, ed i primi positivi risultati sia della campagna "Italia Opera Unica" che delle azioni di co-marketing previste dal Programma Promozionale Straordinario finanziato dalla Legge 80/2005.

In ambito europeo l'indagine ha coinvolto 12 mercati per un totale di 468 T.O. contattati.

In media si registra un incremento di vendite della destinazione Italia del 21,3%.

In testa ai prodotti turistici più richiesti figura il turismo culturale delle grandi città d'arte, seguito da quello balneare; in netta affermazione poi il turismo attivo, termale e del benessere, lacuale.

Il mese di luglio è quello maggiormente richiesto; seguono agosto, giugno e settembre; quest'ultimo in particolare vede in crescita le preferenze degli europei.

La permanenza media dei soggiorni di 5-10 giorni è quella più gettonata.

7 le Delegazioni presenti nei mercati oltreoceano coinvolte nell'indagine. Interessanti i dati riferiti a Stati Uniti, Giappone ed Australia, con un incremento medio del 19,6% relativo a 219 T.O. contattati.

I mercati emergenti - Cina India e Corea del Sud - pur registrando un andamento positivo, non incideranno molto sull'incoming nei mesi estivi, stagione che non figura fra le preferite per i soggiorni all'estero.

Anche per i mercati più lontani i prodotti turistici privilegiati sono costituiti dai circuiti culturali seguiti dalle vacanze all'insegna del benessere e della pratica sportiva e dall'enogastronomia. Inoltre dati simili al mercato europeo si



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

riscontrano per la permanenza media, mentre fra i mesi prediletti per le vacanze in Italia emergono giugno e settembre.

Le azioni promozionali e di comunicazione della campagna Italia "Opera Unica" hanno interessato, con interventi differenziati, 13 mercati (spot televisivi, inserzioni a mezzo stampa, azioni su internet).

Le prime valutazioni sulla campagna, effettuate sulla base dei giudizi degli attori del settore e tenuto conto del fatto che le azioni programmate si sono appena concluse o erano in fase di svolgimento al momento dell'indagine, sono positive sia sul fronte dei T.O. che del pubblico. Le richieste di informazioni e di materiale promo-pubblicitario sono state sostenute ed in taluni casi, come per il mercato statunitense, si è registrato un forte incremento di interesse verso la destinazione Italia (+28% di accessi al sito internet www.italiantourism.com rispetto allo stesso periodo dello scorso anno).

Le azioni di co-marketing realizzate in 10 Aree hanno prodotto buoni risultati: in molti Paesi sono stati realizzati nuovi cataloghi sulla destinazione Italia e le occasioni di presentazione alla stampa ne hanno aumentato la visibilità. Le azioni si sono inoltre tramutate in reali incrementi delle vendite di pacchetti.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

I MERCATI EUROPEI

AUSTRIA

Dell' 8,75% l'incremento individuato sul mercato austriaco; la destinazione Italia, sulla base delle valutazioni di operatori del settore e della stampa, è caratterizzata da una performance migliore rispetto a quelle della scorsa stagione estiva.

Luglio ed agosto si confermano i mesi estivi maggiormente prescelti per soggiorni brevi (50% delle preferenze) e medio-lunghi per mare, visite a città d'arte, laghi, centri minori e benessere. Le regioni più vendute sono Veneto, Friuli Venezia-Giulia, Trentino Alto-Adige, Toscana e Lombardia.

Di grande attrazione la stagione lirica open air (Verona, Macerata, Torre del Lago).

BELGIO E OLANDA

Trend molto positivo per l'estate 2006 sul mercato belga: la destinazione Italia fa segnare un +26,8%. presso i T.O. contattati ed è giudicata in maniera molto positiva da tutti gli operatori del settore e dalla stampa.

Luglio il mese privilegiato, col 55% delle preferenze, per soggiorni brevi di 1-5 giorni.

Città d'arte ed itinerari enogastronomici i prodotti preferiti seguiti da mare e relax, parchi e natura, laghi, shopping e short trip, benessere.

Fra le regioni più richieste Toscana, Veneto, Lombardia, Lazio ed Emilia-Romagna.

Grande momento di promozione la partenza del Giro d'Italia dal Belgio.

L'Olanda è caratterizzata da un incremento delle vendite per l'Italia pari al 19,3%.

Luglio ed agosto i mesi preferiti per soggiorni mediamente lunghi, oltre i 10 giorni.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Cultura, mare, montagna estiva e vacanza attiva i prodotti più richiesti; le regioni privilegiate sono Toscana, Veneto, Lombardia, Trentino A.A. ed Emilia-Romagna.

