

BOLLETTINO N.8 – UFFICIO STUDI ENIT

METODOLOGIA

Il bollettino sul monitoraggio delle conseguenze a breve termine della pandemia del Coronavirus sul turismo italiano si compone delle seguenti indagini:

D.1 MONITORAGGIO ARRIVI AEROPORTUALI

(su dati Forward Data)

Il servizio di 13 Weekly Destination Reports settimanali per il monitoraggio dell'andamento dei flussi turistici aeroportuali verso l'Italia. Inoltre, attraverso l'acquisto di 4 gg di utilizzo libero della piattaforma, il servizio permette di verificare concretamente l'andamento delle prenotazioni aeree in tempo reale ed in confronto con il passato in maniera del tutto autonoma.

Inoltre consente di verificare i trend sui diversi mercati europei ed extraeuropei oltre che nel loro complesso a seguito dell'emergenza del Coronavirus in Italia, includendo:

- gli arrivi passati e le prenotazioni future per le prossime 6 settimane in Italia
- i principali 8 mercati di origine e il Totale Internazionale.

Il report viene inviato su base settimanale per 3 mesi (13 report in totale). PROROGATO

D.2 IMPATTO ECONOMICO POTENZIALE CORONAVIRUS

(su dati Oxford Economics)

Nello specifico il servizio richiesto riguarda l'analisi di impatto economico degli effetti del Coronavirus su arrivi, notti e spese che sarà quantificato in base a ipotesi di scenari diversi. Verranno prodotti tre scenari alternativi per fornire una serie di potenziali impatti e verranno confrontati con un altro caso controfattuale.

I presupposti aggiornati saranno condivisi su base regolare, insieme a rapporti di sintesi. Ciò rifletterà le ultime tendenze dei dati nonché eventuali nuovi sviluppi in termini di entità dell'epidemia, situazione di quarantena e restrizioni di viaggio.

Si tratta quindi della fornitura di un servizio di dati e previsioni GTS e GCT, scenari ed analisi. Gli scenari e le analisi regolarmente aggiornati rifletteranno la situazione e le ipotesi in evoluzione. Il servizio include le opzioni per gli aggiornamenti ogni due settimane (bisettimanali) per un totale di 6 report di aggiornamento. PROROGATO

D.3 INTENZIONI DI VACANZA E PRENOTAZIONI ITALIA DA GERMANIA, UK, FRANCIA, USA

(su dati GFK)

Indagine per il monitoraggio sull'evoluzione degli atteggiamenti dei turisti stranieri (GERMANIA, UK, FRANCIA, USA) verso la destinazione Italia durante il periodo di contagio del Covid 19.

Si tratta di 2 Reports sul monitoraggio dell'impatto nel travel a seguito del Coronavirus: se pensa di annullare viaggi; se cambierà destinazione; se per la sua prossima vacanza, ha preso in considerazione un viaggio in Italia; se ha già prenotato ecc.

La società realizzerà 2 wave di indagine per un totale di 4.000 interviste (marzo-maggio 2020).

D.4 MONITORAGGIO PRENOTAZIONI ITALIANI

(su dati REMTENE)

Si tratta di monitorare l'andamento delle prenotazioni da parte dei turisti italiani, attraverso il monitoraggio presso un campione significativo della popolazione (almeno 4000 casi per wave) individuando le dinamiche di prenotazione delle destinazioni ed i comportamenti turistici, distinguendo tra vacanzieri che scelgono le strutture ricettive e coloro che utilizzano le abitazioni private. Inoltre, lo studio consentirà di verificare le tematiche di immaginario e le aspettative verso la vacanza in Italia, e di suoi cambiamenti a seguito del Coronavirus. PROROGATO

D.5 ASCOLTO SOCIAL+ TRENDS SU CORONAVIRUS ITALIA

(su dati EXTREME)

Si tratta di un servizio di ascolto social e monitoraggio social e trends che permette di effettuare un monitoraggio sul tema coronavirus/Italia su fonti non italiane, con report settimanale necessarie a verificare costantemente l'ascolto sull'immagine turistica dell'Italia per 3 mesi.

Il monitoraggio prevede una analisi di dettaglio come specificato:

- analisi qualitativa del sentiment e temi ricorrenti sul main stream internazionale (quotidiani nazionali internazionali);
- analisi quantitativa con relative KPI su web e social. PROROGATO

D.6 MONITORAGGIO PRENOTAZIONI OTA

(su dati The Data Appeal)

Servizio di monitoraggio delle vendite di Italia presso le OTA (Online Travel Agency).

Si tratta di uno strumento di monitoraggio e misurazione in tempo reale di tutti gli indici di appeal digitale, rilevazione dei prezzi e della pressione turistica di una destinazione, attraverso la raccolta dati per un campione verificato di POI per provincia del settore ospitalità, pesato per categoria e tipologia per il quale fornisce: volumi, stagionalità, sentimenti e prezzi. Consente quindi di monitorare sui canali digitali l'andamento delle prenotazioni nelle diverse destinazioni italiane.

Periodo di monitoraggio: marzo-aprile-maggio 2020 PROROGATO

D.7 MONITORAGGIO VENDITE ITALIA PRESSO TOUR OPERATORS ESTERI

(su dati ENIT SEDI ESTERE)

L'Ufficio studi sta provvedendo, in aggiunta alla consueta rilevazione che si svolge nel periodo Pasquale relativa alle vendite di Italia presso i TO esteri grazie all'ausilio delle sedi ENIT nel mondo, anche alla analisi di tendenza longitudinale di tali andamenti nell'ultimo decennio.

A tale proposito, lo specifico focus riguarderà come i diversi Paesi stanno reagendo alla pandemia in termini di chiusura dei voli, di annullamento cataloghi ecc.

In sintesi, lo schema riepiloga l'insieme dei dati che compongono il cruscotto informativo.

CRISIS MANAGEMENT DATA

FONTE	DATO	CADENZA
D1. UFFICIO STUDI ENIT + FORWARD DATA	MONITORAGGIO ARRIVI AEROPORTUALI	ACCESSO PIATTAFORMA/ SETTIMANALE
D2. UFFICIO STUDI ENIT + OXFORD ECONOMICS	IMPATTO ECONOMICO POTENZIALE CORONAVIRUS	BISETTIMANALE
D3. UFFICIO STUDI ENIT + GFK	INTENZIONI DI VACANZA E PRENOTAZIONI ITALIA DA GERMANIA, UK, FRANCIA, USA	BISETTIMANALE / STAGIONE
D4. UFFICIO STUDI ENIT + REMTENE	MONITORAGGIO PRENOTAZIONI ITALIANE	MENSILE/STAGIONE
D5. UFFICIO DIGITAL ENIT + UFFICIO STUDI ENIT + EXTREME	ASCOLTO SOCIAL+ TRENDS SU CORONAVIRUS ITALIA	SETTIMANALE
D6. UFFICIO STUDI ENIT + THE DATA APPEAL	MONITORAGGIO PRENOTAZIONI E PREZZI SULLE OTA	MENSILE/STAGIONE
D7. UFFICIO STUDI ENIT + SEDI ESTERE ENIT	MONITORAGGIO VENDITE ITALIA PRESSO TOUR OPERATORS ESTERI	NATALE/EPIFANIA-PASQUA/ PONTI - ESTATE

BOLLETTINO N.8 – RISULTATI AL 27 agosto 2020

SOMMARIO

D.1 MONITORAGGIO ARRIVI AEROPORTUALI	5
D.2 IMPATTO ECONOMICO POTENZIALE CORONAVIRUS	9
D.3 I PRINCIPALI MERCATI STRANIERI PER IL TURISMO IN ITALIA NELL’ESTATE 2020.....	15
D.4 LE VACANZE DEGLI ITALIANI NELL’ESTATE 2020.....	22
D.5 ASCOLTO SOCIAL+ TRENDS SU CORONAVIRUS ITALIA.....	36
D.6 MONITORAGGIO PRENOTAZIONI OTA.....	48

D.1 MONITORAGGIO ARRIVI AEROPORTUALI

Il traffico in Italia

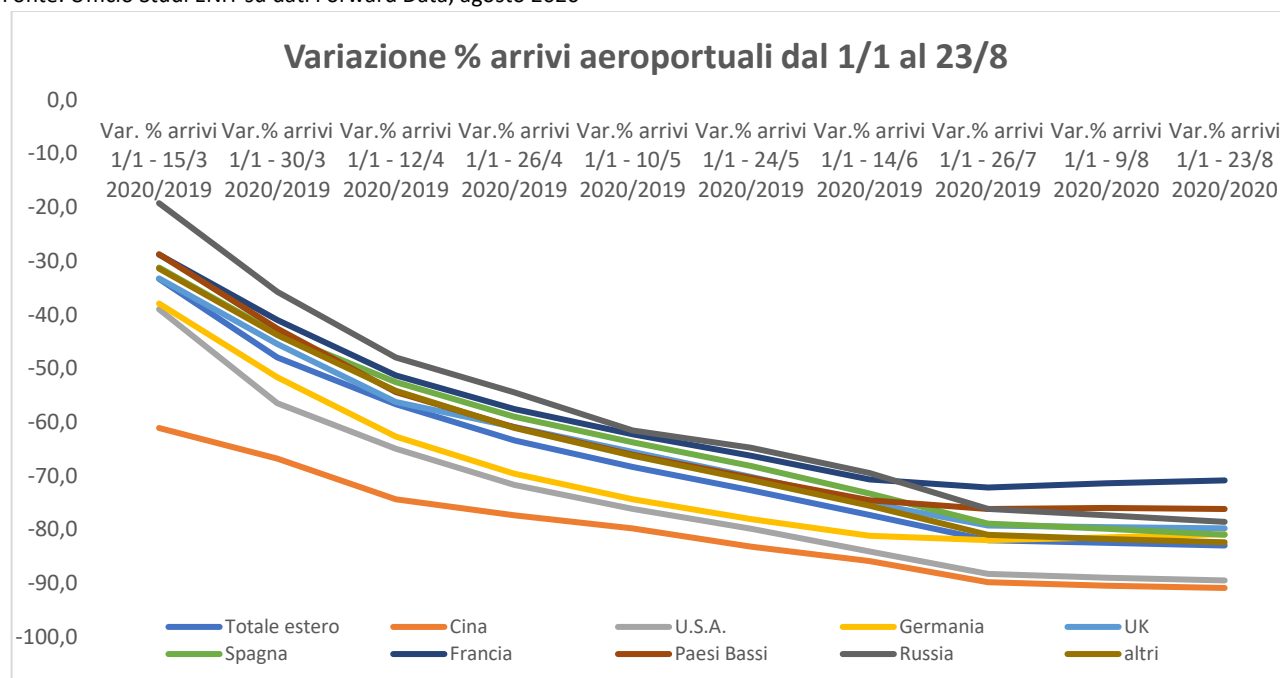
Nel monitoraggio settimanale sull'Italia, alla ventiquattresima settimana di osservazione sull'andamento degli arrivi aeroportuali nel 2020, le perdite indicano **dal 1° gennaio al 23 agosto, un dato complessivo del -83%** rispetto allo stesso periodo del 2019, a causa del proseguire delle chiusure verso e da numerosi paesi stranieri.

Restano tra le diminuzioni più evidenti quelle dalla Cina che cala del -90,9% (valore massimo) e dagli USA (-89,5%). La Francia è ancora il mercato con il minor calo complessivo, che si assesta al -70,9%.

Variatione % degli arrivi aeroportuali internazionali e delle prenotazioni aeree dall'estero

	Al 16 marzo	Al 30 marzo	Al 13 aprile	Al 27 aprile	All'11 maggio	Al 24 maggio	Al 15 giugno	Al 30 luglio	Al 14 agosto	Al 27 agosto
	Var. % arrivi 1/1 - 15/3 2020/2019	Var. % arrivi 1/1 - 30/3 2020/2019	Var. % arrivi 1/1 - 12/4 2020/2019	Var. % arrivi 1/1 - 26/4 2020/2019	Var. % arrivi 1/1 - 10/5 2020/2019	Var. % arrivi 1/1 - 24/5 2020/2019	Var. % arrivi 1/1 - 14/6 2020/2019	Var. % arrivi 1/1 - 26/7 2020/2019	Var. % arrivi 1/1 - 9/8 2020/2020	Var. % arrivi 1/1 - 23/8 2020/2020
Totale estero	-33,4	-48,0	-56,7	-63,4	-68,4	-72,7	-77,3	-82,0	-82,5	-83,0
Cina	-61,1	-66,8	-74,4	-77,4	-79,8	-83,2	-85,9	-89,8	-90,5	-90,9
U.S.A.	-39,0	-56,5	-65,0	-71,7	-76,2	-79,9	-84,1	-88,3	-89,0	-89,5
Germania	-37,9	-51,7	-62,7	-69,6	-74,4	-78,1	-81,2	-82,0	-81,5	-80,9
UK	-33,3	-45,5	-56,3	-60,9	-65,6	-70,2	-75,1	-79,3	-79,6	-79,8
Spagna	-31,2	-43,6	-52,6	-59,0	-63,8	-68,2	-73,3	-78,9	-79,9	-81,0
Francia	-28,8	-41,0	-51,3	-57,6	-62,3	-66,3	-70,7	-72,2	-71,4	-70,9
Paesi Bassi	-28,8	-42,6	-54,4	-61,0	-66,1	-70,4	-74,6	-76,2	-76,0	-76,2
Russia	-19,3	-35,8	-48,0	-54,5	-61,6	-64,8	-69,5	-76,2	-77,4	-78,6
altri	-31,4	-43,8	-54,2	-61,1	-66,3	-70,8	-75,6	-81,0	-81,8	-82,4

Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data, agosto 2020



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data, agosto 2020

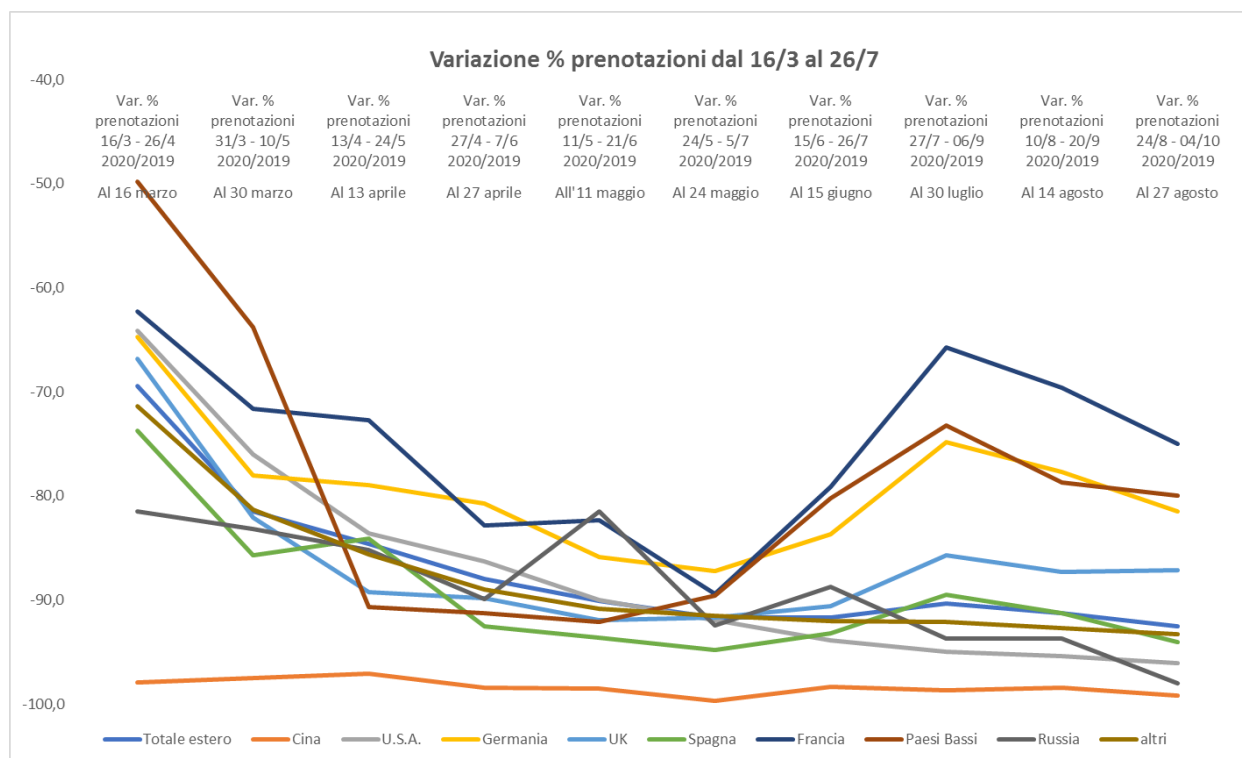
Non si arresta il **calo nelle prenotazioni, pari al -92,5% dal 24 agosto al 4 ottobre**, con l'eccezione per il mercato francese che scende solo del -75%, dei Paesi Bassi al -80% e della Germania al -81,5% mentre gli UK sono fermi al -87,1%. Si tratta di diminuzioni correlate ormai con la situazione del paese emittitore di turismo e molto meno per la situazione italiana.

Peggiora, quindi, la Cina (-99,2%), la Russia (-98%) ed il mercato statunitense che scende del -96,1% seguito dalla Spagna crollata al -94%.

Variation % degli arrivi aeroportuali internazionali e delle prenotazioni aeree dall'estero

	Al 16 marzo	Al 30 marzo	Al 13 aprile	Al 27 aprile	All'11 maggio	Al 24 maggio	Al 15 giugno	Al 30 luglio	Al 14 agosto	Al 27 agosto
	Var. % prenotazioni 16/3 - 26/4 2020/2019	Var. % prenotazioni 31/3 - 10/5 2020/2019	Var. % prenotazioni 13/4 - 24/5 2020/2019	Var. % prenotazioni 27/4 - 7/6 2020/2019	Var. % prenotazioni 11/5 - 21/6 2020/2019	Var. % prenotazioni 24/5 - 5/7 2020/2019	Var. % prenotazioni 15/6 - 26/7 2020/2019	Var. % prenotazioni 27/7 - 06/9 2020/2019	Var. % prenotazioni 10/8 - 20/9 2020/2019	Var. % prenotazioni 24/8 - 04/10 2020/2019
Totale estero	-69,4	-81,5	-84,6	-88,0	-90,1	-91,7	-91,7	-90,3	-91,3	-92,5
Cina	-97,9	-97,5	-97,1	-98,4	-98,5	-99,7	-98,3	-98,7	-98,4	-99,2
U.S.A.	-64,1	-76,0	-83,6	-86,3	-90,0	-91,9	-93,9	-95,0	-95,4	-96,1
Germania	-64,7	-78,0	-79,0	-80,7	-85,9	-87,2	-83,7	-74,8	-77,7	-81,5
UK	-66,8	-82,1	-89,2	-89,8	-91,9	-91,7	-90,6	-85,7	-87,3	-87,1
Spagna	-73,7	-85,7	-84,1	-92,5	-93,6	-94,8	-93,2	-89,5	-91,3	-94,0
Francia	-62,3	-71,6	-72,7	-82,8	-82,3	-89,4	-79,1	-65,7	-69,6	-75,0
Paesi Bassi	-49,8	-63,8	-90,7	-91,3	-92,1	-89,6	-80,2	-73,2	-78,7	-80,0
Russia	-81,5	-83,2	-85,2	-89,9	-81,5	-92,4	-88,7	-93,7	-93,7	-98,0
altri	-71,4	-81,3	-85,6	-89,0	-90,8	-91,5	-92,0	-92,1	-92,7	-93,3

