

COME VA IL TURISMO IN ITALIA

BOLLETTINO DELLA QUARTA SETTIMANA DI FEBBRAIO 2023

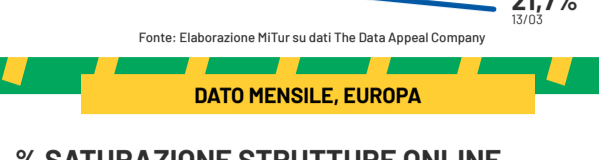
DATO MENSILE E SETTIMANALE, ITALIA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE

Dato nei prossimi 3 mesi sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies).



Andamento settimanale della saturazione OTA nel mese di febbraio e marzo.

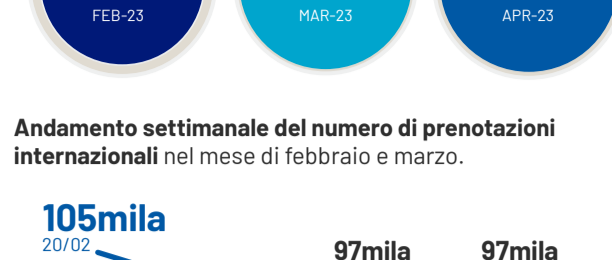


Fonte: Elaborazione MITur su dati The Data Appeal Company

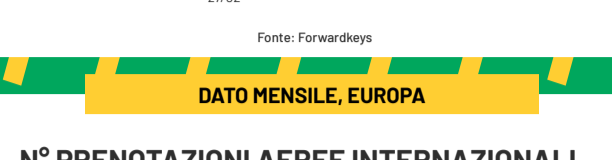
DATO MENSILE E SETTIMANALE, ITALIA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI

Dato nei prossimi 3 mesi.



Andamento settimanale del numero di prenotazioni internazionali nel mese di febbraio e marzo.



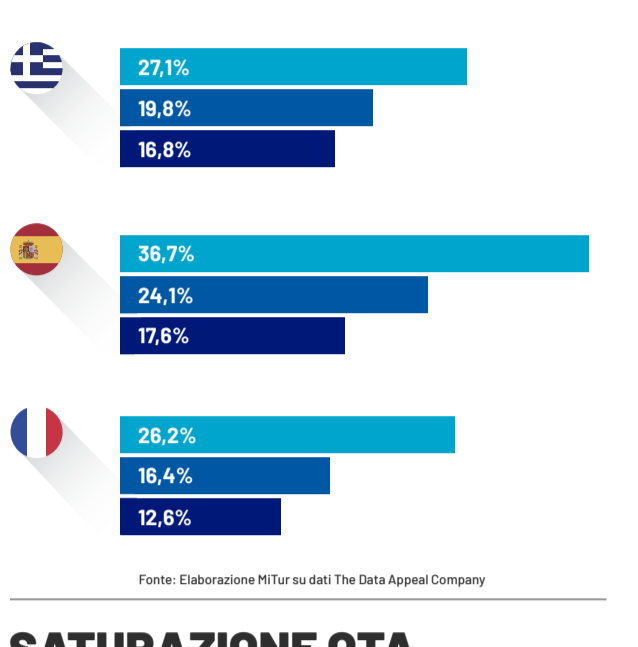
Fonte: ForwardKeys

DATO MENSILE, EUROPA

% SATURAZIONE STRUTTURE ONLINE L'ITALIA E I COMPETITOR

Strutture prenotate sulle piattaforme OTA (Online Travel Agencies) - Dati al 22/02/2023

A febbraio l'Italia si posiziona al secondo posto per tasso di saturazione medio delle prenotazioni OTA (35%), con un distacco di 5 p.p. rispetto alla media dei Paesi competitor considerati. In particolare, a febbraio le località montane (51%) restano le mete più scelte seguite da quelle lacuali (40%). A febbraio le località montane (178) guidano anche la classifica delle strutture ricettive più care: un prezzo superiore del 54% rispetto alla media degli altri prodotti geografici.