FEDERAZIONE RUSSA

Molto buona la performance della destinazione Italia in Russia con un incremento medio del 40,3% registrato dai T.O. contattati.

Luglio e soprattutto agosto i mesi prescelti, i soggiorni sono medio-lunghi (5-15 giorni) e le tipologie turistiche preferite sono città d'arte, mare, terme e benessere, laghi e vacanza attiva.

Le regioni privilegiate sono Emilia-Romagna, Lazio, Toscana, Veneto e Campania.

Aumentano i voli di linea (Alitalia, Wind Jet, Eurofly) ed i voli charter, anche in provenienza da città minori.

La richiesta di visti è in continua ascesa.

FRANCIA

Il mercato francese mostra un andamento positivo ma ancora non quantificabile in termini di incrementi percentuali; il tasso di rinuncia registrato dai T.O. nei confronti dei pacchetti venduti per l'Italia è comunque pari a zero.

La performance della nostra destinazione è giudicata positiva da vettori aerei e agenti di viaggio.

I flussi di turisti sono distribuiti equamente in tutti i mesi estivi, i soggiorni brevi in città d'arte e località artistiche minori, campagna, vacanza attiva e mare sono i più richiesti.

Le regioni preferite sono Veneto, Campania, Toscana, Sicilia, Lazio.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

GERMANIA

Del 26,4% l'incremento medio registrato da 5 fra i maggiori T.O. tedeschi, a conferma della ripresa di tale mercato.

La Costa Adriatica è in testa alle preferenze dei turisti tedeschi che scelgono il nostro Paese, insieme a Lombardia (in particolare Lago di Garda), Veneto, Sicilia, Lazio, Toscana e Campania.

Oltre il 50% dei soggiorni richiesti sono di durata media, fra i 5 ed i 10 giorni; molto gettonati anche i soggiorni brevi.

Il mese di giugno è il preferito della stagione, seguito dagli altri mesi che presentano la stessa quota di preferenze.

Fra i prodotti di maggior successo: grandi città d'arte, mare, città minori, montagna estiva e campagna, laghi.

L'intero comparto dei viaggi indica una performance della destinazione Italia migliore rispetto a quella dello scorso anno.

In aumento i collegamenti aerei low cost e charter verso l'Italia.

POLONIA

Forte crescita anche sul mercato polacco: +51,5% per le vendite dei T.O. contattati.

Luglio ed agosto i mesi preferiti e soggiorni di una settimana per visite a grandi città d'arte, alle località balneari, alle città minori.

Le regioni di maggior interesse sono Lazio, Calabria, Sicilia, Emilia-Romagna, e Toscana.

REGNO UNITO

Il mercato inglese registra un incremento medio del 10,8% di pacchetti venduti per il nostro Paese; la destinazione Italia risulta in crescita non solo per gli operatori ma anche, e con ottime performance, per i media ed i vettori aerei, a conferma del buon andamento anche del turismo individuale.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Con riferimento al turismo organizzato il mare, i laghi, le città d'arte e le località collinari sono le mete preferite; luglio ed agosto i mesi privilegiati per soggiorni in gran parte fra i 5 ed i 10 giorni.

Le regioni di maggior interesse: Campania, Lombardia, Trentino, Veneto e Lazio. Di grande risonanza la riapertura, dopo il restauro, di Villa Torlonia e dell'Ara Pacis a Roma.

La maggiore associazione di agenzie di viaggio, l'ABTA, ha pubblicato una ricerca in cui emerge come l'Italia sia giudicata a torto una meta costosa risultando invece tra i paesi più economici dell'Europa occidentale per la ristorazione e lo shopping; inoltre il nostro Paese si caratterizza come una destinazione ideale per i non fumatori.

SPAGNA

Il mercato spagnolo ha caratteristiche particolari sul fronte del turismo organizzato: le vacanze estive infatti vengono prenotate con pochissimo anticipo e quindi non è facile quantificare al momento le prenotazioni.

Uno dei più importanti T.O. spagnoli evidenzia un elevato incremento per l'Italia pari al +25 %, con preferenze per i mesi di giugno e luglio, ed un soggiorno medio di 5-10 giorni.

I prodotti più richiesti sono le grandi città d'arte ed centri minori seguiti dal mare.

SVEZIA E DANIMARCA

La Svezia registra un incremento medio del 3,5% presso i T.O. contattati e la Danimarca del 7%; il segmento lusso per l'Italia è in piena crescita con conseguente incremento nel fatturato della destinazione. In calo invece la quota di mercato.

