



**PRIMARETE**  
LA TUA BIGLIETTERIA CON PRIMARETE.

CONSDIDATORI DA 77 ANNI



BIGLIETTERIA H74

TARIFFI TO ed LTNICIL

INCENTIVAZIONE PER AGENZIE

Per INFO e PRENOTAZIONE:  
Telefono +39 049 9993130  
E-mail: [biglietteria@primarete.com](mailto:biglietteria@primarete.com)

# GUIDA VIAGGI



il sito di TAP Portugal dedicato agli agenti di viaggio ti aspetta a braccia aperte.



Poste Italiane Spa - spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1 comma. 1 - CN/AN. Detentore del conto è l'ufficio P.T. di Ancona CMP Passo Varano . - Prezzo per copia euro 0,50



## Guida Viaggi No Stop

sito leader nel settore del turismo professionale

TUTTO QUELLO CHE SUCCEDDE NEL MOMENTO IN CUI ACCADE

# Mercato inglese: la crisi è lontana

**C**risi è una parola del passato per il mercato inglese. I dati dei viaggi verso l'Italia sono confortanti. Nel 2013 sono stati 2,8 milioni gli arrivi e 21,8 milioni i pernottamenti dal mercato del Regno Unito. Da rilevare che secondo i dati **Bankitalia** i viaggiatori britannici arrivati nel Belpaese sono molti di più, cioè 3,6 milioni, per effetto di metodologie di conteggio differenti rispetto all'Istat inglese. "La crescita economica sostenuta, che prosegue in questo 2014, e l'apprezzamento della sterlina nei confronti dell'euro, hanno determinato l'incremento dei viaggi - commenta il direttore

Enit Uk, **Valerio Scoyni** -. Il Regno Unito ha gettato alle spalle la recessione e anche la disoccupazione è stata arginata". Ciò che risulta significativo è il fatto che l'incremento degli arrivi, pari al 7,6%, sia di gran lunga superiore a competitor come la Francia, gli Stati Uniti e l'Irlanda, destinazioni outgoing che hanno visto migliorare i risultati di pochi decimali; solo la Spagna ci contrasta con un +5,6% e tiene salda la prima posizione nelle preferenze di viaggio. Sui pernottamenti, però, la strada da correre è ancora lunga: gli spagnoli ne incassano 107 milioni. E la Germania incalza. DA PAG. 2

## In questo numero

<b>Le multi-partnership di Etihad Airways</b>	<b>pag. 4</b>
<b>Ad Alpitour il 100% di Press Tours</b>	<b>pag. 5</b>
<b>La crescita di Vueling in Italia</b>	<b>pag. 7</b>
<b>Intervista al ceo di Finnair</b>	<b>pag. 8</b>
<b>Australia: il budget si taglia anche per i vip</b>	<b>pag. 22</b>

# Neve, prove di rilancio

**S**ecundo gli scenari elaborati dalla ricerca **Skipass** curata da **Jfc**, gli indicatori previsionali della stagione invernale della montagna bianca 2014-15 fanno ben sperare gli addetti del settore: il fatturato del turismo neve in tutti i suoi aspetti, infatti, rappresenta l'11,3% del sistema turistico nazionale complessivo per un valore totale di 9,9 miliardi di euro. Diverse le tendenze evidenziate dalla ricerca: la prima riguarda un aumento di presen-



ze (+3,8%) superiore a quello degli arrivi (+3,2%), con l'effetto di una crescita media della permanenza rispetto all'anno precedente. Non è in linea con questi indici, però, la crescita del fatturato: secondo gli indicatori dello studio, il giro d'affari registrerà un aumento di poco inferiore al 2%. In questa stagione a vincere è l'immobilismo: paralizzati gli investimenti strutturali, ferme le attività promozionali, bloccata la creazione di nuovi servizi ed eventi causa crisi. DA PAG. 10