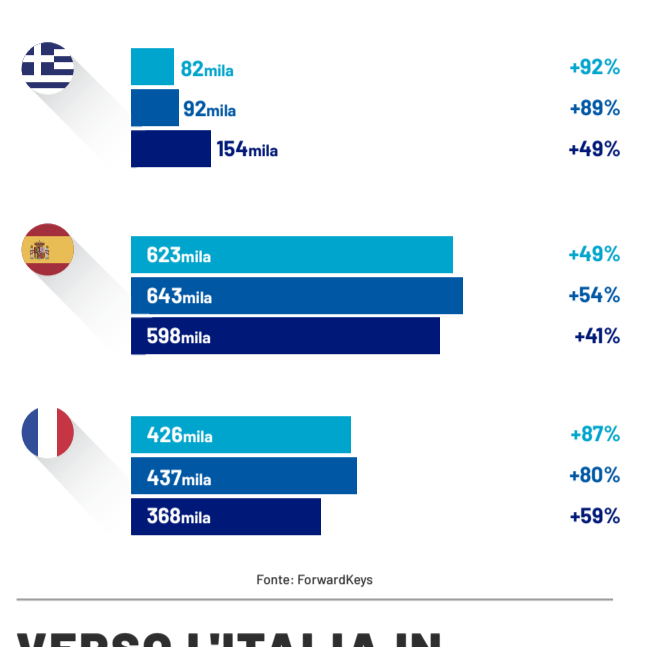
Fonte: Elaborazione MITur su dati The Data Appeal Company

DATO MENSILE, EUROPA

N° PRENOTAZIONI AEREE INTERNAZIONALI L'ITALIA E I COMPETITOR

Numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia e verso i principali competitor europei - Dati al 22/02/2023

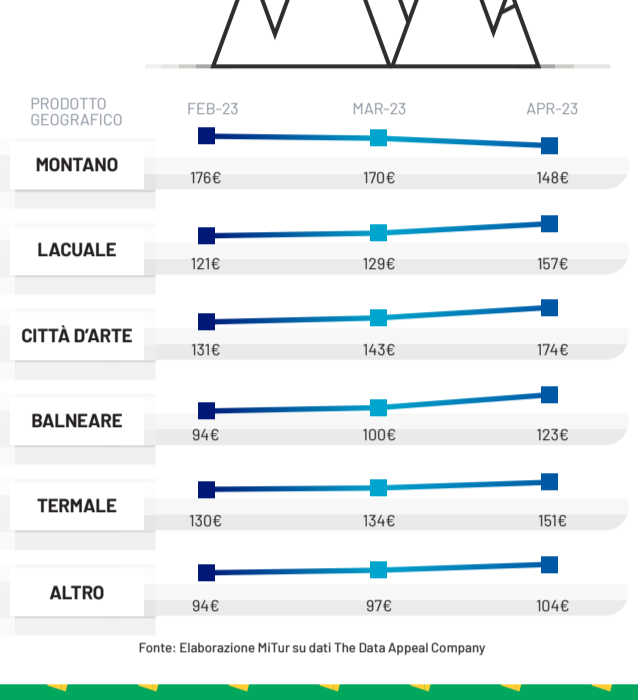
A febbraio cresce il numero di prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia con quasi 380k, registrando un aumento percentuale rispetto al 2022 superiore a quanto osservato nei Paesi competitor. Con tali volumi l'Italia si posiziona al terzo posto come destinazione europea preferita, dietro a Spagna (623k) e Francia (426k). Le prenotazioni aeree internazionali verso l'Italia a marzo (424k) segnano un netto incremento rispetto al 2022 (+105%), 2021 (+125%) ma un leggero ritardo rispetto al 2020 (+4,8%).



Fonte: ForwardKeys

SATURAZIONE OTA PER PRODOTTO

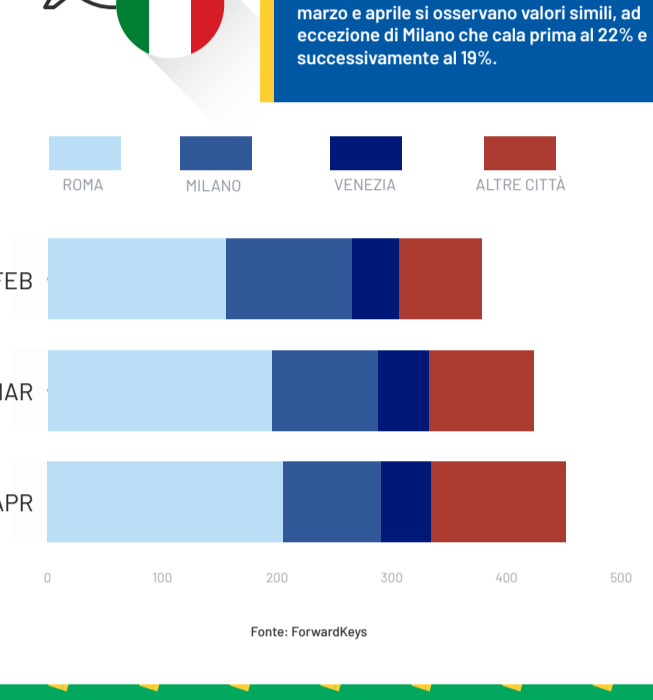
Prezzi febbraio, marzo e aprile
Dati al 22/02/2023



