

I SERVIZI DI ENIT PER LE IMPRESE TURISTICHE

Il Club Italia

le imprese del turismo con ENIT portano l'Italia nel mondo, a tariffe agevolate

La newsletter per rafforzare il network del turismo italiano

per poter essere sempre al corrente delle attività e delle iniziative di promozione, in Italia e all'estero

Il Bollettino statistico e le infografiche

che condividono i trend in corso per ogni mercato e misurano la competitività del settore Lo scouting delle opportunità di accesso ai finanziamenti per essere informato sulle modalità per ottenere i crediti per le imprese turistiche L'Open Library

Il database di fotografie dei territori free e adatte alla comunicazione



Il turismo internazionale nel mondo (gennaio – luglio 2022)

Dai dati UNWTO del mese di luglio 2022, gli arrivi dei primi sette mesi dell'anno hanno raggiunto il 57% dei livelli pre-pandemia.

Rispetto invece allo stesso periodo del 2021, nel periodo gennaio-luglio 2022 gli arrivi di turisti internazionali sono quasi triplicati (+172%).



Destinazione/arrivi in Var. % Var. %

サングル	Destinazione/arrivi in milioni	2019	2020	2021	Var. % 21/19	Var. % 21/20
•	Mondo	1.465	406	429	-70,7	+5,8
	Europa	745,2	238,1	288,4	-61,3	+21,1
1	Asia e Pacifico	359,6	59,2	20,6	-94,3	-65,1
2	America	219,3	69,8	82,4	-62,4	+18,1
	Africa	68,1	18,8	19,4	-71,5	+3,3
	Medio Oriente	73	19,8	18,6	-74,5	-6,2

				% su valute locali, prezzi costanti	
Destinazione/entrate	2019	2020	2021*	Var. %	Var. %
in miliardi di euro				21/19	21/20
Mondo	1.325	579	521	-60,6	+6,8
Europa	513,0	208,1	260,1	-49,6	+21,6
Asia e Pacifico	394,3	110,5	79,5	-79,7	-29,1
America	294,8	109,9	118,2	-59,9	+5,5
Africa	34,8	13,1	14,1	-60,0	+4,3
Medio Oriente	88,2	37,8	49,6	-41,3	+34,0



EUROPA, ZOCCOLO DURO DEL TURISMO MONDIALE

L'Europa nel 2021 ha accolto 288,4 milioni di turisti in arrivo (il 38,7% del 2019), registrando il calo più contenuto tra i continenti sul 2019 (-61,3%) e facendo segnare l'aumento maggiore sul 2020 (+21,1%) rispetto al totale mondiale e alle altre aree di destinazione:

- in Asia e Pacifico poco più di 20 milioni di arrivi dall'estero (-94,3% sul 2019; -65,1% sul 2020),
- in America 82,4 milioni di flussi (-62,4%; +18,1%),
- in Africa 19,4 milioni (-71,3%; +3,3%)
- e in Medio Oriente 18,6 milioni (-74,5%; -6,2%).

In termini di entrate, l'Europa ha incassato 260,1 milioni di euro, circa la metà (49,9%) degli introiti da turismo internazionale, pari a 521 milioni di euro. Si tratta tuttavia del 50,7% degli incassi del 2019.





	Service Control				
		% su valute locali, prezzi costanti			
Destinazione/				COSt	arrei
entrate	2019	2020	2021*	Var. %	Var. %
in miliardi di euro	2023	2020	2021	21/19	21/20
Mondo	1.325	479	521	-60,6	6,8
USA	177,7	63,5	59,4	-64,7	-3,1
Francia	56,7	28,5	34,5	-39,2	21,1
Spagna	71,2	16,2	29,2	-59,0	80,2
Italia	44,3	17,3	21,3	-51,9	22,7
UK	47,1	16,6	19,2	-60,0	11,9
Germania	37,3	19,4	18,8	-49,6	-2,8
Turchia	26,6	8,9	17,6	-30,2	103,8
Messico	22,0	9,6	16,7	-19,4	80,0
Australia	40,8	22,6	14,4	-65,6	-39,6
Macao (Cina)	35,8	8,0	13,0	-61,8	68,7

Un' Italia al TOP per entrate

L'Italia ha registrato entrate per 21,3 miliardi di euro (+22,7% sul 2020; -52,0% sul 2019), con una quota di mercato che è passata al 4,2% dal 3,6% del 2020, portando il nostro paese al quarto posto della scala globale per entrate da turismo internazionale.

Nell'anno sono salite anche le quote di Spagna (da 3,4% a 5,6%), mentre sono diminuite quelle degli USA (da 13,3% a 11,4%) e della Germania (da 4,1% a 3,6%).



