



Unioncamere

Unione Italiana
delle Camere di
Commercio

Industria Artigianato
e Agricoltura

“ESTATE 2002: nuovi mercati, nuove destinazioni”

Indagine di mercato realizzata da Isnart S.p.A.

Roma luglio 2002

SOMMARIO

1. L'andamento dell'estate 2002.....	3
2. Il turista del 2002	8
3. I dati della tendenza	14
4. La scacchiera dei prodotti.....	20
5. L'industria turistica e il Web	24
6. Nota metodologica	27

1. L'andamento dell'estate 2002

Nel periodo estivo del 2002 (luglio e agosto) la tendenza dei movimenti turistici nelle strutture ricettive italiane mostra risultati solo moderatamente positivi.

Infatti, l'occupazione del mese di luglio (e le prenotazioni per il mese di agosto) presentano uno scenario non soddisfacente con un dato medio di occupazione pari al 64,5%.

E' in particolare il mese di luglio a mostrare la tendenza alla diminuzione, a causa di una generale diminuzione della capacità di spesa turistica degli italiani (dovuta all'innalzamento del costo della vita con l'entrata a regime dell'euro), rafforzata da una sfavorevole situazione climatica che ha colpito un po' tutto il nostro Paese.

Occupazione delle camere nelle strutture ricettive

	% occupazione luglio	% occupazione agosto	% media estate
ESTATE 2002	60,0	69,0	64,5

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Nonostante quindi un calo generalizzato su tutto il paese, a subire meno conseguenze sono le destinazioni del nord ovest (trainate dalla Valle d'Aosta che ha recuperato dopo

la crisi creata dall'incidente e dalla relativa chiusura del traforo del Monte Bianco) mentre quelle delle isole risultano le più penalizzate, in particolare in Sicilia.

Occupazione delle camere nelle strutture ricettive per area geografica

	% occupazione luglio 2002	% occupazione agosto 2002	% media estate 2002
nord-ovest	55%	64%	60%
nord-est	63%	68%	66%
centro	59%	69%	64%
sud	61%	73%	67%
isole	62%	82%	72%
Italia	60%	69%	65%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Appare importante rilevare come le località turistiche dove si evidenzia il maggior calo di occupazione sono quelle tradizionalmente legate ad un turismo straniero: Veneto, Emilia Romagna e Toscana.

Inoltre, questa estate le piccole stelle del turismo italiano (le località della Basilicata e del Molise) non sembrano mantenere le buone performances degli scorsi anni.

Risultati positivi per le destinazioni dell'Umbria che dopo aver superato negli scorsi anni il dopo-terremoto, mantengono nel 2002 un'occupazione del 78%

Occupazione delle camere nelle strutture ricettive per regione

	% occupazione luglio	% occupazione agosto	% media estate 2002
piemonte	39%	38%	39%
valle d'aosta	58%	85%	72%
lombardia	55%	63%	59%
trentino a.a.	65%	75%	70%
veneto	57%	56%	57%
friuli v.g.	68%	72%	70%
liguria	68%	81%	75%
emilia romagna	64%	64%	64%
toscana	58%	64%	61%
umbria	68%	88%	78%
marche	66%	79%	73%
lazio	47%	48%	48%
abruzzo	73%	82%	78%
basilicata	64%	82%	73%
campania	60%	62%	61%
puglia	47%	73%	60%
molise	60%	75%	68%
calabria	58%	78%	68%
sicilia	57%	79%	68%
sardegna	67%	86%	77%
Italia	60%	69%	65%

Fonte: rilevazione diretta Isnat, luglio 2002

Tra i prodotti turistici, alla grande l'agriturismo che, vuoi per una diffusa percezione di prodotto turistico conveniente, vuoi per il consolidamento di questa forma di turismo anche nelle abitudini degli italiani, mostra un'occupazione agostana del 96%.

Per il mese di agosto si prospetta bene anche il turismo italiano della montagna, che finalmente dopo anni di stagioni estive incerte grazie alle favorevoli politiche

promozionali e alla diversificazione delle proposte e dei servizi, sostengono la competizione dell'estate 2002 con le località balneari.

