

Unioncamere
Unione Italiana
delle Camere di Commercio
Industria Artigianato
e Agricoltura

OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

“ESTATE 2004: VACANZE FUORI STAGIONE”

3° Rapporto

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

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

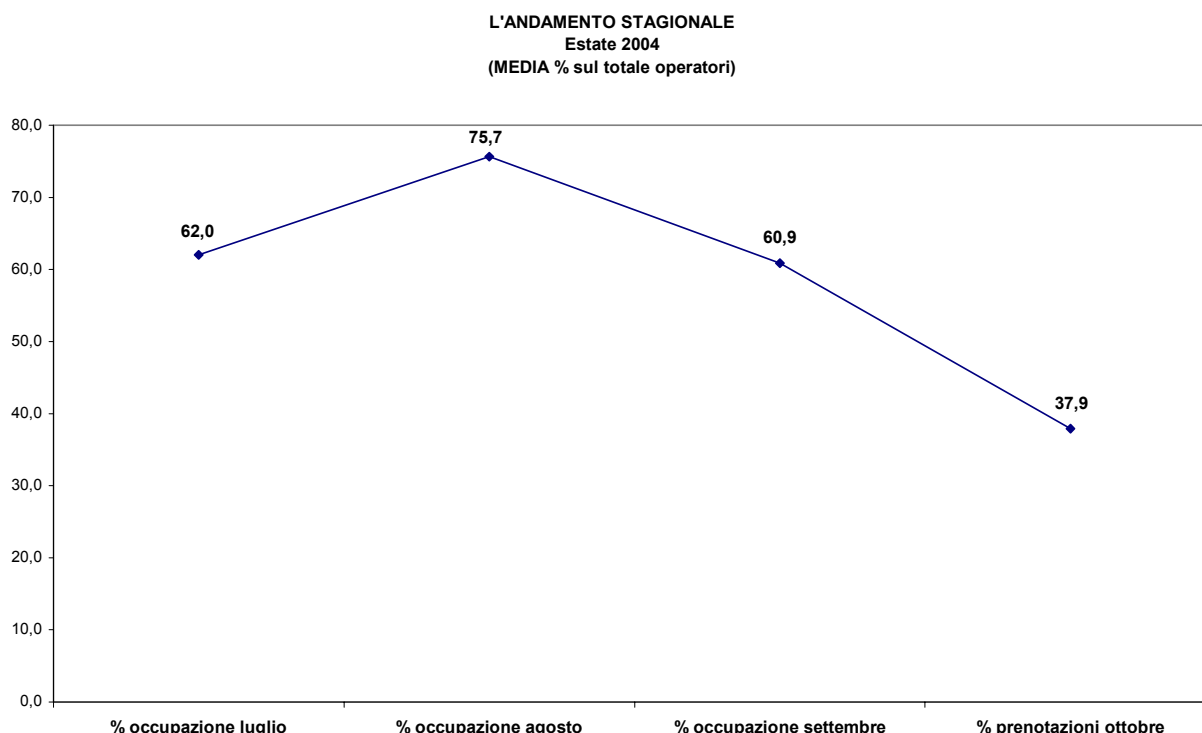
Roma ottobre 2004

SOMMARIO

| | |
|---|----|
| 1. L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE | 3 |
| 2. IL TURISTA DELL'ESTATE 2004..... | 9 |
| 3. I DATI DELLA TENDENZA..... | 23 |
| 4. L'ANDAMENTO DEI MERCATI INTERNAZIONALI..... | 26 |
| 5. LA SCACCHIERA DEI PRODOTTI DELLA STAGIONE..... | 31 |
| CONCLUSIONI..... | 35 |
| NOTA METODOLOGICA..... | 37 |

1. L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE

A consuntivo dell'estate 2004, la rilevazione presso le strutture ricettive nelle destinazioni leader del turismo italiano, indica un'occupazione che partendo da una media nazionale del 62% di camere occupate nel mese di luglio, raggiunge nel mese di agosto il 75,7% e si mantiene al 60,9% nel mese di settembre. Più basse risultano, invece, le prenotazioni rilevate (¹) per il mese di ottobre quando risulta riservato il 37,9% delle camere.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Rispetto all'estate del 2003, i dati mostrano una percentuale di occupazione inferiore nei mesi di luglio (-3,2%) e di agosto (-3,5%) mentre nel mese di settembre si rilevano risultati positivi con il +7,9% di camere occupate.