I-III trimestre 2022

Arrivi aeroportuali internazionali in Italia vs 2021, vs 2019

TRIP ORIGINS	Year 0	Year -1	VAR% Y0 vs Y-1		▼ Volumes Y-1/Y-0	•••
U.S.A./US	1 146 394	325 378		+252.3%	14.4%	20.9%
Germany/DE	776 529	485 711		+59.9%	21.6%	14.1%
United Kingdom/GB	547 437	138 211		+296.1%	6.1%	10.0%
France/FR	386 556	240 414		+60.8%	10.7%	7.0%
Spain/ES	222 870	98 058		+127.3%	4.4%	4.1%
Netherlands/NL	197 323	128 167		+54.0%	5.7%	3.6%
Russia/RU	30 961	36 116	-14.3%		1.6%	0.6%
China/CN	227	275	-17.5%		0.0%	0.0%
Others	2 186 541	800 366		+173.2%	35.5%	39.8%
Trip origins (selected)	5 494 838	2 252 696		+143.9%		
Total Trips	5 494 838	2 252 696		+143.9%		

TRIP ORIGINS	Year 0	Year -1	VAR% Y0 vs Y-1	◎ Volumes Y-1/Y-0	
U.S.A./US	1 123 733	1 573 601	-28.6%	15.4%	22.3%
Germany/DE	776 506	1 494 728	-48.1%	14.7%	15.4%
France/FR	386 515	525 709	-26.5%	5.2%	7.7%
Spain/ES	222 001	337 332	-34.2%	3.3%	4.4%
Netherlands/NL	197 301	266 390	-25.9%	2.6%	3.9%
United Kingdom/GB	163 042	323 507	-49.6%	3.2%	3.2%
Russia/RU	30 465	551 391	-94.5%	5.4%	0.6%
China/CN	222	434 931	-99.9%	4.3%	0.0%
Others	2 131 553	4 679 061	-54.4%	45.9%	42.4%
Trip origins (selected)	5 031 338	10 186 650	-50.6%		
Total Trips	5 031 338	10 186 650	-50.6%		



IV trimestre 2022

Prenotazioni aeroportuali internazionali in Italia vs 2021, vs 2019

TRIP ORIGINS	Year 0	Year -1	VAR% Y0 vs Y-1		◯ Volumes Y-1/Y-0	
U.S.A./US	246 665	111 239		+121.7%	21.7%	25.0%
Germany/DE	121 726	100 878		+20.7%	19.7%	12.3%
United Kingdom/GB	83 443	42 105		+98.2%	8.2%	8.5%
France/FR	44 550	41 578		+7.1%	8.1%	4.5%
Spain/ES	37 983	21 814		+74.1%	4.3%	3.8%
Netherlands/NL	24 854	22 691		+9.5%	4.4%	2.5%
Russia/RU	1 902	4 222	-55.0%		0.8%	0.2%
China/CN	261	60		+335.0%	0.0%	0.0%
Others	425 585	168 002		///// +153.3%	32.8%	43.1%
Trip origins (selected)	986 969	512 589		+92.5%		
Total Trips	986 969	512 589		+92.5%		

TRIP ORIGINS	Year 0	Year -1	VAR% Y0 vs Y-1	⊘ Volumes Y-1/Y-0	•••
U.S.A./US	246 467	281 241	-12.4%	21.1%	25.1%
Germany/DE	121 726	159 664	-23.8%	12.0%	12.4%
United Kingdom/GB	83 382	95 094	-12.3%	7.1%	8.5%
France/FR	44 547	57 333	-22.3%	4.3%	4.5%
Spain/ES	37 974	39 488	-3.8%	3.0%	3.9%
Netherlands/NL	24 852	32 551	-23.7%	2.4%	2.5%
Russia/RU	1 675	62 151	-97.3%	4.7%	0.2%
China/CN	261	26 060	-99.0%	2.0%	0.0%
Others	420 816	580 093	-27.5% ///////	43.5%	42.9%
Trip origins (selected)	981 700	1 333 675	-26.4%		
Total Trips	981 700	1 333 675	-26.4%		

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data



RATING PAES	I DI ORIGINE	RATING PAES	I DI ORIGINE	RATING PAESI DI ORIGINE		
PER PRESEN	NZE 2019 IN	PER PRESEN	NZE 2020 IN	PER PRESENZE 2021 IN		
ITA	LIA	ITA	LIA	ITALIA		
	Italia	Italia		Italia		
1	Germania	1	Germania	1	Germania	
					Construents and and	
2	Stati Uniti	2	Paesi Bassi	2	Switzerland and	
					Liechtenstein	
3	Francia	3	Francia	3	Paesi Bassi	
4	Regno	4	Accetoic	4	A	
4	unito	4	Austria	4	Austria	
5	Paesi Bassi	5	Regno	5	Francia	
3	Paesi Dassi	Э	unito	5	Francia	
6	Austria	6	Polonia	6	Stati Uniti	
7	Polonia	7	Belgio	7	Belgio	
8	Russia	8	Stati Uniti	8	Polonia	
9	Spagna	9	Romania	9	Spagna	
			Ceca,			
10	Cina	10	Repubblica	10	Romania	
			3 p 33 3 3			

La nuova geografia dei mercati

Nella nuova geografia dei mercati turistici, alla perdita temporanea di mercati tradizionalmente al top come **USA** (ora al 6°), UK (sceso al 13°) e Russia (giù al 15°), salgono alle prime posizioni bacini come Svizzera, Paesi Bassi, **Austria**