Infatti, il mese di agosto salva anche la stagione turistica balneare che se a luglio non ha mantenuto ritmi sostenuti, prevede un'occupazione dell'80% nel mese di punta.

Occupazione delle camere nelle strutture ricettive per tipologia di prodotto

	% occupazione luglio	% occupazione agosto	% media estate 2002
città	49%	49%	49,0%
lago	62%	64%	63,0%
mare	67%	79%	73,0%
montagna	60%	71%	65,5%
terme	43%	55%	49,0%
agriturismo	77%	96%	86,5%
Italia	60%	69%	64,5%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Il villaggio turistico e l'agriturismo risultano le strutture ricettive più gettonate dell'estate con un'occupazione media superiore all'80%.

Tra gli alberghi meglio le categorie superiori che usufruiscono di una clientela con una capacità di spesa elevata e pertanto meno influenzata nei consumi turistici dalle incertezze del cambio euro-lira.

Occupazione delle camere nelle strutture ricettive per tipo di alloggio

	% occupazione luglio	% occupazione agosto	% media estate 2002
albergo	60%	67%	63,5%
2 stelle	56%	66%	61,0%
3 stelle	60%	66%	63,0%
4 stelle	64%	70%	67,0%
5 stelle	83%	75%	79,0%
villaggio	82%	87%	84,5%
agriturismo	77%	96%	86,5%
campeggio	52%	77%	64,5%
Italia	60%	69%	64,5%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

2. Il turista del 2002

Diminuisce la quota di turismo straniero verso le nostre destinazioni turistiche, che quest'anno si attesta al 38%.

E' in particolare nelle destinazioni del sud (30%) e delle isole (34%) che si raggiungono le quote più basse contro una maggiore concentrazione nel nord ovest e nel centro Italia.

Distribuzione della clientela per provenienza

	% clienti italiani	% clienti stranieri	Totale
Estate 2002	62,0	38,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Distribuzione della clientela per provenienza e area geografica

	% clienti italiani	% clienti stranieri
nord-ovest	58%	42%
nord-est	63%	37%
centro	59%	41%
sud	70%	30%
isole	66%	34%
Italia	62%	38%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Distribuzione della clientela per provenienza e per regione di destinazione

	% clienti italiani	% clienti stranieri
Piemonte	73%	27%
valle d'aosta	71%	29%
lombardia	49%	51%
trentino a.a.	67%	33%
veneto	45%	55%
friuli v.g.	56%	44%
liguria	55%	45%
emilia romagna	74%	26%
toscana	59%	41%
umbria	45%	55%
marche	85%	15%
lazio	57%	44%
abruzzo	87%	13%
basilicata	80%	20%
campania	46%	54%
puglia	78%	22%
molise	91%	10%
calabria	77%	23%
sicilia	61%	39%
sardegna	73%	27%
Italia	62%	38%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Il turismo internazionale questa estate si concentra maggiormente in Veneto, Umbria, Campania e Lombardia, mentre le destinazioni turistiche che poggiano sul turismo nazionale risultano quest'anno l'Abruzzo/Molise e le Marche.

Nell'estate 2002, la clientela straniera sceglie le località lacuali del nord-ovest, gli agriturismi delle campagne umbre e toscane.

Distribuzione della clientela per provenienza e tipologia di prodotto

	% clienti italiani	% clienti stranieri
città	46%	54%
lago	39%	61%
mare	71%	30%
montagna	76%	24%
terme	86%	14%
agriturismo	41%	60%
Italia	62%	38%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

La buona performance degli agriturismi e degli hotels di categoria superiore è dovuta anche ad una buona presenza di turismo straniero, oltre il 55%.

Distribuzione della clientela per provenienza e tipo di alloggio

	% clienti italiani	% clienti stranieri
albergo	63%	37%
2 stelle	64%	36%
3 stelle	66%	34%
4 stelle	56%	44%
5 stelle	45%	55%
villaggio	74%	26%
agriturismo	41%	60%
campeggio	56%	44%
Italia	62%	38%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

In Italia, il 47% della clientela è fedele alla struttura ricettiva grazie alle politiche di fidelizzazione che hanno creato e mantengono lo zoccolo duro del mercato turistico del nostro Paese.

