Estate 2019: le vacanze degli italiani secondo i dati ASTOI

È sempre interessante monitorare i flussi dei nostri connazionali nei periodi dei grandi spostamenti, perché danno un quadro del costume della nostra società.
L'**Osservatorio ASTOI Confindustria Viaggi**, l'Associazione che rappresenta oltre il 90% del mercato del tour operating italiano, ha analizzato le prenotazioni dell'estate per i mesi giugno-settembre 2019.

SI PARTE, SEMPRE

La totalità degli associati ASTOI ha registrato una crescita delle prenotazioni rispetto al 2018, in un range che va dal 5% al 10%.
Non è un dato scontato: le prenotazioni per questa estate sono iniziate con grande vigore e alte percentuali di crescita da gennaio fino al 31 marzo, seguite da un forte rallentamento, contingente e fisiologico, in aprile e maggio, causato dal boom delle prenotazioni delle vacanze primaverili di Pasqua e Ponti (paragonabili all'alta stagione), dal brutto tempo, che ha caratterizzato tutta la penisola e anche dalle elezioni politiche europee.
Nonostante l'andamento discontinuo delle vendite, grazie agli alti volumi realizzati entro il 31 marzo, che hanno assicurato una buona parte del fatturato estivo dei tour operator, e alla ripresa della domanda e delle prenotazioni tra fine maggio e inizio giugno, le previsioni per l'estate 2019 restano positive e in crescita.
La durata di viaggi e vacanze va dai classici 7 giorni ai 13 giorni al massimo. Un tempo le vacanze estive erano più lunghe, oggi gli italiani preferiscono diluire i giorni liberi in più periodi dell'anno.
Le politiche di prenotazione anticipata (advance booking) hanno generato alte performance di vendita, in particolare nei primi 3 mesi dell'anno. Si riconferma, quindi, in crescita anche quest'anno la tendenza, di una parte degli italiani, ad anticipare le decisioni e l'acquisto della vacanza, per garantirsi migliori prezzi e soluzioni di viaggio, in linea con i trend europei.
Un dato da leggere è l'allungamento delle stagioni di spalla: maggio e ottobre piacciono molto, anche grazie al Mar Rosso, che rappresenta una destinazione con prezzi allettanti e clima ideale anche in questi mesi.

LE DESTINAZIONI PIÚ APPREZZATE

In Italia i soggiorni mare premiano per l'ennesima volta Sardegna, Sicilia, Puglia e Calabria. Però piacciono anche le città: Venezia, Firenze, Roma.
In Europa hanno ottenuto grande consenso i tour in Bulgaria, Russia e Serbia. Bene anche Germania, Irlanda, Gran Bretagna.
Il medio raggio ha visto ripartire, dopo alcuni anni di stasi, la Turchia e, dal punto di vista dei soggiorni balneari, la Tunisia; si riconferma l'alta richiesta per il Mar Rosso egiziano, ormai in forte ripresa da oltre un anno, con numeri molto importanti e un innalzamento di qualità e prezzo medio pratica.
La Grecianon ha mostrato cambiamenti significativi rispetto alle estati passate, la Spagna ha sempre una buona richiesta ma in calo rispetto allo scorso anno a causa di prezzi piùalti.
Le crociere muovono tanti passeggeri nel Mediterraneo Orientale, nelle Capitali Baltiche e nel Nord Europa.
Il lungo raggio conferma l'alta domanda di destinazioni come gli Stati Uniti,tour dei parchi in particolare, e il Giappone. Tutti i Soci che le programmano rilevano un inarrestabile trend positivo.
Il relax nei mari lontani non è più una tendenza esclusivamente invernale: agli italiani piace abbronzarsi anche in estate nell'Oceano Indiano specialmente a Zanzibar, in Kenya, Madagascar e Maldive ma anche in Oriente sulle spiagge della Malesia.
Buona anche la richiesta di tour di scoperta, abbinati al relax, per mete come il Sud
Africa con estensione Mauritius e Seychelles.
Le destinazioni dove invece si sono rilevate flessioni nella domanda, rispetto al passato, sono Messico, Sri Lanka e Caraibi (Repubblica Dominicana esclusa).

NOVITÁ E RIVELAZIONI

L'Osservatorio ASTOI Confindustria Viaggi ha registrato le reazioni di fronte a nuove destinazioni e nuove tipologie di prodotto.
Sono sempre più richiesti i resort adults only e sempre bene accolte le nuove mete; quest'anno hanno preso piede la Colombia, le crociere che abbinano Baleari e Sardegna, l'Islanda declinata in modi alternativi (trekking, tenda, self drive di gruppo con guida).
È piaciuta lapersonalizzazione, come ad esempio vacanze surf alle Maldive, viaggi in compagnia di noti fotografi professionisti e tour d'élite, con alto livello di servizi, ristoranti con menu à la carte e guide a disposizione.
Per i giovani, stanno riscuotendo molto successo le vacanze studio tematiche, dove si abbinano corsi di lingua alla pratica di uno sport, allo studio del giornalismo, così come i combinati con viaggi avventura/natura, viaggi culturali che prevedono visite a prestigiose università locali.