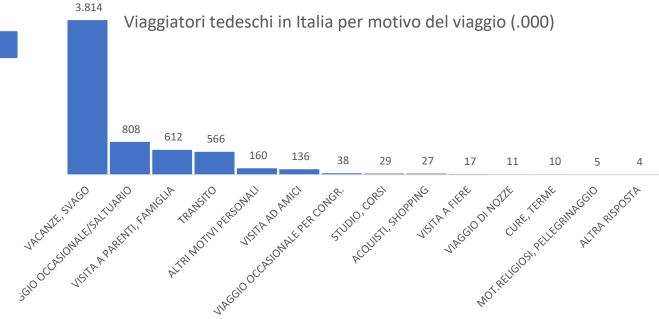
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati ISTAT









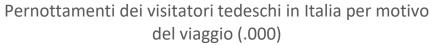




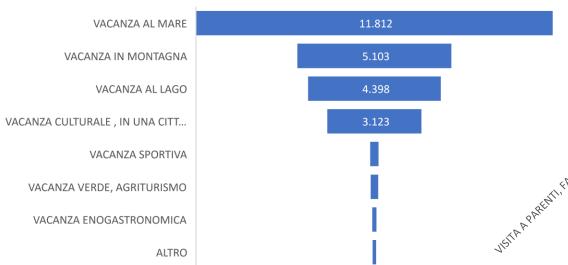


6.099









2.053

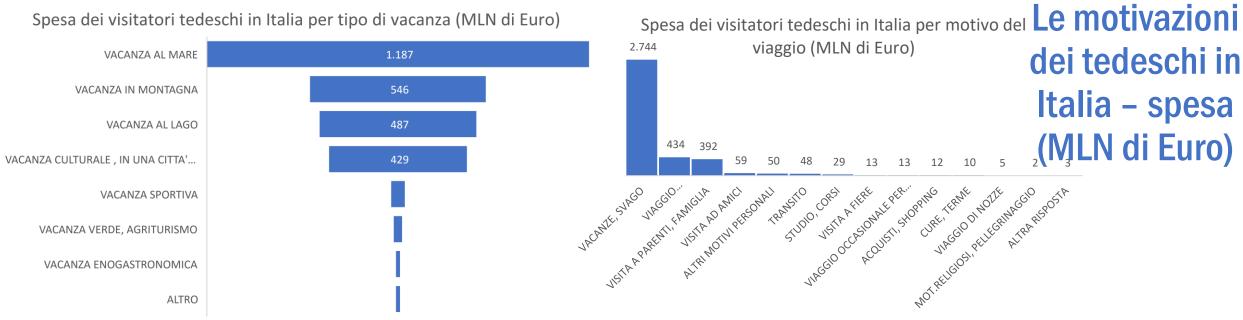
766 576 520 82 76 62 51 43 38 20 16

FRANCLIP VIRGOO, ORS, SURVEY BURNETO WELLOW, STUDIO, ORS, SURVEY BURNETO STRUCK OF WAR THE WELLOW, SURVEY BURNETO OCCUSIONAL CLIRE, TEARLE VIETLA REGIO, OCCUSIONAL REGIO, OCCUSIONAL CLIRE, TEARLE VIETLA REGIO, OCCUSIONAL REGIO, OCCUSIONAL CLIRE, TEARLE VIETLA REGIO, OCCUSIONAL REGIONAL REGIO, OCCUSIONAL REGIO, OCCUSIONAL REGIO, OCCUSIONAL REGIO, OCCUSIONAL REGIO, OCCUSIONAL REGIO, OCCUSIONAL REGIO, OCCUSIONAL

