

Vacanze Estate 2024 tra advanced booking estremo e rush finale

L'Osservatorio Bluvacanze traccia i comportamenti d'acquisto delle vacanze degli italiani: crociere incontrastate, Lisbona spicca tra le capitali europee, il risveglio della montagna

Milano, 18 Luglio 2024

È una estate bizzarra per le prenotazioni delle vacanze, non solo per la meteorologia con i suoi eventi estremi: a metà luglio, gli italiani che sono ricorsi a un'agenzia di viaggio cui affidare il budget delle ferie mostrano una netta divisione tra chi ha pianificato con abissale anticipo e chi cerca ancora una proposta accessibile.

Si conferma una tendenza avviata almeno due anni fa, quella della “destagionalizzazione per necessità” (dovuta al caro-prezzi) con una fascia di consumatori che posticipa le ferie a dopo le settimane di picco tariffario. Quest'ultimo cluster prevale, spingendo un fenomeno di *advanced booking* che dal 2022 prende piede.

Se l'estate 2024 nei mesi di luglio e agosto attende ancora il rush finale degli indecisi per un 20% del mercato della rete di punti vendita Bluvacanze e Vivere&Viaggiare, la grande maggioranza dei viaggiatori che ricorre all'esperienza dei consulenti e ai vantaggi di un network di agenzie forte e consolidato ha mandato chiari segnali al mercato imprimendo una “curva di booking” dai 90 ai 110 giorni. Questo significa che, nei punti vendita si stanno verificando due comportamenti di acquisto, esattamente agli antipodi. Da una parte si registra un *early booking* esasperato che, già nel primo trimestre del 2024, scaturiva le prenotazioni di agosto e, parallelamente, dall'altra si manifesta il last minute per quei consumatori alla ricerca di tariffe calmierate, a fronte di una partenza immediata o imminente.

Esperienze vacanziera e destinazioni 2024

Cambia anche la tradizionale classifica delle esperienze vacanziera che hanno come protagonista il mare, con la crociera a guadagnare il primo posto, incontrastata. Al secondo c'è l'Italia balneare, mentre la Grecia chiude il podio ed Egitto con Mar Rosso e Spagna scivolano al quarto e quinto posto. In fatto di destinazioni, non si assiste a grandi mutamenti, tuttavia la geografia vede il bacino mediterraneo prevalere sul sempre competitivo Red Sea.

Scendendo nel dettaglio del Mare Italia, il ranking vede Sardegna, Sicilia, Puglia, Calabria e Toscana in testa, con la regione tirrenica sempre forte per il fattore della prossimità; quindi, competitiva poiché favorita a quanti la raggiungono in auto propria. Da segnalare lo sforzo dei fornitori nel rivedere il minimum stay durante le 6 settimane di alta stagione, proponendo anche sole 3-4 notti contro i canonici 7-10 giorni.

Ma non è solo mare la vacanza dell'estate italiana: notoriamente prodotto fai-da-te, la montagna beneficia del *revamp* di prodotto da parte di alcuni operatori alberghieri che in Trentino e in Valle d'Aosta hanno saputo ristrutturare l'offerta, proponendo al mercato del turismo di qualità soluzioni apprezzate.

Per chi sceglie l'Europa continentale, sono sempre le capitali classiche come Parigi e Madrid a guidare, Lisbona rappresenta un ritorno, Londra scivola in quarta posizione e Praga completa la Top 5 della Summer 2024 per short break di 3-4 notti. Tra le esperienze in auge in agenzia di viaggio i viaggi di gruppo esperienziali a tema gourmet, in treno, in bici.

Le mete di lungo raggio protagoniste dell'estate 2024 sono Maldive, Zanzibar e i Caraibi con una Repubblica Dominicana che domina i pacchetti all inclusive.

Contatti Stampa:

Paola Baldacci

Corporate Communication Manager

Ufficio Stampa Bluvacanze

Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze

T. 02-881261 - mobile 335 7303450

paola.baldacci@bluvacanze.it

ufficiostampa@bluvacanze.it

Gruppo Bluvacanze

Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse *legal entities*: Bluvacanze dedicata alla distribuzione turistica, Going al Tour Operating e Cisalpina Tours al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event). In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet. Il tour operator Going è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in

Bluvacanze

[Comunicazione alla stampa]

programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali GOING4You che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, Going Resort per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, Going4Cruises per le estensioni di soggiorno abbinata in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, Going2Italy per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target luxury. Cisalpina Tours, infine, è la TMC del gruppo (travel management company) che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di live communication che si chiama Out of the Blu. Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia, a Cipro, in Brasile e ad Amburgo con un programma di ulteriori aperture in Europa (Madrid, Parigi, Londra, Ginevra) e in Sudafrica.