

Budapest, 2014. április 8.

## OLASZORSZÁG KIUTAZÓ TURIZMUSA

### ÖSSZEFOGLALÓ A MINTEL KIADVÁNYA ALAPJÁN

A londoni székhelyű MINTEL közelmúltban publikált „Italy Outbound” című tanulmánya részletes áttekintést nyújt az olasz kiutazó turizmusról, annak elmúlt évekbeli alakulásáról. A 2012. évi adatokra épülő kiadvány a turizmust meghatározó külső tényezők (gazdasági-társadalmi környezet) mellett külön fejezetben tárgyalja az olasz kiutazó turizmus volumenét és legnépszerűbb úti céljait, az utazási szokásokat, a közlekedéseszköz- és a szálláshelyválasztást, továbbá a kiutazó turizmusban szerepet játszó utazásszervezői és -közvetítői piacot, végül a tanulmány egy rövid, jövőbeni kitekintéssel zárul.

Közel 61 millió lakosával Olaszország Európa egyik legnagyobb országa. Bár a népességszám növekedése (ami nagymértékben a bevándorlásnak köszönhető, mert Olaszországban a világon az egyik legalacsonyabb a termékenységi ráta, 1,41 gyermek jut egy nőre) a közeljövőben – csökkenő ütemben – folytatódik, az előrejelzések szerint az olasz lakosság szám 2030 után fordul át fogyásba. A 2010. évi adatok szerint a lakosság 17%-a 65 év feletti, amely arány 26,3%-ra nő 2050-re, ekkorra az előrejelzések szerint a 80 év felettiéek száma meghaladja majd a hétmillió főt. Ezzel párhuzamosan a fiatalabb korosztályok – elsősorban a 25–34 és a 35–44 évesek – száma és aránya jelentősen csökken.

Németországot és Franciaországot követően Olaszország az eurózóna harmadik legnagyobb gazdasága. Az elmúlt évek negatív eseményei, köztük a 2008-ban kezdődött gazdasági válság erőteljesen befolyásolta az olasz gazdaságot, ami jelentős államadóssággal (127%) és magas munkanélküliséggel (12,3%) küzd. Bár a külföldi utazások többsége Európába, azon belül is az eurózóna országaiba irányul, az euró árfolyamának alakulása az olaszok utazásaira is hatással van.

A világ nemzetközi turizmusában is jelentős szerepet játszó Olaszország turisztikai mérlege aktív: a turizmusból származó bevételek (2012-ben 41,2 milliárd USD) jóval meghaladják az olaszoknak a külföldi utazásokra fordított kiadásait (2012-ben 26,4 milliárd USD). A 2011-ben a – nemzetközi turizmusra fordított kiadások alapján – nyolcadik helyen álló Olaszország 2012-ben a tizedik legnagyobb küldőpiac volt.

Az olasz statisztikai hivatal (ISTAT) adatai szerint 2012-ben az olasz lakosság 78,7 millió utazáson vett részt, aminek kisebb része (16,2 millió utazás) irányult külföldre, ennek 80%-ának volt európai úti célja. A tanulmány kiemeli, hogy a külföldi utazások száma 2008 és 2011 között közel negyedével (-22,9%) esett vissza, a 2007–2012 időszakra vetítve a csökkenés 14,4%-os. Az ISTAT adatai szerint a külföldi utazások száma 2012-ben enyhe (+6,2%) növekedést mutat, ezzel szemben a legtöbb desztináció vendégforgalmi adatai ezt nem igazolják vissza.

A gazdasági nehézségek utazásra gyakorolt hatását jól példázza, hogy a tanulmányban hivatkozott Eurobarometer adatai szerint 2012-ben a megkérdezett olaszok fele anyagi okok miatt nem vett részt szabadidős célú utazáson.

A tanulmány röviden vázolja az egyes desztinációk olasz vendégforgalmát – igazodva az egyes országok adatgyűjtéséhez, a rendelkezésre álló információk köréhez. Az európai célterületek közül Ausztria, az Egyesült Királyság, Franciaország, Görögország, Horvátország, Málta, Németország, Spanyolország, Szlovénia és Törökország szerepelnek. Magyarország az egyéb európai célállomások között kapott helyet, a tanulmány kiemeli, hogy a Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint 2012-ben az olasz érkezések száma (vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken) 16%-kal bővült. *(A Központi Statisztikai Hivatal előzetes adatai szerint a pozitív tendencia 2013-ban is folytatódott, a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált olasz vendégek száma 1,6%-kal, a vendégéjszakák száma 0,5%-kal bővült.)* Az Európán kívüli desztinációk közül az elemzés kiemelt figyelmet szentel Egyiptomnak, Marokkónak, Tunéziának, Ausztráliának, Kínának, Thaiföldnek, a Maldív-szigeteknek, az Amerikai Egyesült Államoknak, Brazíliának, Kubának és Chilének.