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Banca d'Italia



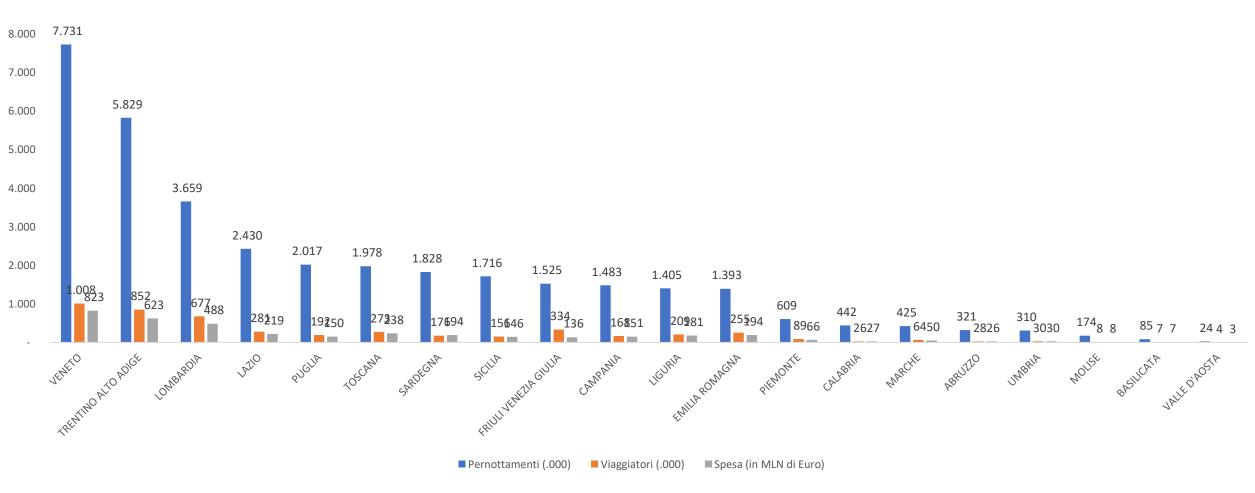




Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Banca d'Italia



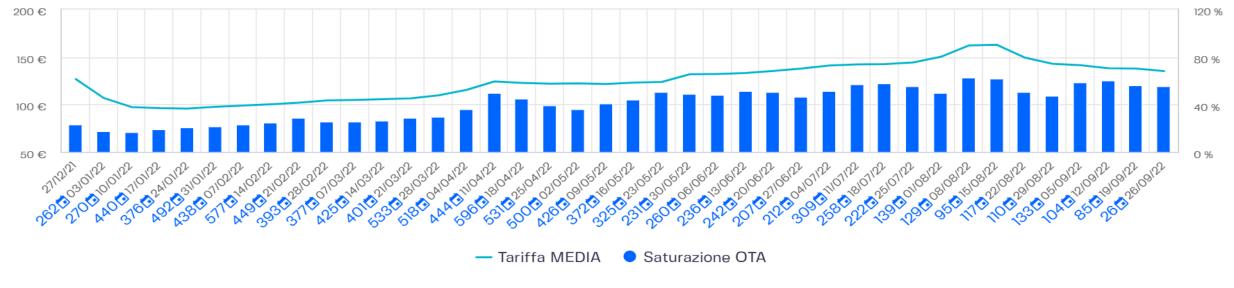
Pernottamenti, viaggiatori e spesa dei visitatori tedeschi in Italia per Regione

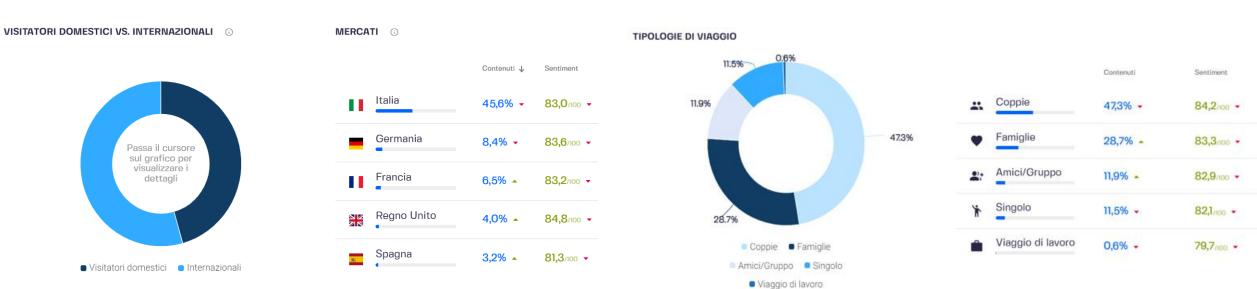




9.000

Saturazione strutture ricettive presenti sulle Online Travel Agencies, gen-set 22





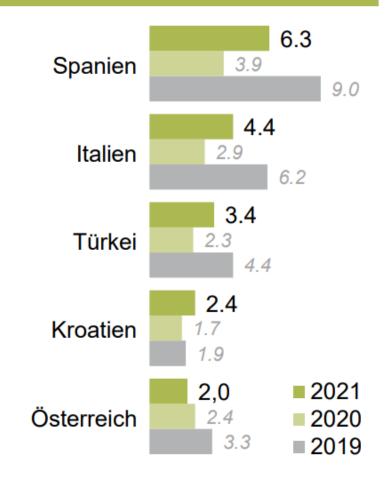




Nel 2021 i viaggi per vacanza all'estero, di almeno 5 giorni, sono aumentati soprattutto verso le destinazioni che hanno perso di più nel 2020: Spagna, Italia e Turchia.

I volumi del 2021 sono ancora sotto a quelli del 2019, ad eccezione della Croazia che entra tra le prime 5 destinazioni con un volume maggiore rispetto a quello prepandemia.

Reiseziele AUSLAND (in Mio.)

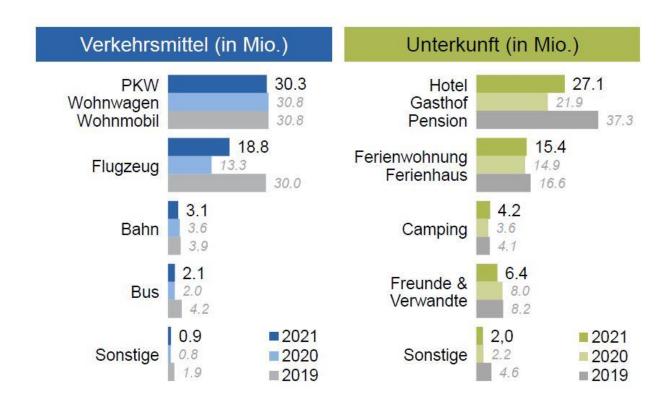




Si è verificata di conseguenza una notevole crescita degli arrivi di voli (+5,5 mln), sistemazione in hotel e preferenza per tipologie di alloggio più individuali, rispetto al 2020.