Fonte: Elaborazione MITur su dati The Data Appeal Company

VERSO L'ITALIA IN INVERNO E PRIMAVERA

Dati al 22/02/2023



Fonte: ForwardKeys

IL MERCATO DELLE ABITAZIONI PRIVATE



41%
Saturazione a febbraio (dato provvisorio)



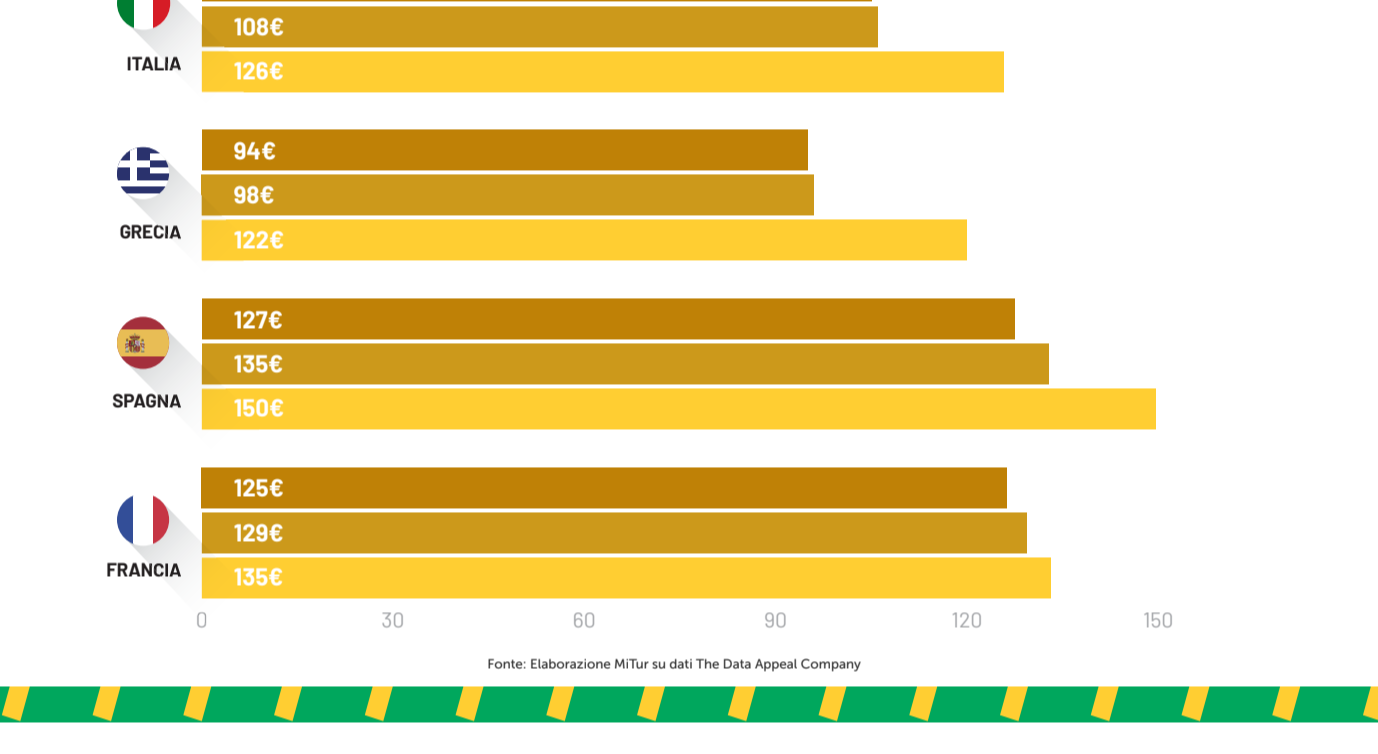
359mln €
Fatturato generato a febbraio (dato provvisorio)

