

Tendenze di viaggio: nelle regioni meridionali ci sono il Mare Italia e le crociere

Calabria e Puglia in testa alle classifiche di gradimento, Napoli e Palermo le destinazioni con maggiore stagionalità. Bene le partenze per l'Europa, si confermano Egitto e Mar Rosso anche se last minute. Il Sud si adegua alla prenotazione anticipata e aumenta la spesa media per i viaggi

Milano, 29 Luglio 2024

I vacanzieri del Sud tornano a prenotare le vacanze nelle agenzie di viaggi con una tendenza all'anticipo dell'acquisto di circa quattro mesi, allineandosi a quella che è una propensione ormai consolidata nelle regioni del nord. Quindi già sono in cantiere le vacanze di fine anno ma intanto per questa estate i viaggiatori che risiedono sotto la linea del Garigliano hanno concentrato la loro attenzione su un prodotto tradizionale come il Mare Italia, sulle crociere nel Mediterraneo e sull'Europa e guardano con maggior attenzione ad alcune destinazioni asiatiche. Rispetto al 2023, risultano in modalità di prenotazione *last minute* mete storiche come Egitto e Mar Rosso mentre non si registrano particolari performance verso gli Stati Uniti nonostante il sensibile aumento di collegamenti aerei diretti e con particolare rilevanza dagli aeroporti meridionali. Stabili località esotiche dell'Oceano Indiano e il Marocco con una buona crescita di Zanzibar.

È questo il quadro delle preferenze degli italiani in viaggio nell'estate 2024 in partenza da Campania, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia che emerge dal Centro Studi e Analisi di Bluvacanze, il network di agenzie di viaggi del Gruppo MSC Crociere.

L'analisi dei dati raccolti dal polo distributivo, che nelle regioni del Sud Italia con le diverse insegne Bluvacanze, Vivere&Viaggiare e Blunet conta circa 500 agenzie di viaggio, denota che nel Meridione d'Italia il travel value, ossia il valore del viaggio acquistato, è in crescita del 12% rispetto all'estate scorsa con una determinazione delle scelte da parte del viaggiatore che risale già a febbraio scorso. Una tendenza all'anticipo confermata dal fatto che in queste settimane in agenzia già arriva una clientela che programma i viaggi di fine anno.

«Agenzie di viaggio e turisti meridionali sono focalizzati soprattutto sul Mare Italia, segmento determinante al pari delle crociere, per le sorti delle suddette realtà imprenditoriali - commenta **Raffaele Caiazzo**, Direzione Commerciale Bluvacanze -. Calabria e Puglia registrano numeri importanti e rappresentano le prime destinazioni in termini di presenze, seguite da Sicilia, Campania con Ischia e

Cilento e Sardegna leggermente penalizzata a causa di minori disponibilità di collegamento con l'Italia meridionale».

Chiudono la classifica Abruzzo e Basilicata in merito alle preferenze espresse dai clienti che hanno scelto uno degli oltre 500 punti vendita Blunet - Gruppo Bluvacanze.

L'orientamento nelle scelte verso l'estero è stato abbastanza deciso: le crociere conquistano il gradino più alto del podio con itinerari che vedono Mediterraneo e Nord Europa assoluti protagonisti e Napoli, Bari e Palermo home port da cui dirigersi verso le isole greche (Bari) o il Mediterraneo occidentale (Napoli e Palermo).

A seguire l'Europa che si conferma "porto" sicuro per una vacanza balneare (Spagna e Grecia) o continentale. Perdono leggermente appeal le Americhe, l'Africa con l'Egitto a meno 20% e anche l'Asia nonostante le partenze dal Sud Italia verso Maldive, Giappone e Thailandia che mostrano una crescita importante arrivando fino al 15% in più rispetto a un anno fa.

Il ritorno convinto in agenzia della clientela anche al Sud produce inevitabili benefici per la rete di distribuzione oltre che fornire maggiori garanzie alla clientela stessa: «È importante sottolineare alcuni aspetti – spiega Caiazzo -: un buon trend di prenotazioni di inizio anno ha consentito di mettere un po' di fieno in cascina con una primavera altalenante ed una ripresa graduale tra giugno e luglio. Alcune di queste destinazioni dove insistono città d'arte e luoghi di interesse storico culturale, come Napoli e Palermo, hanno permesso di "allungare" la stagionalità rivolgendosi a un'utenza differente (gruppi e turismo scolastico), che permette una migliore programmazione dei servizi forniti dalle agenzie».

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 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.