**SKIPASS**  
TURISMO E SPORT INVERNALI  
**MODENAFIERE**  
30 OTT 2 NOV

**THE CULT OF SNOW**

ORARI:  
09:30-19:30

[WWW.SKIPASS.IT](http://WWW.SKIPASS.IT) #SKIPASS2014

**AVIS, IL NOLEGGIO CHE TI PREMIA**

**20% di commissione per i noleggi in Italia effettuati entro il 20 dicembre, prenotati entro il 31 ottobre**

Centro Prenotazioni 800 675 675  
[www.avisautonoleggio.it/TravelAgent](http://www.avisautonoleggio.it/TravelAgent)



**AVIS**

**XVII BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO ARCHEOLOGICO**  
[www.bmta.it](http://www.bmta.it)

**Workshop ENIT con i buyers esteri**  
sabato 1 novembre  
ore 10-14 / 15-18  
Museo Archeologico Nazionale Paestum - Salerno

**Paestum - Salerno 30-31 ottobre 1-2 novembre 2014**



# Il turismo della neve in cerca di ripresa

*Forte l'esigenza di sperimentare prodotti innovativi*

di Giovanni Ferrario

**F**iato sospeso e occhi verso il cielo per gli operatori della filiera turistica della montagna bianca italiana per l'apertura della stagione della neve 2014-15. Lo spettro del maltempo, dopo aver causato danni (non solo economici) durante il periodo estivo, aleggia sulle località alpine ed appenniniche. In questa situazione a vincere è l'immobilismo: paralizzati gli investimenti strutturali, ferme le attività promozionali, bloccata la creazione di nuovi servizi ed eventi per gli amanti della neve. Questo è il primo risultato che emerge dalla rilevazione annuale di **Skipass Panorama Turismo**, l'osservatorio turistico della montagna italiana elaborato dalla società di consulenza e marketing Jfc.

In questa situazione di impasse, sono poche le destinazioni che hanno avuto la forza e la liquidità per investire: solo il 14% delle località montane, infatti, si presenterà sul mercato con almeno una novità dal punto di vista strutturale o dei servizi. Dall'altra parte, però, viene percepita una forte esigenza di sperimentazione che va dalla creazione di nuovi prodotti turistici a innovative proposte di vacanza che vedono nel web e nei social network i centri di sviluppo e diffusione.

## Ritorno all'intermediazione

Sono diverse le conseguenze di questa situazione che, però, partono da un assunto di base: il mercato domestico continuerà a ridursi.

Come far fronte a questo fattore? Da un lato si sta assistendo ad una maggiore concentrazione delle attività promozionali (e, di conseguenza, di investimenti) nei confronti dei mercati esteri, mentre dall'altro c'è un rafforzamento del rapporto con l'intermediazione, con la stipulazione di contratti con maggiori allotment e con nuovi tour operator per essere presenti su più canali di vendita possibili. In questo scenario traballante si inserisce la variabile impazzita del mercato russo, Paese che rappresenta per molte località il primo bacino estero. Se, infatti, la svalutazione del rublo (dovuto anche a fattori geopolitici oltre che economici) porterà i residenti in quel Paese a dover spendere circa il 30% in più

rispetto alla passata stagione invernale, anche questo fattore potrebbe incidere in maniera importante sul consuntivo finale degli operatori.

## Previsioni positive

La ricerca definisce questo scenario come una situazione di "equilibrio instabile" con qualche previsione positiva: se le presenze italiane dovrebbero segnare un'ulteriore riduzione, le aspettative su quelle estere sono in crescita e sono già arrivati segnali positivi visto che ben il 69,2% degli operatori si aspetta un incremento delle presenze di ospiti stranieri. Sul mercato domestico, invece, è partita la caccia agli Slons (snow lovers no skiers): è alta la richiesta di chi vuole vivere la neve senza essere obbli-



Campo Imperatore

gato a praticare una disciplina sportiva. La ricerca calcola in 780mila gli italiani che sarebbero disposti a pranzare in rifugio, trascorrere qualche ora di relax nelle spa, fare shopping e

uscire con gli amici: un segmento stimato in 268 milioni di euro.