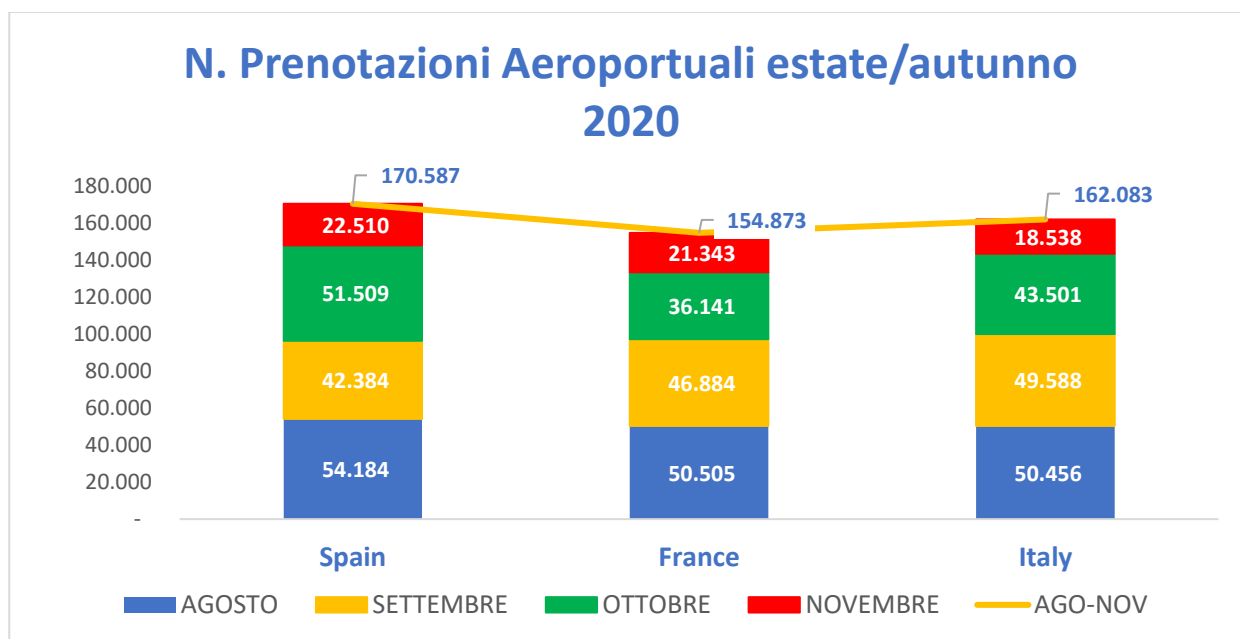
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data, agosto 2020



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data, agosto 2020

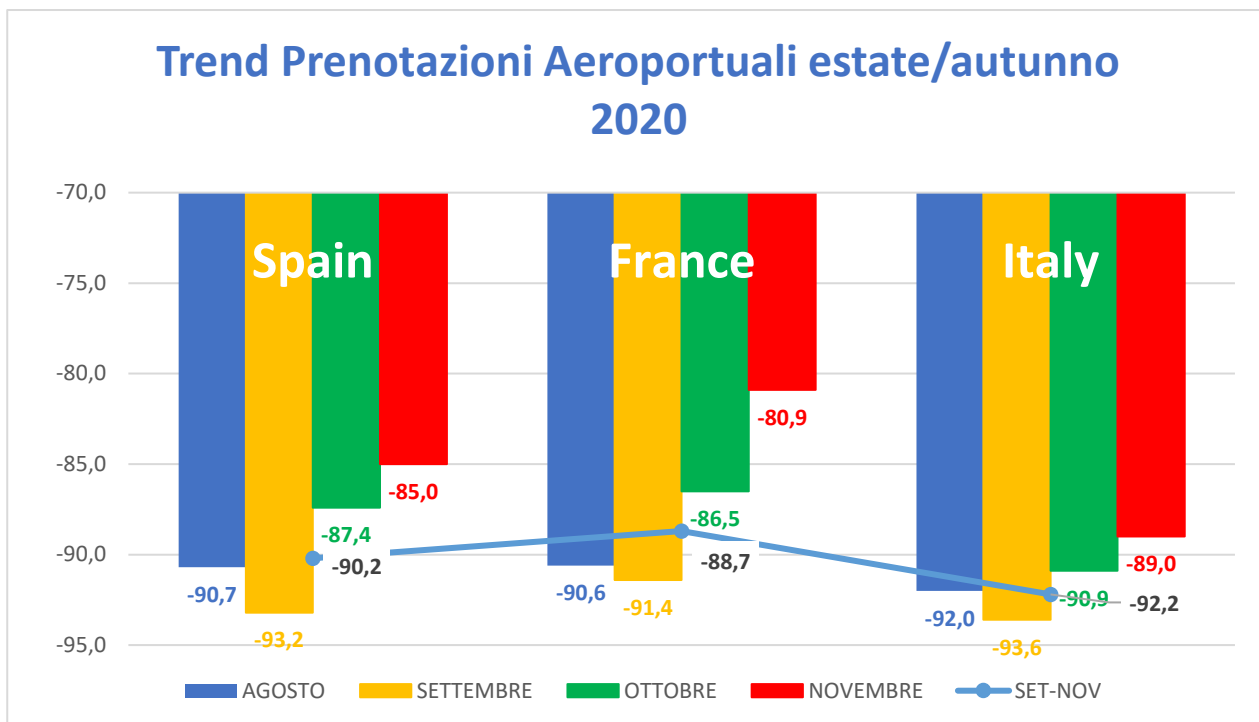
ESTATE-AUTUNNO 2020

Alla data del 27 agosto, l'analisi delle prenotazioni aeroportuali da agosto fino a novembre nel confronto con i competitor diretti Spagna e Francia, indica in Italia 50 mila 456 ad agosto, 49 mila 588 a settembre, 43 mila 501 per ottobre, con l'allungamento della stagione a novembre di 18 mila 538 prenotazioni, per un totale di 162 mila 083 prenotazioni aeroportuali da agosto a novembre, grazie alla migliore performance prevista per settembre e ottobre. Nel complesso tra agosto e novembre sono 170 mila 587 prenotazioni di passeggeri aeroportuali internazionali per la Spagna e 154 mila 873 per la Francia, su cui l'Italia ha un vantaggio competitivo.



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data, agosto 2020

Anche per l'autunno resta comunque l'Italia la destinazione che al 27 agosto registra il calo più profondo del periodo settembre-novembre con -92,2% rispetto al -88,7% della Francia e -90,2% della Spagna. Seppur il calo relativo maggiore sia quello previsto per settembre, la diminuzione permane in tutti i mesi analizzati: ad agosto col -92% delle prenotazioni, a settembre -93,6%, ad ottobre -90,9% e per novembre ad oggi si registra -89%. In Spagna si registra per il mese di agosto il -90,7%, per settembre il -93,2% e per ottobre il -87,4% che si prolunga al -85% in novembre. La Francia registra nel confronto il -90,6% per agosto, il -91,4% per settembre, il -86,5% per il mese di ottobre e -80,9% per novembre.



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati Forward Data, agosto 2020

D.2 IMPATTO ECONOMICO POTENZIALE CORONAVIRUS

Lo scenario attuale

Gli sviluppi delle ultime settimane rilevanti per il settore dei viaggi e del turismo - sia positivi che negativi - sostengono ampiamente gli scenari analizzati.

Le restrizioni hanno continuato ad attenuarsi in varie forme nelle ultime settimane, in particolare per i viaggi all'interno dell'UE.

Le restrizioni sono notevolmente diminuite negli ultimi mesi, anche per i viaggi all'interno dell'UE, e con il Regno Unito che ha esentato i viaggiatori di ritorno dall'Italia (tra le altre destinazioni europee) dall'autoisolamento di 14 giorni.

Tuttavia, l'emergere di nuovi "cluster" di infezioni COVID-19 illustra i rischi al ribasso per la riapertura regolare dei confini e la ripresa dei viaggi. Ad esempio, la Spagna ha reimposto restrizioni di blocco in diverse città (compresa Barcellona) in risposta a nuovi gruppi di casi. Ciò ha spinto il Regno Unito a rimuovere l'esenzione dall'autoisolamento per i viaggiatori di ritorno dalla Spagna. Aumenti nelle infezioni sono stati segnalati anche in paesi extraeuropei, compresi Stati Uniti, Hong Kong, Corea del Sud e Australia.

Le prospettive per i viaggi a lungo raggio rimangono modeste, con alcuni paesi che forniscono linee guida più pessimistiche sulla riapertura dei loro confini di quanto inizialmente sperato.

Gli atteggiamenti avversi al rischio nei confronti del trasporto aereo possono smorzare la domanda di viaggi a lungo raggio per un certo periodo di tempo, anche quando le restrizioni di viaggio vengono ampiamente revocate e le compagnie aeree riprendono le rotte.

Un sondaggio condotto a giugno dalla IATA (International Air Travel Association) indica tale avversione al rischio, con le risposte dei passeggeri che suggeriscono che ci vorrà del tempo prima che ritornino alle loro abitudini di viaggio pre-pandemiche.

Più della metà degli intervistati afferma di voler tornare al viaggio il prima possibile dopo la fine della pandemia. Tuttavia, il 66% delle persone ha affermato che avrebbe viaggiato meno in aereo sia per lavoro che per piacere nel mondo post pandemia rispetto a prima della pandemia - in altre parole, questa risposta suggerisce che potrebbe esserci un calo a lungo termine del viaggio aereo.

Le tre principali misure che i passeggeri hanno detto che li farebbero sentire più sicuri nel viaggiare in aereo sono lo screening COVID-19 negli aeroporti di partenza, l'uso obbligatorio di maschere facciali e il distanziamento sociale degli aeromobili.

La difficoltà per le compagnie aeree nell'attuare il distanziamento sociale sugli aerei è l'impatto sulle loro finanze. Ad esempio, la IATA riferisce che se la capacità degli aeromobili viene ridotta al 62% per consentire il distanziamento sociale, ci sono solo 4 compagnie aeree (su un campione di 122) che potrebbero andare in pareggio; le altre 118 compagnie aeree perderebbero denaro con fattori di carico inferiori al 62%.

Per l'Italia, è potenzialmente preoccupante l'impatto del viaggio a lungo raggio. Nel 2019, il 27% degli arrivi internazionali in Italia proveniva da mercati di origine a lungo raggio (vale a dire paesi al di fuori

dell'Europa). Questo è più alto che per la Spagna (il 10% degli arrivi era a lungo raggio) e la Francia (19%).

Nel complesso

Si stima che i visitatori totali (internazionali e domestici) dovrebbero diminuire del -46% nel 2020 rispetto all'anno precedente. Ciò equivale a 53 milioni di visitatori. Inoltre, si prevede che le notti turistiche totali diminuiranno di 172 milioni e che la spesa per turismo ammonterà a 68 miliardi di euro.

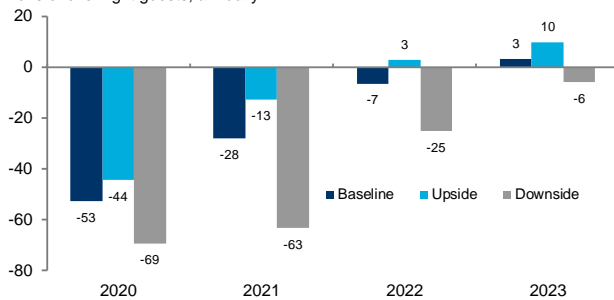
Gli impatti saranno molto maggiori per gli arrivi internazionali rispetto ai viaggi nazionali. Si prevede che i visitatori internazionali pernottanti diminuiranno del -58% (37 milioni di visitatori) nel 2020. In confronto, si stima che i visitatori domestici diminuiranno del -31% (16 milioni) rispetto al 2019.

Entro il 2023, si prevede che il settore avrà ripreso a superare leggermente i volumi del 2019, con i visitatori totali del 3% in più rispetto al 2019, grazie al turismo domestico.

L'impatto sul turismo interno dovrebbe essere minore - e la ripresa dalla recessione dei viaggi del 2020 più rapida - rispetto a quello internazionale.

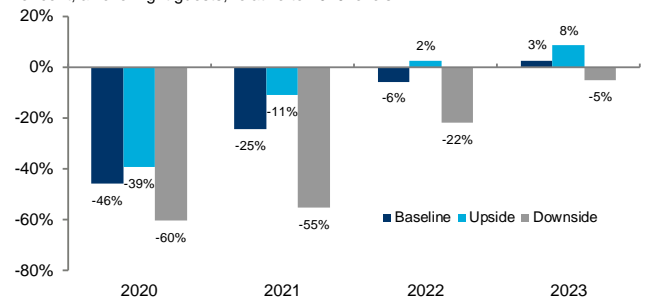
Si prevede che tutte le città italiane subiranno un impatto significativo. Tuttavia, quelli che dipendono maggiormente dai visitatori internazionali rispetto a quelli nazionali saranno più colpite, come Venezia e Firenze, mentre le città con una quota maggiore di visitatori domestici saranno relativamente meno colpite.

Travel to and within Italy
Millions of overnight guests, annually



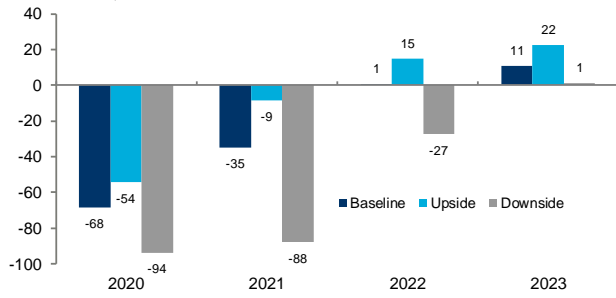
Source: Tourism Economics

Travel to and Within Italy
Per cent, all overnight guests, relative to 2019 levels



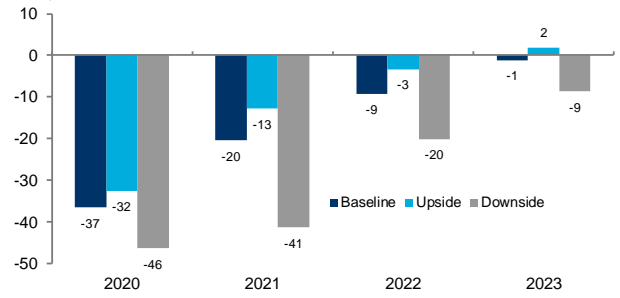
Source: Tourism Economics

Total Tourist Spending in Italy
Billions of euros, relative to 2019 levels



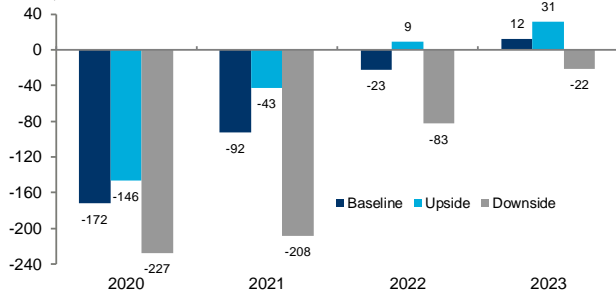
Source: Tourism Economics

International Overnight Arrivals to Italy
Millions, relative to 2019 levels



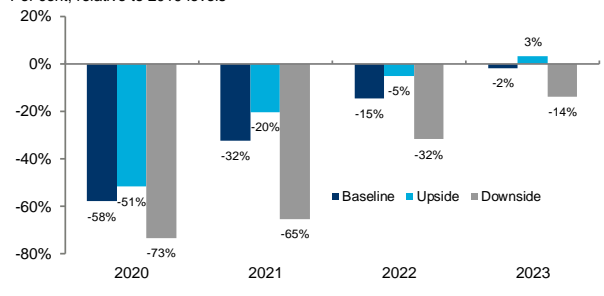
Source: Tourism Economics

Total Tourist Overnights in Italy
Millions, relative to 2019 levels



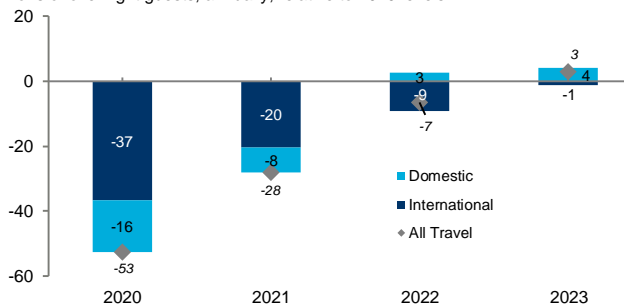
Source: Tourism Economics

International Overnight Arrivals to Italy
Per cent, relative to 2019 levels



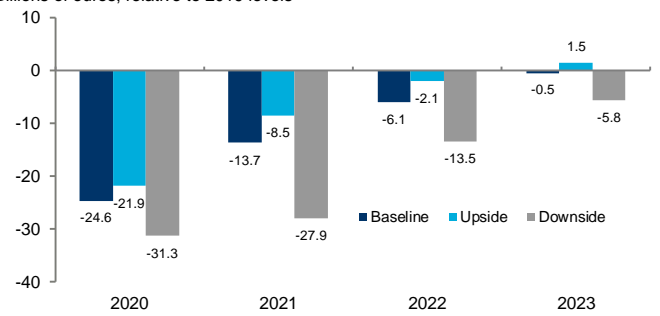
Source: Tourism Economics

Travel to and within Italy - Baseline Scenario
Millions of overnight guests, annually, relative to 2019 levels



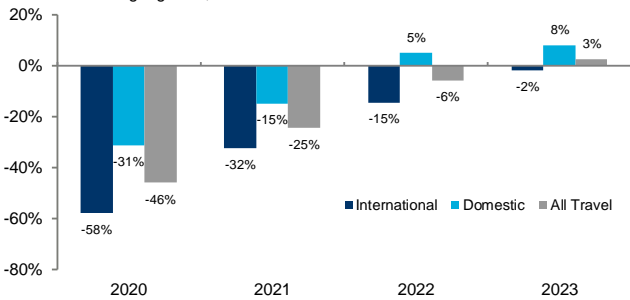
Source: Tourism Economics

International Tourist Spending in Italy
Billions of euros, relative to 2019 levels



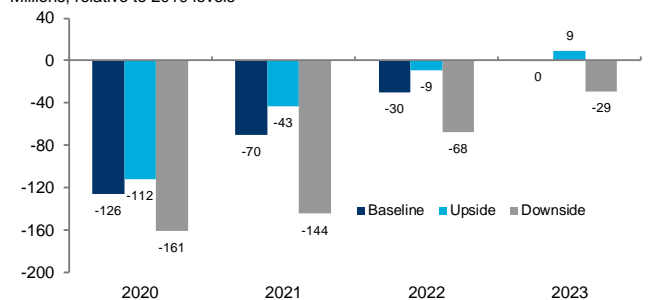
Source: Tourism Economics

Travel to and within Italy - Baseline Scenario
Per cent of overnight guests, relative to 2019



Source: Tourism Economics

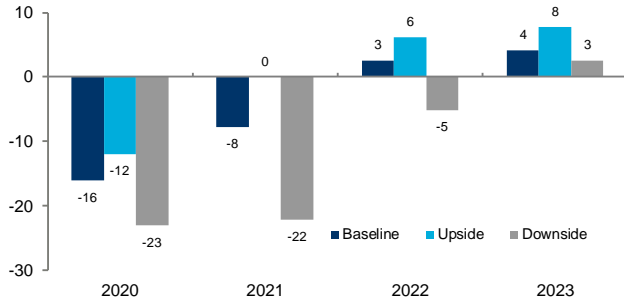
International Overnights to Italy
Millions, relative to 2019 levels



Source: Tourism Economics

Domestic Hotel Guests in Italy

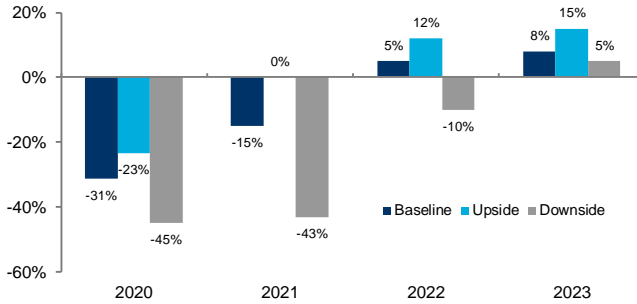
Millions, relative to 2019 levels



Source: Tourism Economics

Domestic Hotel Guests in Italy

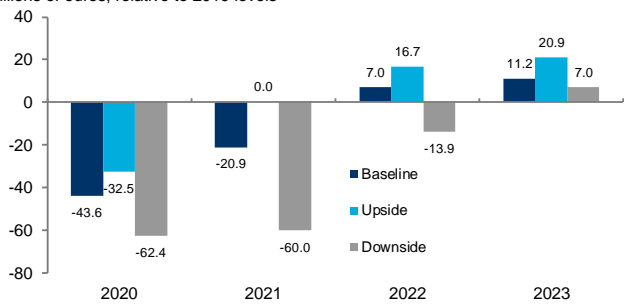
Per cent, relative to 2019 levels



Source: Tourism Economics

Domestic Tourist Spending in Italy

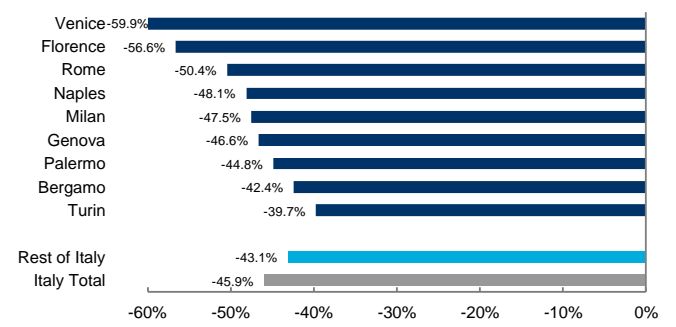
Billions of euros, relative to 2019 levels



Source: Tourism Economics

Travel to and within Italian Cities in 2020 - Baseline Scenario

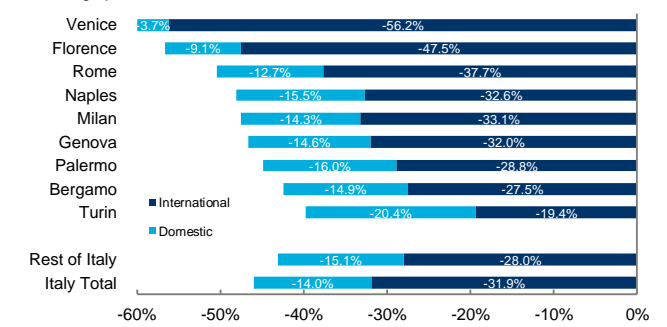
Per cent, relative to 2019 level



Source: Tourism Economics

Travel to and within Italian Cities in 2020 - Baseline Scenario

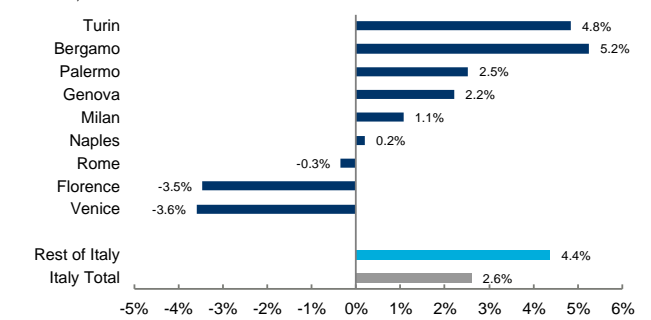
Percentage point contribution to total decline, relative to 2019 level



Source: Tourism Economics

Travel to and within Italian Cities in 2023 - Baseline Scenario

Per cent, relative to 2019 level



Source: Tourism Economics

Il confronto internazionale

Il confronto internazionale mantiene l'Italia in una posizione intermedia: per arrivi internazionali dei turisti pernottanti l'Italia con un calo previsto nel 2020 del -58% si posiziona in maniera meno competitiva della Spagna e della media dell'Europa Occidentale (-55%) e anche della Grecia (-55%) e della Francia (-54%). Rispetto ai Paesi mediterranei risulta, invece, più competitiva di Croazia (-68%), mentre è in linea con la Turchia (-58% come l'Italia).

