



Unioncamere
Unione Italiana
delle Camere di Commercio
Industria Artigianato
e Agricoltura

OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

“ESTATE 2004: L’ITALIA SI RIPRENDE L’ESTATE”

2° Rapporto

“Indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree turistiche leader e sui segmenti di prodotto”

Indagine di mercato realizzata da Isnart s.c.p.a.

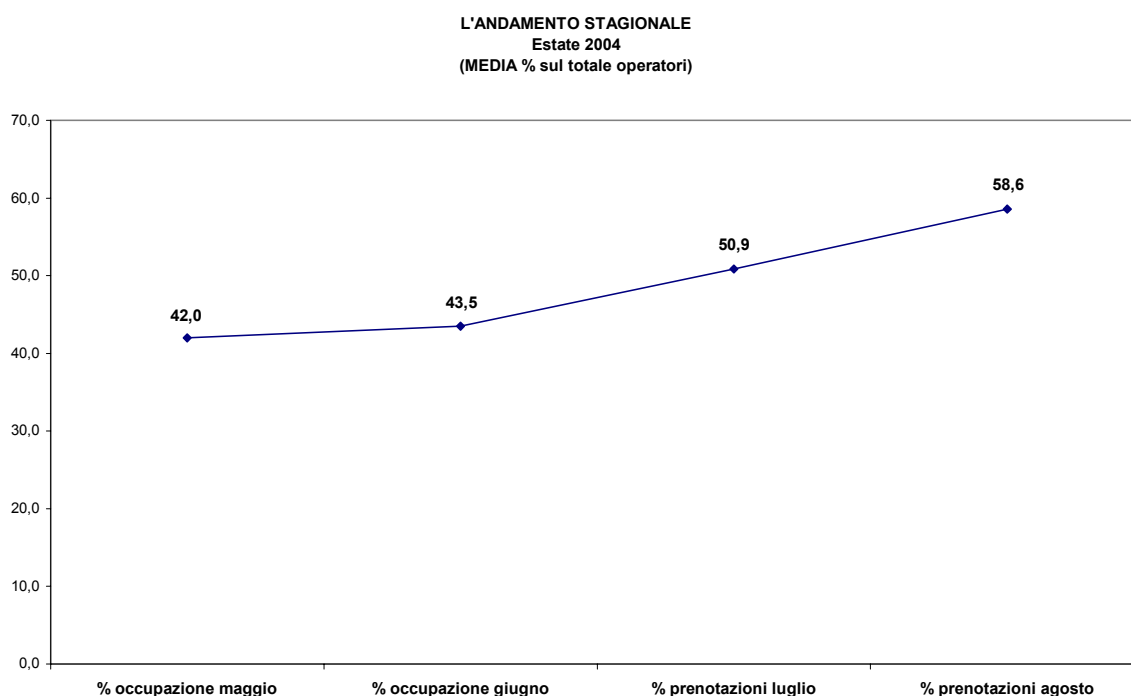
Roma giugno 2004

SOMMARIO

1. L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE	3
2. IL TURISTA DELL'ESTATE 2004.....	9
3. I DATI DELLA TENDENZA	21
4. L'ANDAMENTO DEI MERCATI INTERNAZIONALI.....	24
5. LA SCACCHIERA DEI PRODOTTI DELL'ESTATE 2004	31
CONCLUSIONI.....	35
NOTA METODOLOGICA	36

1. L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE

L'andamento dell'estate in corso presso le strutture ricettive italiane ⁽¹⁾ mostra una tendenza positiva nei mesi da maggio ad agosto, con quote di occupazione che si assestano tra il 42-43% in maggio e giugno e prenotazioni per i mesi centrali di luglio-agosto che arrivano al 58,6% delle camere.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Rispetto alla stessa rilevazione effettuata nel 2003, i dati indicano un trend di crescita dell'occupazione che passa dal 51% di prenotazioni rilevate per l'agosto 2003 al 58,6% per l'agosto 2004. Relativamente ai mesi di maggio e giugno, invece, si rileva un'occupazione più bassa dovuta sia alla mancanza di festività/ponti festivi che ad un clima sfavorevole.

¹⁾ nelle destinazioni leader del turismo italiano

Occupazione camere maggio-giugno e prenotazioni luglio e agosto, confronto 2003-2004

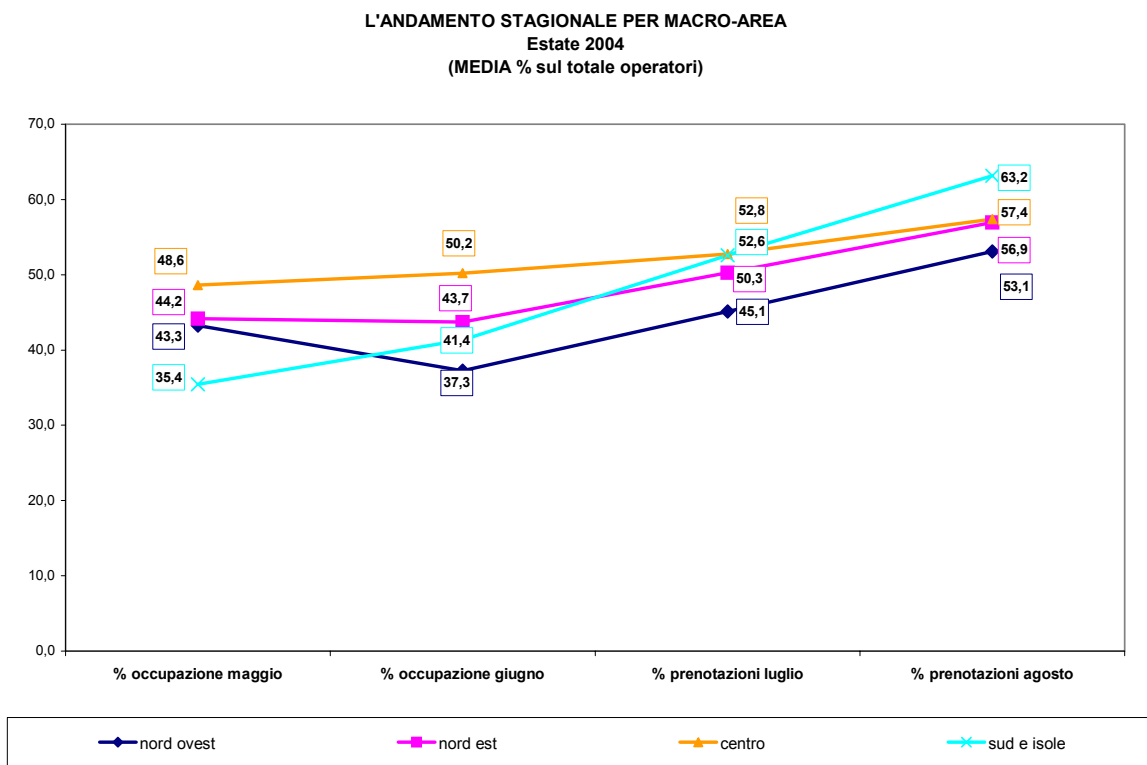
	% occupazione maggio	% occupazione giugno	% prenotazioni luglio	% prenotazioni agosto
Estate 2004	42,0	43,5	50,9	58,6
Estate 2003	50,4	50,8	47,9	51,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Crescita netta, dunque, per tutte le destinazioni italiane, in special modo per quelle del sud e per le isole che hanno già (in media) il 63,2% di camere prenotate per il mese di agosto.

Andamento positivo anche per le località turistiche del centro Italia che riprendono quota con il 57,4% di prenotazioni delle camere.

Anche nel nord est l'andamento dell'occupazione risulta crescente da maggio ad agosto, mentre nel nord ovest si rileva un calo relativo all'occupazione del mese di giugno.