Luglio è il mese privilegiato da svedesi e danesi per le vacanze; la permanenza media fra i 5 e i 10 giorni.

Fra i prodotti preferiti le città d'arte, il mare, le località artistiche minori legate anche al segmento del collinare, la vacanza attiva e la montagna.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Regioni maggiormente richieste: Lazio, Veneto, Lombardia, Toscana e Trentino A. A. ed Emilia-Romagna.

Grande attenzione è stata riservata dalla stampa alla città di Torino, in occasione dei giochi invernali, evidenziandone i molteplici aspetti, con particolare riguardo alle attrattive culturali ed enogastronomiche.

L'Italia poi catalizza l'attenzione grazie a novità letterarie e cinematografiche ambientate nel nostro Paese come "Casanova", film americano con regista svedese (Venezia) e "Il Codice da Vinci" (Roma).

Infine la rivista RES, mensile svedese di viaggi e turismo ha nominato l'Italia "Paese del viaggio enogastronomico".

SVIZZERA

I T.O. contattati registrano in media un incremento del 15% per la destinazione Italia ed un tasso di rinuncia pari a zero.

Città d'arte e mare a pari merito sono i prodotti turistici preferiti, seguiti da vacanza attiva, laghi, benessere e montagna estiva.

Sardegna, Toscana, Sicilia, Veneto e Puglia le regioni più richieste per i mesi di giugno e luglio e per soggiorni mediamente lunghi (dai 5 ai 15 giorni).

Le valutazioni sulla destinazione Italia sono positive da parte di tutti gli attori del mercato turistico.

La Helvetic Airways ha programmato anche per l'estate nuove rotte e destinazioni, con voli diretti da Zurigo per Rimini, Pisa, Olbia.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

I MERCATI OLTREOCEANO

AUSTRALIA E NUOVA ZELANDA

Sostanzioso l'incremento sul mercato australiano, + 25%, confermato anche dall'ottima percezione della destinazione Italia presso operatori e media del settore.

Lazio, Toscana, Veneto, Campania e Lombardia le regioni più gettonate. Settembre è il mese maggiormente richiesto ed i soggiorni sono lunghi, anche oltre i 15 giorni.

Città d'arte e località artistiche minori le più richieste, a seguire campagna, laghi e vacanza attiva.

GIAPPONE

A conferma della forte ripresa del mercato giapponese il + 17% delle vendite della destinazione Italia.

Grandi città d'arte e località artistiche minori le più richieste, a seguire montagna estiva, enogastronomia e campagna/agriturismo.

La maggior parte dei soggiorni va dai 5 ai 10 giorni e le preferenze sono per i mesi di giugno e luglio. Toscana, Campania, Lazio, Veneto e Lombardia le regioni preferite.

USA E CANADA

La performance della destinazione Italia sul mercato registra un incremento di vendite del 16,8%.

Il turismo culturale è in testa alle preferenze seguito da enogastronomia, natura, shopping, benessere e turismo religioso.

Le regioni maggiormente richieste sono Toscana, Lazio, Veneto, Campania ed Umbria.

Mesi preferiti giugno e settembre con soggiorni medio-lunghi dai 5 ai 15 giorni.

Diversi eventi hanno catalizzato l'attenzione della destinazione Italia come la mostra al *Moma* sul cinema italiano e le olimpiadi Torino 2006.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO
SEDE CENTRALE

Con riferimento al Canada si registra un incremento del 9,5%. Anche in questo mercato i prodotti preferiti sono grandi città d'arte, vacanza attiva, località artistiche minori, campagna e terme/benessere.

Settembre e giugno i mesi maggiormente prescelti ed i soggiorni in media di oltre 10 giorni. Toscana, Veneto, Lazio, Campania, Sicilia le regioni che attraggono di più.

MERCATI EMERGENTI

Con riferimento a Cina, India e Corea del Sud, l'estate non è il periodo privilegiato per le vacanze che si concentrano invece nel periodo aprile-maggio-inizio giugno.

Il numero dei pacchetti venduti è molto esiguo anche se registra degli incrementi rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Il turismo culturale, principalmente nelle grandi città d'arte ma anche nei centri minori, è la tipologia privilegiata.

La permanenza media dei soggiorni più diffusa è fra 1 e 5 giorni distribuiti equamente fra i mesi della stagione estiva. Regioni preferite Lazio, Toscana Veneto, Lombardia, Campania e Sicilia.