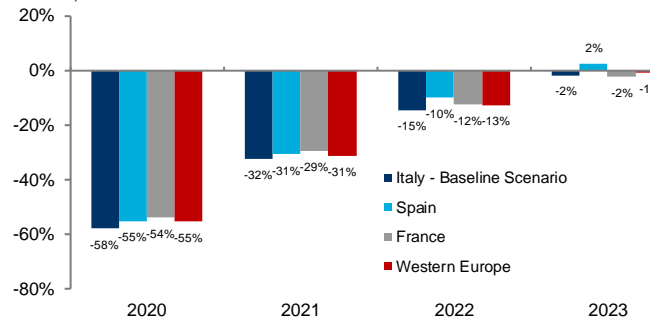
In termini economici, mantenendo fermo il PIL nazionale totale economia 2019, il confronto indica che il contributo diretto del turismo all'economia italiana diminuirà di -2,6 punti percentuali nel 2020 (3,2% del PIL) rispetto al 2019 (5,7% del PIL).

Sebbene significativo, questo calo è inferiore a quello di molti altri paesi: -4,5% la Francia, -3,1% la Spagna. In effetti, il contributo diretto del turismo in Italia all'economia in generale si riduce di poco meno della metà, rispetto a più della metà per tutti gli altri paesi selezionati.

Si prevede, quindi, che il contributo totale (che comprende gli effetti indiretti e indotti, nonché l'impatto diretto) del settore diminuirà di -5,8 punti percentuali, dal 13% del PIL nel 2019 al 7,2% del PIL nel 2020. Come per gli impatti diretti, la riduzione prevista per l'Italia (a meno della metà) è inferiore rispetto agli altri paesi selezionati (-7,4% la Spagna).

International Overnight Arrivals

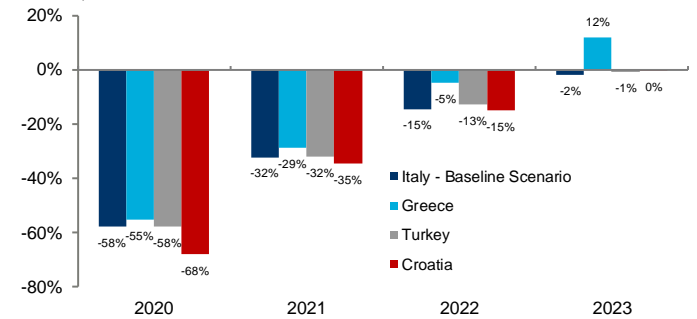
Per cent, relative to 2019 levels



Source: Tourism Economics

International Overnight Arrivals

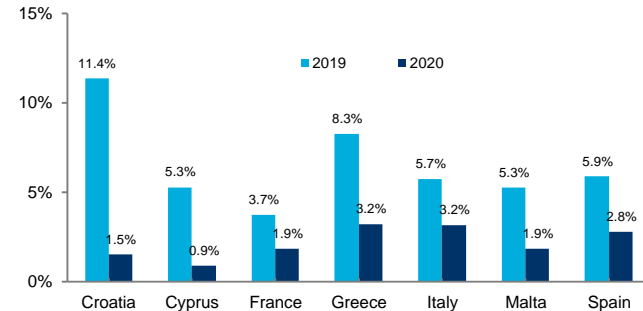
Per cent, relative to 2019 levels



Source: Tourism Economics

Travel & Tourism Sector - Direct Contribution to GDP

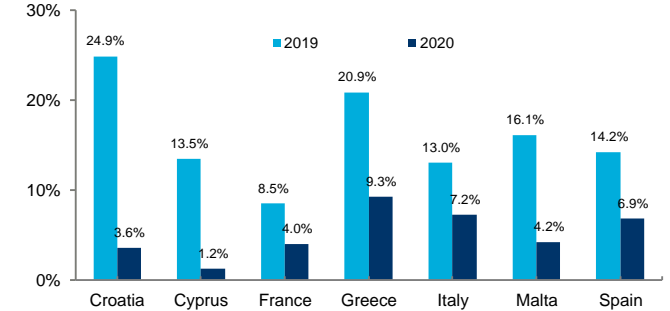
Per cent of GDP



Source: Tourism Economics; WTTC

Travel & Tourism Sector - Total Contribution to GDP

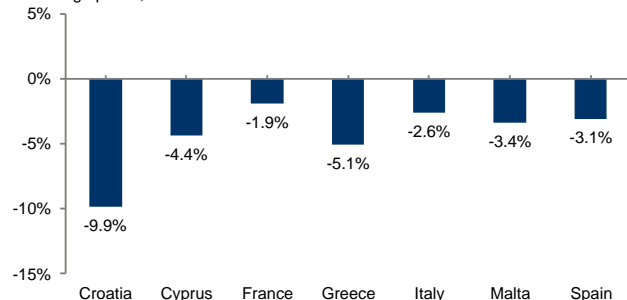
Per cent of GDP



Source: Tourism Economics; WTTC

Travel & Tourism Sector - Decline in Direct Contribution to GDP

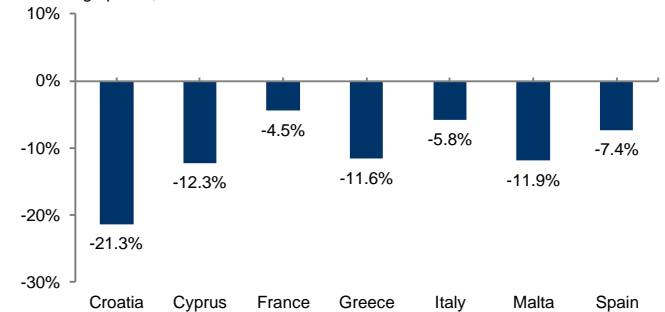
Percentage points, 2020 relative to 2019



Source: Tourism Economics; WTTC

Travel & Tourism Sector - Decline in Total Contribution to GDP

Percentage points, 2020 relative to 2019



Source: Tourism Economics; WTTC

Il trend di prodotto

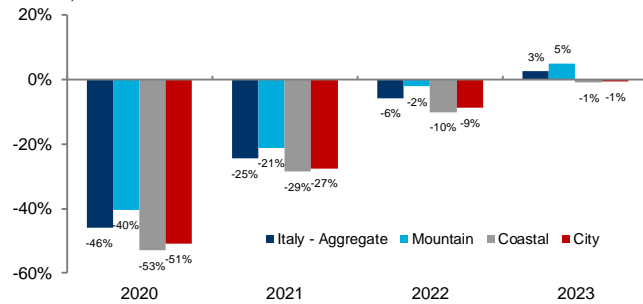
Il confronto in termini di viaggi (sia internazionali che domestici), indica come ci sia maggiore variazione per "tipo" che per posizione geografica, una variazione guidata quasi interamente dai visitatori internazionali.

Le destinazioni "montane" sono le meno colpite (-40%), mentre al saldo annuale le destinazioni costiere (-53%) e cittadine (-51%) subiscono impatti simili.

Per regione geografica c'è una differenza molto piccola, con il Sud (-47%) leggermente meno impattato nel 2020 rispetto alle regioni del Nord (-49%) e del Centro (-52%).

Travel to and Within Italy - Baseline Scenario, by Destination

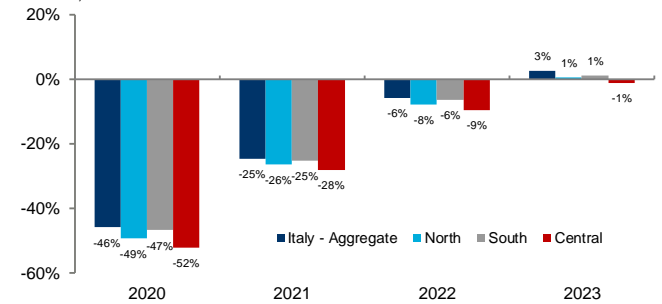
Per cent, relative to 2019 levels



*Rest of Italy' (outside identified regions) not shown
Source: Tourism Economics

Travel to and Within Italy - Baseline Scenario, by Destination

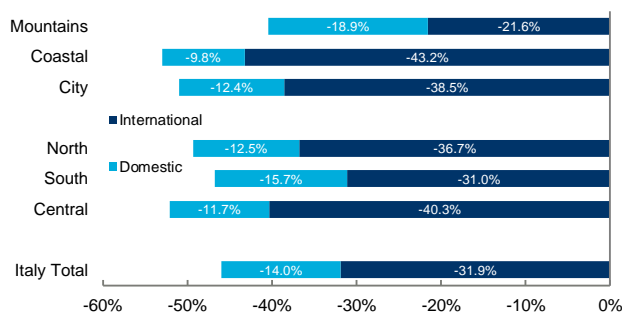
Per cent, relative to 2019 levels



*Rest of Italy' (outside identified regions) not shown
Source: Tourism Economics

Travel to and within Italy in 2020 - Baseline Scenario

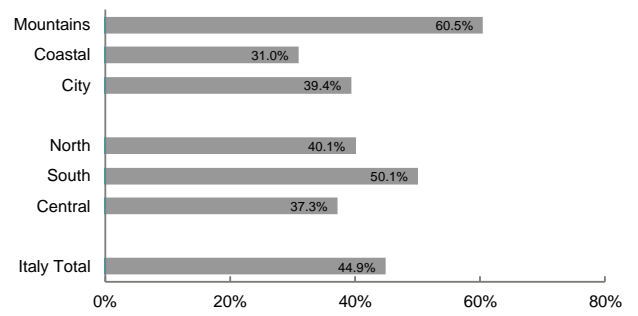
Percentage point contribution to total decline, relative to 2019 level



*Rest of Italy' (outside identified regions) not shown
Source: Tourism Economics

Italian Destinations - Domestic share of Total Visitors, 2019

Per cent



*Rest of Italy' (outside identified regions) not shown
Source: Tourism Economics

D.3 I PRINCIPALI MERCATI STRANIERI PER IL TURISMO IN ITALIA NELL'ESTATE 2020

Al fine di capire le intenzioni di vacanza dei turisti provenienti dai principali mercati stranieri del turismo in Italia, attraverso 4.500 contatti per individuare il campione valido di 1.500 vacanzieri all'estero, sono stati intervistati 500 vacanzieri francesi, 500 tedeschi, 500 britannici.

LE VACANZE ESTIVE 2020

Tra questo campione di turisti stranieri, le indicazioni per la vacanza estiva caratterizzano i mercati, come segue:

- in Francia il 44% fa vacanza nel proprio Paese, il 22% fa vacanza all'estero, il 9% aveva prenotato ma ha disdetto a causa del COVID-19, il 24% non sa;
- in Germania il 29% fa vacanza nel proprio Paese, il 31% fa vacanza all'estero, il 13% aveva prenotato ma ha disdetto a causa del COVID-19, il 27% non sa;
- in UK il 30% fa vacanza nel proprio Paese, il 28% fa vacanza all'estero, il 16% aveva prenotato ma ha disdetto a causa del COVID-19, il 26% non ha ancora deciso.

Nello specifico, sul totale di chi ha dichiarato di recarsi all'estero le destinazioni principali sono:

- per i turisti francesi: Italia (19%) Spagna e Isole (19%), Grecia (13%) e Est Europa (10%)
- per i turisti tedeschi: Italia (20%), Spagna e Isole (15%), Scandinavia (13%), Grecia (11%)
- per i turisti britannici: Spagna e Isole (29%), Italia (16%) e Grecia (11%).

LE DESTINAZIONI IN EUROPA E IN ITALIA NEGLI ULTIMI 5 ANNI

Tra questi hanno svolto negli ultimi 5 anni almeno un periodo di vacanza all'estero il 93% dei turisti tedeschi e di quelli britannici e l'87% di quelli francesi. Le destinazioni principali di queste vacanze sono state in Europa in 9 casi su 10.

L'Italia è stata la prima meta per il mercato tedesco (44%), mentre le nostre destinazioni seguono quelle spagnole per quello francese e per i turisti britannici, con una quota rispettivamente del 50% e del 52%.

Nei prossimi 12 mesi faranno una vacanza all'estero il 79% dei britannici, il 78% dei tedeschi e il 70% dei francesi.

Nelle loro scelte i turisti tedeschi e francesi dichiarano di essere molto istintivi, guidati più dalle emozioni che dalla logica, di avere un forte senso dell'avventura cercando ogni possibile occasione di divertimento.

Anche il turista britannico si definisce istintivo ma anche persona molto attiva e con un forte senso dell'avventura.

La vacanza preferita per questi turisti stranieri è generalmente quella balneare: per il 54% dei francesi, per il 58% dei tedeschi e per il 55% dei britannici.

La vacanza culturale è apprezzata comunque anche il 52% dei turisti britannici, il 49% di quelli tedeschi ed il 48% dei francesi.

Nello scegliere la destinazione il turista tedesco ritiene importante la possibilità di andarci in qualsiasi stagione, i commenti positivi sul web e la presenza del patrimonio artistico e culturale.

Per i francesi e i britannici prevale la possibilità di abbinare la meta ad altre destinazioni e la facilità nell'organizzazione della vacanza.

LE FUTURE VACANZE IN ITALIA

Nei desiderata di questi turisti la vacanza in Italia è per i francesi e i britannici cultura + vacanza gourmand + mare, e per i tedeschi mare + cultura + relax.

Tra le esperienze interessanti per i turisti britannici anche la tradizione ed il folclore e la vacanza sociale.

Tra le destinazioni che vorrebbero visitare ci sono le bellezze toscane (69%) con in testa Firenze e Pisa, quelle lombarde (65%) con Milano e il lago di Como, il Lazio (63%) con Roma (61%), il Veneto (62%) con Venezia e le altre città venete e la Campania (60%) con Napoli, le zone archeologiche, Ischia e Capri.

Quella futura in Italia sarà una vacanza di coppia o in famiglia con i bambini per tutti, in media in gruppo di 3/4 persone, di durata di 9/10 notti.

Si tratterà di una vacanza tutto compreso per il 50% dei britannici, il 30% dei tedeschi ed il 29% dei francesi.

L'alloggio per la futura vacanza in Italia sarà in hotel 4 o 5 stelle per i turisti da UK (45%), 3 stelle per i francesi (34%).

Tra chi utilizzerà le abitazioni private i tedeschi (25%) in particolare in affitto (21%).

I TEMI DI ATTUALITA' E LE PREOCCUPAZIONI DEI TURISTI

Tra i temi di attualità che preoccupano maggiormente per il mercato UK prevale il tema del Corona Virus seguito dalla crisi economica, per i francesi e i tedeschi le tematiche ambientaliste del cambiamento climatico, della tutela dell'ambiente e la crisi economica prevalgono sulla pandemia.

Attualmente la situazione economica delle famiglie rispetto al passato vede per i francesi il 64% nelle stesse condizioni, il 26% in condizioni peggiori, il 10% migliori. In Germania il 71% dichiara condizioni uguali, il 18% peggiori, il 10% migliori. I britannici si trovano per la metà (54%) nelle stesse condizioni, il 27% in condizioni peggiori, il 19% meglio del passato.

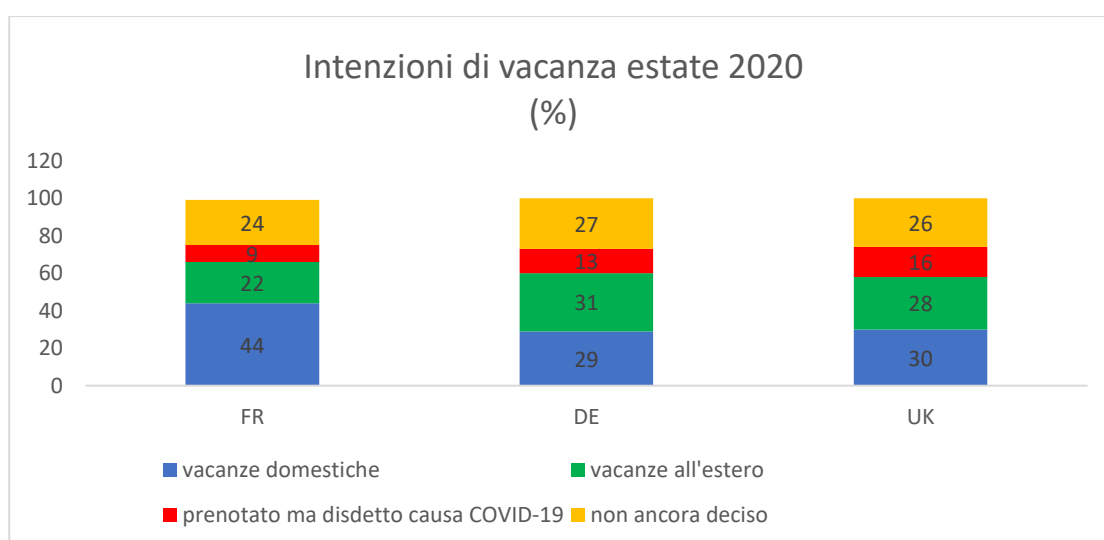
Rispetto al futuro i francesi il 62% si troveranno nelle stesse condizioni, il 20% in condizioni migliori, il 17% peggiori. In Germania il 68% dichiara condizioni uguali, il 19% migliori, il 13% peggiori. I britannici si troveranno per la metà (52%) nelle stesse condizioni, il 29% in condizioni migliori, il 17% peggio del passato.

Complessivamente l'incidenza del Corona Virus sulle disponibilità economiche incide per il 40% per i britannici, il 25% dei francesi e il 24% dei tedeschi.

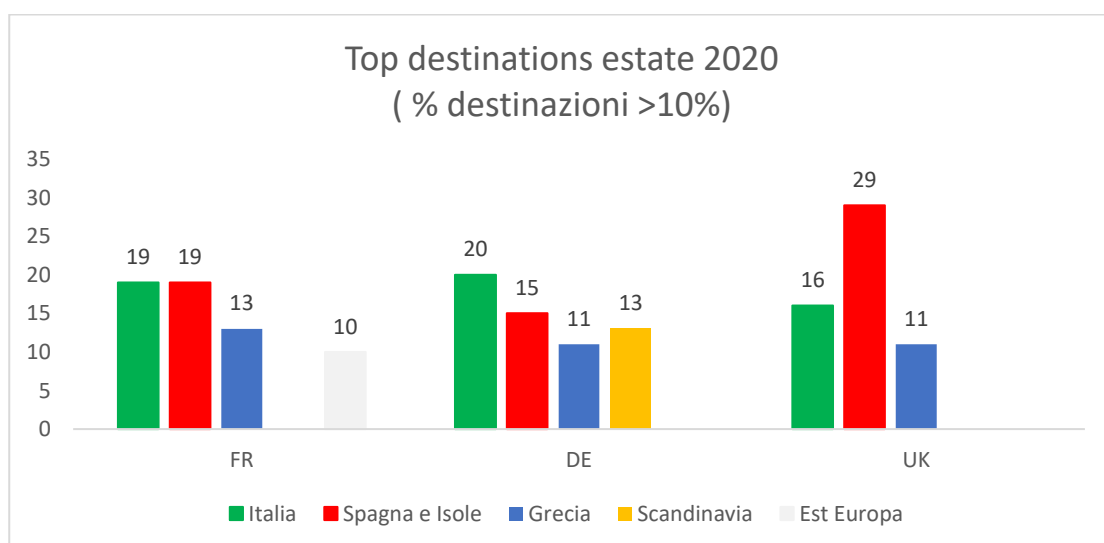
Rispetto alla situazione dell'Italia i britannici si confermano più ottimisti per quanto riguarda il miglioramento della situazione sanitaria (55%, rispetto al 41% dei francesi e al 38% dei tedeschi).