VERHALTEN BEI URLAUBSREISEN 2021:

Wieder Zuwächse bei Flug- und Hotelurlauben

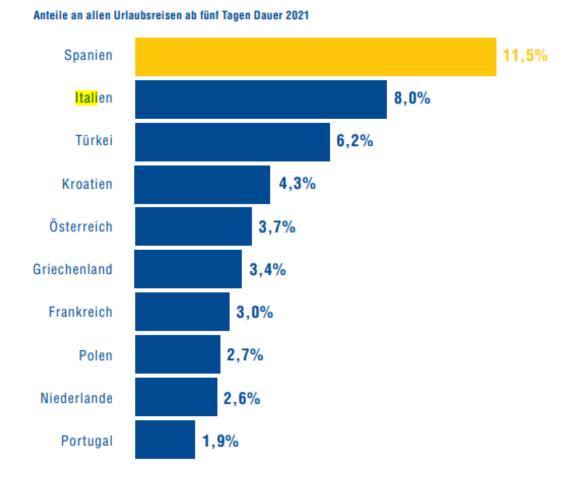


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren in Deutschland - Urlaubsreisen 2021 ab 5 Tage Dauer Quelle: RA 2022



Die 10 beliebtesten AUSLANDSURLAUBSREISEZIELE der Deutschen

In termini percentuali, tra le mete più ambite per i viaggi di vacanza all'estero di 5 giorni o più, l'**Italia** risulta al **2° posto** (8%) dopo la Spagna (11,5%).
Seguono Turchia (6,2%), Croazia (4,3%) e Austria (3,7%).



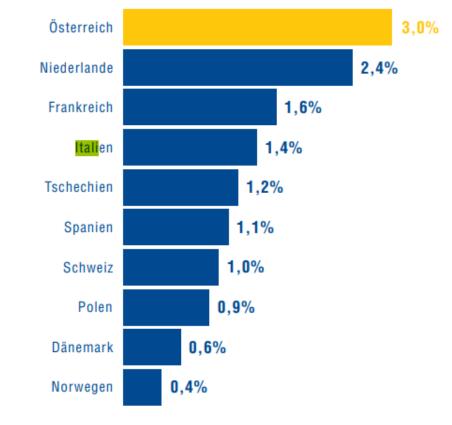


Die 10 beliebtesten

Per i viaggi di vacanza all'estero di breve durata da 2 a 4 giorni, l'Italia è presente nella TOP 10 al 4° posto (1,4%).

der Deutschen im Ausland

Anteile an allen Kurzurlaubsreisen, Reisedauer zwei bis vier Tage 2021





Buone le prospettive per l'anno in corso.

I viaggi di vacanza per la maggioranza dei tedeschi sono parte indispensabile della qualità della vita.

Già dai primi mesi del 2022 la pianificazione dei viaggi risultava maggiore rispetto all'inizio del 2021: per il 28% la meta di viaggio era già decisa, per il 33% ancora da fissare, il 27% era incerto, solo il 12% era certo di non viaggiare (stesso valore prepandemia)

REISEPLÄNE 2022:

Die meisten haben schon konkrete Pläne für Urlaubsreisen



Frage: Wenn Sie jetzt einmal an dieses Jahr denken: Haben Sie für 2022 schon Urlaubspläne? Was von dieser Liste trifft auf Sie zu? Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren, in Deutschland Quelle: RA 2022



Sempre più persone sottolineano l'importanza della sostenibilità sociale (64%) e ambientale (47%) per le loro vacanze.

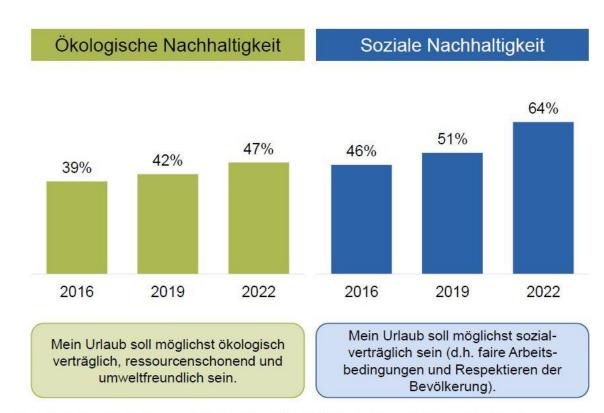
Dato in crescita costante dal 2016.

Tuttavia attitude-behaviour-gap: nella scelta del viaggio il fattore sostenibilità è stato determinante solo per il 5%.

Ciononostante, un pieno ritorno ai modelli di comportamento del periodo pre-pandemia non sono previsti fino al 2023.