A tanulmány külön fejezetben tárgyalja az olaszok utazási szokásait, a külföldi utazások egyes jellemzőit. Az utazási döntés során a család és a barátok véleménye, tanácsai fontos szerepet töltenek be, ezzel egyidejűleg egyre népszerűbbek az online források. 2012-ben a külföldre utazók 60,7%-a a szolgáltatónál közvetlenül foglalt, 22,0%-uk utazási irodán keresztül, 14,1%-uk pedig előzetes foglalás nélkül kelt útra (a „nem tudom” kategória aránya 3,3%). Az üzleti utazások esetében a közvetlenül a szolgáltatóknál történő foglalás aránya magasabb (72,4%), ezzel párhuzamosan az utazási irodák szerepe kisebb (10,5%). A tanulmány szerint a repülőjegyet az olasz utazók átlagosan az indulás előtt 53 nappal foglalják. A közösségi média is egyre fontosabb az olasz piacon: az USA és az Egyesült Királyság után Olaszország a legaktívabb a TripAdvisor oldalon, illetve az internethasználók 71%-a fenn van a Facebook oldalon is.

Az utazók demográfiáját tekintve a tanulmány kiemeli, hogy az északi tartományok „aktívabbak”, a külföldi utazások közel kétharmada (65,7%) innen indul, szemben a középső (19%) és a déli (15%) tartományokkal. A MINTEL elemzése az utazók korösszetételére vonatkozóan egyes desztinációk (USA, Németország, Málta, Ausztrália és Egyesült Királyság) adatait közli.

A szabadidős célú külföldi utazások többsége (2012-ben 63,0%-a) legalább négyéjszakás tartózkodással jár. Az ennél rövidebb szabadidős célú utazások aránya 23,3%, az üzleti utazásoké pedig 13,7%. Az elmúlt években a hosszabb szabadidős célú (-20,0% 2008 és 2012 között) és az üzleti utazások (-35,4%) számában egyaránt jelentős visszaesés volt tapasztalható, ezzel szemben az 1–3 éjszakás tartózkodással járó szabadidős célú utazások száma 4,5%-kal bővült. A legnépszerűbb időszak a július–szeptember (2012-ben a külföldi utazások 43,0%-a. A húsvétot is magában foglaló április–május részaránya 21,1%-a, október–decemberben realizálódott az utazások 18,1%-a, január–márciusban pedig a 17,7%-a. A külföldi utazások során leggyakrabban használt közlekedési eszköz a repülőgép (2012-ben az aránya 65,5%-ot tett ki), amit a személygépkocsi (21,3%) és a hajó (5,3%) követ.

A legnépszerűbb szálláshelyek között a kereskedelmi szálláshelyek (2012-ben 69,0%-os részesedéssel) állnak az élen – a szállodák aránya 54,5%. A külföldi utazásuk során ingyenes szálláshelyen megszállók aránya (az utazás arányában) 18,7%.

A MINTEL tanulmánya a továbbiakban röviden áttekinti az olasz utazásszervezői piacot – irodákat és online szereplőket egyaránt. Olaszországban 7899 utazási iroda/ügynökség, 934 utazásszervező/tour operátor és 298 beutaztatással foglalkozó iroda működik.

A tanulmány röviden kitér az olasz kiutazó piac jövőbeni várható alakulására. Az utazási kedvet nagyban befolyásolja a gazdasági helyzet: a GDP 2012. és 2013. évi visszaesését követően mind az Eurostat (+0,3%), mind az olasz statisztikai hivatal (+0,7%) 2014-re az olasz GDP bővülését vetíti előre. Ezzel párhuzamosan a fogyasztói bizalom is pozitív irányba fejlődik, a tanulmány a negatív befolyásoló tényezők között a munkanélküliséget emeli ki. Középtávon az olasz kiutazó turizmus dinamikusabb növekedése várható. Olaszország számos európai ország fontos küldőpiaca, ezért a tanulmány szerint a jövőben erőteljes verseny várható az olasz utazók megnyeréséért, amely küzdelemben a kontinensen kívüli úti célok – elsősorban Ázsia – is egyre aktívabb szerepet vállal. A MINTEL elemzése továbbá hangsúlyozza, hogy az online utazási piac, illetve a telekommunikációs eszközös fejlődése és használata is erőteljesen befolyásolja az olaszok külföldi utazásait.

A MINTEL „Italy Outbound” című megtekinthető a Kutatási Irodán előzetes időpont egyeztetés után, fogadóóra keretében minden csütörtökön 14–17 óra között.

---

**További információk:** **Magyar Turizmus Zrt.**  
**Kutatási Iroda**  
Tel.: 488-8710  
Fax.: 488-8711  
E-mail: [kutatas@itthon.hu](mailto:kutatas@itthon.hu)  
Internet: [itthon.hu](http://itthon.hu)