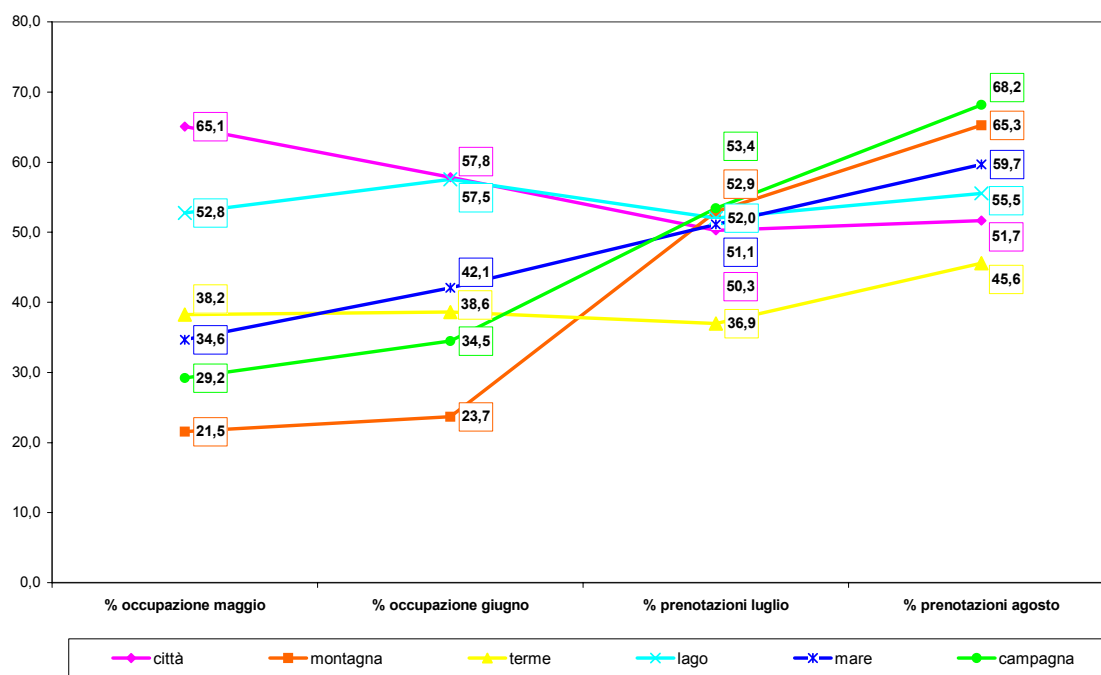
Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

I prodotti dell'estate 2004 mostrano come le specifiche tendenze convergano nel mese di luglio verso un'occupazione media di circa il 50% dell'offerta italiana. Fa eccezione solo il prodotto termale che per luglio prevede solo il 36,9% di occupazione.

Più nello specifico, comunque,

- le **città d'arte**, che hanno raccolto la migliore occupazione nei mesi di maggio (65,1%) e giugno (52,8%), per il mese di luglio scendono al 50,3% di prenotazioni con una lieve ripresa relativa alle prenotazioni per agosto (51,7%);
- le **destinazioni lacuali**, anch'esse con una buona occupazione nel mese di giugno (57,5%) raccolgono prenotazioni per il 52% delle camere nel mese di luglio e per il 55,5% in agosto;
- le **terme** italiane, con il 38-37% di occupazione da maggio a luglio cresce al 45,6% di prenotazioni per agosto;
- nelle mete **balneari** l'occupazione impenna in maniera lineare dal 34,6% di maggio al 59,7% di agosto;
- le località del **turismo verde** e quelle **montane**, che per i mesi di maggio e giugno mostrano performances meno positive, si riscattano pienamente nelle prenotazioni per luglio ed agosto, posizionandosi alla testa dell'estate 2004.

L'ANDAMENTO STAGIONALE PER AREA/PRODOTTO
Estate 2004
(MEDIA % sul totale operatori)



Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

L'occupazione media mensile nelle regioni italiane mostra come

- nel mese di **maggio** i migliori risultati sono stati raggiunti in **Trentino** (53,9%), in **Toscana** (52,5%) ed in **Veneto** (51,3%);
- in **giugno** passa in testa la **Toscana** (53,6%) seguita da **Sicilia** (52,4%) e **Campania** (50,7%);
- per **luglio** si prevede il meglio nelle destinazioni delle isole, con un'occupazione superiore al 60% in **Sicilia** (62,8%) ed in **Sardegna** (62,6%) ma anche in **Basilicata** (61,1%);
- infine, per **agosto**, si raggiungerà un'ottima occupazione sia in **Sicilia** (75,8%) che in **Sardegna** (71,3%), come pure in **Alto Adige** (69,3%).

Occupazione camere maggio-giugno e prenotazioni luglio e agosto 2004

REGIONE	% occupazione maggio	% occupazione giugno	% prenotazioni luglio	% prenotazioni agosto
Piemonte	45,4	39,4	38,2	43,9
Valle d'Aosta	5,0	13,0	40,4	56,9
Lombardia	45,9	39,5	46,0	55,4
Trentino	53,9	50,1	41,4	50,6
Alto Adige	32,6	24,8	58,5	69,3
Veneto	51,3	50,1	56,9	64,0
Friuli	40,7	43,1	58,0	63,5
Liguria	48,5	41,3	52,0	57,0
Emilia Romagna	42,1	47,6	41,8	44,8
Toscana	52,5	53,6	54,2	56,6
Umbria	46,0	42,7	46,0	57,7
Marche	40,0	48,8	56,3	62,5
Lazio	48,4	49,7	51,7	55,0
Abruzzo	19,2	28,0	42,7	50,7
Molise	27,5	40,0	47,5	60,0
Campania	48,5	50,7	49,7	52,2
Puglia	31,8	41,3	51,2	65,1
Basilicata	44,2	49,4	61,1	68,3
Calabria	18,9	23,5	40,5	58,0
Sicilia	46,2	52,4	62,8	75,8
Sardegna	31,9	38,7	62,6	71,3
Totale Italia	42,0	43,5	50,9	58,6

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Il trend positivo di questa estate coinvolge tutte le tipologie di strutture ricettive:

- gli **hotel** passano dal 44-45% di occupazione nei mesi di maggio e giugno (quando però nei 5 stelle si occupano quasi i 2/3 delle camere), al 50,5% di prenotazioni per luglio (57,8% nei 4 stelle), fino al 57% previsto per agosto;
- i **villaggi turistici** cominciano la stagione estiva nel mese di giugno (39%), prevedono il 60,5% di occupazione a luglio ed addirittura il 76,5% per agosto;
- gli **agriturismi** un po' sottotono nei primi mesi superano l'occupazione media nazionale a luglio (53,6%) ed hanno già prenotazioni per il 69,8% delle camere per agosto;
- sulla stessa onda i **campeggi** con il 51,5% di occupazione prevista per luglio ed il 69,2% per agosto.

Occupazione camere maggio-giugno e prenotazioni luglio e agosto 2004

TIPO		% occupazione maggio	% occupazione giugno	% prenotazioni luglio	% prenotazioni agosto
hotel		44,3	45,2	50,5	57,0
	<i>2 stelle</i>	40,2	41,7	48,6	56,5
	<i>3 stelle</i>	45,4	45,5	50,0	55,6
	<i>4 stelle</i>	51,5	53,1	57,8	64,1
	<i>5 stelle</i>	72,3	64,3	53,3	46,7
villaggio		14,3	39,0	60,5	76,5
agriturismo		27,4	33,1	53,6	69,8
campeggio		23,7	25,9	51,5	69,2

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

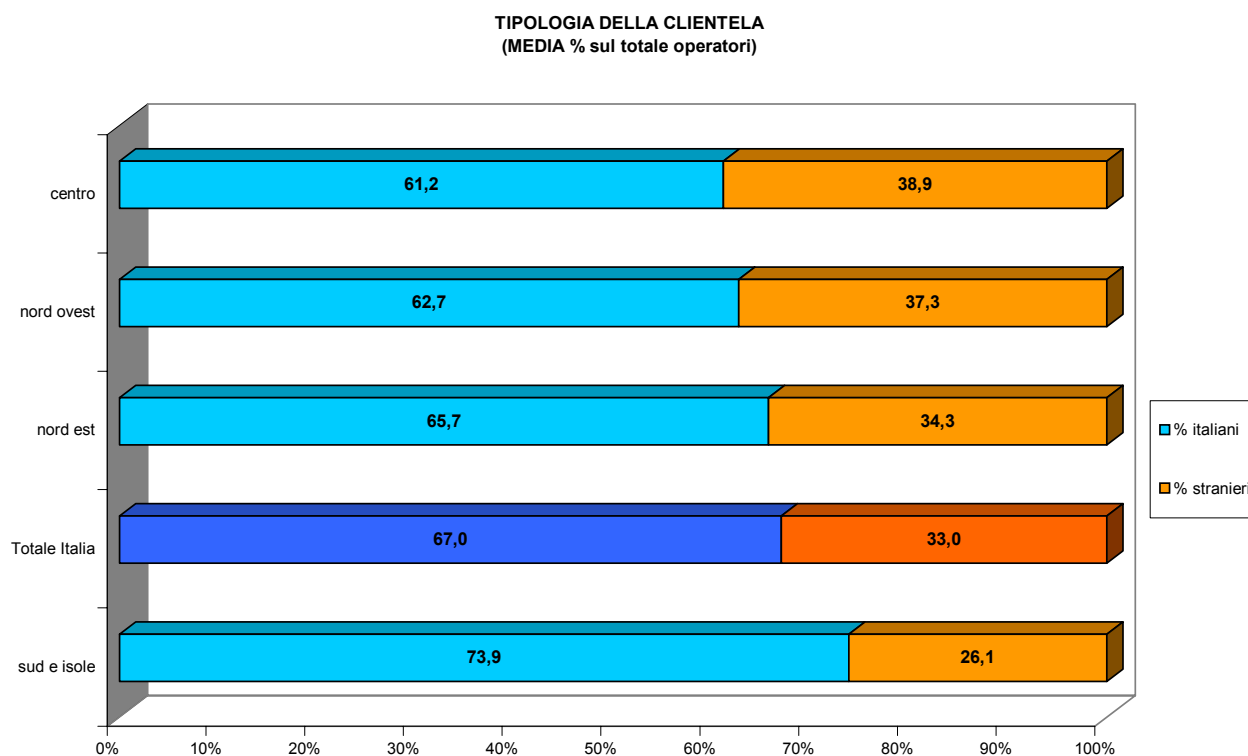
I risultati analizzati, quindi, mostrano come nell'estate 2004 l'occupazione nelle strutture ricettive italiane si stabilizza su valori molto interessanti.