Idem sul fronte economico, dove si prevede un miglioramento della situazione italiana da parte del 34% dei britannici, dal 26% dei francesi e dal 20% dei tedeschi.

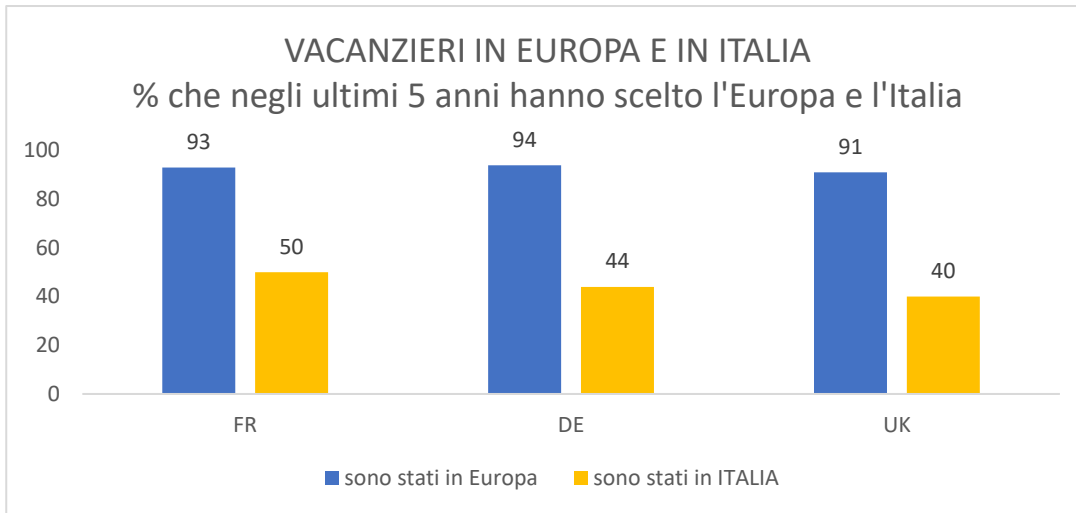
I turisti stranieri ritengono del tutto sicuro la vacanza in Italia: il 44 per cento dei britannici ritiene sicure le strutture balneari private italiane. Quanto agli hotel e alla ricettività il 43 per cento dei tedeschi le ritiene Covid free così come un terzo degli stranieri intervistati non è preoccupato dai locali all'aperto e da bar e ristoranti.



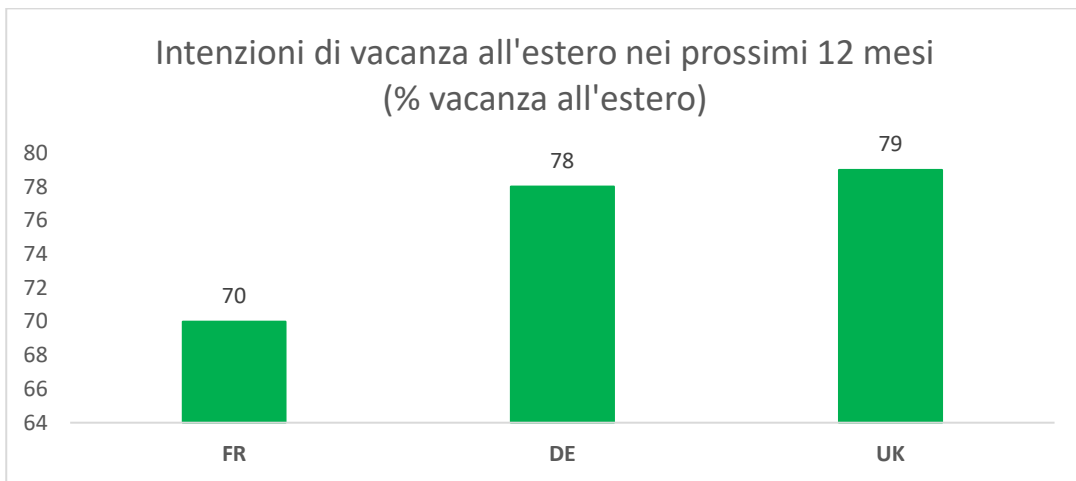
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK



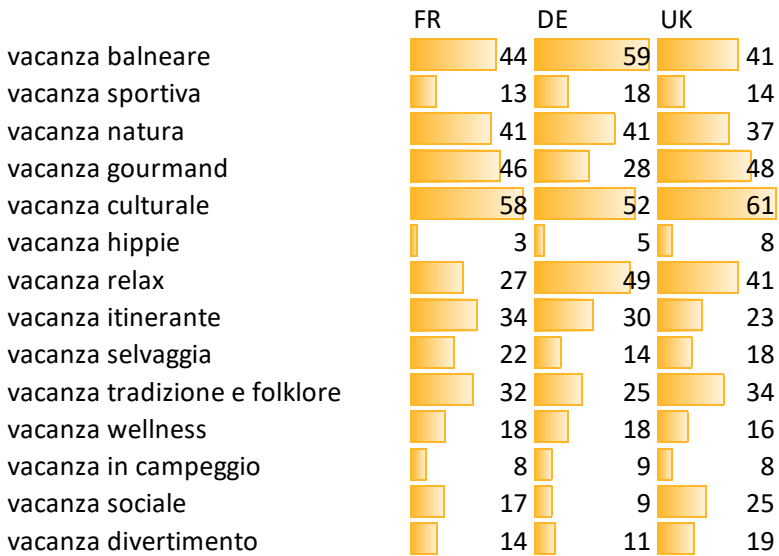
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK

La vacanza preferita dei turisti stranieri (%)

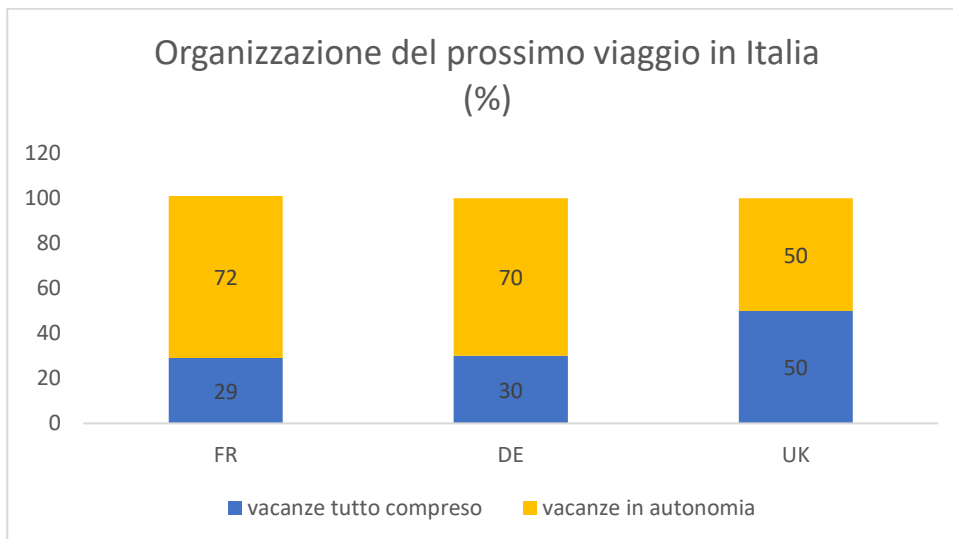
	FR	DE	UK
vacanza balneare	54	58	55
vacanza sportiva	21	22	16
vacanza natura	55	49	45
vacanza gourmand	40	21	42
vacanza culturale	48	49	52
vacanza hippie	6	7	9
vacanza relax	39	58	50
vacanza itinerante	29	32	29
vacanza selvaggia	36	23	23
vacanza tradizione e folklore	29	29	32
vacanza wellness	26	29	22
vacanza in campeggio	16	14	17
vacanza sociale	22	12	30
vacanza divertimento	19	10	26

Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK

La futura vacanza dei turisti stranieri in Italia (%)

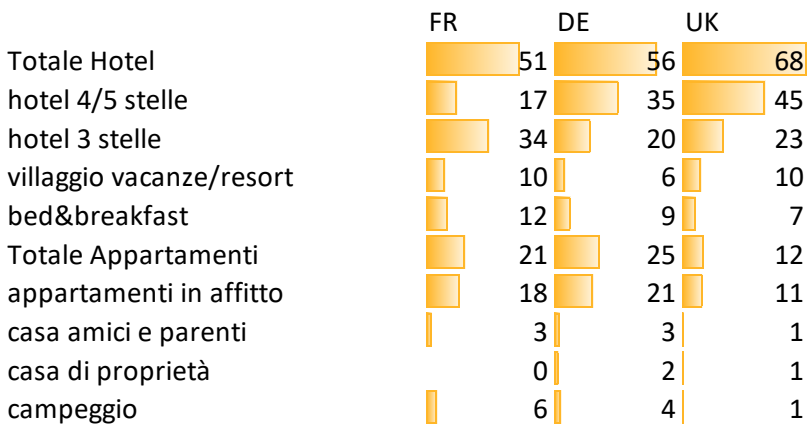


Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK

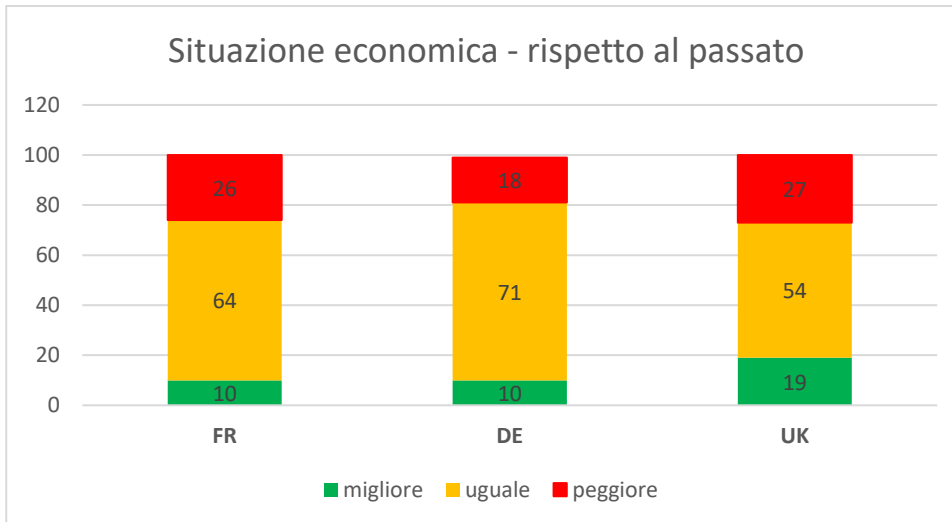


Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK

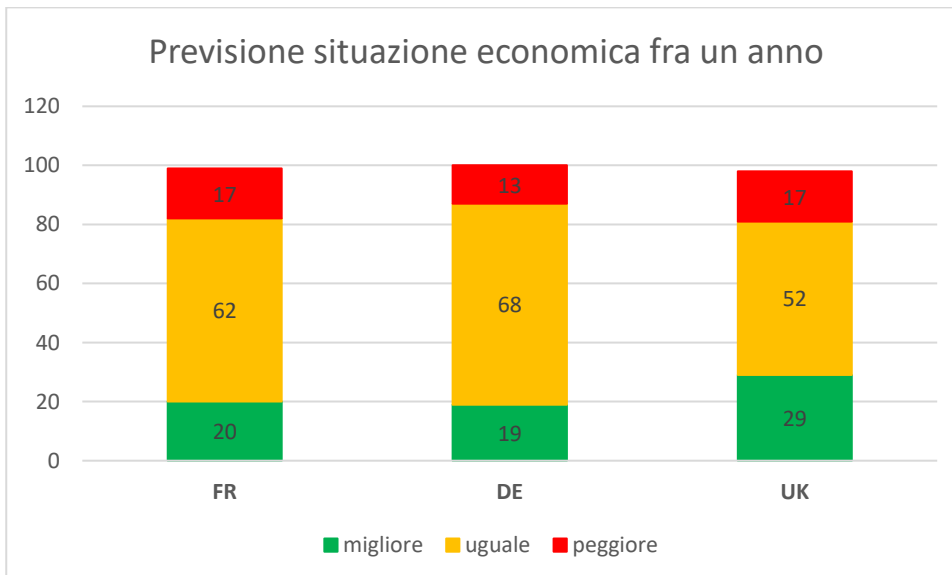
Tipologia alloggio del prossimo viaggio in Italia (%)



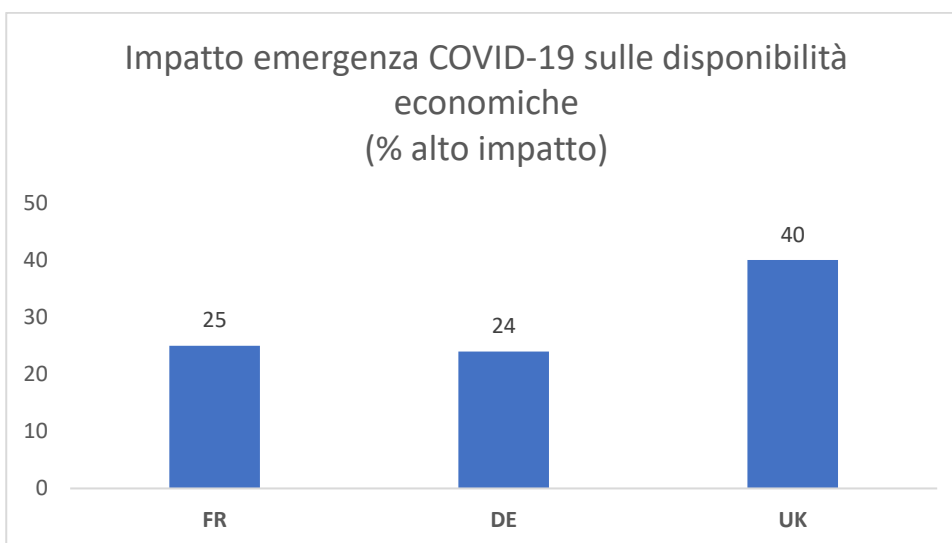
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK



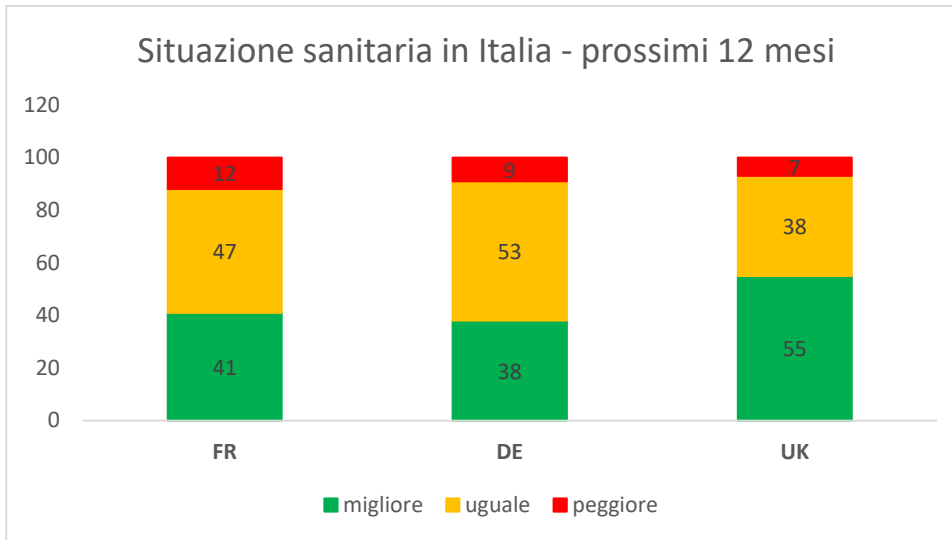
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK



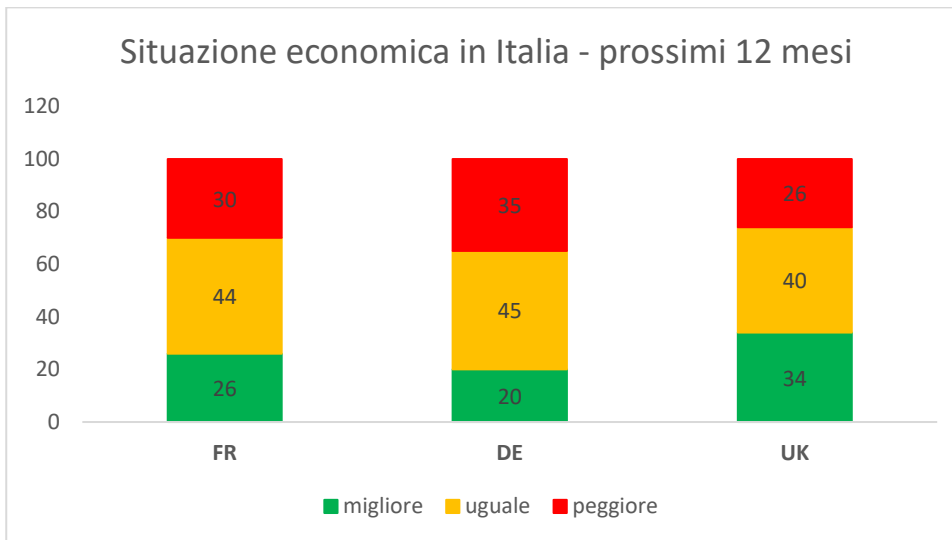
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK

Attività turistiche ritenute sicure in Italia

	FR	DE	UK
Mezzi pubblici	17	20	20
Hotel/B&B	35	43	31
Struttura balneare privata	29	34	44
Struttura balnear pubblica	25	35	28
Ristorante/ Bar	33	36	29
Chiosco o locale all'aperto	21	42	29
Piazze, Parchi, ecc.	33	41	28
Discoteca	11	14	16

Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta GFK

D.4.1 IL QUADRO SULLA MOBILITA' ESTIVA

La mobilità sulle vie di trasporto nel Paese questa estate ha visto dal momento della ripartenza una certa presenza:

- sulle tratte ferroviarie italiane si sono registrati 24 milioni di viaggiatori, con molti italiani alla scoperta e riscoperta degli angoli più caratteristici del Belpaese. In particolare, le località inserite nei Travel Book di Trenitalia e i nuovi collegamenti attivi in quest'estate hanno riscontrato un ottimo gradimento da parte dei viaggiatori. Fra le mete più apprezzate da raggiungere in treno l'intera costa Adriatica, in particolare la Puglia, ma anche le tante località che affacciano sul Mar Tirreno fra Toscana, Lazio, Campania e Calabria. Inoltre, le persone hanno scelto il treno anche per raggiungere la Liguria e le località di montagna più apprezzate del Paese (fonte: Trenitalia);
- per ITALO i passeggeri pre-covid contavano circa 60mila al giorno, di cui 50% uomini e 50% donna, di cui la maggior parte entro i 40 anni. Sulle frequenze dei viaggi estivi dal 2 luglio questi sono cresciuti fino a 87 lungo tutto il network di Italo (compresa attivazione nuove tratte come Torino Reggio Calabria e l'Adriatica Milano Ancona) (fonte: ITALO);
- sulle strade il terzo fine settimana dell'esodo estivo è stato caratterizzato da traffico intenso, lungo i circa 30 mila km di rete stradale e autostradale gestiti da Anas (fonte: Gruppo FS Italiane). Come previsto dalle proiezioni, le giornate di venerdì 7 e sabato 8 agosto hanno visto aumentare i volumi di traffico complessivamente di circa il 4% rispetto al fine settimana precedente.