NACHHALTIGKEIT BEI URLAUBSREISEN:

Sehr viele möchten, dass ihr Urlaub nachhaltig ist



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren in Deutschland; Werte für "1 = stimme voll und ganz zu" und "2 = stimme zu" auf einer 5er Skala Quelle: RA 2022



Trends volumi e viaggi 2022

ZUSAMMENFASSUNG:

Trends bei Volumen und Reisezielen von Urlaubsreisen



Fernziele

sich langsam

2019 2020 2021 2022 2023+ 71 Mio. 51 Mio. 55 Mio. 60-70 Mio. 70+ Mio. 26% 37% 45% Inlandsanteil +/- 26% Inlandsanteil Inlandsanteil Inlandsanteil rückläufig Inland 17% 18% 15% Nachbarländer Nachbarländer Nachbarländer gleichbleibend Nachbarländer Nachbarländer gleichbleibend 38% 26% 35% 36% +/- 38% Mittelmeer Mittelmeer Mittelmeer Mittelmeer Mittelmeer Fernziele erholen +/- 6% 4% Fernziele 8% Fernziele 4% Fernziele

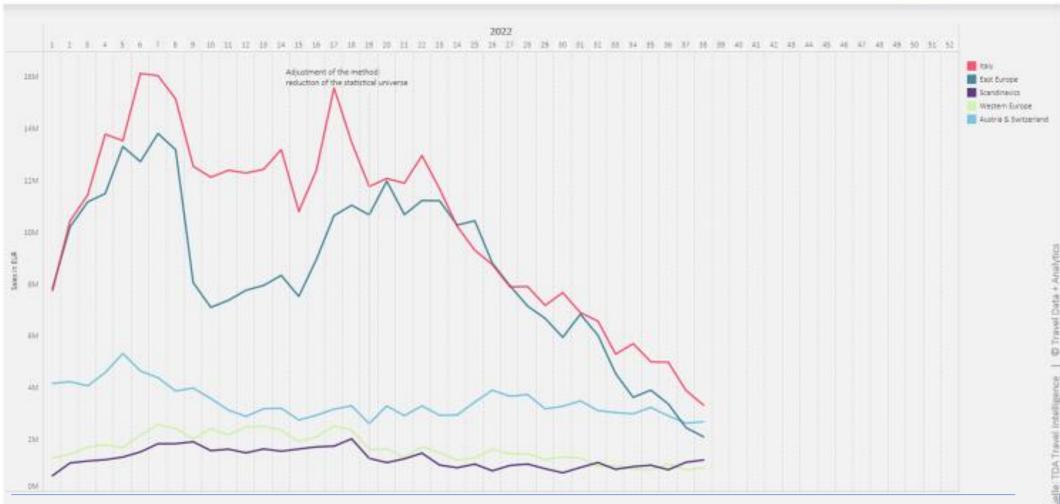
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren in Deutschland - Urlaubsreisen 2021 ab 5 Tage Dauer Quelle: RA 2022; RA Trendstudie 2030 Update



New Booking Intake by earthbound destinations: Italy is most booked, followed by Austria/Switzerland.

T D Travel Data + Analytics

Channel: ENIT Total Market (OTA & Travel Agency without Cruise) | Booking Period: until CW 38/22 | Fact: Sales Value EUR Mio. | New Bookings



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati TDA Sales index weekly CW 38/22





Baviera: dati generali

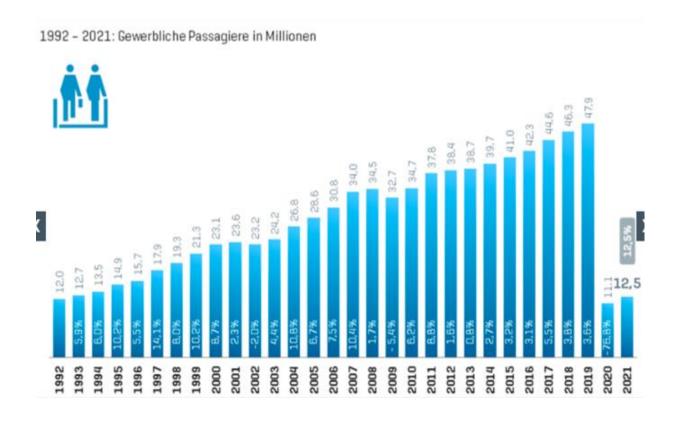
- Primo Land tedesco per superficie (70.550 km²)
- Abitanti: 13.140.183 (ca. 15% della popolazione in Germania)
- Capoluogo: Monaco di Baviera
- Regione traino per l'economia tedesca, potere d'acquisto elevato e alta disponibilitá ai consumi
- Destinazione turistica piú popolare in Germania (ca. 20%)





Aeroporto di Monaco: passeggeri







Aeroporto di Monaco

Traffico aereo (primo semestre 2022): ca. 13
 milioni di passeggeri supera il volume annuale
 totale del 2021

Durante le vacanze estive bavaresi

- Le compagnie aeree hanno registrato circa
 40.000 decolli e atterraggi all'aeroporto di
 Monaco → ca. 2x vs vacanze estive 2021
- Circa 200 destinazioni in tutto il mondo raggiungibili da Monaco
- Con 1.922 partenze, la maggior parte dei voli per le vacanze estive è stata diretta in Italia