Un conforto ulteriore è dato dalla tendenza ottimistica non solo relativa alle strutture extralberghiere (che anche nel 2003 avevano raccolto soddisfazioni) ma anche all'hotellerie italiana che lo scorso anno, a giugno, non aveva ancora neanche la metà delle camere prenotate per i mesi di luglio e agosto mentre oggi in media raggiunge il 57%.

2. IL TURISTA DELL'ESTATE 2004

Ad un andamento ottimistico dell'occupazione delle camere si accompagna in questa estate una lievissima ripresa dei mercati internazionali che se nel complesso rappresentano una quota di pochissimo superiore a quella dell'estate 2003 (33% contro il 32,8%), evidenziano però cambiamenti evidenti nelle destinazioni.

Se nelle località del centro la quota di turismo straniero scende dal 42,5% al 38,9%, nel nord ovest cresce dal 32% del 2003 al 37,3% e nelle isole raggiunge il 26,1% contro il 24,1% della scorsa estate.

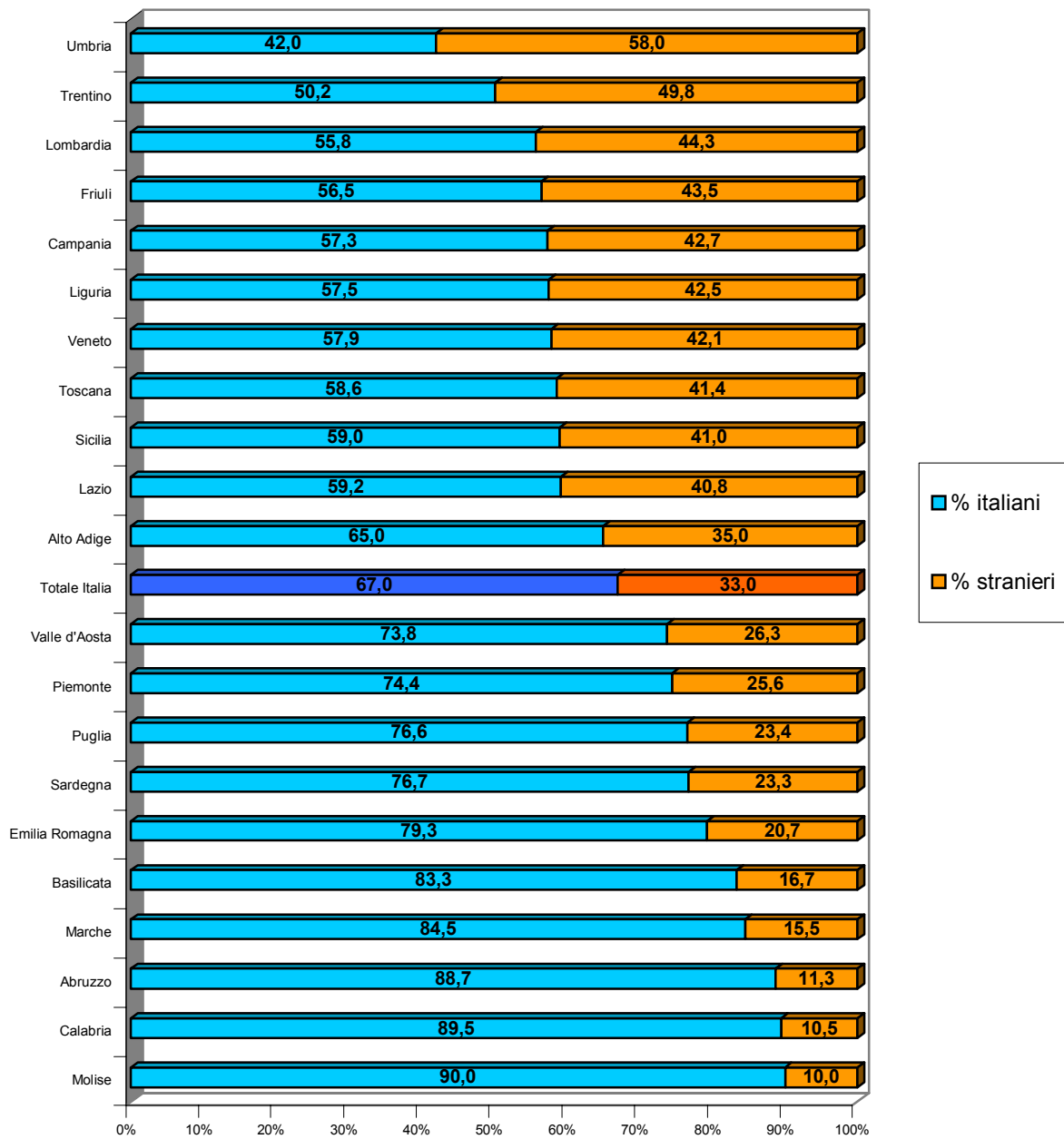


Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Le quote maggiori di clientela straniera si concentrano specialmente in Umbria (58% della clientela contro il 36,6% del 2003).

Cresce di oltre il 5% la componente straniera in Trentino (dal 44,5% al 49,8%), in Lombardia (dal 37,4% al 44,3%), nelle isole (dal 35,2% al 41% in Sicilia, e dal 16,6% al 23,3% in Sardegna) ed in Puglia (dal 16,4% al 23,4%).

**TIPOLOGIA DELLA CLIENTELA
(MEDIA % sul totale operatori)**



Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Come la scorsa estate, anche per i prossimi mesi il turismo straniero prevale nelle destinazioni lacuali (64,8% della clientela) ed in quelle del turismo verde (56,3%), mentre nelle città d'arte la clientela è per oltre la metà italiana.

Provenienza della clientela

PRODOTTO	% italiani	% stranieri	Totale
città	53,6	46,4	100,0
montagna	75,3	24,7	100,0
terme	87,7	12,3	100,0
lago	35,2	64,8	100,0
mare	73,8	26,2	100,0
campagna	43,7	56,3	100,0
Totale Italia	67,0	33,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

La composizione della clientela nelle strutture vede la quota maggiore di stranieri (51,7%) negli agriturismi (anche se in quota lievemente minore rispetto all'estate 2003 pari al 57,6%) e negli hotel a 5 stelle (53,3%).

Rispetto alla scorsa estate, comunque, cresce la componente di clientela estera sia nei villaggi che nei campeggi, mentre è in linea la quota di stranieri negli hotel.

Provenienza della clientela

TIPO	% italiani	% stranieri	Totale
hotel	68,5	31,5	100,0
2 stelle	69,0	31,0	100,0
3 stelle	69,8	30,2	100,0
4 stelle	63,6	36,4	100,0
5 stelle	46,7	53,3	100,0
villaggio	76,0	24,0	100,0
agriturismo	48,3	51,7	100,0
campeggio	53,7	46,4	100,0
Totale Italia	67,0	33,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

A fronte di un'occupazione media crescente, l'occupazione e le prenotazioni relative ai mesi estivi del 2004 mostrano una permanenza media molto accorciata, indice di un forte ricambio della clientela nelle strutture ricettive.

Infatti, se la scorsa estate vedeva in media una permanenza di 5/6 notti, i risultati evidenziano una media di 4 notti per i soggiorni dei turisti italiani e di 3 per quelli stranieri.

A trattenere maggiormente la clientela le strutture nelle destinazioni turistiche del nord est che dichiarano 4,5 notti per gli italiani e 4,1 per gli stranieri. Nel sud e nelle isole, invece, la clientela straniera si ferma in media solo 2 notti.

Permanenza media della clientela (n.° notti)			
	Italiani	Stranieri	Media Totale
AREA			
nord ovest	3,9	3,1	3,5
nord est	4,5	4,1	4,3
centro	3,1	2,8	2,9
sud e isole	3,5	1,9	2,7
Totale Italia	3,8	2,9	3,3

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Solo in Trentino Alto Adige ed in Friuli V.G. gli operatori riescono a vendere pacchetti di 5 notti ai clienti sia italiani che stranieri, mentre l'ospitalità in Lombardia ed in Emilia Romagna vede soggiorni di 4 notti.

In Umbria, dove il cliente straniero soggiorna per quasi 4 notti quello italiano resta solo per il week-end, contrariamente a quanto accade in Calabria ed in Sardegna dove l'italiano si ferma 4/5 notti mentre la clientela internazionale riparte dopo 2 notti.