D4.2. LE VACANZE DEGLI ITALIANI NELL'ESTATE 2020

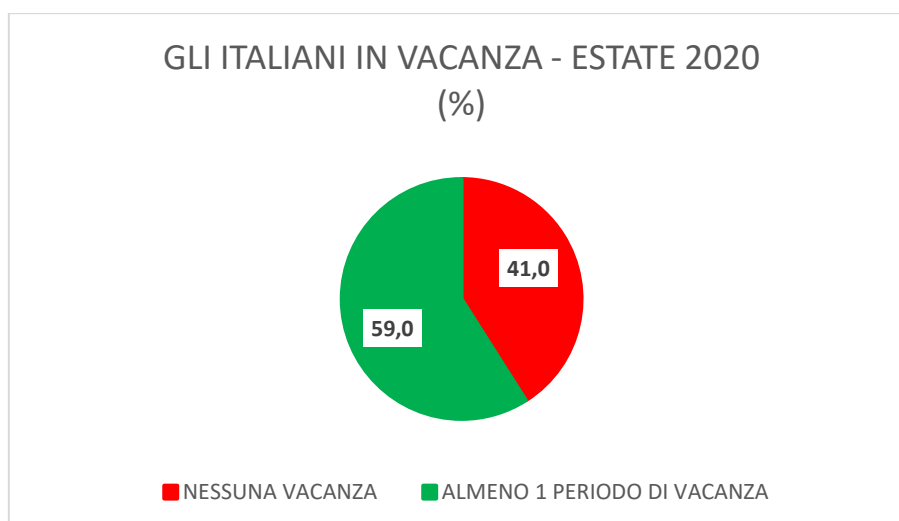
LE VACANZE ESTIVE 2020 - CONSUNTIVO

Nella rilevazione sulle vacanze degli italiani (realizzata tra il 24 ed il 30 agosto) attraverso circa 4 mila interviste alla popolazione italiana, il consuntivo sull'estate 2020 restituisce un dato del **41% di italiani che non ha potuto fare vacanza, mentre il 59% della popolazione ha effettuato almeno 1 periodo fuori casa**: il 42% ha trascorso 1 periodo di vacanza mentre il 17% ha passato 2 o più periodi fuori dalla propria residenza.

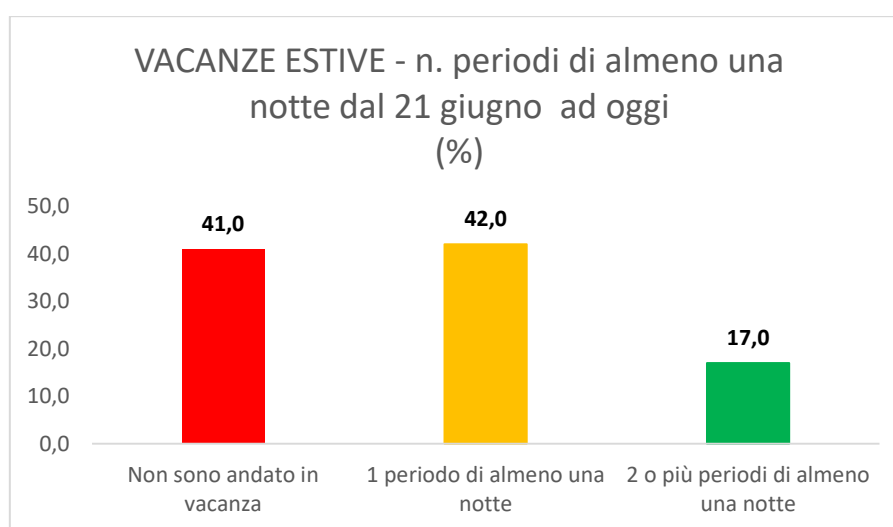
In media **la vacanza è durata 7 notti** con una distribuzione dei soggiorni per durata che vede per il 34% soggiorni tra le 3 e le 6 notti, il 24% 1 o 2 notti, il 22% tra le 7 e le 10 notti ed il 20% oltre 10 notti.

Per chi ha trascorso più di un periodo di vacanza, **il secondo periodo ha avuto una durata media di 3 notti** (il 31% tra le 3 e le 4 notti).

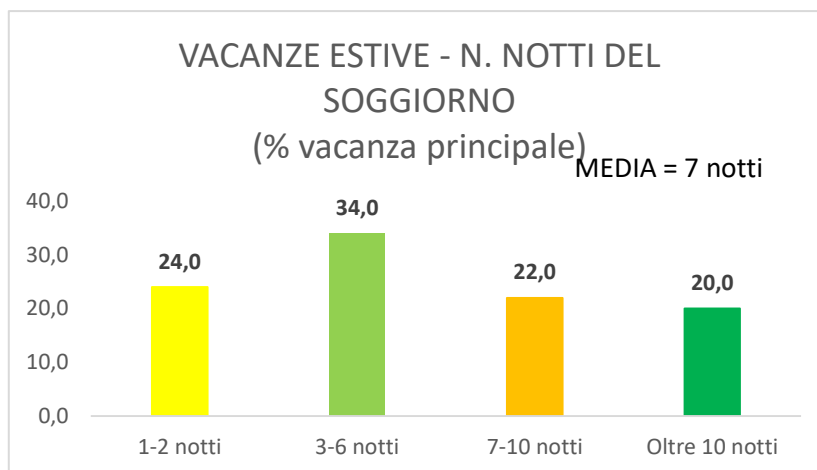
A contribuire all'effetto vacanza questa estate, **le gite fuori porta che il 66% degli italiani ha fatto nei week-end**, magari poche (41%), ogni due settimane (15%) o se possibile tutti i fine settimana (10%).



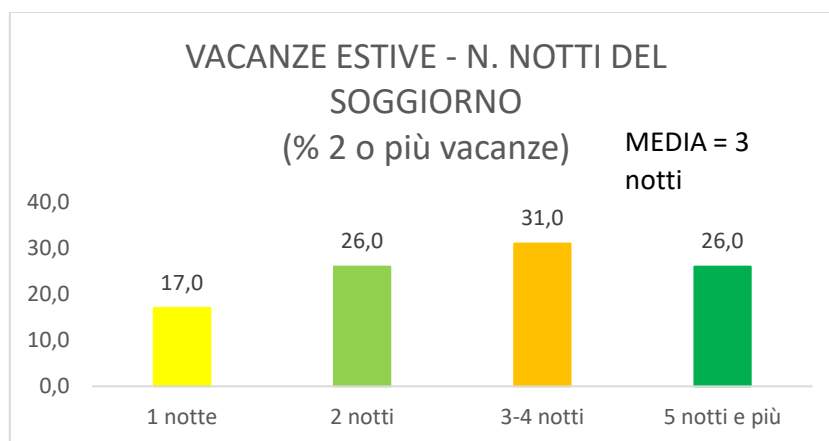
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



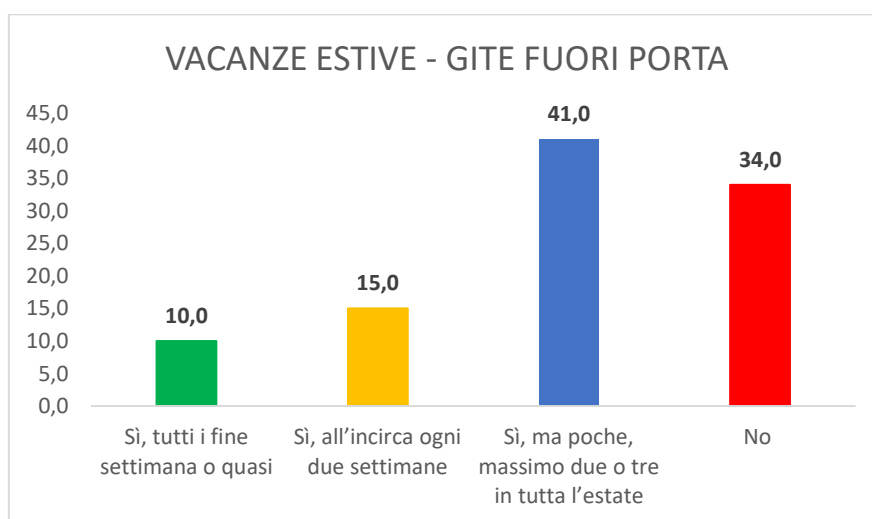
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



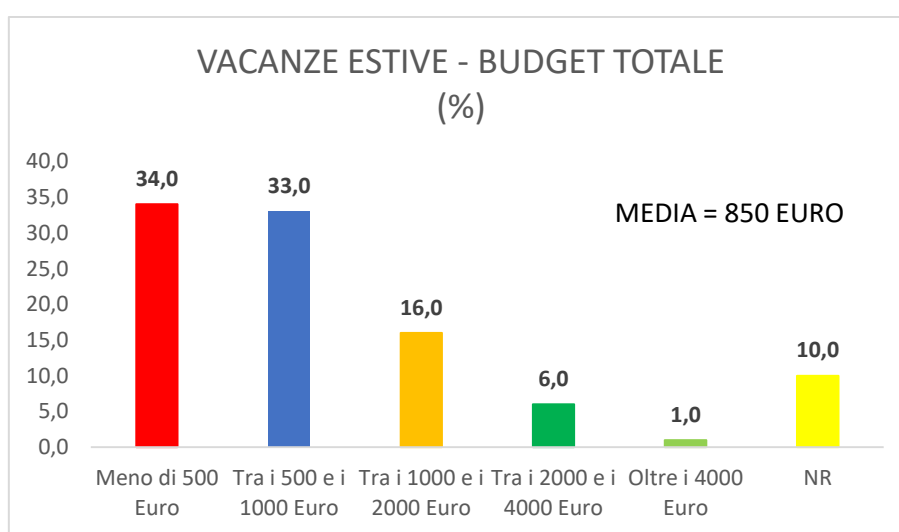
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

LA SPESA PER LA VACANZA

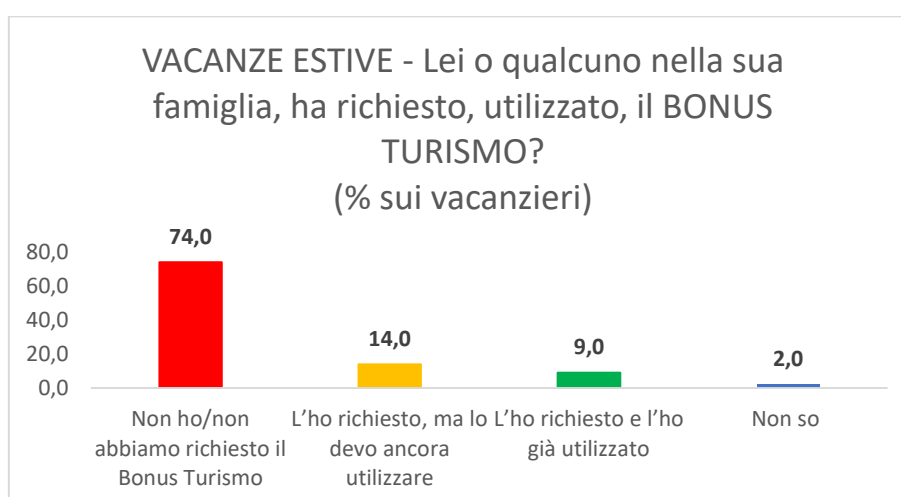
Il tema economico ha inciso sul **budget per le vacanze del 2020 pari in media a 850 euro** (34% dentro i 500 euro, 33% tra i 500 ed i 1.000 euro). **A contribuire alle spese il Bonus Vacanze richiesto dal 23% dei vacanzieri, che servirà a sostenere anche le vacanze autunnali e di Natale** poiché il 14% l'ha richiesto ma non lo ha ancora speso, mentre in estate l'ha utilizzato il 9% dei soggiornanti.

Quest'anno **le vacanze estive sono state chiaramente posticipate** con il 75% delle partenze il 13 agosto, il 50% il 4 agosto e solo il 25% nella settimana del 25 luglio. Anche i rientri, coerentemente, si sono concentrati il 20 agosto (75%).

I prezzi dei servizi turistici sono giudicati dal 32% aumenti di poco mentre per il 29% aumentati sensibilmente. Il 22% segnala invece prezzi invariati.



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

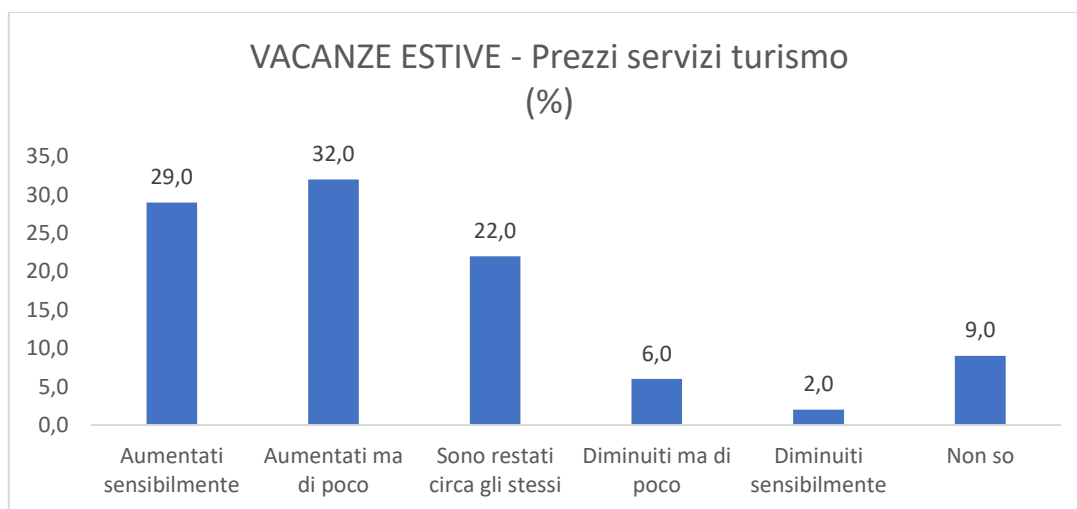


Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

Periodo della vacanza (%)

<i>ARRIVI</i>		<i>PARTENZE</i>	
25 luglio	25%	1 agosto	25%
4 agosto	50%	14 agosto	50%
13 agosto	75%	20 agosto	75%

Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



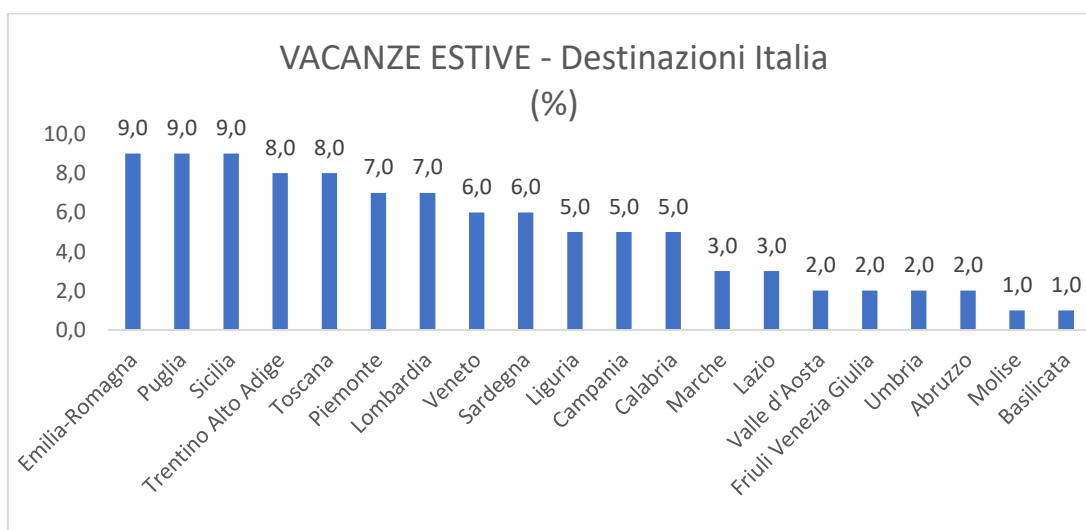
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

LE DESTINAZIONI DELLA VACANZA ESTIVA

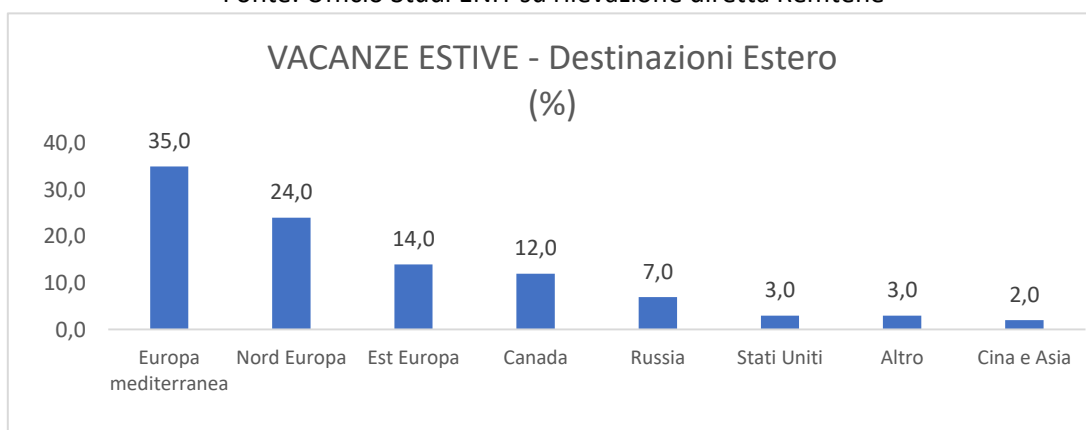
La vacanza estiva del 2020 è stata in Italia nel 97% dei casi, con destinazione le località più belle dell'Emilia Romagna, della Puglia e della Sicilia, tutte sul podio del periodo scelte dal 9% dei vacanzieri italiani. Segue la montagna del Trentino Alto Adige (8%) e la Toscana (8%), il Piemonte (7%) e la Lombardia (7%). All'estero (3%), gli italiani sono rimasti in Europa mediterranea (35%), in Nord Europa (24%) o nell'Est europeo (14%).



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



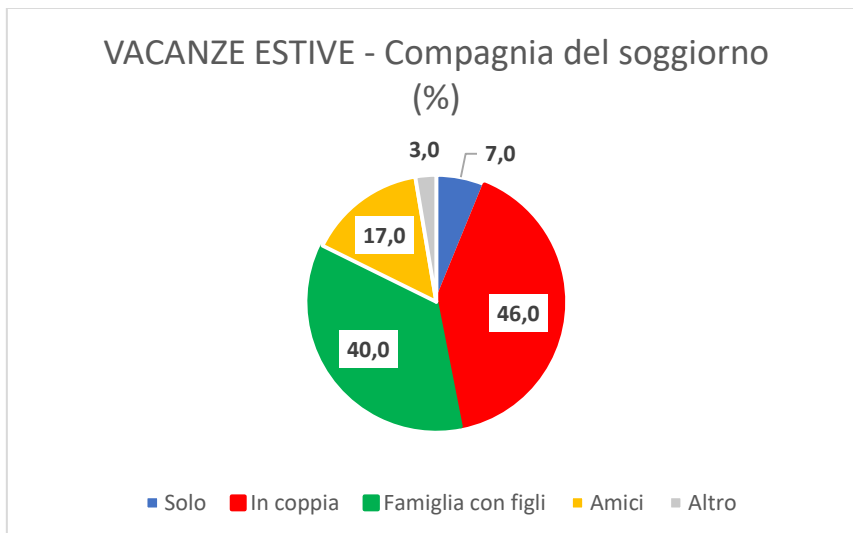
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

LE MODALITA' DELLA VACANZA ESTIVA

Per questi soggiorni si tratta di una vacanza con congiunti: in coppia (46%) o in famiglia con i figli (40%), mentre solo il 17% si è spostato con amici. Il 7% ha scelto la vacanza da solo. L'hotel 3 stelle e più (25%) resta la modalità del soggiorno preferita dagli italiani, sebbene il 16% sia stato ospite da amici e parenti, il 13% sia stato in appartamento in affitto, il 12% in un B&B. Segue la casa di proprietà (7%) ed il villaggio turistico (7%).