Il dato, inoltre, risulta in crescita rispetto agli scorsi anni anche grazie alle politiche di sostegno alla riqualificazione che hanno segnato un miglioramento dell'offerta ed i conseguenti primi effetti positivi sulla clientela.

Quota di turisti “fedeli” alla struttura ricettiva

	% clientela abituale	
Albergo	47%	
2 stelle	49%	
3 stelle	46%	
4 stelle	48%	
5 stelle	40%	
villaggio	53%	
agriturismo	36%	
campeggio	40%	
Italia	47%	

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Solo il 15% del turismo di questa estate viaggia in modo organizzato: una quota in crescita ma che comunque conferma la debolezza del sistema dell'intermediazione italiana del turismo. Proprio questa defaillance del sistema fa sì che per l'Italia sia più difficile superare i momenti di incertezza congiunturale del mercato mondiale, lasciando la performance in mano allo spontaneismo del turismo individuale più facilmente condizionabile.

Se in inverno la quota di organizzato si avvicina maggiormente agli standard europei, tale debolezza sussiste nel confronto con i nostri competitors (es. Spagna) che riescono a cooptare quote consistenti del mercato organizzato anche in altissima stagione.

Villaggi turistici e alberghi di alta categoria sono la meta del turista intermediato.

Quota del turismo organizzato

	% turisti organizzati (estate)	
albergo	16%	
2 stelle	9%	
3 stelle	18%	
4 stelle	20%	
5 stelle	20%	
villaggio	21%	
agriturismo	2%	
campeggio	11%	
Italia	15%	

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

3. I dati della tendenza

Come evidenziato anche in termini di tipologia dei turisti, la tendenza del mercato di questa estate vede una stabilità sul fronte del flusso italiano mentre un calo non trascurabile del turismo straniero.

Oltre un terzo delle strutture ricettive segnala per i mesi di luglio e agosto un calo dei turisti internazionali, in particolare in quelle destinazioni tradizionalmente meta del vacanziero straniero.

Andamento degli arrivi rispetto all'anno precedente

	umentati	stabili	diminuiti	Totale
italiani	13,2	65,1	21,7	100,0
stranieri	22,3	44,3	33,4	100,0
totale	17,8	54,7	27,6	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, luglio 2002

Infatti, la stagione si è presentata più incerta proprio nelle regioni dove la quota di stranieri è più elevata, con diminuzioni nel 36% delle strutture del nord est, e nel 34,7% di quelle del centro.

Andamento degli arrivi rispetto all'anno precedente

	italiani			stranieri		
	aumentati	stabili	diminuiti	aumentati	stabili	diminuiti
nord-ovest	9,6%	71,4%	19,0%	16,8%	49,5%	33,7%
nord-est	10,6%	64,4%	25,0%	18,5%	45,5%	36,0%
centro	17,3%	61,3%	21,4%	25,3%	40,0%	34,7%
sud	21,2%	60,6%	18,2%	26,5%	43,8%	29,7%
isole	11,1%	70,4%	18,5%	46,2%	34,6%	19,2%
Italia	13,2%	65,1%	21,7%	22,3%	44,3%	33,4%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Nelle destinazioni delle isole, nonostante la presenza minore di turismo straniero, se ne segnala però una crescita nel 46% delle strutture.

I mercati che hanno segnato l'andamento dell'estate sono in primo luogo quello tedesco che in oltre il 17% delle strutture ha subito una sostanziale diminuzione netta (come differenza tra chi ne ha segnalato l'aumento e chi la diminuzione), seguito da quello statunitense che risulta in calo nel 14% delle nostre strutture ricettive.

In particolare si riscontra come il mercato tedesco abbia quest'anno preferito le mete di montagna (del Trentino Alto Adige) e le città d'arte del centro, Roma in testa, mentre hanno snobbato le più tradizionali mete balneari dell'Emilia Romagna e del Veneto.