FOCUS GIOVANI

I millennials e parte della “generazione z” rappresentano un segmento molto interessante, a livello economico e socioculturale, e cresce il numero di coloro che si affidano ai viaggi organizzati grazie anche allo sviluppo di un’offerta dedicata e mirata sia all’interno di grandi gruppi che da operatori di nicchia specializzati.

* Fascia 15-17 anni

I viaggi studio per ragazzi 15/17 anni sono cresciuti, nell’estate 2019, dell’8%. Le famiglie credono nel valore dell’esperienza education e mandano i figli non più solo in Europa ma anche negli Stati Uniti e Canada. Si va dalle 2/3 settimane di permanenza fino al semestre scolastico.

La tipologia di soggiorno più ambita è il college rispetto alla famiglia.

L’inglese rimane la lingua di punta; destano molto interesse anche lo spagnolo e alcune lingue “emergenti”, quali il russo e il cinese, mentre meno richieste sono il francese e il tedesco.

* Fascia 17 - 20 anni

Nascono nuovi format di villaggi vacanze con coach esperti di divertimento, dove l’aggregazione avviene in un clima di protezione. Inoltre, impazza il viaggio post maturità, all’insegna del divertimento, si abbandonano i libri e si indossa il costume; le località preferite nell’estate 2019 sono Gallipoli, Manfredonia, Lloret de Mar e Ibiza (Spagna), Buddva (Montenegro), Kavos, Corfù, Zante (Grecia). I giovani italiani mostrano anche molto interesse per l'high school program che permette di frequentare un periodo che va dai tre ai sei mesi fino a un anno, in una scuola straniera, consentendo ai ragazzi di stare a contatto con altri studenti provenienti da tutte le parti del mondo e di alloggiare in college o presso una famiglia locale.

* Fascia 25-35 anni

Il pubblico delle crociere si è indirizzato verso quelle che sostano alle Baleari (Palma di Maiorca e Ibiza). Il segmento che vuole viaggi di gruppo on the road, dove il 65% è rappresentato da donne, mostra idee chiare: per i viaggi di scoperta le destinazioni sono Giordania, Giappone, Colombia e Perù, mentre per l’abbinata visite e mare, sono state scelte Indonesia, Thailandia, Corfù e Sicilia.

COMUNICAZIONE E PROSPETTIVE

Quest’anno molti Soci ASTOI hanno investito in azioni di comunicazione rivolte al consumatore finale. Dagli spot televisivi alle affissioni a pubblicità su riviste cartacee. Dal veicolare il finanziamento a tasso zero a una maggiore presenza digitale, con cataloghi on line, mail newsletter e social media.

Si semina anche in vista dell’autunno/inverno con attività di comunicazione e posizionamento dei brand. Gli andamenti per i mesi da ottobre in poi sono attualmente altalenanti ma già si intravvede l’interesse verso le vacanze di Natale/Capodanno, specialmente sul target lusso.

COMMENTO DEL PRESIDENTE ASTOI

Un commento finale del Presidente Astoi Confindustria Viaggi, **Nardo Filippetti**:
“Abbiamo registrato una crescita delle prenotazioni, rispetto al 2018, dal 5% al 10%, dopo una primavera eccezionale sia per volumi che per passeggeri. Gli italiani in estate si assentano per meno di due settimane, ma per permettersi viaggi anche in altri periodi dell’anno. Abbiamo assistito a una trasversale domanda di flessibilità: anche molti Soci che operano con voli charter stanno modificando la propria offerta per andare incontro alle esigenze dei consumatori. A livello di destinazioni vediamo alcune riconferme, come il boom del Mar Rosso, la passione degli italiani verso il Giappone, la predilezione verso il mare delle nostre isole meridionali, ma è nostro dovere essere capaci di ricercare e proporre nuove mete. Alcuni associati hanno investito sull’Oriente, altri stanno studiando e valutando Africa Australe e Americhe. Siamo attenti alla geografia così come alle tendenze; in questo senso è opportuno leggere i dati, in crescita, del segmento giovani, il bacino 15-35 anni che si muove secondo ampie coordinate: dai soggiorni per imparare l’inglese al divertimento dopo la maturità, ai viaggi che aggregano single.
Come Associazione da tempo abbiamo avviato un'importante campagna di comunicazione per trasmettere a ognuno di questi target il valore di una vacanza organizzata e l’ importanza delle garanzie e della sicurezza che tour operator e agenzie di viaggi offrono, anche in virtù di precisi obblighi di legge”.