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

L'ESPERIENZA DI VACANZA

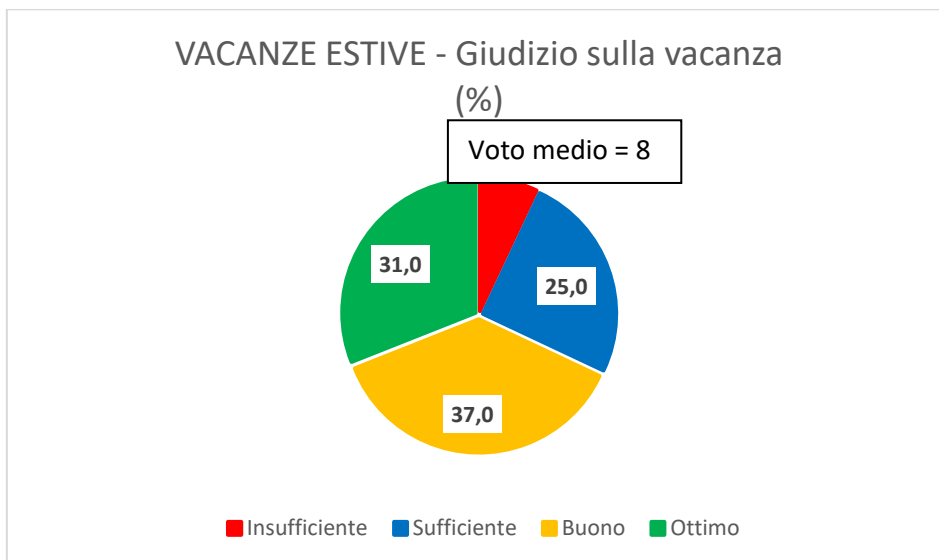
La vacanza ricercata dagli italiani post lock-down ha visto prevalere la voglia di mare (60%) che alla fine ha addirittura doppiato la vacanza in montagna (30%) e quella naturalistica (25%). Ma i vacanzieri nostrani cercano dalla vacanza l'esperienza culturale (24%), il relax (23%), magari per un benessere con le terme (18%) o una esperienza di tipo enogastronomico (14%), comunque di autenticità del territorio (12%). Segue la vacanza al lago (8%), l'avventura (6%) e lo sport (6%).



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

LA SODDISFAZIONE PER LA VACANZA

Qualunque fosse l'esperienza ricercata in queste vacanze, **gli italiani sono stati soddisfatti, con voto medio 8 su 10, per una vacanza che ha avuto il gusto del relax e del benessere (75%)**, tanto desiderato dopo una stagione così difficile. Gli italiani hanno anche apprezzato la bellezza del luogo di vacanza (32%), il mare (31%), il fatto di aver goduto di una esperienza positiva (23%) ma anche del cibo e della buona cucina italiana (23%). A seguire gli italiani in vacanza hanno apprezzato l'accoglienza e la ricettività turistica (15%), lo svago (11%), la natura (10%) e la compagnia (9%).



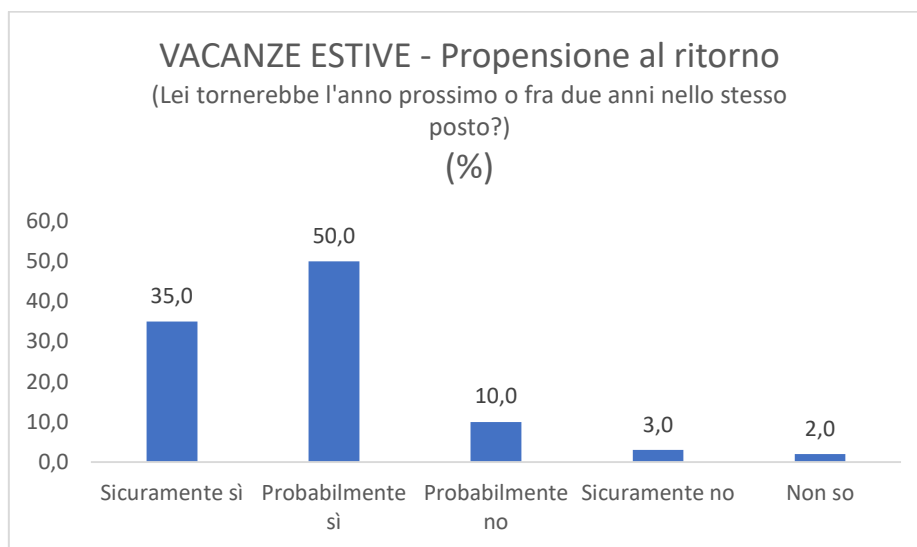
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



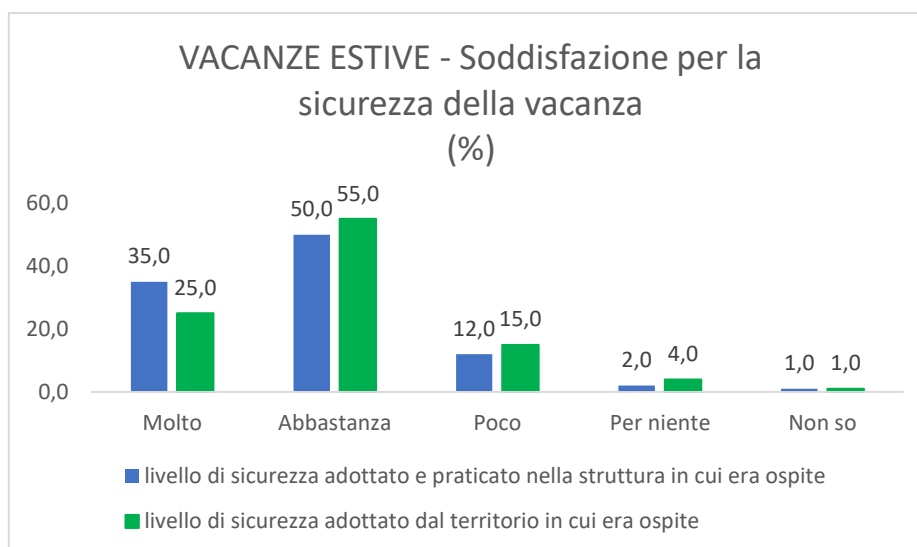
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

L'85% dei vacanzieri tornerebbe il prossimo anno o fra 2 nello stesso posto (sicuramente + probabilmente).

Il tema sicurezza ha dato garanzia all'85% degli italiani (molto + abbastanza) per le misure adottate nelle strutture in cui erano ospiti, al 75% per le misure sul territorio.



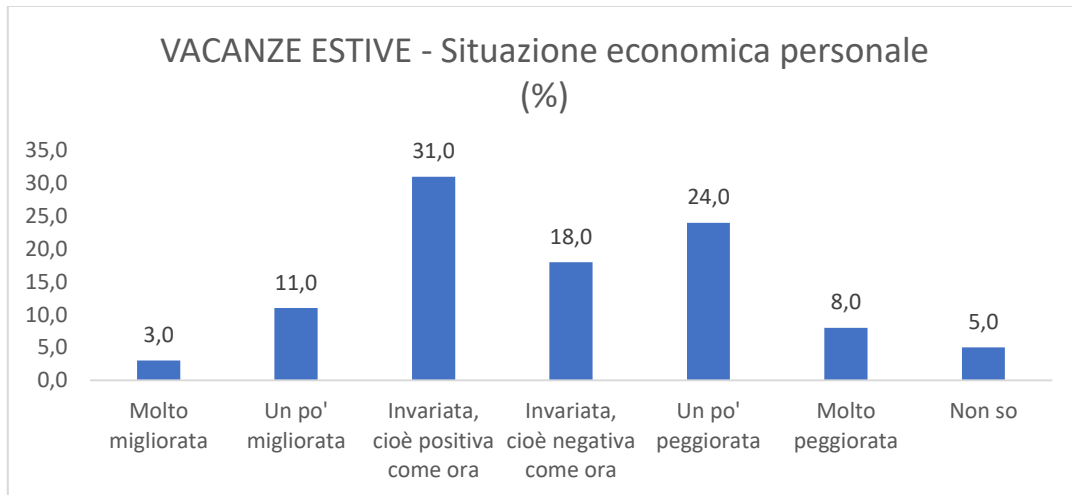
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



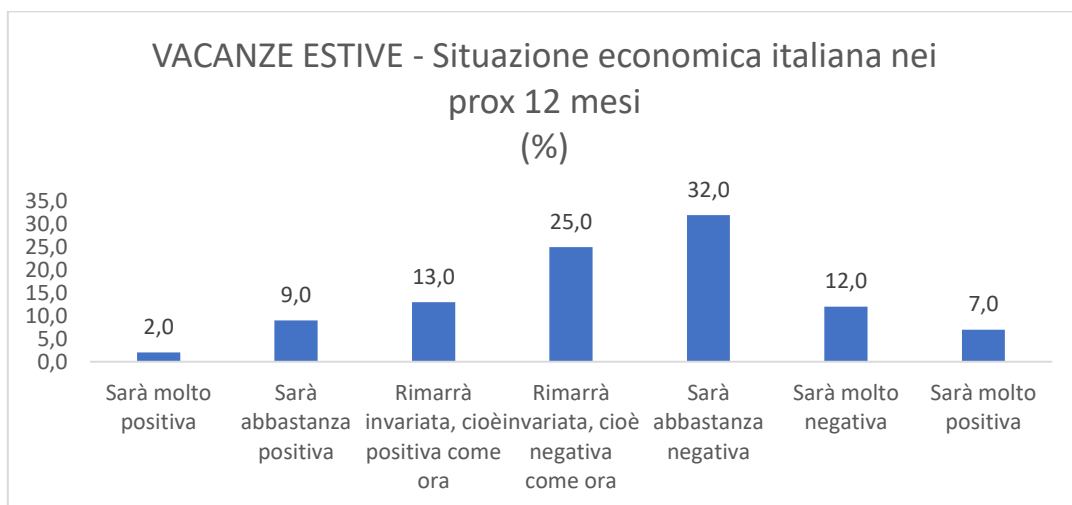
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

LA SITUAZIONE ECONOMICA

Una esperienza positiva nonostante la propria situazione economica personale, che viene giudicata dal 31% invariata in senso positivo, dal 24% un po' peggiorata, dal 18% invariata in senso negativo. Per i prossimi 12 mesi gli italiani sono negativi sulla situazione economica del Paese che per il 32% sarà negativa, per il 25% negativa come ora.



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

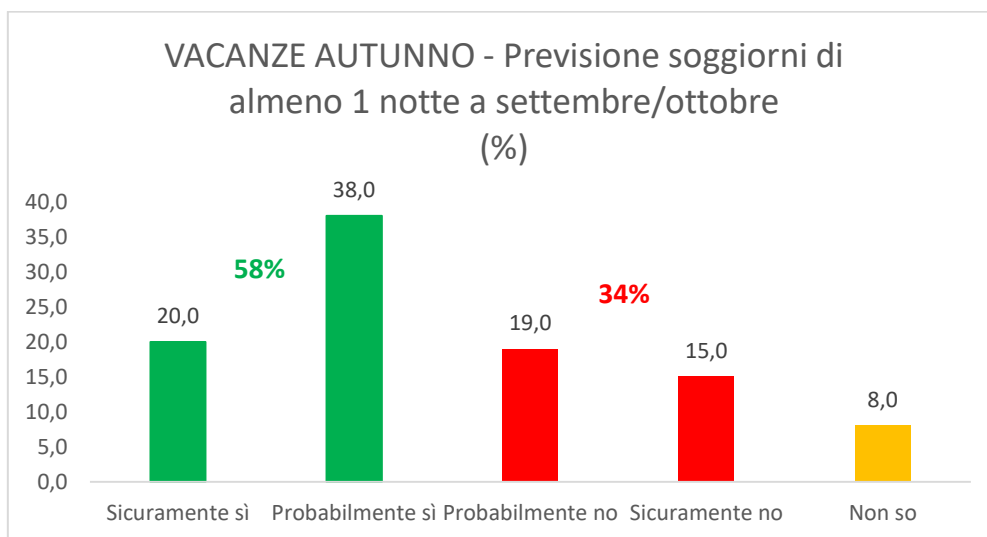


Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

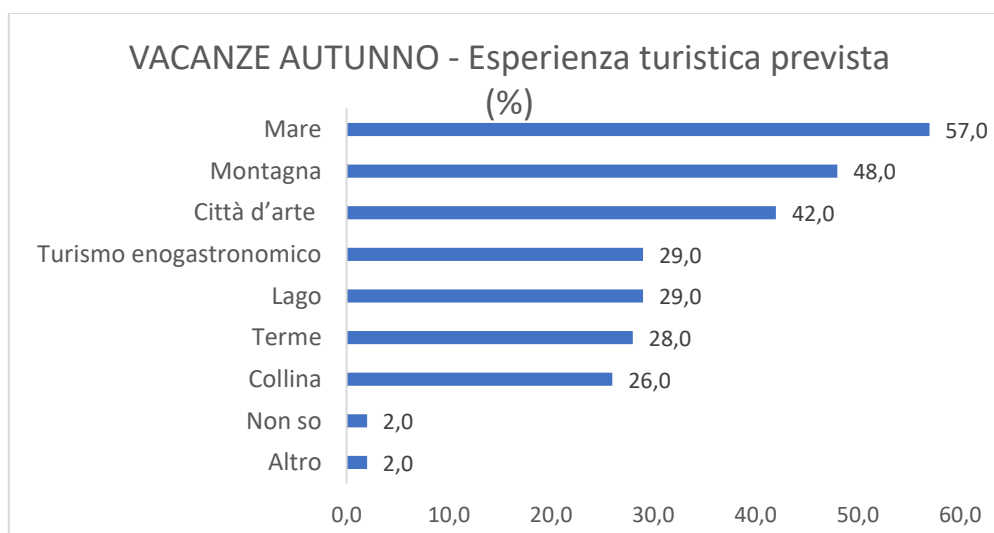
LE PREVISIONI PER LE VACANZE D'AUTUNNO E DI NATALE

Le previsioni per le vacanze dei mesi di settembre e ottobre confermano questo allungamento di stagione verso l'autunno per il **58% di italiani** che dichiara che effettuerà almeno un soggiorno (sicuramente + probabilmente). Saranno ancora vacanze al mare (57%) o in montagna (48%), ma si prevede anche un ritorno alle città (42%). Tra le altre vacanze, quelle enogastronomiche (29%), i laghi (29%) e le terme (28%).

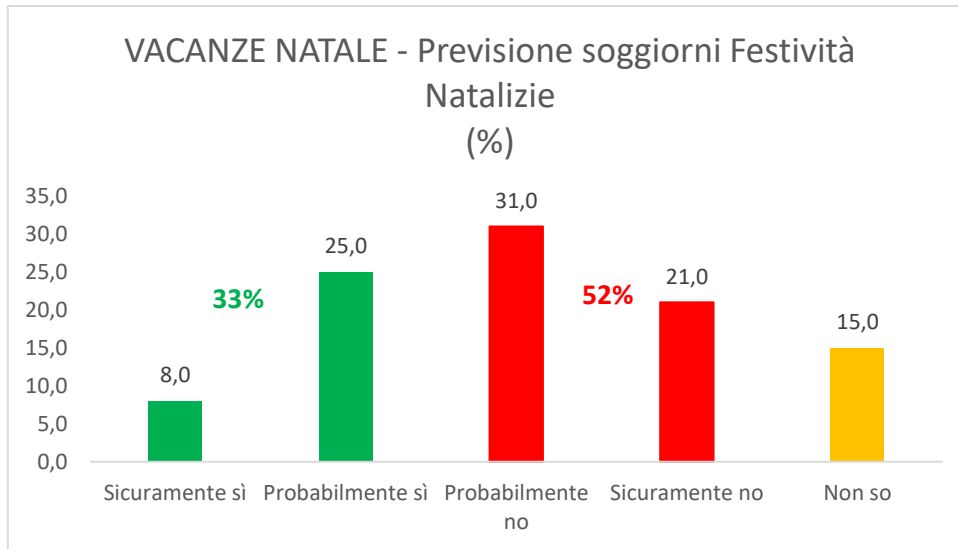
Il **33% poi già pensa alle vacanze di Natale, per il 92% in Italia**, in particolare in Lombardia, Sicilia, Piemonte e Campania. All'estero, on the top il Nord Europa.



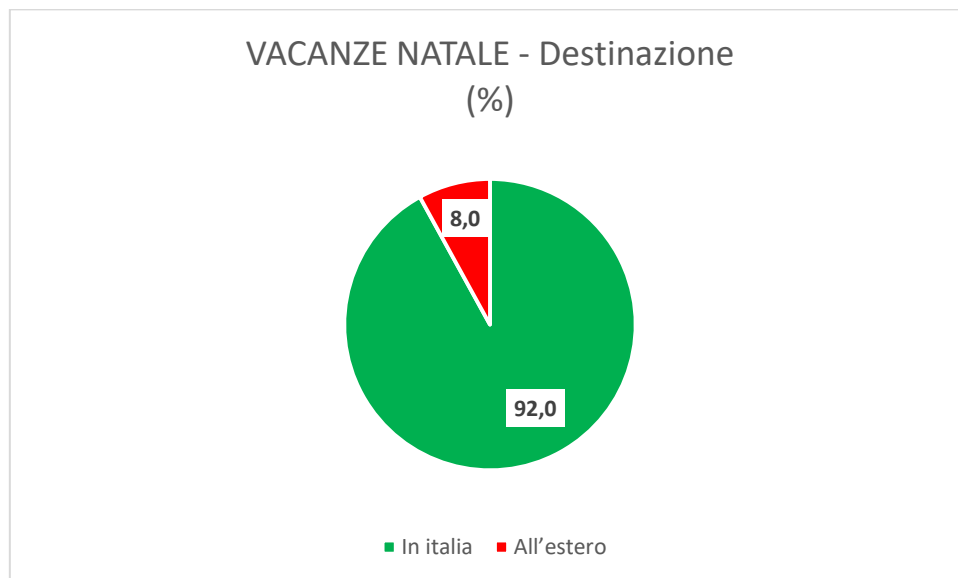
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



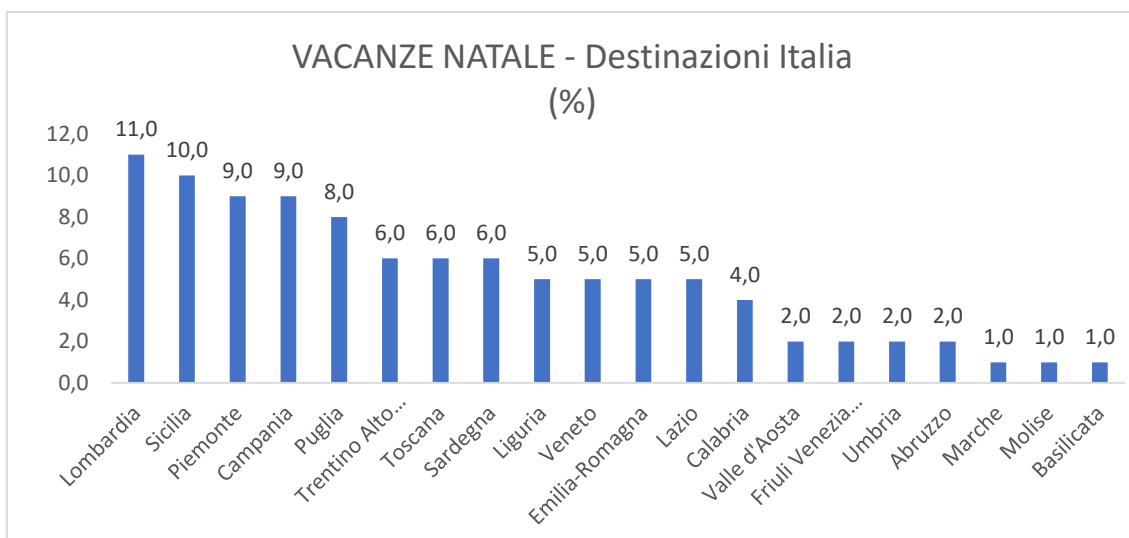
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



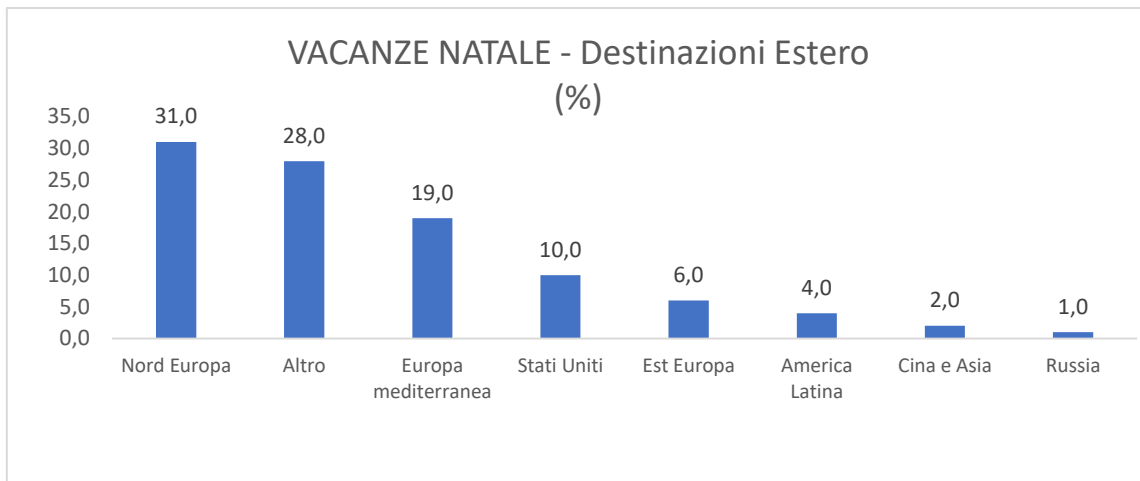
Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene



Fonte: Ufficio Studi ENIT su rilevazione diretta Remtene

D.5 ASCOLTO SOCIAL+ TRENDS SU CORONAVIRUS ITALIA

Dal 18 marzo al 27 agosto, si contano un totale di 958,7 mila mentions - di cui 110,6 mila comparse sul web e 848,1 mila dai social - che hanno prodotto 245,9 milioni di interazioni per un valore totale di investimento (AVE) pari a 1.081,3 milioni di euro (1.009,5 milioni dal web, 71,8 milioni dai social).