Occupazione camere luglio-settembre e prenotazioni ottobre, confronto 2003-2004

| | % occupazione luglio | % occupazione agosto | % occupazione settembre | % occupazione media estiva |
|-------------|----------------------|----------------------|-------------------------|----------------------------|
| Estate 2004 | 62,0 | 75,7 | 60,9 | 66,2 |
| Estate 2003 | 65,2 | 79,2 | 53,0 | 65,8 |

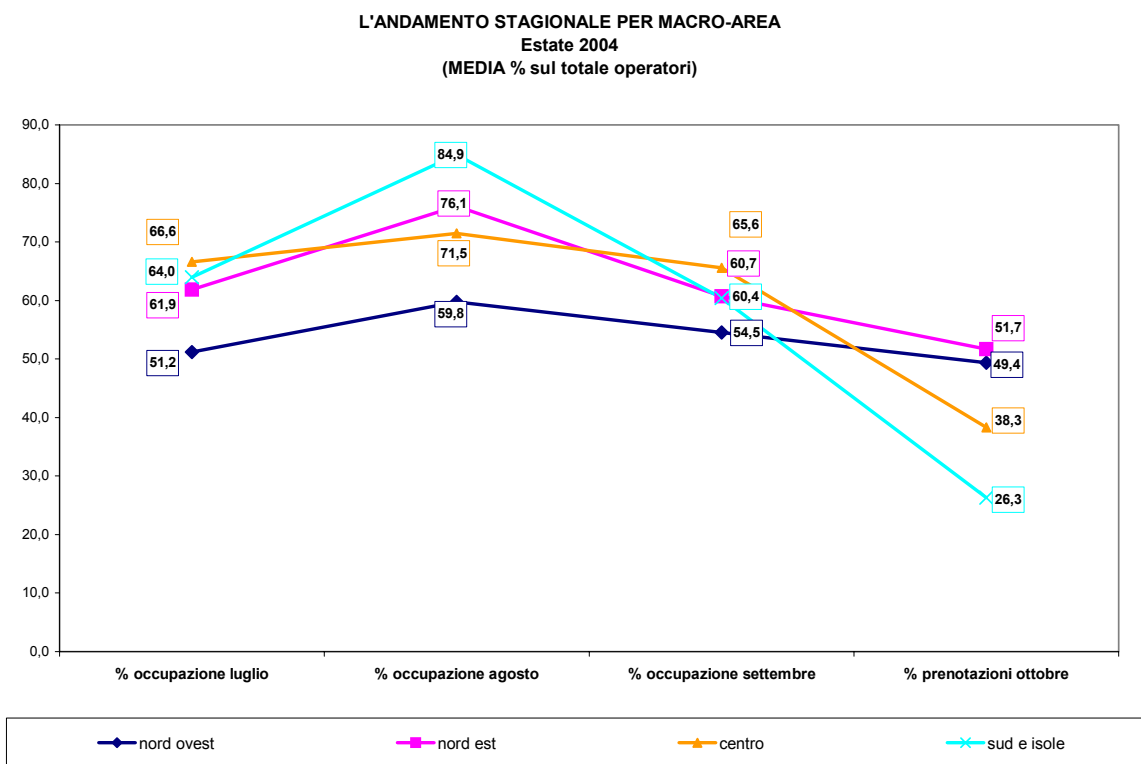
Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

¹) la rilevazione è terminata il 30 settembre, pertanto sono da considerarsi dati di occupazione quelli relativi ai mesi da luglio a settembre mentre si tratta di prenotazioni relativamente al mese di ottobre