Il mercato americano "torna a surriento" tralasciando i tour delle grandi città d'arte (Roma e Venezia) per riscoprire il gusto del turismo campano (Capri e Ischia comprese).

Saldo positivo per i turisti francesi (+6,6% di strutture ricettive ne segnalano l'aumento) e per quelli britannici.

Infatti, il turismo dalla Francia risulta in crescita nelle isole e nel nord-ovest, nelle città d'arte e soprattutto nelle destinazioni balneari. Quello britannico, invece, che cresce in tutte le tipologie di prodotto turistico privilegia il centro, il nord est ed il sud Italia.

Anche il turismo del nord europa mostra segnali positivi di crescita con interesse verso tutti i nostri prodotti, in particolare nelle destinazioni del nord.

Il saldo degli stranieri

Francia	6,6
GB	6,1
Svizzera	4,1
Olanda	3,3
Belgio	3,1
Svezia	2,5
Danimarca	2,0
Spagna	1,6
Scandinavia nordeuropa	/ 1,6
Norvegia	1,1
Slovenia	1,0
Austria	0,6
Croazia	0,5
Romania	0,5
Cile	0,5
Australia	0,2
Russia	0,1
Ungheria	-0,4
Sudamerica	-0,4
Oriente	-0,4
Grecia	-0,4
Canada	-1,3
Giappone	-2,1
USA	-14,6
Germania	-17,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, luglio 2002

Dove sono aumentati gli stranieri?

	Città	lago	mare	montagna	terme	agriturismo
USA	31,6%		36,8%	31,6%		
Ungheria			100,0%			
Svizzera	40,0%		40,0%	20,0%		
Svezia	20,0%	20,0%	60,0%			
Sudamerica			100,0%			
Spagna			100,0%			
Scandinavia /nordeuropa	25,0%	50,0%		25,0%		
Russia	50,0%		50,0%			
Olanda	18,2%		45,5%	27,3%	9,1%	
Giappone			50,0%	50,0%		
Germania	36,2%	4,3%	34,0%	21,3%	4,3%	
GB	17,2%	13,8%	37,9%	13,8%	3,4%	13,80%
Francia	31,8%		45,5%	18,2%	4,5%	
Danimarca	25,0%	25,0%	50,0%			
Croazia				100,0%		
Brasile			100,0%			
Belgio	28,6%		28,6%	42,9%		
Austria	18,2%	18,2%	36,4%	18,2%	9,1%	
Australia			100,0%			
Argentina			100,0%			
Slovenia	50,0%		50,0%			
Norvegia			100,0%			
Romania	100,0%					

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Dove sono diminuiti gli stranieri?

	città	lago	mare	montagna	terme	agriturismo
USA	57,4%	9,3%	18,5%	7,4%		7,40%
Svizzera	50,0%		50,0%			
Sudamerica	100,0%					
Spagna				100,0%		
Scandinavia/ nordeuropa		100,0%				
Russia			100,0%			
Olanda	20,0%	20,0%	60,0%			
Giappone	85,7%		14,3%			
Germania	16,5%	20,9%	37,4%	23,1%	1,1%	1,10%
GB	31,6%	5,3%	36,8%	21,1%	5,3%	
Francia	50,0%		30,0%	20,0%		
Brasile			100,0%			
Belgio			100,0%			
Austria	9,1%	27,3%	36,4%	27,3%		
Australia	66,7%		33,3%			
Argentina			100,0%			
Norvegia	100,0%					
Oriente	100,0%					
Israele	100,0%					
Canada	100,0%					
Grecia	100,0%					

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

4. La scacchiera dei prodotti

Appare interessante analizzare l'andamento del turismo di questa estate confrontando i diversi risultati ottenuti in termini di occupazione delle camere, nei primi due mesi estivi nelle diverse regioni e in relazione ai prodotti turistici a cui le destinazioni sono spontaneamente vocate.

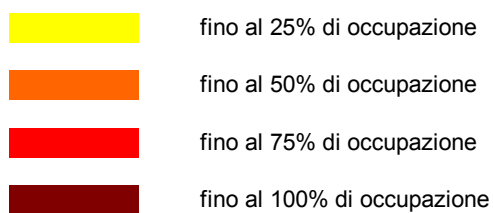
Questo confronto, basato sulle principali destinazioni turistiche del nostro Paese, permette di comprendere alcune delle dinamiche caratterizzanti il successo o meno dei prodotti nelle aree leader del turismo italiano.

