



Crisi geopolitica e guerre: come cambia l'estate del turismo italiano

Sondaggio Fiavet Confcommercio per misurare i cambiamenti di rotta e le paure maggiori degli italiani che entrano in agenzia di viaggio

Le tensioni geopolitiche stanno influenzando sul mercato del turismo organizzato e Fiavet Confcommercio ha cercato di fotografare il fenomeno attraverso un sondaggio articolato rivolto alle agenzie di viaggio associate in tutta Italia.

Sta cambiando infatti il clima delle prenotazioni estive influenzato dagli scenari cui ci troviamo di fronte, ma l'allarme non è così grave: il **32,6% delle agenzie ha registrato solo una moderata diminuzione** delle prenotazioni, il **19,2% nessun impatto significativo**, e il **17,3% una lieve diminuzione delle prenotazioni**. Tuttavia va considerato che a questi vanno aggiunti coloro che stanno registrando una **forte diminuzione delle prenotazioni (30,7%)**, si arriva quindi a circa l'80% di agenzie di viaggio che, in ogni caso, sta registrando una flessione, anche piccola, a causa delle guerre che ci circondano.

Misurandosi con la clientela, le agenzie di viaggio si trovano di fronte a paure diverse, e spesso immotivate, verso destinazioni dove non ci sono sconsigli della Farnesina.

La percentuale più alta di timori per i prossimi viaggi è rivolta verso il **Medio Oriente (22,09%)**, seguito dall'**Egitto (16,8%)** con particolare riferimento anche al **Mar Rosso (3,4%)**, ma sorprendentemente si ha paura anche a viaggiare verso gli **Stati Uniti (12%)** ancor più temuti degli **Emirati Arabi (10,47%)** e della **Giordania (6,98%)**. In generale tuttavia c'è un timore per i viaggi internazionali anche di medio raggio come quelli in **Turchia**, anche se in percentuale minore (**5,8%**). Basse le percentuali di calo prenotazioni invece per i Paesi dove evidentemente già non c'erano prenotazioni estive, come **Israele, e Ucraina**.

Chiedendo alle agenzie di viaggio se hanno riscontrato preoccupazioni dei clienti a seguito della situazione geopolitica, circa il **70% replica che nelle scelte di viaggio viene manifesta paura e insicurezza per l'escalation dei conflitti**.

La percentuale più importante dei turisti "spaventati" è quella di coloro che stanno pensando di cancellare o modificando il viaggio: il 55% lo ha già fatto o vorrebbe farlo a breve, anche pagando delle penali, mentre il 40% preferisce attendere sviluppi futuri delle guerre in atto prima di prenotare.

Tuttavia, nonostante questo "sentiment" di incertezza, attualmente **meno del 5% dei turisti ha effettivamente cancellato un viaggio** a causa di una guerra in atto nei paesi limitrofi alla destinazione scelta secondo quanto testimoniano il 54,7% delle agenzie di viaggio. Quelle che invece lamentano cancellazioni per oltre il 30% sono solo l'11,3% delle agenzie di viaggio.

Va inoltre rilevato che le persone cominciano a interessarsi sempre più alle rotte e agli scali aeroportuali (30% dei turisti) cercando di evitarne alcuni.

Di fronte a questa situazione quasi la metà degli i agenti di viaggio Fiavet Confcommercio (47,7%) non ha ancora individuato **una misura concreta per arginare il problema** che sembrava un fenomeno circoscritto e invece si sta dimostrando strutturale. Solo una minoranza degli agenti di viaggio è attiva (il 16,9%) e sta adottando delle strategie con un'informazione sempre puntuale sui social media, divulgando soprattutto le certezze che vengono dalla Farnesina e dal portale Viaggiare Sicuri. Si rilancia con nuove mete, ma soprattutto si ascolta il cliente per trovare assieme soluzioni (26.2%% delle agenzie).

Poco il supporto trovato nel mondo dei **fornitori** secondo le agenzie di viaggio (circa il **57% delle agenzie** afferma che non è stato aiutato) poiché trattano disdette e cancellazioni al di là delle motivazioni che le generano. Per fortuna c'è qualche agenzia che trova supporto **nei corrispondenti all'estero (21%)**, volenterosi di preservare il turismo in Paesi che a volte vivono solo di questo.

Anche il turismo interno, che dovrebbe in questa situazione beneficiare della restrizione dell'offerta internazionale, non ha avuto l'exploit atteso. Secondo le agenzie Fiavet Confcommercio, il caro prezzi sta frenando, ancor più dello scorso anno, la scelta degli italiani che prenotano all'ultimo momento e non hanno usufruito delle offerte dell'advanced booking.

L'impatto della guerra sul business turistico resta comunque devastante per circa il 60% degli addetti a lavori, e quindi gli agenti di viaggio Fiavet Confcommercio si dichiarano **cautamente pessimisti** riguardo al turismo influenzato dalla crisi geopolitica (37%). Tuttavia, anche tra coloro che ritengono la guerra devastante, una percentuale non indifferente è invece **ottimista: il 23,19%**. Saranno forse gli agenti di viaggio che attendono con neutralità lo svilupparsi della situazione (27,4%) a spostare l'ago della bilancia tra le due linee di pensiero.

“Fiavet-Confcommercio si sta dedicando con sempre maggiore attenzione a studi di settore con una grande partecipazione da parte di tutti gli associati - afferma Giuseppe Ciminnisi, presidente di Fiavet – questo ci consente anche di fronte a imprevisti scellerati come può esserlo una nuova guerra, quanto l'economia, anche della più piccola agenzia di viaggi, sia toccata da ogni singolo cambiamento che avviene nello scenario internazionale, e bisogna partire dai numeri per capire che non si è soli, e che assieme si possono affrontare problemi e scelte per arginare e rilanciare di fronte ai cambiamenti”.