Permanenza media della clientela (n.° notti)			
REGIONE	Italiani	Stranieri	Media Totale
Piemonte	4,9	3,2	4,1
Valle d'Aosta	3,6	3,0	3,3
Lombardia	4,5	3,7	4,1
Trentino	5,2	5,2	5,2
Alto Adige	5,3	5,3	5,3
Veneto	4,1	3,3	3,7
Friuli	5,4	4,2	4,8
Liguria	2,3	2,3	2,3
Emilia Romagna	4,0	3,5	3,8
Toscana	3,1	3,2	3,1
Umbria	2,1	3,7	2,9
Marche	3,7	1,9	2,8
Lazio	3,1	2,2	2,7
Abruzzo	3,9	1,1	2,5
Molise	3,3	1,0	2,1
Campania	2,6	2,4	2,5
Puglia	3,3	1,8	2,5
Basilicata	3,0	1,1	2,1
Calabria	4,0	1,6	2,8
Sicilia	3,4	2,6	3,0
Sardegna	4,5	2,1	3,3
Totale Italia	3,8	2,9	3,3

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Soggiorni brevi, dunque, per la clientela di questa estate, ma fanno eccezione i soggiorni termali e montani degli italiani la cui permanenza media supera la settimana alle terme e si attesta sulle 6 notti in montagna.

Solo i turisti stranieri che scelgono la vacanza nel verde all'insegna della natura soggiornano in media 5,2 notti mentre in città e al mare rimangono solo per il week-end.

Permanenza media della clientela (n.° notti)			
PRODOTTO	Italiani	Stranieri	Media Totale
città	2,2	2,1	2,2
montagna	5,8	4,3	5,0
terme	7,4	4,2	5,8
lago	2,9	4,1	3,5
mare	3,6	2,4	3,0
campagna	2,8	5,2	4,0
Totale Italia	3,8	2,9	3,3

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

I soggiorni più prolungati degli italiani sono quelli nei villaggi turistici (5 notti) e nei campeggi (4,7 notti) mentre quelli degli stranieri negli agriturismi (4,8 notti).

Permanenza media della clientela (n.° notti)			
TIPO	Italiani	Stranieri	Media Totale
hotel	3,7	2,7	3,2
2 stelle	3,6	2,5	3,1
3 stelle	3,7	2,7	3,2
4 stelle	4,0	3,3	3,6
5 stelle	4,0	3,7	3,8
villaggio	5,0	3,3	4,2
agriturismo	2,9	4,8	3,9
campeggio	4,7	4,1	4,4
Totale Italia	3,8	2,9	3,3

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

A sostegno dell'importanza del ricorso ai canali dell'intermediazione da parte degli operatori del ricettivo, il dato relativo all'occupazione realizzata da parte di quelle strutture che offrono parte della loro offerta ai tour operators nazionali e internazionali.

Infatti, da maggio a luglio l'occupazione/prenotazioni realizzate risulta più alta per coloro che fanno ricorso ai circuiti agenziali.

Nel mese di agosto, però, lo spazio per il turismo individuale non organizzato è talmente elevato da far sì che l'intermediazione non incida sull'occupazione delle camere.

Confronto occupazione delle camere nelle strutture che ricorrono/non ricorrono ai canali dell'intermediazione

	% occupazione maggio	% occupazione giugno	% prenotazioni luglio	% prenotazioni agosto
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	44,2	45,9	51,6	58,3
Strutture che <u>non</u> ricorrono al circuito dell'intermediazione	33,8	35,7	48,6	59,5

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

A seguito di quanto premesso, il dato relativo alla quota di clientela proveniente dai canali di intermediazione pesa in questo periodo per il 18,2% della domanda, per il 25,2% nel centro Italia.

Quota di turisti organizzati

	% turisti organizzati
AREA	
nord ovest	12,2
nord est	15,9
centro	25,2
sud e isole	18,3
Totale Italia	18,2

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Sono le strutture presenti nel Lazio, in Sicilia e in Toscana quelle dove il ricorso all'intermediazione ha portato le quote maggiori di clientela "organizzata". Sopra la media, a seguire, il Veneto, l'Umbria, la Sardegna e la Puglia.

Quota di turisti organizzati

	% turisti organizzati
REGIONE	
Lazio	29,6
Sicilia	28,2
Toscana	27,3
Veneto	24,0
Umbria	23,0
Sardegna	20,0
Puglia	19,8
Friuli	17,2
Campania	17,2
Trentino	17,1
Marche	16,1
Calabria	14,2
Piemonte	14,1
Emilia Romagna	13,3
Lombardia	12,5
Liguria	12,3
Abruzzo	8,9
Alto Adige	8,8
Molise	7,5
Basilicata	7,1
Valle d'Aosta	6,5

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Coerentemente con le destinazioni, i prodotti turistici dove i circuiti agenziali spostano maggiore clientela sono il turismo culturale delle città d'arte (in media 27,9% di clientela), il turismo lacuale e quello verde (22,1%).

Quota di turisti organizzati

	% turisti organizzati
PRODOTTO	
città	27,9
montagna	9,5
terme	13,8
lago	22,1
mare	16,5
campagna	22,1

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Come la scorsa estate, anche se con quote lievemente inferiori, sono i villaggi turistici e gli agriturismi le strutture del ricettivo che ricorrendo maggiormente ai canali di intermediazione dei viaggi mostrano quote di clientela "organizzata" più elevate, rispettivamente il 34% ed il 20,5%.

Quota di turisti organizzati

	% turisti organizzati
TIPO	
hotel	18,4
2 stelle	12,8
3 stelle	20,5
4 stelle	25,4
5 stelle	45,0
villaggio	34,0
agriturismo	20,5
campeggio	5,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

L'ondata dei fedelissimi mostra un andamento in crescita: contro il 36,5% della clientela della scorsa estate, quella del 2004 vede tornare nelle stesse strutture il 50,1% dei clienti. Solo nel centro Italia tale quota è più bassa (43,1%) e con un più forte ricambio della clientela turistica.

Quota di turisti fedeli alla struttura	
	% clientela abituale
AREA	
nord ovest	52,3
nord est	53,4
centro	43,1
sud e isole	51,0
Totale Italia	50,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, giugno 2004

In Friuli, e a distanza, in Abruzzo e in Alto Adige le quote più alte di clientela abituale, tutte con oltre il 58% di turisti fedeli alla struttura. Stessa spiaggia, stesso mare anche per la domanda turistica in Calabria, Basilicata e Sardegna (oltre il 56%).

Inversamente proporzionale alla quota di turismo internazionale, le regioni dove è maggiore la componente straniera, specialmente Umbria e Trentino, ospitano le quote più basse di turismo abituale.

Quota di turisti fedeli alla struttura	
	% clientela abituale
REGIONE	
Friuli	63,0
Abruzzo	58,7
Alto Adige	58,0
Calabria	57,5
Basilicata	56,7
Sardegna	56,5
Lombardia	55,4
Molise	55,0
Emilia Romagna	54,2
Valle d'Aosta	53,8
Piemonte	53,1
Veneto	51,6
Marche	49,5
Puglia	48,1
Campania	46,7
Liguria	46,5
Toscana	44,2
Sicilia	43,6
Lazio	43,5
Trentino	41,4
Umbria	30,7

Fonte: rilevazione diretta Isnat, giugno 2004

Clientela abituale soprattutto alle terme (65,8%), in montagna (58%) e nelle località balneari (52,3%) mentre nelle località del turismo verde e negli agriturismi risulta solo il 32-35%.

Quota di turisti fedeli alla struttura	
	% clientela abituale
PRODOTTO	
città	39,1
montagna	58,0
terme	65,8
lago	45,8
mare	52,8
campagna	32,1

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Fedeli soprattutto al campeggio (59%), al villaggio turistico (55%) ma anche all'hotel (50,2%), specie se di categoria medio bassa.

Quota di turisti fedeli alla struttura	
	% clientela abituale
TIPO	
hotel	50,2
2 stelle	52,9
3 stelle	49,0
4 stelle	46,6
5 stelle	43,3
villaggio	55,0
agriturismo	35,2
campeggio	59,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Più basso della scorsa estate, invece, il dato relativo all'e-tourism: solo il 22,9% della clientela ha prenotato tramite Internet o e-mail contro il 28,2% dell'estate 2003.

In realtà il dato si avvicina maggiormente ai comportamenti della domanda rivolta al centro ed è anche più basso nel sud (11,7%), mentre nel nord est (32,4%) e nel nord ovest (28,9%) il popolo degli *Internauti* è molto più consistente che nella media nazionale. Oltre il 40% di teleprenotazioni in Alto Adige (47,1%) ed in Friuli

Quota di turisti prenotati via Internet/e-mail

	% turisti Internet
AREA	
nord ovest	28,9
nord est	32,4
centro	22,2
sud e isole	11,7
Totale Italia	22,9

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Quota di turisti prenotati via Internet/e-mail

	% turisti Internet
REGIONE	
Alto Adige	47,1
Friuli	40,0
Liguria	36,8
Veneto	33,1
Lombardia	30,6
Toscana	29,5
Trentino	27,5
Valle d'Aosta	26,3
Emilia Romagna	23,4
Lazio	23,4
Piemonte	18,2
Campania	14,8
Sicilia	14,0
Sardegna	13,1
Umbria	12,7
Puglia	12,3
Marche	10,5
Molise	10,0
Abruzzo	7,3
Calabria	6,9
Basilicata	3,6

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Sono le strutture che compongono l'offerta di turismo lacuale, montano e culturale quelle dove è maggiore la quota di clientela e-tourism.

