



*Italia Promozione
è la Business Unit di
Uplink Web Agency
dedicata alla promozione e gestione turistica*

Entra nel blu...

Italia
Promozione
INCOMING GATE



OSSERVATORIO

Andamento turistico 1° Semestre 2007 e previsione Estate 2007 in Italia – Rapporto del giorno 20 Luglio 2007

- preoccupazione per la capacità competitiva nazionale rispetto agli altri Paesi
- ottimismo al livello generale per la stagione 2007

I flussi di stranieri

- incremento degli stranieri: i dati per il "turismo incoming", ovvero quello riguardante gli arrivi di stranieri in Italia, sono tutte positive per l'estate 2007
- incrementi maggiori sono segnalati nei bacini dell'Est: Russia (addirittura quasi +50 per cento) che è rappresentato però da flussi turistici ancora molto sbilanciati (extra lusso da un lato, tour settimanale organizzato dall'altro) e Polonia
- ancora una chimera sono i flussi significativi di Cinesi
- tra i mercati oltreoceano, ottime percentuali d'arrivo sono previste da Nord America e Giappone
- in generale rimane il problema legato al fatto che il turismo inter-continentale è un flusso poco penetrante nel territorio. L'unico che offre concrete opportunità in questo senso è quello americano che si rivela in crescita.
- buono l'andamento previsto dal Regno Unito, dalla Spagna, dal Belgio, dall'Austria e dall'area scandinava
- lieve crescita per Francia (hotel, agriturismo vicini alle città d'arte e campeggi), Svizzera (hotel, agriturismo e campeggi) e Paesi Bassi (campeggi)
- andamento stabile per il mercato tedesco (alcuni operatori quali hotel lamentano una riduzione mentre agriturismo e campeggi dichiarano un incremento)
- la vacanza media estiva dei turisti stranieri in Italia è di 8-10 giorni, con una spesa di circa 1.000 euro pro capite, trasporti esclusi

I flussi di italiani

- in calo le previsioni relative alle vacanze degli italiani, preoccupazioni in particolare per i flussi verso la Toscana causa ridotta capacità di spesa della famiglia e prezzi ancora troppo alti della Toscana

- allarmanti sono le previsioni per l'estate diffuse nei giorni scorsi da Federalberghi, secondo la quale coloro che rimarranno a casa questa estate saranno la maggioranza degli italiani: 23,9 milioni (pari al 50,6 per cento degli italiani), rispetto ai 22,4 milioni dell'estate 2006, ovvero quasi il 7 per cento in più. Un segnale preoccupante del progressivo "impoverimento" del Paese. Tra le motivazioni di questa flessione verso il 'mare Italia' ci sono spiegazioni di carattere prettamente economico: prezzi troppo alti delle strutture nostrane e uno scarso rapporto qualità- prezzo. Tra le mete verso le quali si è principalmente orientata, anche quest'anno, la domanda degli italiani, spicca la Sardegna, con buone richieste per Emilia Romagna, Calabria, Puglia e Sicilia, non la Toscana.

- città d'arte e mare si confermano in testa ai prodotti più richiesti a cui si affianca una buona crescita dell'interesse verso l'enogastronomia e i laghi e la montagna che sono lieve crescita

- fenomeno di de-stagionalizzazione in corso: i dati attuali evidenziano un allargamento del periodo lavorativo con prenotazioni settimanali di italiani già a maggio e un incremento del week-end (la vacanza in senso classico lascia in parte spazio al viaggio contestualizzato)

Lo stile di prenotazione

- ancora molto bassa la progettazione delle vacanze da parte degli italiani: tolto agosto, per gli altri mesi le prenotazioni settimanali arrivano appena dieci giorni prima mentre quelle del week-end spesso la settimana stessa. In particolare per il mese di luglio attualmente in essere, si evidenzia una flessione delle prenotazioni rispetto al 2006, in parte colmata da *last-minutes* e presenze di tipo *walk-in* (arrivo senza prenotazione). Per il mese di luglio si evidenzia in particolare un errore di molti operatori che classificano la seconda metà in altissima stagione andando a collocarsi fuori mercato.

- bassa la frequenza di prenotazioni *first-minutes*

- abuso del concetto di *last-minutes*

- nascita del *last-second*

- il cambiamento nelle abitudini di programmazione e prenotazione dei servizi turistici da parte della domanda, dovuto alla diffusione del web, sta determinando una rivoluzione strutturale nel mercato turistico a livello planetario, di cui tutti gli operatori intervistati sono ben consapevoli nel momento in cui si apprestano ad affrontare, con modalità ed intensità differenti da mercato a mercato, la sfida per la competitività del proprio business che si giocherà sempre più on-line (la media nazionale colloca la percentuale di prenotazioni attraverso Internet al 40% rispetto al totale)

Punti essenziali del piano di miglioramento delineato dalla III Conferenza Italiana per il Turismo svoltasi a Pescara il 30 Sett. e il 1 Ott. 2006

- **partecipazione pubblica** organizzata tra organi centrali e periferici (regioni, province, comuni) per la promozione del marchio Italia all'estero e la valorizzazione del territorio locale
- **collegamenti stradali, marittimi e in particolare aerei**
- **incremento di capitali privati**
- **riqualificazione aziendale degli operatori turistici** (servizi offerti dalle strutture ricettive, management,...)
- **innovazione tecnologica per la gestione interna e la promozione**

Punti di forza della Maremma

- territorio (enogastronomia, archeologia, terme, montagna, mare, campagna, città storiche,...)
- brand *Tuscany*
- maggiore competitività rispetto a zone della Toscana più a regime (Chianti, Siena,...)
- eterogeneità del tipo di strutture

Punti di debolezza della Maremma

- dispersione
- poco "sistema"
- poca valorizzazione del territorio
- collegamenti e servizi di trasporto
- scarse guide semantiche

Italia Promozione

E' nella riqualificazione aziendale e nell'innovazione tecnologica ambito che si colloca l'apporto di Italia Promozione come azienda di consulenza strategica, marketing operativo e servizi, partner della struttura ricettiva.

Nel **2006** sono state registrate **134.814 richieste di prenotazione generate da Italia Promozione** distribuite su 304 strutture ricettive delle quali 150 che hanno affidato totalmente il loro marketing a Italia Promozione e le rimanenti che hanno usufruito di servizi parziali.

Nel **1° semestre 2007 si registra un incremento del 10% di richieste** rispetto al 1° semestre 2006.

Rispetto alla media nazionale, che colloca la percentuale di prenotazioni attraverso Internet al 40%, per le strutture che lavorano con Italia Promozione tale valore **supera il 60%**.