Fonte: Transparent

% PREZZI DELLE STRUTTURE RICETTIVE OTA L'ITALIA E I COMPETITOR

Periodo di osservazione: Gennaio, febbraio, marzo 2023 - Dato al 22/02/2023

A febbraio i prezzi medi delle strutture ricettive OTA in Italia risultano inferiori (-9%) rispetto alla media dei Paesi competitor considerati. A marzo si prospetta in Italia un incremento medio dei prezzi (+4% vs febbraio) in linea con quello dei Paesi competitor analizzati (+5% vs febbraio).

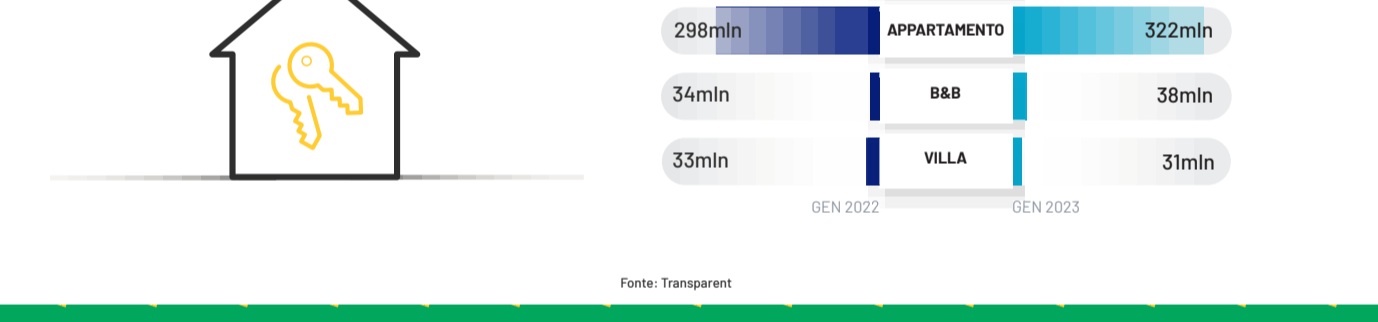


Fonte: Elaborazione MITur su dati The Data Appeal Company

FATTURATO PER TIPOLOGIA DI ABITAZIONE PRIVATA

Periodo di osservazione: Gennaio 2023 - Dato al 22/02/2023

A gennaio '23 si evince un incremento del fatturato rispetto al '22 per la tipologia casa (7%), appartamento (8%) e B&B (12%) mentre cala quello della villa (-6%).