Quota di turisti prenotati via Internet/e-mail

	% turisti Internet
PRODOTTO	
città	27,3
montagna	31,9
terme	11,0
lago	39,3
mare	17,5
campagna	11,1

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

In termini di tipologia di struttura ricettiva, la clientela che prenota via Internet/e-mail è più elevata nei campeggi (29%) e negli hotel (23,2% - ma crescente al crescere della categoria).

Quota di turisti prenotati via Internet/e-mail	
TIPO	% turisti Internet
hotel	23,2
2 stelle	19,5
3 stelle	24,1
4 stelle	29,7
5 stelle	36,7
villaggio	20,0
agriturismo	10,5
campeggio	29,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

3. I DATI DELLA TENDENZA

La tendenza crescente dell'occupazione si evidenzia anche in una solida stabilità dei flussi rispetto allo scorso anno ed in una diminuzione della quota di operatori che dichiara ancora un calo dei flussi turistici nazionali e internazionali.

Il mercato italiano, stabile nel 66,8% delle strutture ricettive, è in ripresa nel 13,3% mentre ristagna secondo il 19,9% degli operatori.

Rispetto al 2003, è aumentata la quota di operatori che segnalano la stabilità dei flussi e cala sia la quota di operatori che lamentano una diminuzione dei flussi sia la percentuale media di diminuzione (dal -21,5% al -14,1%).

Il mercato internazionale si è stabilizzato per il 69,7% degli operatori, riprende nel 9,6% delle strutture e diminuisce ancora nel 20,7%.

Rispetto al 2003 è cresciuta la stabilità ed è diminuita sia la quota di operatori che segnalano un calo dei turisti internazionali sia la percentuale media di diminuzione (dal -21,2% al -16,6%).

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno Confronto estate 2004/estate 2003

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Totale estate 2004	13,3	66,8	19,9	9,6	69,7	20,7
% media di variazione rilevata 2004	10,8		-14,1	11,7		-16,6
Totale estate 2003	18,7	54,0	27,3	11,7	50,2	38,1
% media di variazione rilevata 2003	15,7		-21,5	14,5		-21,2

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Si può pertanto concludere che per i 2/3 degli operatori del ricettivo si sia arrestato il recupero dalle congiunture sfavorevoli e si ricominci a valutare gli incrementi turistici (tra il 10% e l'11%) come nuova domanda, nazionale e internazionale.

Isole felici del panorama turistico italiano dell'estate 2004 le destinazioni del sud e delle isole dove a fronte del 71% di stabilità della domanda italiana si riscontra solo il 16,6% di situazioni in

controtendenza. Lo stesso vale in maggior misura rispetto alla domanda internazionale stabile nell'81,7% delle strutture e in calo solo nel 10,7%. Il centro soffre ancora di una diminuzione della clientela internazionale mentre nel nord est si risente la diminuzione della clientela italiana.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

AREA	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
nord ovest	12,3	67,1	20,5	13,2	61,8	25,0
nord est	11,2	63,6	25,2	8,5	66,7	24,8
centro	17,9	64,3	17,9	11,7	60,4	27,9
sud e isole	12,4	71,0	16,6	7,7	81,7	10,7
Totale Italia	13,3	66,8	19,9	9,6	69,7	20,7

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Sul mercato nazionale le regioni dove si assiste ad una crescita dei flussi sono in particolar modo le Marche e la Basilicata, con una forte stabilità in Friuli ed in Alto Adige. Regioni dove si risente del calo dei movimenti nazionali l'Emilia Romagna (in calo nel 44% delle strutture) e la Valle d'Aosta (in calo nel 42,9%).

I flussi internazionali si rivelano in crescita in Piemonte e stabili in Abruzzo e Molise. Risultano invece ancora in difficoltà le strutture umbre e liguri dove oltre il 40% degli operatori segnalano ancora diminuzioni.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

REGIONE	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Piemonte	5,6	77,8	16,7	23,5	52,9	23,5
Valle d'Aosta	0,0	57,1	42,9	16,7	83,3	0,0
Lombardia	14,3	71,4	14,3	8,0	72,0	20,0
Trentino	0,0	73,3	26,7	13,3	66,7	20,0
Alto Adige	13,3	80,0	6,7	3,4	82,8	13,8
Veneto	10,5	68,4	21,1	16,2	64,9	18,9
Friuli	10,0	90,0	0,0	0,0	80,0	20,0
Liguria	20,0	55,0	25,0	10,0	50,0	40,0
Emilia Romagna	14,0	42,0	44,0	6,0	56,0	38,0
Toscana	8,5	66,0	25,5	15,2	50,0	34,8
Umbria	0,0	80,0	20,0	0,0	46,7	53,3
Marche	50,0	45,0	5,0	5,0	80,0	15,0
Lazio	20,0	66,7	13,3	16,7	70,0	13,3
Abruzzo	0,0	73,3	26,7	0,0	100,0	0,0
Molise	0,0	75,0	25,0	0,0	100,0	0,0
Campania	20,0	76,7	3,3	6,7	86,7	6,7
Puglia	14,0	69,8	16,3	16,3	76,7	7,0
Basilicata	44,4	55,6	0,0	0,0	88,9	11,1
Calabria	5,0	75,0	20,0	5,0	75,0	20,0
Sicilia	8,0	72,0	20,0	12,0	64,0	24,0
Sardegna	8,7	65,2	26,1	0,0	91,3	8,7
Totale Italia	13,3	66,8	19,9	9,6	69,7	20,7

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Ragionando in termini di aree/prodotto, sono fortemente stabili i flussi nazionali nelle località di montagna e del turismo verde mentre nelle città d'arte e ai laghi si rilevano ancora forti fluttuazioni, con quote di operatori che dichiarano il recupero maggiori però di quelle relative alle diminuzioni.

Il settore dove l'andamento risulta maggiormente negativo è quello termale.

Il turismo internazionale mostra un andamento stabile in montagna ed al mare mentre oscilla verso il negativo in campagna e nelle città d'arte.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

PRODOTTO	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
città	21,4	58,3	20,4	15,7	53,9	30,4
montagna	6,0	81,9	12,0	6,6	85,5	7,9
terme	22,2	38,9	38,9	5,9	64,7	29,4
lago	14,8	70,4	14,8	17,9	53,6	28,6
mare	12,6	65,6	21,9	6,5	75,7	17,8
campagna	0,0	84,2	15,8	21,1	42,1	36,8
Totale Italia	13,3	66,8	19,9	9,6	69,7	20,7

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

L'andamento del mercato estivo risulta stabile al 100% nei villaggi turistici, mentre negli agriturismi alla stabilità del mercato italiano non corrisponde quella dei mercati internazionali che risultano in diminuzione in un terzo delle strutture.

Gli hotel sembrano assestarsi verso il mercato nazionale e internazionale, specie rispetto all'estate 2003 quando gli operatori che lamentavano una diminuzione dei flussi oscillava dal 30% al 40%, oggi scesa al 21%..

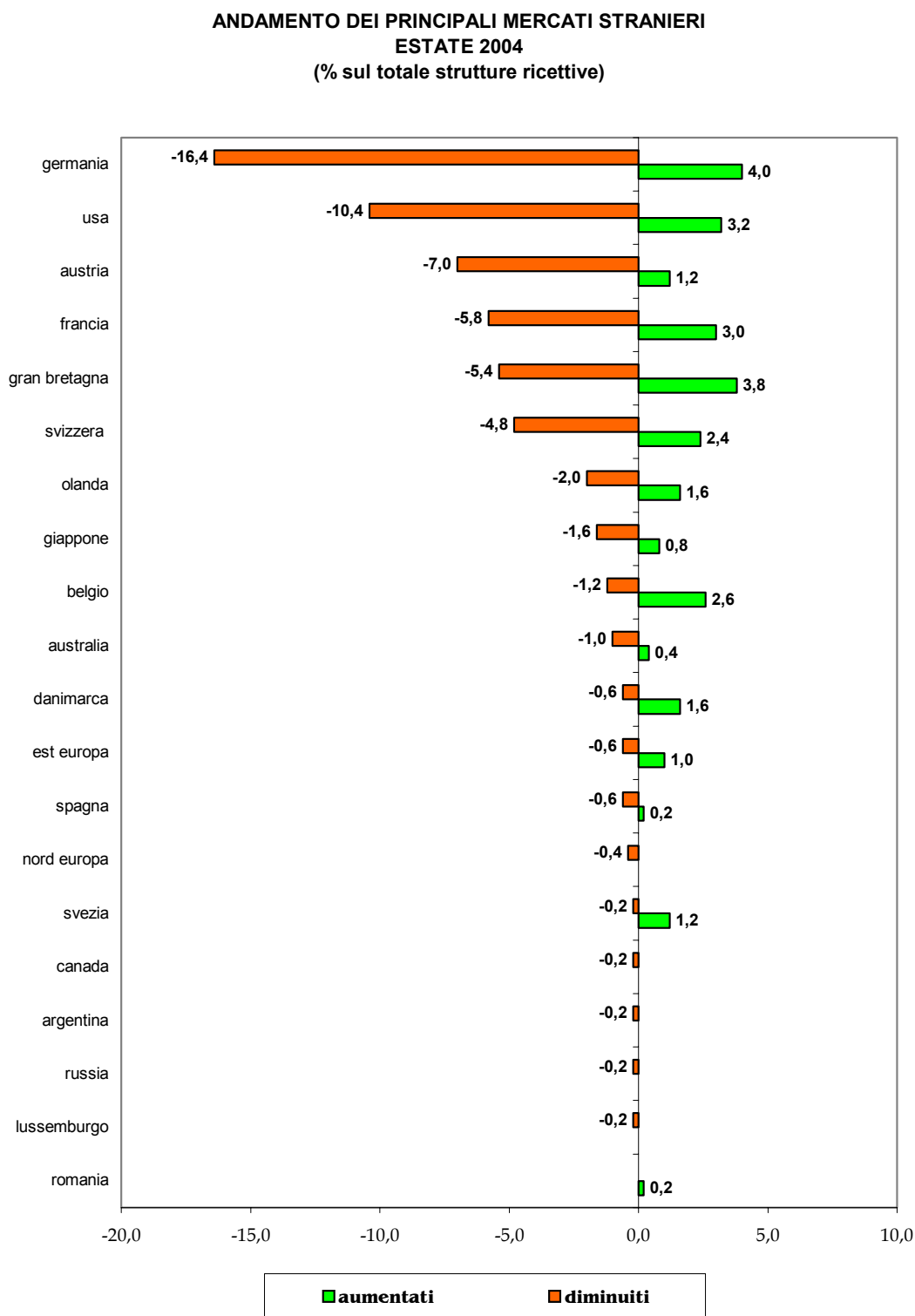
Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