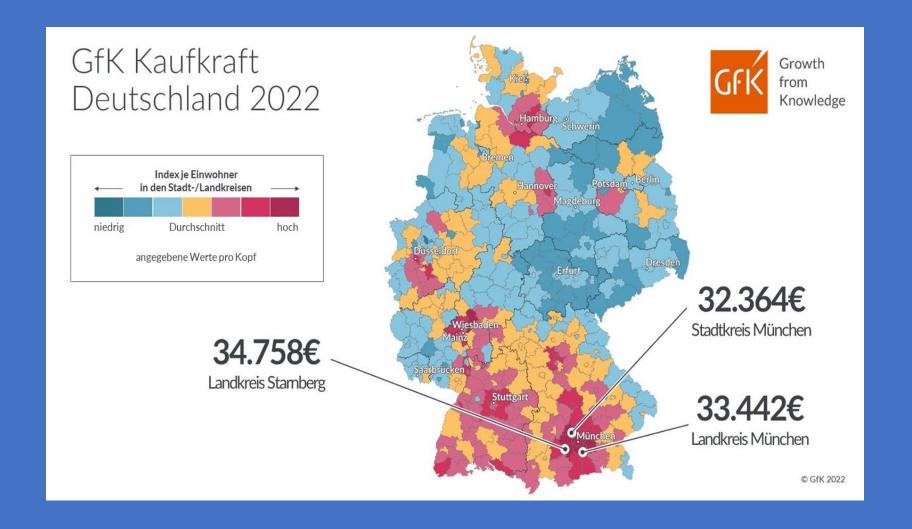


Potere d'acquisto in Germania – Gfk 2022

Rang 2022 (Vorjahr)	Bundesland	Einwohner	Kaufkraft 2022 pro Einwohner in €	Kaufkraft- index *			
1 (1)	Bayern	13.140.183	26.936	108,6			
2 (2)	Hamburg	1.852.478	26.645	107,4			
3 (3)	Baden-Württemberg	11.103.043	26.637	107,4			
4 (4)	Hessen	6.293.154	25.698	103,6			
5 (5)	Schleswig-Holstein	2.910.875	24.661	99,4			
6 (6)	Nordrhein-Westfalen	17.925.570	24.410	98,4			
7 (7)	Rheinland-Pfalz	4.098.391	24.244	97,7			
8 (8)	Niedersachsen	8.003.421	24.220	97,6			
9 (10)	Brandenburg	2.531.071	23.313	94,0			
10 (9)	Saarland	983.991	23.303	93,9			
11 (11)	Berlin	3.664.088	23.088	93,1			
12 (12)	Bremen	680.130	22.204	89,5			
13 (13)	Sachsen	4.056.941	21.997	88,7			
14 (14)	Thüringen	2.120.237	21.826	88,0			
15 (15)	Sachsen-Anhalt	2.180.684	21.718	87,5			
16 (16)	Mecklenburg-Vorpommern	1.610.774	21.707	87,5			
Quelle: GfK Kaufkraft Deutschland 2022 * Index je Einwohner; 100 = Landesdurchschni							

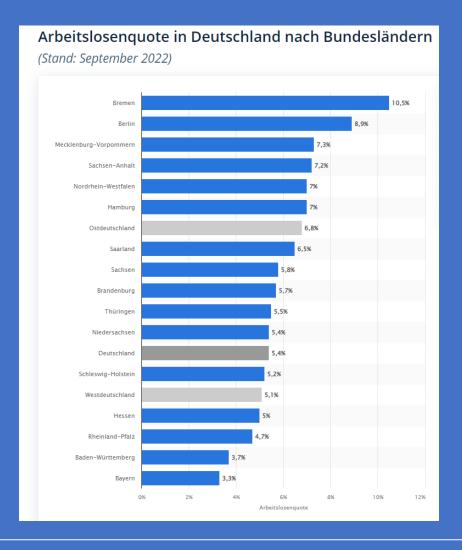


Potere d'acquisto in Germania – Gfk 2022





Tasso di disoccupazione



- Dopo un aumento stagionale dei dati sulla disoccupazione all'inizio del 2022, il tasso di disoccupazione è sceso fino a maggio, prima di registrare un nuovo aumento da giugno in poi.
- Tasso di disoccupazione in media in Germania
 è del 5,4, con picchi a Brema (10,5%) e Berlino
 (8,9%) e con i livelli piú bassi nella Germania
 meridionale, in Baden-Württemberg (3,7%) e in
 Baviera (3,3%)