In questa stagione estiva tali risultati suggeriscono le seguenti tendenze:

- *vacanze last minute*: considerando che a fine giugno si rilevava per il mese di luglio il 50,9% di prenotazioni, un risultato di occupazione del 62% mostra una quota di last minute del 10-11%;
- *cambiamenti in termini di destinazione*: la diminuzione delle presenze nelle strutture ricettive nel mese di luglio rispetto al 2003 appare dovuto anche alle cattive condizioni climatiche. Il maltempo ha colpito in special modo il nord Italia ed ha portato alla disdetta di molte prenotazioni da parte della clientela verso altre destinazioni;
- *livellamento delle presenze nei mesi estivi*: il miglior andamento dell'occupazione nel mese di settembre indica una destagionalizzazione del mercato e una conseguente diminuzione dei picchi di occupazione nelle settimane centrali di agosto.

Nel complesso, però, nonostante non si siano raggiunti risultati di crescita nei mesi di luglio e di agosto, la percentuale media di occupazione nei tre mesi della stagione estiva passa dal 65,8% del 2003 al 66,2% nel 2004. Tale crescita non si traduce però automaticamente in risultato economico data la differenziazione delle tariffe per il periodo di alta e altissima stagione.



Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Anche analizzando i dati di occupazione per macro-aree si evince come a pesare particolarmente sull'andamento negativo dell'occupazione dei mesi di luglio e agosto sono i risultati ottenuti nel nord ovest, mentre nelle destinazioni del centro Italia l'occupazione risulta in crescita durante tutta l'estate.

Come risulta dal confronto che segue, infatti, nel mese di agosto ad eccezione delle destinazioni del centro Italia si rileva un calo generalizzato che assume però particolare rilievo solo per le destinazioni del nord ovest (-12,9%).

Il mese di settembre, al contrario, come già anticipato, vede un aumento delle presenze in tutte le destinazioni di punta del turismo italiano.

Occupazione camere luglio-settembre, confronto 2003-2004

| AREA | % occupazione luglio | | | % occupazione agosto | | | % occupazione settembre | | |
|-------------|----------------------|------|---|----------------------|------|---|-------------------------|------|---|
| | 2003 | 2004 | | 2003 | 2004 | | 2003 | 2004 | |
| nord ovest | 55,3 | 51,2 | ↓ | 72,7 | 59,8 | ↓ | 50,2 | 54,5 | ↑ |
| nord est | 60,8 | 61,9 | ↑ | 79,1 | 76,1 | ↓ | 54,6 | 60,7 | ↑ |
| centro | 64,7 | 66,6 | ↑ | 71,3 | 71,5 | ↑ | 51,2 | 65,6 | ↑ |
| sud e isole | 73,6 | 64,0 | ↓ | 87,3 | 84,9 | ↓ | 54,0 | 60,4 | ↑ |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

L'andamento dei prodotti turistici in questa stagione indica a consuntivo

per il mese di luglio

- una diminuzione di occupazione nelle destinazioni del turismo verde (68,1% contro il 77,6% del 2003) ed in quelle balneari (65,7% contro il 71,6%);
- un lieve calo nelle località di montagna (52,3% contro il 55,5% del 2003) e lacuali (57,8% contro il 62,6%);
- una maggiore occupazione nelle città d'arte (64,5% contro il 62,9% del 2003) e nelle località termali (48,3% contro il 44,4%).

per il mese di agosto

- un calo di occupazione nelle destinazioni montane (69,8%) che lo scorso anno avevano registrato l'84,3% ed in quelle del turismo rurale (77,7%) che nel 2003 avevano in media l'87,6%;
- una lieve diminuzione nelle destinazioni balneari, lacuali e termali;