TIPO	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
hotel	14,5	64,5	21,0	9,3	69,7	21,1
2 stelle	13,1	65,9	21,0	9,3	67,4	23,3
3 stelle	14,3	63,1	22,7	7,6	72,6	19,8
4 stelle	18,3	65,0	16,7	13,3	66,7	20,0
5 stelle	33,3	66,7	0,0	33,3	66,7	0,0
villaggio	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
agriturismo	0,0	85,7	14,3	19,0	47,6	33,3
campeggio	8,3	79,2	12,5	11,5	76,9	11,5
Totale Italia	13,3	66,8	19,9	9,6	69,7	20,7

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

4. L'ANDAMENTO DEI MERCATI INTERNAZIONALI

Le difficoltà rilevate anche per l'estate 2004 relativamente alla domanda internazionale riguardano prevalentemente il mercato tedesco e quello americano, e in parte anche quello austriaco.

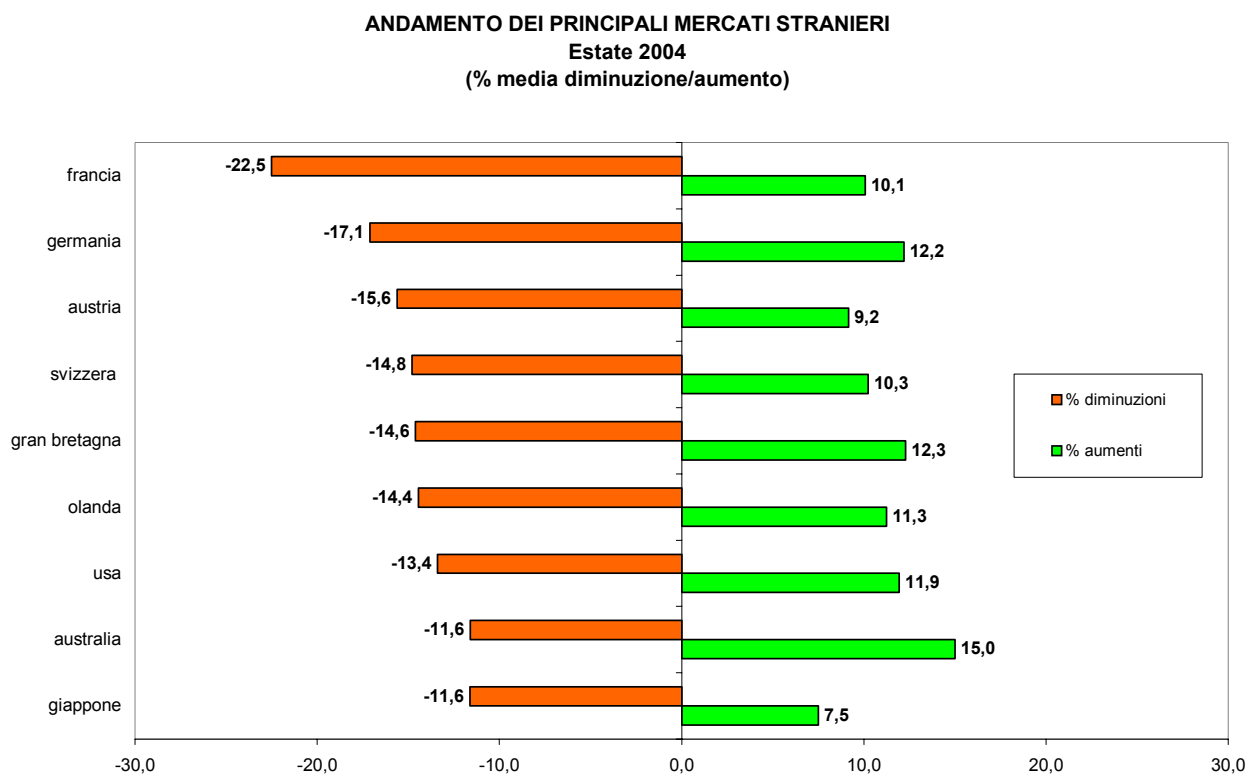


Fonte: rilevazione diretta Isnat, giugno 2004

Sono questi tre mercati quelli che in questa stagione mantengono ancora delle variazioni negative considerevoli mentre tutti gli altri mercati come quello francese, britannico o svizzero mostrano tendenze di aumento che riescono a bilanciare in gran parte le tendenze negative.

A saldo positivo, invece, gli andamenti dei turisti dal Belgio dalla Danimarca dalla Svezia e dall'est Europa.

Dei 3 mercati su cui si rileva la più diffusa preoccupazione le variazioni negative raggiungono in media il -17% dei turisti tedeschi, il -13,4% di quelli americani ed il - 15,6% degli austriaci.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Appare interessante verificare in quali aree si rilevano le variazioni identificate ⁽²⁾ nei principali mercati internazionali, a saldo degli andamenti:

- il mercato tedesco risulta in calo nel nord est e nel centro, mentre recupera nel nord ovest;
- la domanda americana che diminuisce nel centro e nel sud e isole aumenta invece nel nord-est;
- il mercato austriaco scende nel centro e nel nord est mentre cresce nel sud e nelle isole;
- i turisti dal Belgio aumentano nel centro e nel sud mentre diminuiscono nel nord est;
- crescono i flussi dalla Danimarca nel sud e nelle isole a scapito delle destinazioni del nord est.

Area dove sono aumentati i mercati stranieri

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
usa	12,5	37,5	37,5	12,5	100,0
austria	0,0	33,3	33,3	33,3	100,0
australia	50,0	0,0	50,0	0,0	100,0
belgio	15,4	7,7	38,5	38,5	100,0
danimarca	0,0	12,5	12,5	75,0	100,0
francia	33,3	33,3	26,7	6,7	100,0
germania	35,0	40,0	10,0	15,0	100,0
gran bretagna	21,1	15,8	31,6	31,6	100,0
olanda	25,0	25,0	25,0	25,0	100,0
romania	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
spagna	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
svezia	0,0	16,7	16,7	66,7	100,0
svizzera	0,0	25,0	33,3	41,7	100,0
est europa	40,0	60,0	0,0	0,0	100,0
giappone	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

²) alcuni mercati possono risultare in aumento ed in diminuzione nelle stesse aree perché sono operatori diversi a dichiararne un andamento differente

Area dove sono diminuiti i mercati stranieri

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
usa	13,5	15,4	42,3	28,8	100,0
austria	8,6	40,0	37,1	14,3	100,0
australia	60,0	0,0	40,0	0,0	100,0
belgio	16,7	66,7	0,0	16,7	100,0
danimarca	0,0	66,7	33,3	0,0	100,0
francia	24,1	48,3	17,2	10,3	100,0
germania	11,0	36,6	30,5	22,0	100,0
gran bretagna	14,8	51,9	25,9	7,4	100,0
olanda	10,0	20,0	60,0	10,0	100,0
spagna	33,3	0,0	0,0	66,7	100,0
svezia	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
svizzera	20,8	41,7	8,3	29,2	100,0
est europa	33,3	0,0	33,3	33,3	100,0
giappone	12,5	37,5	50,0	0,0	100,0
lussemburgo	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
nord europa	50,0	0,0	50,0	0,0	100,0
russia	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
argentina	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
canada	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

I prodotti turistici preferiti per questa estate vedono

- il mercato americano riprendere quota nelle città d'arte a scapito delle destinazioni balneari;
- i tedeschi tornare nelle destinazioni dei laghi e della montagna (mentre non recuperano le località balneari e le città);
- la domanda austriaca diminuire in montagna, alle terme ed in campagna ma crescere seppur lievemente al mare, nelle città ed al lago;
- i flussi dal Belgio scoprire le città d'arte italiane e le località del turismo verde;
- aumentare i turisti svedesi nelle nostre città d'arte.