È arrivato il momento di pensare al turismo delle neve non solo come skipass e piste da sci. ■

## La prenotazione dell'albergo? Lo stesso giorno dell'arrivo

La ricerca spasmodica dell'"offertona" si accentua sempre di più anche per la montagna invernale. In un periodo non facile per l'economia familiare, chi ha deciso di trascorrere un periodo di vacanza sulla neve è già alla caccia del miglior prezzo per risparmiare il più possibile sul soggiorno alberghiero. Sono quattro, in questo senso, le tendenze principali rilevate dalla ricerca Skipass.



La prima non è certo una novità: ricerca del risparmio, però, sta diventando ossessiva. Aumentano le ricerche non solo per trovare la migliore offerta ma anche nella località di vacanza si fa molta attenzione al portafoglio, magari selezionando l'offerta skipass più conveniente o il ristorante meno caro. Esasperazione di questa prima tendenza è la prenotazione day-time: dimenticatevi il termine sotto data perché adesso l'albergo si prenota lo stesso giorno dell'arrivo. Si tratta di una propensione in crescita, condizionata dal fattore vicinanza e dal meteo: in sostanza, se le previsioni del fine settimana volgono al bello, si parte per un paio di notti, con la consapevolezza che il posto per dormire comunque lo si riuscirà a trovare. Terza tendenza sono le promozioni per la bassa stagione: gli operatori della neve mettono in atto diverse iniziative per cercare di attirare i turisti anche nei periodi più fiacchi della stagione. Free ski, sconti per famiglie, corsi per principianti gratuiti, skipass compreso nel soggiorno sono tutte iniziative per catturare nuova clientela. L'ultima riguarda un'evoluzione del mercato: se sul segmento interno si nota una ripresa della domanda per le settimane bianche anche short, sui mercati esteri di prossimità accade l'esatto contrario, cioè l'incremento degli short break. **G.F.**

# Un settore che vale 10 miliardi di euro

**A**umenta l'importanza delle vacanze sulla neve all'interno del sistema turistico italiano. Secondo gli scenari elaborati dalla **ricerca Skipass**, gli indicatori previsionali della stagione invernale della montagna bianca 2014-15 fanno ben sperare gli addetti del settore: il fatturato del turismo neve in tutti i suoi aspetti, infatti, rappresenta l'11,3% del sistema turistico nazionale complessivo per un valore totale di 9,9 miliardi di euro.

Diverse le tendenze evidenziate dalla ricerca: la prima riguarda un aumento di presenze (+3,8%) superiore a quello degli arrivi (+3,2%) con l'effetto di una crescita media della permanenza rispetto all'anno precedente. Non è in linea con questi indici, però, la crescita del fatturato: secondo gli indicatori dello studio, il giro d'affari registrerà un aumento di poco inferiore al 2% sottolineando, ancora una volta, la diminuzione della spesa dei



turisti per le proprie vacanze e la sempre più agguerrita politica dei prezzi che gli albergatori sono costretti a praticare per rimanere sul mercato, andando anche a ledere la propria marginalità. Entrando nel dettaglio delle singole voci, la ricerca mette in evidenza come il fatturato del sistema ospitale nella sua complessità (strutture alberghiere ed extra) vale 4,4 miliardi di euro. Di poco inferiore (4,43 miliardi) è il fatturato dei servizi quali noleggio attrezzature, maestri di sci, skipass ed im-

pianti di risalita, cioè tutti quei servizi collegati alla pratica delle discipline sportive sulla neve.

Interessante notare come questo dato sia praticamente identico a quello del sistema ospitale: in pratica, chi soggiorna nella montagna italiana in inverno spende la stessa cifra per l'alloggio e per praticare le discipline della neve.

Infine, il fatturato generato da altri servizi come ristorazione, commercio e attività di divertimento viene stimato in 1,95 miliardi di euro.

## Il paniere di spesa

Costi invariati rispetto allo scorso anno per chi deciderà di trascorrere una settimana bianca in Italia questo inverno. Il paniere di spesa elaborato da Skipass mette in luce che un turista spenderà mediamente 941 euro per trascorrere sette giorni in montagna mentre, per quanto riguarda un week end sulla neve, la spesa media sarà di 328 euro. In questo caso, è presente un aumento di spesa piuttosto elevato, +5,7% cioè circa 20 euro in più rispetto allo scorso anno. **G.F.**