Per una più facile e immediata lettura dei risultati si è scelto di misurare l'occupazione accorpendo i dati in 4 fasce:

- bassa occupazione: fino al 25% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore GIALLO
- media occupazione: fino al 50% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore ARANCIO
- alta occupazione: fino al 75% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore ROSSO
- piena occupazione: fino al 100% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore BORDEAUX.

OCCUPAZIONE DELLE CAMERE PER PRODOTTO, REGIONE E MESE - ESTATE 2002

Mesi	luglio						agosto					
	agriturismo	città	lago	mare	montagna	terme	agriturismo	città	lago	mare	montagna	terme
Regioni												
valle d'aosta												
piemonte												
lombardia												
trentino a.a.												
veneto												
friuli												
liguria												
emilia romagna												
toscana												
umbria												
marche												
lazio												
abruzzo												
basilicata												
campania												
puglia												
molise												
calabria												
sicilia												
sardegna												



Fonte: rilevazione diretta Isart, luglio 2002

Da questo confronto si evincono le seguenti considerazioni:

- l'andamento incerto di questa estate si fonda prevalentemente sul mese di luglio dove si raggiunge la piena occupazione solo negli agriturismi toscani e umbri, nella montagna abruzzese ed in Sardegna;
- le città d'arte, che d'estate soffrono del calo del turismo d'affari, raggiungono i livelli più bassi di occupazione rispetto alle altre tipologie;
- la sorpresa di questa estate è la crescita di appeal delle destinazioni appenniniche che contribuiscono al successo della montagna;
- una sostanziale tenuta delle terme, in calo negli scorsi anni, soprattutto in Toscana ed in Piemonte;
- in agosto, come tradizionalmente avviene ogni anno, si spazzano via le nubi di incertezza dai cieli del sud e delle isole con una occupazione nelle località balneari che rasenta il tutto esaurito.

Il 2002, allora, segnato da problematiche economiche e politiche negli scenari mondiali, parte in prima e non cambia marcia fino ad agosto quando il buon tasso di fidelizzazione della clientela e le politiche promozionali delle nostre strutture salvano la stagione.

Questa estate, infatti, la stagione turistica è partita in ritardo e vede premiati più degli scorsi anni gli sforzi degli operatori per attrarre la clientela, riempiendo con offerte di qualità il vuoto di un turismo spontaneista ancora incerto a fine luglio.

Di fronte a incertezze di portafoglio, di sicurezza e di clima, la clientela sembra così premiare finalmente l'offerta italiana non più gratuitamente, cioè solo per l'unicità delle risorse (naturalistiche, culturali, ecc.), ma solo per la capacità di accoglienza e di qualità trovata sul territorio e nei servizi offerti.

E' per questo motivo che alcune destinazioni montane hanno riconquistato il mercato estivo a fronte di altre località più tradizionalmente estive che hanno sofferto di più l'incertezza data dalla concorrenza a prezzi stracciati di località balneari internazionali.

Non a caso è il mercato tedesco quello che ha maggiormente disertato le nostre spiagge, a favore del ritorno nelle mete slave e di altre offerte mediterranee alla ricerca di un vantaggio dato da cambi più favorevoli capaci di attrarre quelle fasce di mercato (low profile) che trovavano economici i nostri lidi.

Il passaggio lire-euro segna dunque questa estate la svolta (finalmente) necessaria alla riqualificazione: l'Italia da sempre conveniente per il turista internazionale (più nel cambio che nei prezzi) deve oggi dimostrare di saper fare turismo.

5. L'industria turistica e il Web

Mentre si fanno sempre più evidenti le debolezze del sistema tradizionale dell'intermediazione delle vacanze in Italia, Internet si conferma il nuovo agente di viaggio.

Infatti, se la quota di clientela organizzata dell'estate 2002 è pari al 15%, quella che ha prenotato via Internet risulta pari al 19%.