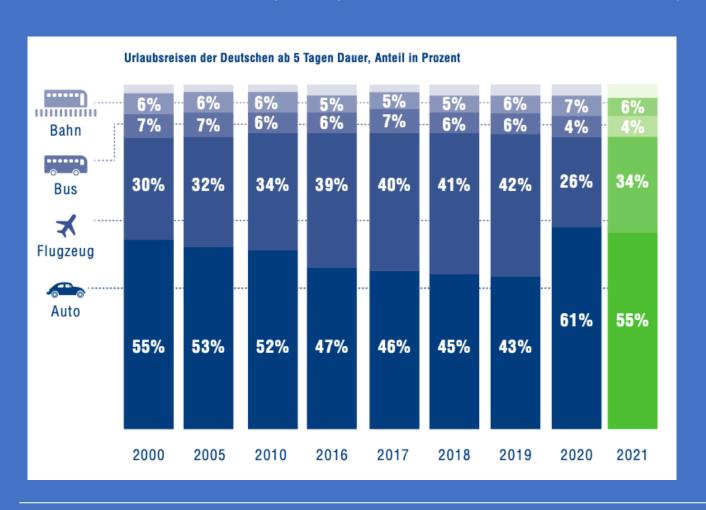
Identikit del turista bavarese

- Conosce molto bene l'Italia e la sua cultura
- livello culturale medio-alto (38,8 % universitario e post universitario)
- con un alto potere di acquisto
- **elevata capacità di spesa** (dai 3 ai 5 mila euro al mese nel 45% dei casi)
- I viaggiatori tedeschi sono ben strutturati e organizzati e consapevoli
- Sono attenti pianificatori, cercano informazioni dettagliate da una serie di fonti prima della partenza
- tra turisti **più esigenti** al mondo
- cercano nuove avventure ed esperienze autentiche durante le loro vacanze, con un attenzione particolare alla storia e alla cultura



Mezzo di trasporto

L'auto è il mezzo di trasporto prediletto dai tedeschi nel 2021 (55%)



- Più pratico e rapido
- Meno contatti con potenziali persone infette
- Possibilità di rientro in patria immediato
- Autonomia di viaggio





Prodotto turistico outdoor

- vacanza attiva > autentico contatto con la natura
- Mercato tedesco dell'outdoor è in rapida crescita da anni (Statistica: fatturato di 2,5 miliardi di euro per 2025)
- Trekking: ca. 70% dei tedeschi fa escursioni regolarmente
- Sport estremi (paracadutismo, immersioni in apnea, bungee-jumping)
- Arrampicata (DAV: 500.000 arrampicatori sportivi e boulderisti in Germania)



Prodotto cicloturismo

Cycling in general

.....

82% of Germans cycle occasionally to regularly.

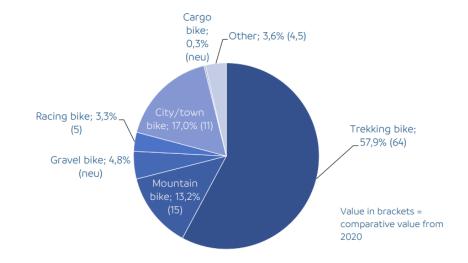
78% daily journeys

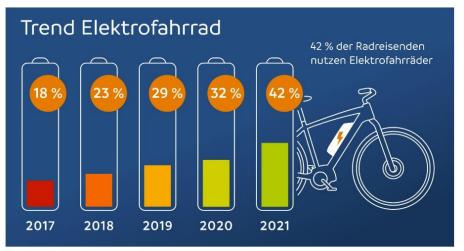
68% cycling day trips and

41% sport



24% bought a new bicycle in 2021. Almost half of the new bicycles purchased were an e-bike (49%).





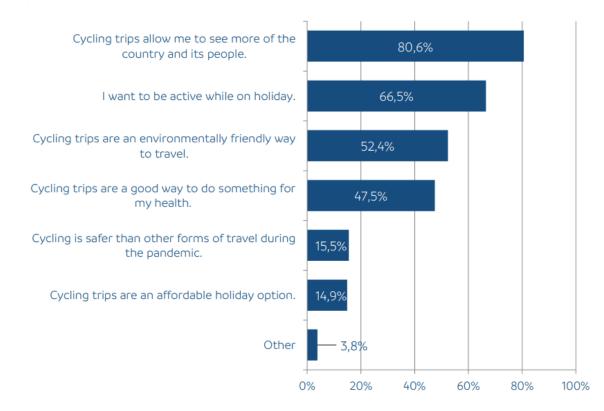
Use of e-bikes by cycle tourists @ ADFC/april Agency



Prodotto cicloturismo



What were the three main reasons for you deciding to go on a cycling trip? (Cycle tourists: n=5,622)

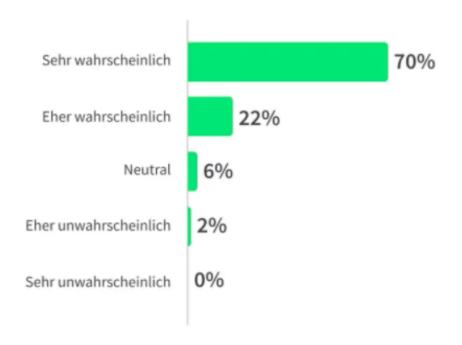




Previsioni di viaggio 2023

Die Reiselust der Deutschen bleibt auch in 2023 groß









Ambasciatore d'Italia a Berlino

"Il rapporto fra Italia e Germania è come un matrimonio di lunga data: mai darlo per scontato.

Bisogna alimentarlo, bisogna renderlo sempre vivo. C'è grande storia, c'è stata anche grande passione in questi anni, lunghi anni. Mai darlo per acquisito. Ogni giorno si tratta di trovare nuove sfide, nuovi impegni.

S.E. Armando Varricchio