DATI TOTALI DALL'INIZIO DELLA RILEVAZIONE (18 MARZO 2020)



FOCUS CORONAVIRUS

21-27 AGOSTO

Per la settimana di rilevazione 21-27 agosto si rilevano ulteriori 17,5 mila mentions - di cui 7,1 mila comparse sul web (incrementate dell'11%) e 10,5 mila dai social – che hanno prodotto 1,7 milioni di interazioni per un valore totale di investimento (AVE) pari a 70,6 milioni di euro. L'incidenza del tema "turismo" ha il suo picco nella giornata di sabato, 22 agosto.



DATI DELLA SETTIMANA CON ANDAMENTO RISPETTO ALLA SETTIMANA PRECEDENTE

Quanto nel web e nei social del mondo si è parlato di ITALIA rispetto al tema del CORONAVIRUS, nel periodo .

I dati si riferiscono alle citazioni comparse nel web (news online, blog e siti web) e nei principali canali social (twitter, facebook, instagram, youtube).

17,5K
MENTIONS
Total mentions discovered

-10%

1,7M
ENGAGEMENT
Total engagement (sum of likes, comments, sharings)

-60%

€ 70,6M
AVE
Advertising Value Equivalency

+12%

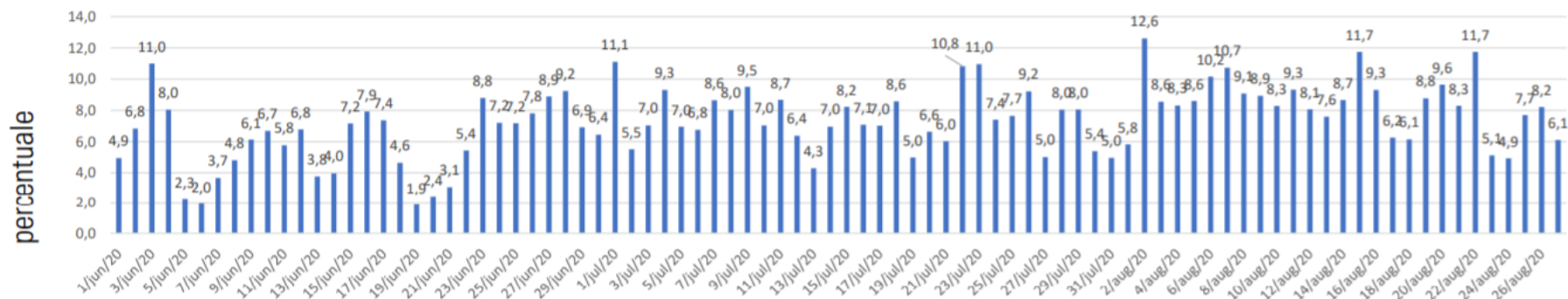
WEB MENTIONS

7,1K +11%

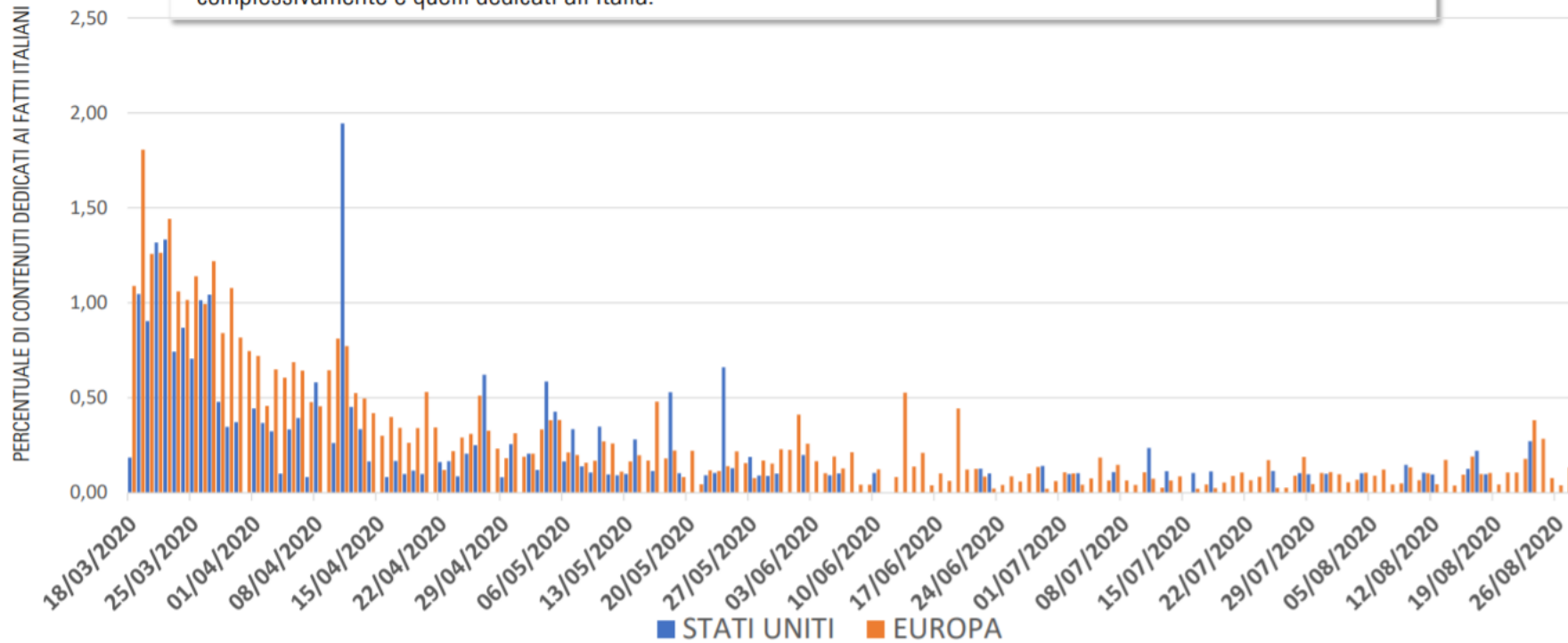
SOCIAL MENTIONS

10,5K -20%

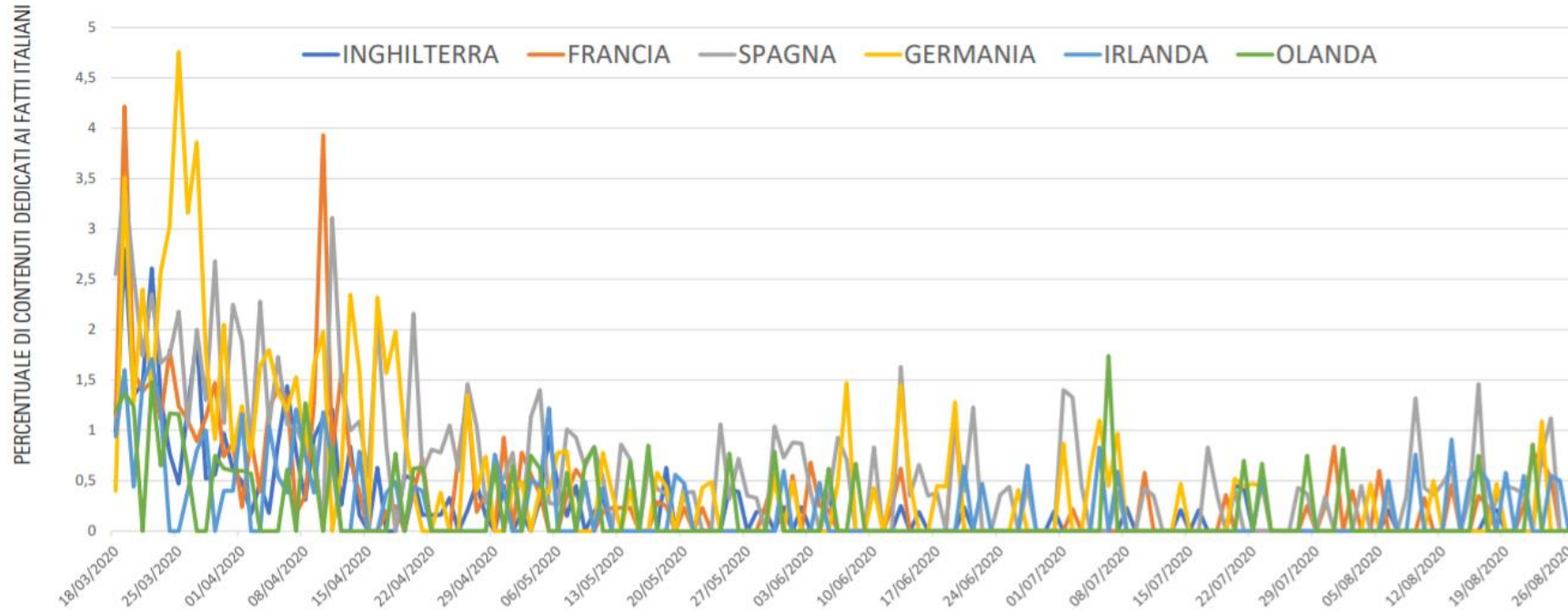
riferimenti al tema turismo in % sul totale delle citazioni "Italia"



Il grafico evidenzia lo spazio dedicato dai principali quotidiani europei e USA sulle pagine FACEBOOK ufficiali, rispetto all'Italia sul tema CORONAVIRUS. Il dato rappresentato è il rapporto percentuale tra i post pubblicati complessivamente e quelli dedicati all'Italia.



Il grafico evidenzia lo spazio dedicato dai principali quotidiani europei e USA sulle pagine FACEBOOK ufficiali, rispetto all'Italia sul tema CORONAVIRUS. Il dato rappresentato è il rapporto percentuale tra i post pubblicati complessivi e quelli dedicati all'Italia.
DATI DISAGGREGATI PER PRINCIPALI PAESI EUROPEI

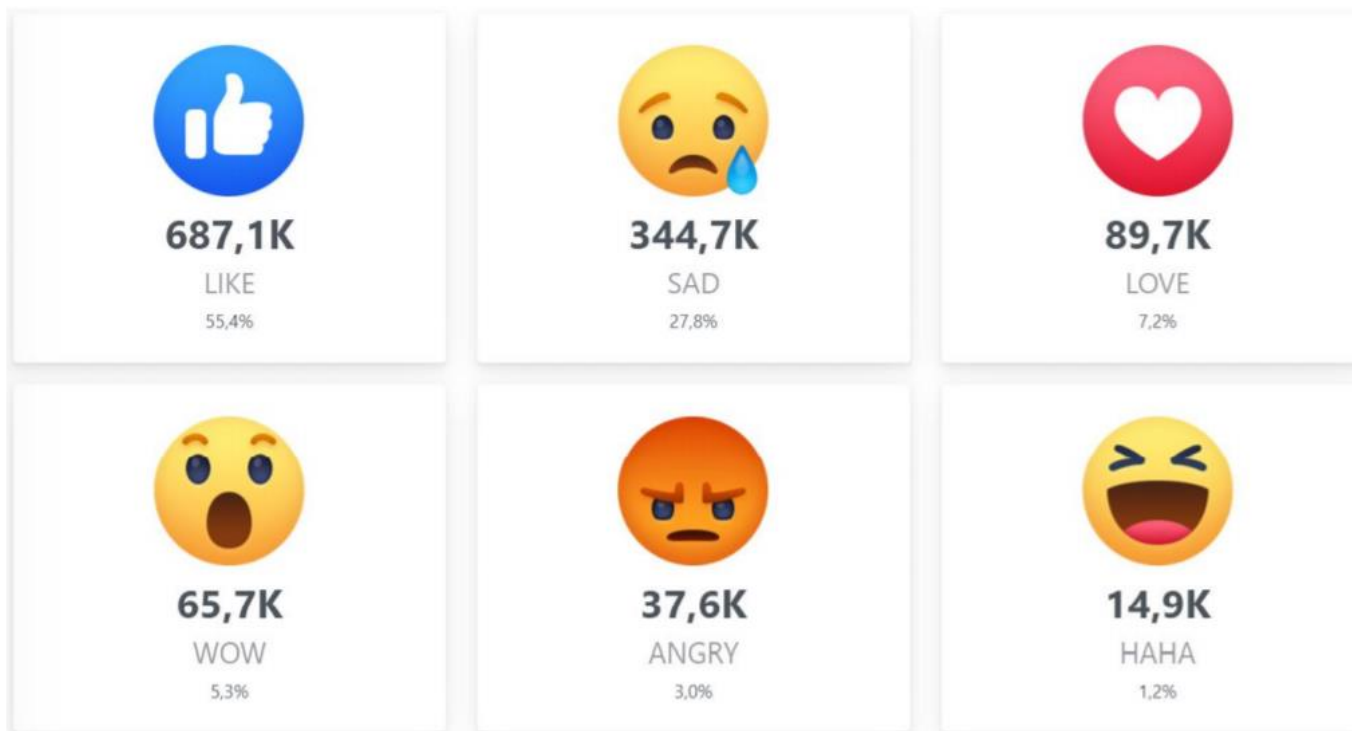


Il complesso delle reazioni analizzate dal 18 marzo secondo il “mood” delle notizie mostra 687.100 reazioni di gradimento, 89.700 di affetto, 344.700 di empatica tristezza e 65.700 di stupore.



Analisi delle «reactions» sui social internazionali rispetto al tema Italia/Coronavirus. Le reactions sintetizzano il «mood» degli utenti social nel mondo rispetto alle notizie che riguardano l'Italia.

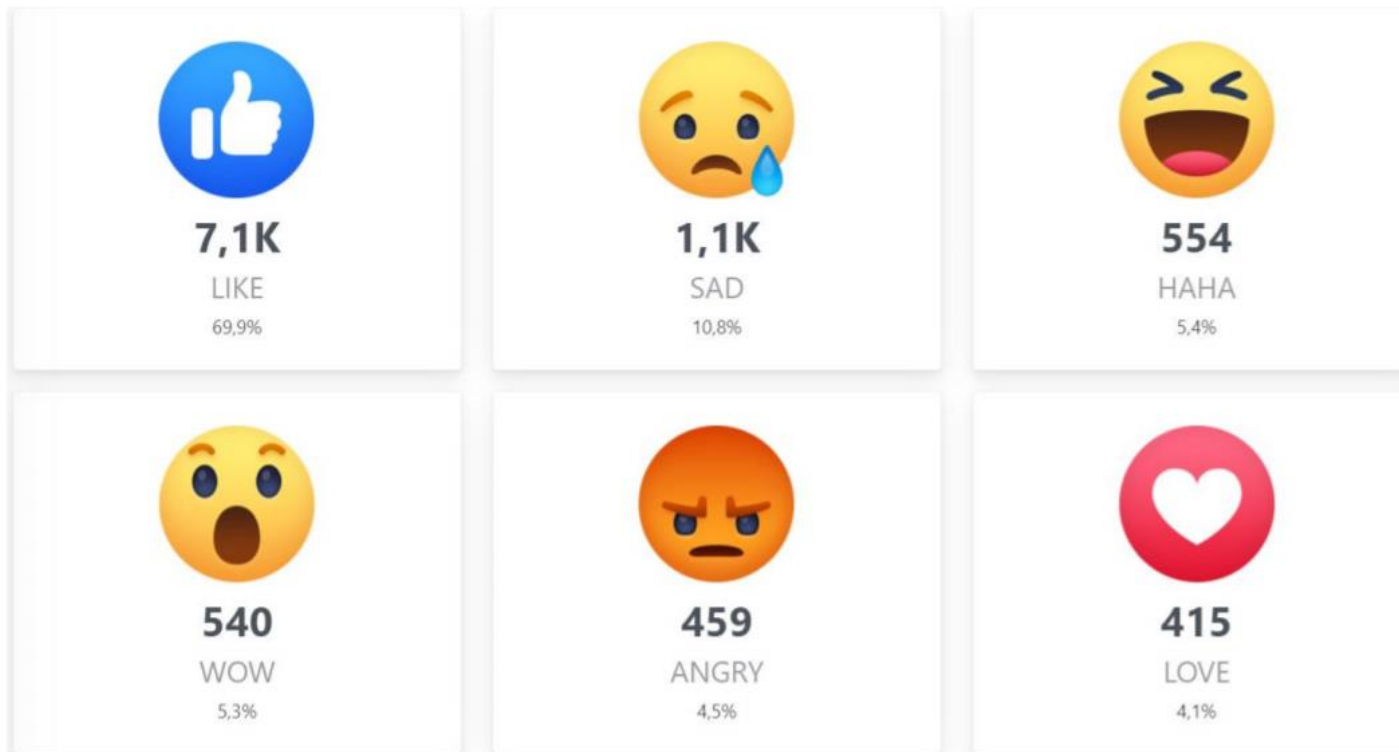
**Dati complessivi dal
18 Marzo 2020**



Le reazioni dell'ultima settimana analizzate secondo il "mood" delle notizie mostra 7.100 reazioni di gradimento, 415 di affetto e 1.100 di empatica tristezza.



Analisi delle «reactions» sui social internazionali rispetto al tema Italia/Coronavirus. Le reactions sintetizzano il «mood» degli utenti social nel mondo rispetto alle notizie che riguardano l'Italia.



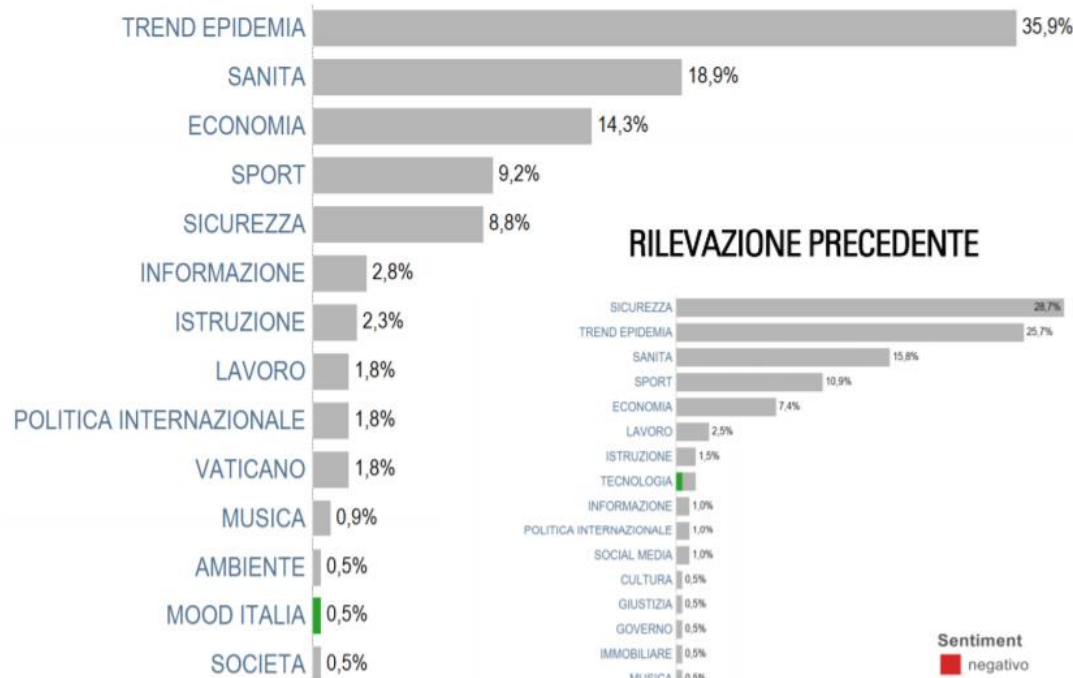
“Trend epidemico” (35,9% di volume di citazioni), “sanità” (18,9%) ed “economia” (14,3%) sono le tre principali tematiche trattate, seguite dallo “sport” che registra il più alto volume di citazioni dall’inizio delle rilevazioni (9,2%) grazie alla ripresa della quasi totalità degli eventi sportivi. Nella settimana precedente, era il tema “sicurezza” a dominare la classifica con il 28,7% mentre nel periodo 21-27 agosto questo tema è dopo la tematica “sport” con l’8,8% di volume di citazioni. Si tratta di argomenti con sentiment perlopiù neutro, positivo per lo 0,4%.



