

## Comunicato stampa

### Estate 2016: la destinazione Italia registra un +24%

29 settembre, 2016

Chiara Gallina  
Marketing & Communication  
T +39 02 8705 3340  
[chiara.gallina@gfk.com](mailto:chiara.gallina@gfk.com)

**Milano, 29 settembre 2016 – GfK ha annunciato oggi a NF - No Frills i dati relativi all'andamento del mercato turistico per l'estate 2016. Le prenotazioni effettuate tramite Agenzia di Viaggio sono aumentate dell'1% rispetto allo scorso anno. In crescita anche pacchetti e soggiorni su destinazioni Lungo Raggio.**

GfK ha partecipato anche quest'anno a NF - No Frills, uno degli appuntamenti B2B più importanti per il settore turistico in Italia, in programma alla Fiera di Bergamo il 29 e 30 settembre 2016.

Nell'ambito del convegno **"I numeri dell'estate, prima di tutti!"**, Daniela Mastropasqua, Industry Lead Travel & Hospitality di GfK, ha presentato in anteprima i dati relativi all'andamento del mercato turistico per l'estate 2016, vale a dire le prenotazioni registrate fino al 31 agosto e con partenza da maggio a ottobre.

In termini di fatturato complessivo, si registra una **crescita contenuta (+1% in termini di fatturato complessivo)** dei servizi commercializzati dalle agenzie di viaggio (quali, ad esempio: prodotti dei tour operator, crociere, biglietti aerei, parchi a tema, ecc.), rispetto allo stesso periodo anno precedente.

Trend positivo anche per quanto riguarda il fatturato complessivo dei pacchetti commercializzati e/o organizzati dalle agenzie di viaggio (+1%). Più sostenuta invece la crescita del fatturato originato dai soggiorni, che registra un +15% rispetto all'estate 2015.

Ma quali sono state le mete preferite di quest'anno? I dati GfK mostrano come a crescere sia stata soprattutto la destinazione Italia, che registra una crescita di ben il 24% rispetto allo scorso anno.

Chi ha deciso di andare all'estero, invece, quest'anno ha preferito destinazioni più lontane rispetto alle classiche mete dell'Europa e del bacino del Mediterraneo. Infatti, il fatturato di pacchetti e soggiorni Lungo Raggio è cresciuto del 5% rispetto allo stesso periodo del 2015, mentre quello delle destinazioni Corto Raggio (Europa Continentale, Mediterranea e Africa Mediterranea) è sceso del 9%.

Daniela Mastropasqua è intervenuta anche al convegno **"L'agenzia di viaggi fa da sé: ciò che non acquista più dai tour operator"**, promosso dalla rivista Guida Viaggi e moderato da Laura Dominici, presentando alcuni dati relativi ai singoli servizi e ai soli pacchetti organizzati dalle agenzie di viaggio.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
(Speaker of the Management Board)  
Christian Diedrich (CFO)  
Matthias Hartmann  
David Krajicek  
Alessandra Cama

Supervisory Board Chairman:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

Per questo segmento specifico, il fatturato dell'estate 2016 è cresciuto del 5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Questo business, che l'anno scorso valeva il 49% del fatturato rappresentato, quest'anno raggiunge il 50%.

All'interno di No Frills, GfK ha presentato anche il proprio programma di affiliazione, rivolto alle Agenzie di Viaggio interessate ad entrare nel campione di ricerca. Spiega Daniela Mastropasqua: "Per le Agenzie la partecipazione al campione per rilevazione dei dati di mercato è gratuita e assolutamente anonima. In cambio, è possibile ottenere dati dettagliati e costantemente aggiornati sull'andamento del mercato Travel & Hospitality".

### **A proposito di GfK**

GfK rappresenta una fonte attendibile di informazioni sui mercati e sui consumatori, a supporto del processo decisionale dei clienti. Oltre 13.000 esperti di mercato combinano passione personale con la pluriennale esperienza metodologica di GfK nel trattamento delle informazioni. In questo modo, GfK è in grado di fornire informazioni strategiche globali, integrate dalla conoscenza del mercato locale di oltre 100 Paesi del mondo. Attraverso l'uso di tecnologie innovative e metodologie statistiche avanzate, GfK trasforma i "Big Data" in esperienza, permettendo ai Clienti di migliorare il proprio vantaggio competitivo e di arricchire la conoscenza sul processo di acquisto dei consumatori.

Per maggiori informazioni visitate il sito: <http://www.gfk.com/it> o seguite il profilo Twitter di GfK Italia: [https://twitter.com/GfK\\_Italia](https://twitter.com/GfK_Italia)