Aree/prodotto dove sono aumentati i mercati stranieri

	città	montagna	terme	lago	mare	campagna	Totale
usa	56,3	6,3	6,3	6,3	18,8	6,3	100,0
austria	33,3	0,0	0,0	16,7	50,0	0,0	100,0
australia	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	100,0
belgio	15,4	0,0	0,0	15,4	46,2	23,1	100,0
danimarca	37,5	0,0	0,0	0,0	62,5	0,0	100,0
francia	33,3	26,7	6,7	13,3	13,3	6,7	100,0
germania	20,0	25,0	0,0	20,0	30,0	5,0	100,0
gran bretagna	31,6	0,0	0,0	10,5	42,1	15,8	100,0
olanda	12,5	37,5	0,0	12,5	25,0	12,5	100,0
romania	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
spagna	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
svezia	33,3	0,0	0,0	16,7	50,0	0,0	100,0
svizzera	16,7	8,3	8,3	0,0	50,0	16,7	100,0
est europa	60,0	20,0	0,0	0,0	20,0	0,0	100,0
giappone	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Aree/prodotto dove sono diminuiti i mercati stranieri

	città	montagna	terme	lago	mare	campagna	Totale
usa	46,2	3,8	0,0	0,0	40,4	9,6	100,0
austria	20,0	2,9	5,7	14,3	45,7	11,4	100,0
australia	20,0	0,0	0,0	0,0	80,0	0,0	100,0
belgio	0,0	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0	100,0
danimarca	33,3	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0	100,0
francia	34,5	6,9	6,9	10,3	41,4	0,0	100,0
germania	22,0	7,3	6,1	9,8	46,3	8,5	100,0
gran bretagna	40,7	14,8	7,4	7,4	25,9	3,7	100,0
olanda	50,0	20,0	0,0	0,0	20,0	10,0	100,0
spagna	66,7	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	100,0
svezia	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
svizzera	8,3	4,2	4,2	16,7	66,7	0,0	100,0
est europa	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0	100,0
giappone	75,0	0,0	0,0	0,0	12,5	12,5	100,0
lussemburgo	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
nord europa	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
russia	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
argentina	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
canada	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Nella scelta della tipologia di alloggio e nella destinazione

- negli agriturismi aumenta la domanda internazionale proveniente dal Belgio (in Sicilia ed in Toscana), dalla Gran Bretagna e dall'Olanda (entrambe in Puglia) mentre diminuiscono gli austriaci ed i giapponesi (in Emilia Romagna);
- nei campeggi a fronte di un calo di turisti danesi aumentano quelli provenienti dall'Olanda e dalla Germania (in Veneto);

- negli hotel, crescono i mercati long haul (Usa e Giappone), i turisti danesi e romeni (in Emilia Romagna) mentre diminuiscono dal Belgio, dall'Olanda e dalla Svizzera.

Tipologia di struttura dove sono aumentati i mercati stranieri

	hotel	2 stelle	3 stelle	4 stelle	5 stelle	villaggio	agriturismo	campeggio	Totale
usa	93,8	60,0	20,0	13,3	6,7	0,0	6,3	0,0	100,0
austria	83,3	0,0	60,0	40,0	0,0	0,0	0,0	16,7	100,0
australia	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
belgio	76,9	20,0	50,0	30,0	0,0	0,0	23,1	0,0	100,0
danimarca	100,0	25,0	37,5	37,5	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
francia	80,0	58,3	33,3	8,3	0,0	0,0	6,7	13,3	100,0
germania	80,0	43,8	25,0	25,0	6,3	0,0	5,0	15,0	100,0
gran bretagna	84,2	50,0	37,5	6,3	6,3	0,0	15,8	0,0	100,0
olanda	50,0	25,0	50,0	25,0	0,0	0,0	12,5	37,5	100,0
romania	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
spagna	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
svezia	100,0	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
svizzera	83,3	30,0	40,0	30,0	0,0	0,0	16,7	0,0	100,0
est europa	100,0	60,0	20,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
giappone	100,0	50,0	25,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Tipologia di struttura dove sono diminuiti i mercati stranieri

	hotel	2 stelle	3 stelle	4 stelle	5 stelle	villaggio	agriturismo	campeggio	Totale
usa	90,4	42,6	40,4	17,0	0,0	0,0	9,6	0,0	100,0
austria	85,7	53,3	36,7	10,0	0,0	0,0	11,4	2,9	100,0
australia	100,0	40,0	40,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
belgio	100,0	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
danimarca	66,7	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	100,0
francia	100,0	41,4	41,4	17,2	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
germania	87,8	47,2	40,3	12,5	0,0	0,0	8,5	3,7	100,0
gran bretagna	92,6	36,0	48,0	16,0	0,0	0,0	3,7	3,7	100,0
olanda	70,0	42,9	57,1	0,0	0,0	0,0	10,0	20,0	100,0
spagna	100,0	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
svezia	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
svizzera	95,8	43,5	47,8	8,7	0,0	0,0	0,0	4,2	100,0
est europa	100,0	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
giappone	87,5	14,3	57,1	28,6	0,0	0,0	12,5	0,0	100,0
lussemburgo	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
nord europa	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
russia	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
argentina	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
canada	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

Regioni dove sono aumentati i mercati stranieri

	Piemonte	Valle d'Aosta	Lombardia	Trentino	Alto Adige	Veneto	Friuli	Liguria	Emilia Romagna	Toscana	Umbria	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Basilicata	Calabria	Sicilia	Sardegna	Totale Italia
usa	6,3	0,0	0,0	6,3	0,0	12,5	0,0	6,3	18,8	25,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
austria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	16,7	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	16,7	0,0	100,0
australia	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
belgio	0,0	0,0	15,4	0,0	0,0	7,7	0,0	0,0	0,0	15,4	0,0	7,7	15,4	0,0	0,0	7,7	7,7	0,0	0,0	23,1	0,0	100,0
danimarca	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	25,0	25,0	0,0	0,0	25,0	0,0	100,0
francia	13,3	6,7	6,7	0,0	0,0	26,7	0,0	6,7	6,7	26,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
germania	15,0	5,0	5,0	10,0	5,0	20,0	0,0	10,0	5,0	0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	5,0	0,0	100,0
gran bretagna	10,5	0,0	5,3	5,3	0,0	5,3	0,0	5,3	5,3	21,1	0,0	0,0	10,5	0,0	0,0	5,3	21,1	0,0	0,0	5,3	0,0	100,0
olanda	12,5	12,5	0,0	12,5	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
romania	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
spagna	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
svezia	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
svizzera	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3	8,3	0,0	0,0	8,3	16,7	0,0	8,3	8,3	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	8,3	0,0	100,0
est europa	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	0,0	20,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
giappone	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0

Regioni dove sono diminuiti i mercati stranieri

	Piemonte	Valle d'Aosta	Lombardia	Trentino	Alto Adige	Veneto	Friuli	Liguria	Emilia Romagna	Toscana	Umbria	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Basilicata	Calabria	Sicilia	Sardegna
usa	1,9	0,0	1,9	0,0	3,8	1,9	0,0	9,6	9,6	21,2	11,5	3,8	5,8	0,0	0,0	1,9	5,8	1,9	7,7	7,7	3,8
austria	2,9	0,0	2,9	5,7	2,9	8,6	5,7	2,9	17,1	8,6	14,3	5,7	8,6	0,0	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	8,6	2,9
australia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	60,0	0,0	40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
belgio	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
danimarca	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
francia	3,4	0,0	10,3	3,4	3,4	6,9	0,0	10,3	34,5	17,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	6,9	0,0
germania	3,7	0,0	3,7	3,7	4,9	6,1	2,4	3,7	19,5	12,2	9,8	3,7	4,9	0,0	0,0	1,2	3,7	1,2	6,1	7,3	2,4
gran bretagna	3,7	0,0	3,7	7,4	7,4	11,1	3,7	7,4	22,2	22,2	3,7	0,0	0,0	0,0	0,0	7,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
olanda	10,0	0,0	0,0	0,0	10,0	10,0	0,0	0,0	0,0	40,0	0,0	10,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0
spagna	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0
svezia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
svizzera	4,2	0,0	8,3	4,2	4,2	12,5	0,0	8,3	20,8	4,2	0,0	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2	4,2	12,5	4,2	4,2
est europa	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0
giappone	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	25,0	12,5	25,0	0,0	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
lussemburgo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
nord europa	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
russia	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
argentina	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
canada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2004

5. LA SCACCHIERA DEI PRODOTTI DELL'ESTATE 2004

L'andamento del periodo estivo si spiega nei risultati di occupazione per prodotto nelle specifiche destinazioni regionali.