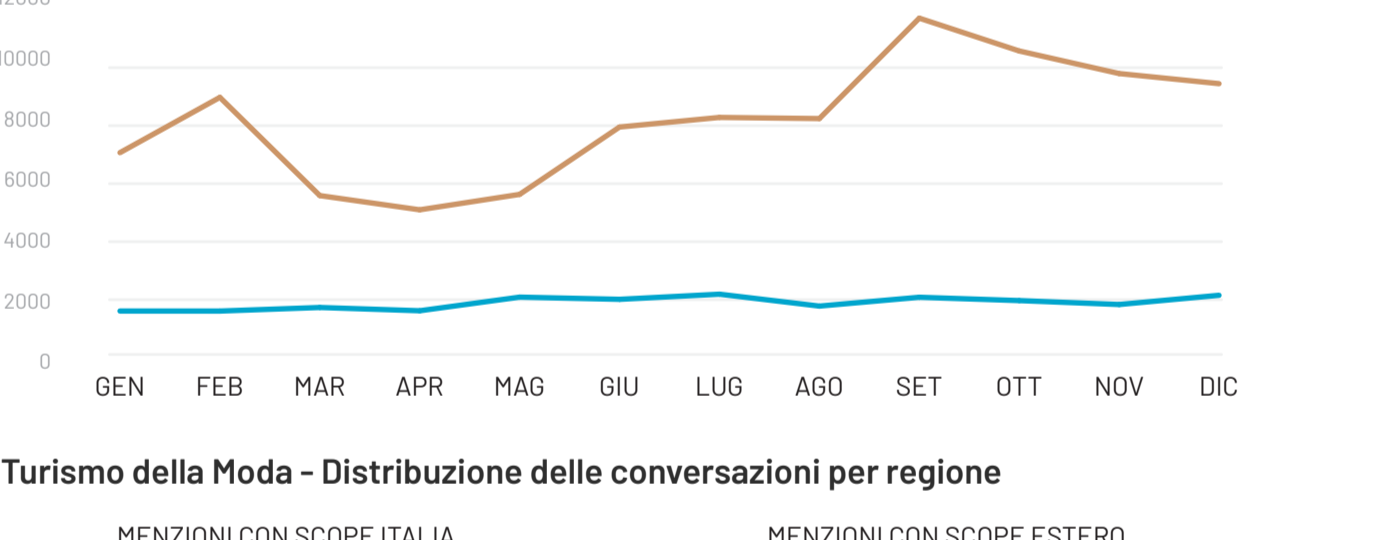


Fonte: Transparent

FOCUS SUL TURISMO DELLA MODA

Periodo di osservazione: Gennaio - Dicembre 2022 - Dati al 22/02/2022

Le conversazioni in lingua straniera sul turismo della moda si concentrano nei mesi di febbraio e di settembre, in concomitanza con i due appuntamenti della Milano Fashion Week previsti in quei periodi. Coerentemente, le conversazioni in lingua italiana raggiungono il picco proprio nel mese di settembre, in occasione del medesimo evento milanese, ma registrano un dato altrettanto elevato nel mese di luglio, nel corso della Roma Fashion Week. Per quanto attiene, più in generale, le conversazioni circa il turismo della moda, per entrambe le lingue, la Lombardia rappresenta la Regione più menzionata, seguita subito dopo dalla Toscana, per la lingua italiana, e, infine, dal Lazio, per la lingua straniera. Non a caso, la Milano Fashion Week è l'evento di moda più menzionato nelle conversazioni in entrambe le lingue, pur attirando maggiormente l'attenzione all'estero (75%) piuttosto che in Italia (46%). Anche la Roma Fashion Week e la Couture Valentino di Roma registrano volumi altrettanto significativi, pari, rispettivamente, al 23% e al 14%.



Turismo della Moda - Distribuzione delle conversazioni per regione

MENTIONI CON SCOPE ITALIA



MENTIONI CON SCOPE ESTERO



Turismo della moda - Eventi** più menzionati

Periodo di osservazione: Gennaio - Dicembre 2022 - Dati al 22/02/2022



*Per estero si intendono le conversazioni in lingua inglese, spagnola, francese e tedesca
**Per ciascuno scope sono indicati i top 5 eventi di moda più menzionati