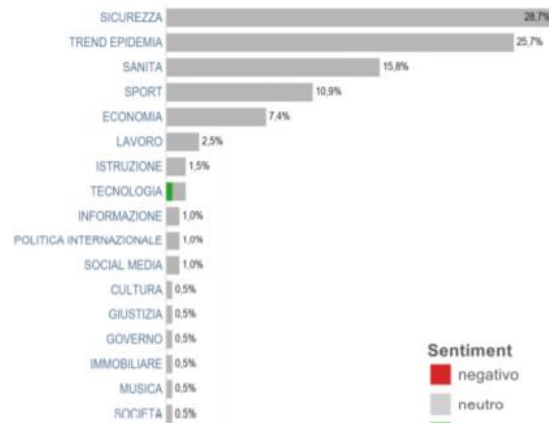
ITALIA E CORONAVIRUS DAL PUNTO DI VISTA DEL WEB INTERNAZIONALE ANALISI DEI MACRO TEMI DOMINANTI E SENTIMENT (x volume di citazioni)

Analisi dei contenuti nei quali si parla di Italia/coronavirus nella comunicazione internazionale web e social, classificati secondo **macro temi**.
I dati sono riportati con la segmentazione per sentiment rilevato.
Il tema **MOOD ITALIA** comprende i contenuti nei quali viene dato risalto ai valori tipici del «life style italiano» nel momento della crisi.

ATTUALE

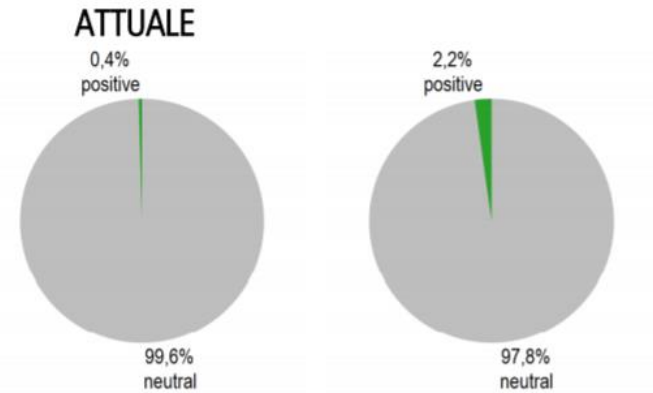


RILEVAZIONE PRECEDENTE



Sentiment
■ negativo
■ neutro
■ positivo

Sentiment complessivo rispetto all'Italia



RILEVAZIONE PRECEDENTE

Più nel dettaglio, le tematiche riguardano: il monitoraggio dei casi, gli eventi sportivi come già citato precedentemente e, per la prima volta, la sperimentazione dei vaccini. Il tema turismo produce 1.305,2 milioni di visualizzazioni ed è in sesta posizione nella classifica del dettaglio tematiche ricorrenti. Nella settimana precedente, il turismo raccoglieva 228,9 milioni di visualizzazioni.



ITALIA E CORONAVIRUS DAL PUNTO DI VISTA DEL WEB INTERNAZIONALE ANALISI DEI TEMI DOMINANTI DETTAGLIO DELLE TEMATICHE RICORRENTI PER VISUALIZZAZIONI

tema	visualizzazioni (M)
epidemia	
monitoraggio casi	6.467,8M
eventi sportivi	2.527,2M
sperimentazione vaccini	1.952,6M
andamento finanziario	1.612,4M
cronistoria	1.542,9M
turismo	1.305,2M
mercato vino	1.058,8M
attività produttive	1.055,2M
settore energetico	1.055,2M
flavio briatore	954,0M
raccolta dati	546,0M
misure contenimento	432,6M
bilancio decessi	221,2M
flussi migratori	196,8M
canti balcone	185,6M
leggibilità notizie	112,6M
chiusura locali notturni	111,0M
mercato immobiliare	111,0M
disoccupazione	103,2M
udienze papali	101,0M
motori ricerca	92,1M
circolazione contante	84,6M
chiusura attività	65,2M
attività scolastica	62,2M
mascherine	61,8M
smart working	61,8M
fake news	56,0M
esclusione nuovo blocco	35,9M
commissione europea	32,0M
misure anti crisi	29,0M
tartarughe	26,8M

sondaggio manager aziende	26,4M
settore autotrasporti	24,0M
mostra cinema venezia	20,8M
acquisto vaccini	18,2M
apprendimento lingue straniere	17,0M
test diagnostici	13,6M
contagi da italia	13,0M
usa vs russia	12,9M
network città	10,3M
oms	9,6M
rolex perpetual music	9,3M
compagnie aeree	8,9M
cina	
rilancio reputazione	117,2M
relazioni italia	19,4M
concerto	
placido domingo	9,8M
estate italiana	
anitta	66,0M

Le città Roma, la regione Sardegna (per i contagi in costa Smeralda) e la città di Milano rilevano il maggior volume di citazioni.

ITALIA E CORONAVIRUS DAL PUNTO DI VISTA DEL WEB INTERNAZIONALE ANALISI DELLE CITAZIONI DELLE PRINCIPALI LOCATION (x volume di citazioni)

LAZIO	CIVITAVECCHIA	CIVITAVECCHIA	2,3%
	FIUMICINO	FIUMICINO	0,8%
	ROMA	ROMA	22,5%
		FONTANA DI TREVI	1,6%
		PIAZZA SAN PIETRO	0,8%
		PALAZZO APOSTOLICO	0,8%
		CORTILE SAN DAMASO	0,8%
SARDEGNA	TORVAIANICA	TORVAIANICA	0,8%
	ARZACHENA	ARZACHENA	1,6%
	BUDONI	BUDONI	0,8%
	COSTA SMERALDA	COSTA SMERALDA	2,3%
	GOLFO OROSEI	GOLFO OROSEI	0,8%
	LA MADDALENA	LA MADDALENA	0,8%
	PORTO CERVO	PORTO CERVO	3,1%
CAMPANIA	PORTO ROTONDO	PORTO ROTONDO	0,8%
	SAN TEODORO	SAN TEODORO	0,8%
	SARDEGNA	SARDEGNA	11,6%
	CAMPANIA	CAMPANIA	2,3%
	CAPRI	CAPRI	0,8%
	CASERTA	CASERTA	0,8%
	COSTIERA AMALFI	COSTIERA AMALFITANA	0,8%
	FARAGLIONI	FARAGLIONI	0,8%
	GROTTA AZZURRA	GROTTA AZZURRA	0,8%
	NAPOLI	NAPOLI	3,1%
	PENISOLA SORRENTINA	PENISOLA SORRENTINA	0,8%
POSITANO	POSITANO	0,8%	
SALERNO	SALERNO	0,8%	
SPIAGGIA FORNILLO	SPIAGGIA FORNILLO	0,8%	
SPIAGGIA GRANDE	SPIAGGIA GRANDE	0,8%	

LOMBARDIA	MILANO	MILANO	10,1%
	MONZA	MONZA	1,6%
TOSCANA	FIRENZE	FIRENZE	1,6%
	MUGELLO	MUGELLO	1,6%
	PISA	PISA	0,8%
	SIENA	SIENA	0,8%
	TOSCANA	TOSCANA	1,6%
VENETO	VENETO	VENETO	1,6%
	VENEZIA	VENEZIA	3,9%
	VERONA	VERONA	0,8%
SICILIA	SICILIA	SICILIA	3,1%
EMILIA ROMAGNA	IMOLA	IMOLA	0,8%
	RIMINI	RIMINI	1,6%
LIGURIA	GENOVA	GENOVA	1,6%
	PORTOFINO	PORTOFINO	0,8%
PIEMONTE	TORINO	TORINO	1,6%
PUGLIA	GALLIPOLI	GALLIPOLI	0,8%

Sentiment
■ negativo
■ neutro
■ positivo

I TOP POST SOCIAL PER ENGAGEMENT



ITALIA E CORONAVIRUS DAL PUNTO DI VISTA DEL WEB INTERNAZIONALE ANALISI DELLE FONTI – TOP POST SOCIAL PER ENGAGEMENT GENERATO



ITALIA E CORONAVIRUS DAL PUNTO DI VISTA DEL WEB INTERNAZIONALE ANALISI DELLE FONTI – TOP POST SOCIAL PER ENGAGEMENT GENERATO



**ITALIA E CORONAVIRUS DAL PUNTO DI VISTA DEL WEB INTERNAZIONALE
ANALISI DELLE FONTI – TOP POST SOCIAL PER ENGAGEMENT GENERATO**

El Pais August 16

- ÚLTIMA HORA | Italia ordena el cierre de discotecas y la mascarilla obligatoria por los contagios de coronavirus
- ULTIM 'ORA | L' Italia ordina la chiusura delle discoteche e la maschera obbligatoria per i contagi di coronavirus

Hide original · Rate this translation



ELPAIS.COM

Italia ordena el cierre de discotecas y la mascarilla obligatoria

13K 941 Comments 3.6K Shares

sky SkyNews @SkyNews

Wearing a face mask is to become mandatory in public places in Italy overnight and nightclubs have been ordered to close due to a spike in #coronavirus cases, according to reports

Traduci il Tweet



Coronavirus: Italy toughens mask rules and closes nightclubs after scientists war... Ministers said an increase in cases in Italy and across Europe was behind the decision to impose stricter measures. news.sky.com

11:15 PM · 16 ago 2020 · SocialFlow

1.774 Retweet 2.561 Mi piace 449 Tweet di citazione

D.6 MONITORAGGIO PRENOTAZIONI OTA

Per i primi 6 mesi la flessione registrata in Italia è del -70%. Il 2020 inizia con un contenuto aumento, in linea con gli ultimi anni, ma già a febbraio inizia il calo con le prime decretazioni di chiusura dei voli da/per la Cina, per poi crollare con le decretazioni di marzo, sfiorando lo zero a fine aprile dove si è raggiunto minimo assoluto, per vedere una tiepida ripartenza da giugno.

Le prospettive per l'estate, sebbene in calo, raccontano di un'importante risposta della domanda prevalentemente domestica con andamenti diversificati:

- le località balneari, che già riscontravano un effetto mitigato del lock-down per la stagionalità concentrata tradizionalmente tra giugno e agosto, per l'estate sono il prodotto che sembra avere il riscontro migliore da parte della domanda. L'obiettivo di salvare la stagione estiva sembra non essere più irraggiungibile, con il ritorno del turismo di massa già da luglio.
- le città d'arte soffrono il combinato disposto dell'assenza dei visitatori di lungo raggio – americani, asiatici, mediorientali – e della mancanza di fiducia di tutti gli altri, essendo state luogo di elezione del contagio di un virus che nasce e corre tra gli agglomerati urbani, con una mancanza di quasi 3 turisti su 4. Emerge l'impatto positivo della vicinanza al prodotto balneare per Venezia e Napoli.

I dati a consuntivo del mese di luglio 2020, il trend dei contenuti postati sulle strutture ricettive presenti sulle OTA rispetto allo stesso periodo del 2019 stabilizza il dato di diminuzione: da circa 3,4 milioni a poco meno di 1,2 milioni con un calo del -66% (era -71,6% il saldo a giugno).

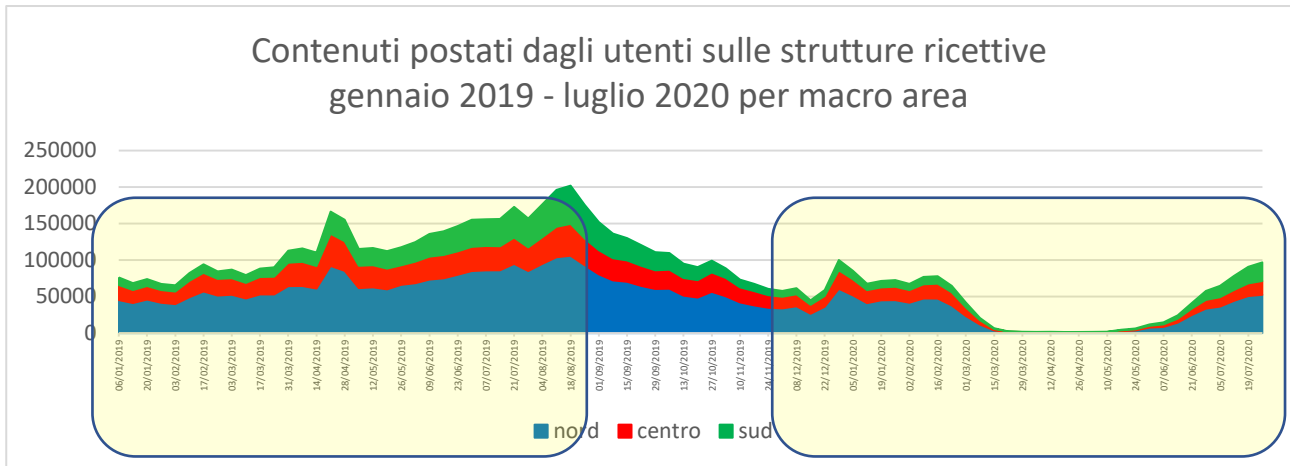
Il monitoraggio della ricettività sulle Online Travel Agencies rileva che dall'inizio dell'impatto covid-19, l'aumento dell'oscillazione del prezzo medio si è tradotta in una riduzione tariffaria consistente che, tranne specifici casi, si conclude con una vendita al prezzo medio più basso offerto sulle OTA.

Si conferma quindi la tendenza generale di tassi di invenduto ancora alti, che si risolvono solo con vendite molto a ridosso della partenza, spesso attraverso un rapporto più diretto, facilitato dal fatto che si tratta prevalentemente di un cliente domestico e incentivato dal Bonus vacanze.

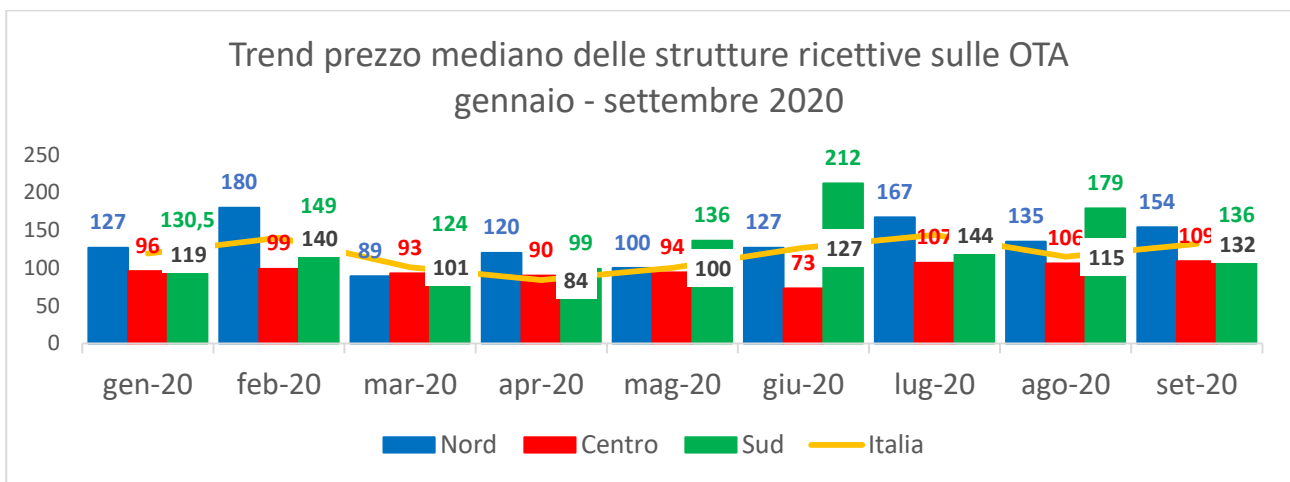
Ulteriore conferma si delinea dall'andamento della disponibilità di offerte per struttura ricettiva, dove si evidenzia l'impatto delle politiche distributive del prodotto ricettivo rispetto ai canali, privilegiando il rapporto disintermediato, tendenza che potrebbe consolidarsi anche nei mesi successivi.

Il dato sulle camere nelle strutture ricettive proposte sulle OTA e vendute/prenotate per tutto il mese di agosto conferma un valore medio nazionale del 78,7% del totale offerto, grazie alla settimana di Ferragosto quando si è venduto/prenotato il 97,4% ad un prezzo medio applicato di 139 euro (provvisori).

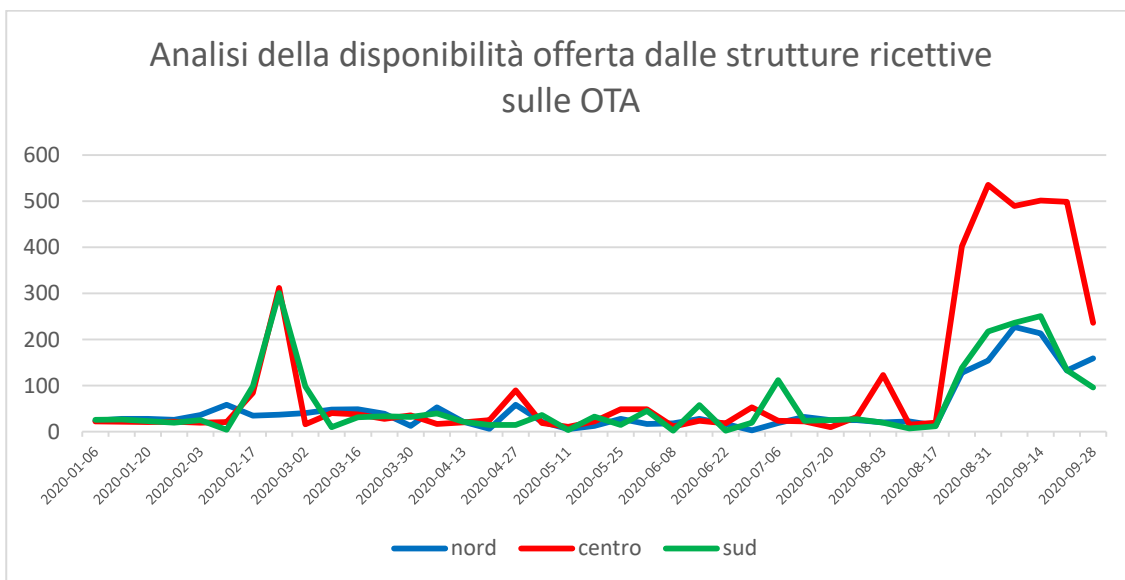
Il trend stagionale del prezzo mediano delle camere in vendita sulle OTA indica per il mese di giugno 127 euro, per luglio si attesta a 144 euro, mentre si colloca a 115 euro quello di agosto e 132 per settembre.



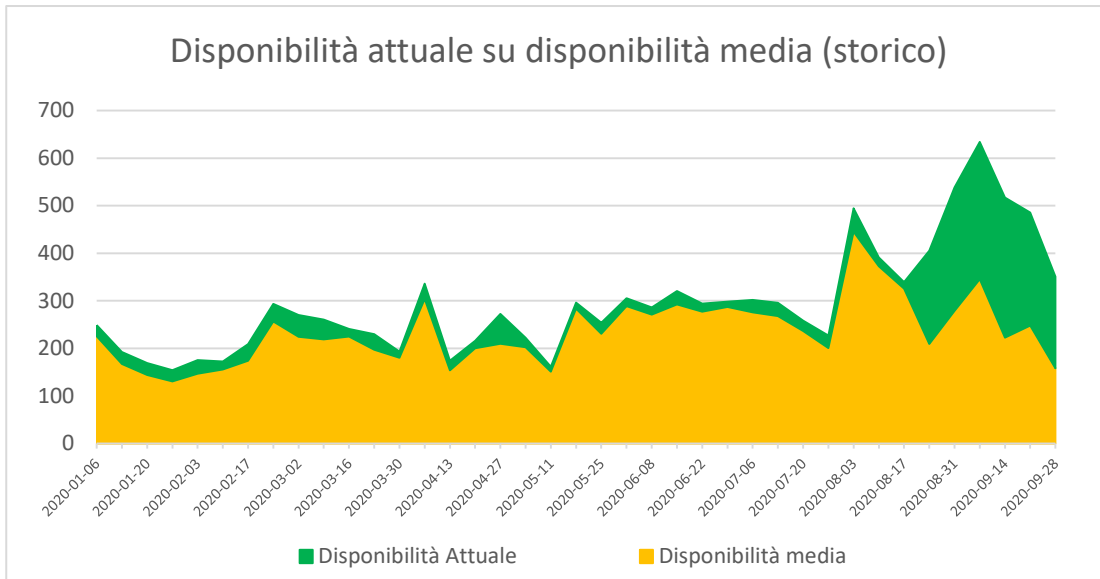
Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company, agosto 2020



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company, agosto 2020



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company, agosto 2020



Fonte: Ufficio Studi ENIT su dati The Data Appeal Company, agosto 2020