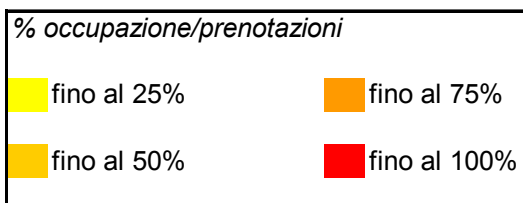
Per una più facile e immediata lettura dei risultati si è scelto di misurare le quote di occupazione/prenotazioni ⁽³⁾ accorpando i dati in 4 fasce:

- 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 OCRA
- alta occupazione: fino al 75% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore ARANCIO
- piena occupazione: fino al 100% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore ROSSO.

³) occupazione per i mesi di febbraio e marzo, prenotazioni per Pasqua, aprile e maggio

LA SCACCHIERA DEI PRODOTTI DELL'ESTATE 2004

Regioni	maggio					giugno					luglio					agosto									
	Città d'arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	Città d'arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	Città d'arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	Città d'arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	
Piemonte	Orange	Yellow	Orange				Orange	Yellow	Orange				Orange	Yellow	Orange				Yellow	Orange	Orange				
Valle d'Aosta		Yellow						Yellow						Yellow						Orange					
Lombardia	Orange			Orange			Orange	Yellow		Orange			Yellow	Orange		Orange				Orange		Orange			
Trentino				Orange				Yellow		Orange				Orange		Orange						Orange			
Alto Adige		Yellow						Yellow					Orange							Orange					
Veneto	Red	Yellow		Orange			Orange	Yellow		Orange			Orange	Orange		Orange				Orange	Red	Orange		Orange	Orange
Friuli		Yellow						Yellow		Orange				Orange		Orange					Orange				Orange
Liguria																									Orange
Emilia Romagna	Orange		Yellow				Orange						Orange		Yellow					Orange		Yellow			Orange
Toscana	Orange		Yellow				Orange						Orange		Orange					Orange		Orange			Orange
Umbria	Orange						Orange						Orange		Orange					Orange					Orange
Marche	Orange				Yellow		Orange						Orange		Orange					Orange					Orange
Lazio	Orange		Yellow				Orange						Orange		Yellow					Orange		Yellow			Orange
Abruzzo e Molise		Yellow						Yellow						Orange						Orange					Orange
Campania	Orange						Orange						Orange		Orange					Orange		Orange			Orange
Puglia	Orange						Orange						Orange		Orange					Orange					Orange
Basilicata	Orange						Orange						Orange		Orange					Orange					Orange
Calabria					Yellow																				Orange
Sicilia	Orange						Orange						Orange		Orange					Orange					Red
Sardegna	Orange						Orange						Orange		Orange					Orange					Orange



Dai dati sull'occupazione delle camere nei singoli mesi estivi si rileva come ogni area di prodotto manifesti specifici andamenti:

Città d'arte: nel mese di *maggio* le località del Veneto sono le uniche a raggiungere la piena occupazione, mentre a distanza, seguono quelle del Piemonte e dell'Emilia Romagna, quelle del centro Italia, della Campania e della Sicilia tutte con un'occupazione media superiore al 50%; in Puglia, Basilicata e Lombardia i centri culturali occupano in media tra il 25% ed il 50% delle camere; lo stesso andamento prosegue nel mese di giugno quando anche il Veneto si assesta su un'occupazione del 75%; nelle prenotazioni per *luglio e agosto* i livelli di occupazione scendono lievemente un po' in tutte le città, ma rimangono occupate al 75% le mete culturali del Veneto, della Toscana, delle Marche, del Lazio, della Puglia e della Sicilia.

Montagna: l'occupazione delle località montane nel mese di *maggio* si attesta sul 25% della capacità ricettiva tranne che nelle mete friulane ed alto atesine dove si raggiunge il 50%; a *giugno* sale il livello di occupazione (al 50%) ma rimangono indietro le mete valdostane, lombarde e alto atesine; le prenotazioni per *luglio* mostrano una crescita visibile di occupazione (fino al 75%) in Alto Adige, Veneto e Friuli mentre le altre confermano un'occupazione pari al 50% delle camere; ad *agosto* la montagna italiana lascia prevedere un'ottima performance con tutte le mete al 75% di occupazione ed addirittura il tutto occupato nel Veneto.

Terme: nei mesi di *maggio e giugno* le terme italiane si assestano su un livello di occupazione pari al 50% dato che si conferma anche nelle prenotazioni per *luglio e agosto* quando le terme toscane raggiungono anche il 75% di occupazione delle camere.

Lago: un buon andamento stagionale si rileva anche nelle destinazioni lacuali con una riuscita nei mesi di *maggio e giugno* del 75% di occupazione (eccetto le località venete che a maggio non superano il 50%); le prenotazioni per *luglio e agosto* confermano l'andamento di un'occupazione pari ai 2/3 delle camere (escluso in Trentino per il mese di luglio).

Mare: il turismo balneare ingrana la marcia che porta ad un andamento crescente da maggio ad agosto nell'occupazione degli esercizi; a *maggio*, ad eccezione delle località marchigiane, calabresi, abruzzesi e molisane, tutte le altre mete balneari hanno occupato la metà delle camere, con un trend in aumento sul mese di *giugno* quando in Campania ed in Sicilia si raggiunge il 75% di occupazione; le prenotazioni per il mese di *luglio* lasciano intravedere un alto livello di occupazione per le località di mare con una minima di occupazione pari al 50% in Emilia Romagna e Toscana, Lazio, Abruzzo e Molise, Puglia e Calabria e tutte le altre al 75%; le prenotazioni di *agosto* portano il 75% di occupazione delle camere e addirittura la piena occupazione in Basilicata e Sicilia. Solo le destinazioni dell'Emilia Romagna e del Lazio restano un po' indietro con il 50% di prenotazioni effettuate.

Campagna: anche il turismo verde in questa stagione mostra una tendenza crescente verso i mesi di punta dell'estate con una occupazione nei mesi di *maggio e giugno* pari al 50% che raggiunge il 75% nelle prenotazioni per *luglio ed agosto*.

CONCLUSIONI

La tendenza per la stagione in corso segnala finalmente un inizio di quel recupero che già nei primi mesi dell'anno si attendeva per il turismo italiano:

- le prenotazioni per i mesi di punta dell'estate 2004 (58,6% delle camere per il mese di agosto) mostrano un'occupazione sicuramente migliore di quanto ottenuto lo scorso anno (a giugno 2003 si rilevava solo il 51%);
- questa tendenza verso i migliori livelli di occupazione riguarda tutte le aree geografiche italiane e tutti i prodotti, con valori lievemente minori solo le città d'arte e le terme che comunque rispetto all'estate 2003 hanno già ottenuto una quota maggiore di prenotazioni;
- ottime le performances dei villaggi turistici ed in misura minore dei campeggi e degli agriturismi, ma anche l'hotellerie beneficia dell'onda di recupero con prenotazioni al 57% per il mese di agosto (contro il 49,2% rilevato lo scorso giugno 2003).

I movimenti turistici dell'estate vedranno i primi recuperi sui mercati internazionali con una quota media di clientela straniera pari al 33%, che raggiunge il 38,9% nelle destinazioni del centro Italia. Si tratta di una lieve variazione positiva rispetto al 2003 ma, unita ad una tendenza di aumento dei flussi, lascia intravedere concreti ritorni.

Sembra, infatti, ormai finito il trend di diminuzione della clientela nelle strutture ricettive a fronte di una sostanziale stabilità (nel 68% delle strutture) e di significativi aumenti (nell'11,5%). Ma soprattutto, anche laddove si segnalano ancora tendenze negative frenano le percentuali di calo.

La problematica sui mercati stranieri appare specialmente circoscritta al mercato tedesco, che risulta ancora in calo nel nord est e nel centro, ma che recupera nelle destinazioni del nord ovest.

Il mercato statunitense, seppur ancora in diminuzione nel 10% delle strutture italiane, sembra concentrare gli effetti negativi nelle località balneari mentre ritorna nelle nostre città d'arte.

Gli andamenti migliori suggeriscono eccellenti risultati per l'estate 2004 nelle destinazioni di montagna (specie in Veneto) ed in quelle balneari, dalle più classiche come quelle in Sicilia alle nuove stelle marine della Basilicata.

NOTA METODOLOGICA

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

Le interviste, seguendo la distribuzione delle imprese turistiche ricettive attive in Italia, considerata l'apertura stagionale, sono state così ripartite:

Ripartizione geografica (%)

Ripartizione	%
nord ovest	14,8
nord est	29,0
centro	22,4
sud e isole	33,8
Italia	100,0

Nel rispetto della presenza delle singole tipologie di impresa turistica ricettiva sul territorio nazionale, si è provveduto a ripartire le interviste anche secondo la seguente distribuzione per tipologia:

Tipologia della struttura ricettiva (%)

Ripartizione	%
albergo	88,6
<i>2 stelle</i>	39,7
<i>3 stelle</i>	46,0
<i>4 stelle</i>	13,5
<i>5 stelle</i>	0,7
villaggio	2,0
agriturismo	4,2
campeggio	5,2
Totale	100,0

La rilevazione è stata terminata il 21 giugno 2004, in modo da poter cogliere in tempo reale l'andamento effettivo della stagione e le prenotazioni per l'estate.