Fonte: Media House TDH

Ricerche effettuate su Google per... viaggiare in italia +64%

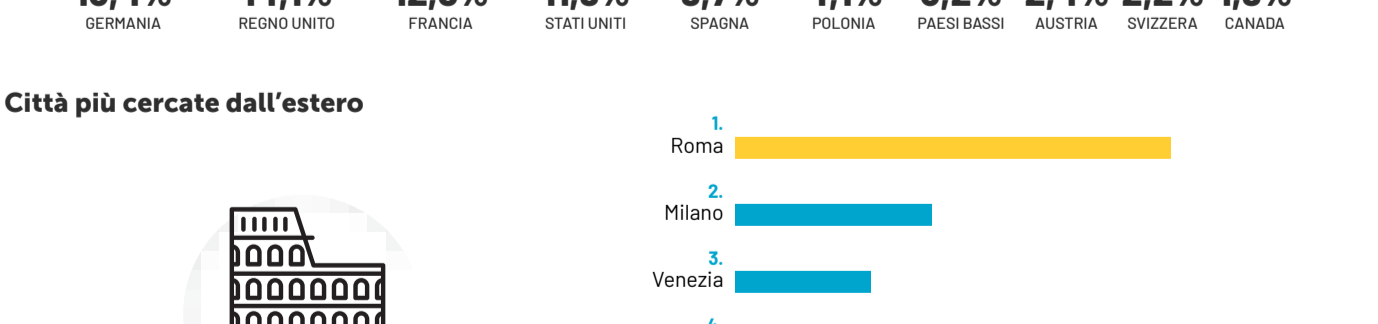
tra il 15/01 e il 15/02, 2023 vs 2022

DAL MONDO

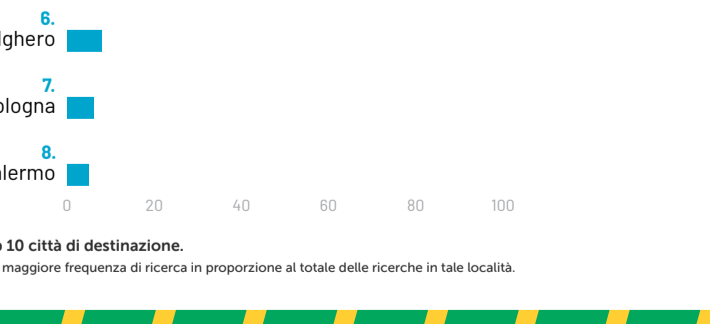
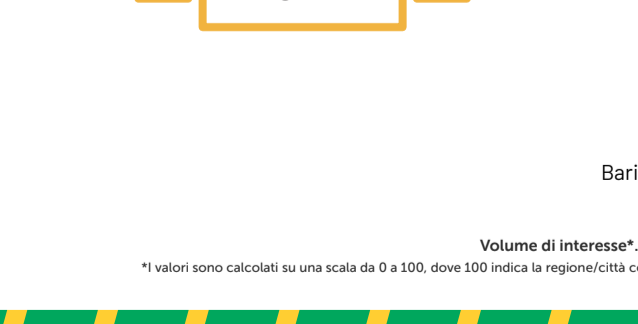
TENDENZE DI RICERCA DAL MONDO PER I VIAGGI IN ITALIA
FONTE: GOOGLE DESTINATION INSIGHTS (INTERVALLO DI DATE: 15/01-15/02)

Molti i Paesi attratti dall'Italia, Germania su tutti

% interesse per i viaggi in entrata. Top 10 paesi esteri di origine.



Città più cercate dall'estero

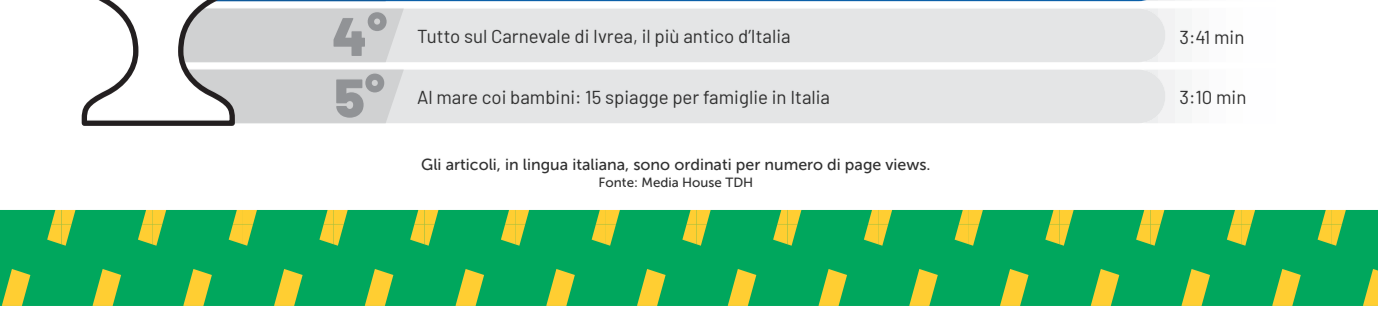


*I valori sono calcolati su una scala da 0 a 100, dove 100 indica la regione/città con la maggiore frequenza di ricerca in proporzione al totale delle ricerche in tale località.

ARTICOLI PIÙ VISITATI SU ITALIA.IT

Periodo di osservazione: 6 febbraio - 12 febbraio 2023 - Dato al 22/02/2023

Nella 2ª settimana di febbraio, dagli articoli più cliccati su Italia.it, si evince come, lungo l'intera penisola italiana, l'attenzione sia polarizzata dalle feste di carnevale: dal Carnevale di Ivrea (Piemonte) fino a quello di Acireale (Sicilia) passando per quello di Viareggio (Toscana) e Roma (Lazio).



Gli articoli, in lingua italiana, sono ordinati per numero di page views.
Fonte: Italia.it - Media House TDH