Quasi tutte le strutture dell'ospitalità non si sono fatte sfuggire l'occasione del nuovo millennio: il 91% circa si veicola sul web ed il 65% vi permette la prenotazione diretta on-line.

siete in Internet?

	si	no	ci stiamo pensando	totale
2002	90,9	6,8	2,3	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

se sì, per

	pubblicità	prenotazione online	prenotazione su altri spazi (apt, consorzi, totale catena, ecc.)	totale
Italia	25,1	65,2	9,7	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

Anche le strutture ricettive del sud Italia, fino a due anni fa rimaste indietro nella corsa al web, sono oggi su Internet ad accezione di quelle del Molise (dove il 75% deve ancora entrare in gara).

Rimangono indietro dunque solo il 30% delle strutture del Friuli V.G., il 25% della Sardegna, il 22% della Puglia ed il 20% dell'Abruzzo che non hanno ancora colto questa opportunità.

Siete in Internet?

	si	no	ci stiamo pensando	totale
Piemonte	84,0%	8,0%	8,0%	100,0%
valle d'aosta	87,5%	12,5%		100,0%
Lombardia	95,2%	2,4%	2,4%	100,0%
trentino a.a.	92,6%	5,3%	2,1%	100,0%
Veneto	93,3%	6,7%		100,0%
friuli v.g.	70,0%	30,0%		100,0%
Liguria	93,5%	6,5%		100,0%
emilia romagna	94,9%	2,6%	2,5%	100,0%
Toscana	96,4%	3,6%		100,0%
Umbria	100,0%			100,0%
Marche	94,1%	5,9%		100,0%
Lazio	96,0%		4,0%	100,0%
Abruzzo	73,3%	20,0%	6,7%	100,0%
Basilicata	100,0%			100,0%
Campania	95,5%		4,5%	100,0%
Puglia	77,8%	22,2%		100,0%
Molise	25,0%	75,0%		100,0%
Calabria	81,8%	18,2%		100,0%
Sicilia	93,3%		6,7%	100,0%
Sardegna	66,7%	25,0%	8,3%	100,0%
Italia	90,9%	6,8%	2,3%	100,0%

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

E se in soli due anni la gran parte delle strutture ricettive del sud e delle isole hanno saputo adeguarsi al mercato, la rincorsa è stata premiata: è in Campania ed in Sardegna che si evincono le quote più alte di turisti dalla rete, rispettivamente ben il 41% ed il 34%.

	% clientela prenotata tramite Internet 2000	% clientela prenotata tramite Internet 2002	andamento
piemonte	6%	6%	=
valle d'aosta	11%	6%	-
lombardia	15%	11%	-
trentino a.a.	18%	15%	-
veneto	19%	24%	+
friuli v.g.	37%	22%	-
liguria	15%	18%	+
emilia romagna	13%	22%	+
toscana	16%	16%	=
umbria	19%	19%	=
marche	14%	9%	-
lazio	13%	26%	+
abruzzo	6%	22%	+
basilicata	8%	18%	+
campania	27%	41%	+
puglia	4%	12%	+
molise	0%	15%	+
calabria	4%	14%	+
sicilia	4%	26%	+
sardegna	10%	34%	+
Italia	16%	19%	+

Fonte: rilevazione diretta Isnart, luglio 2002

6. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 500 operatori del ricettivo con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento estivo del mercato, e di controllo rispetto all'anno precedente.

Le interviste in Italia sono state così ripartite:

Ripartizione geografica (%)

Ripartizione	%
nord ovest	21,7
nord est	38,8
centro	20,2
sud	13,6
isole	5,6
Italia	100,0

Tipologia della struttura ricettiva (%)

Tipologia struttura ricettiva	%
albergo	89,7
2 stelle	29,5
3 stelle	49,3
4 stelle	20,7
5 stelle	0,5
villaggio	2,1
agriturismo	4,1
campeggio	4,1
Italia	100,0

La rilevazione è stata terminata il 19 luglio 2002, in modo da poter cogliere in tempo reale l'andamento effettivo dell'estate.