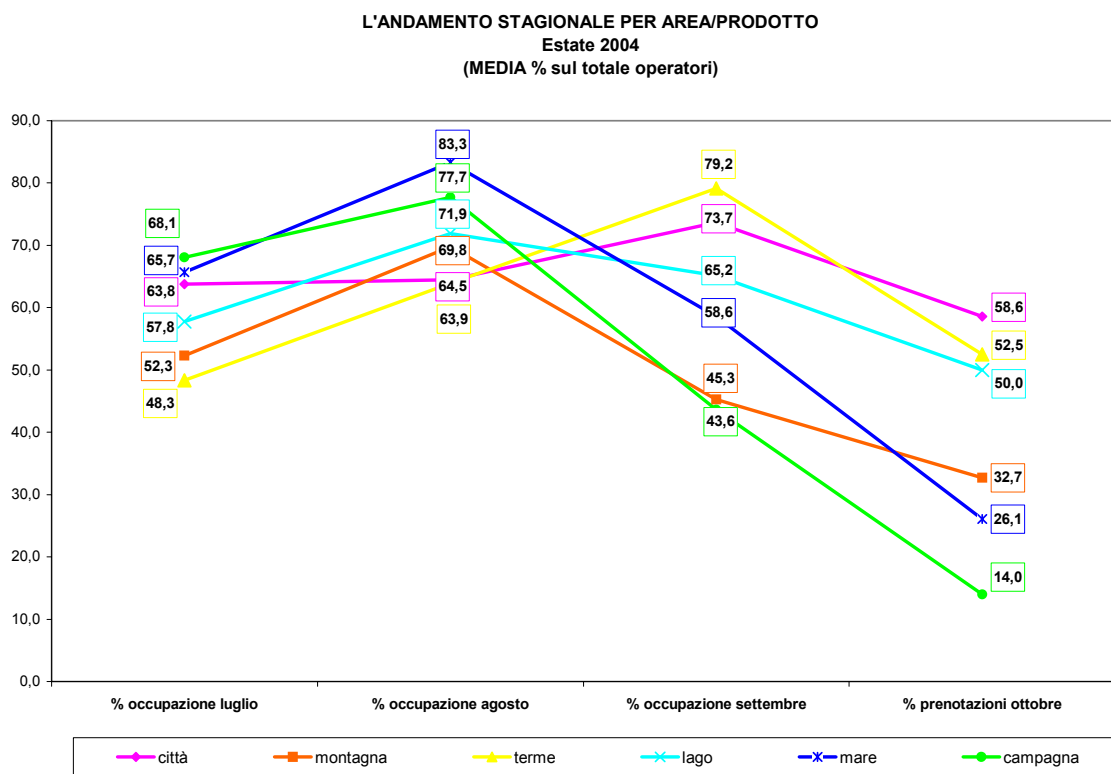
- una crescita di occupazione nelle città d'arte che con il 64,5% di occupazione superano il risultato del 2003 del 62,9%.

per il mese di settembre

- una crescita generalizzata in tutte le aree prodotta con una particolare riuscita delle località termali che ottengono in media il 79,2% di occupazione.

Le prenotazioni per il mese di ottobre indicano una buona tenuta di occupazione nelle città d'arte (58,6%), nelle terme (52,5%) ed ai laghi (50%), anche per la stagionalità turistica di questi prodotti.

Al contrario risulta inferiore al 50% l'occupazione nelle strutture delle destinazioni montane (32,7%), balneari (26,1%) e rurali (14,0%).



Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Nel complesso della stagione estiva, la regione che ha avuto costantemente buoni tassi di occupazione durante i mesi è il Veneto. Nel confronto regionale, comunque, l'andamento segnala come

- nel mese di luglio i migliori risultati sono stati ottenuti nel Lazio, nel Veneto e nelle Marche;
- nel mese di agosto, quando ad eccezione del nord ovest si registrano buone performances, le quote più alte si rilevano specialmente in Molise ed in Sardegna, ma anche in Puglia, Veneto, Calabria, Sicilia, Campania e Alto Adige;
- a settembre sono la Campania, il Veneto, il Lazio e la Sicilia le destinazioni dove si supera il 70% di occupazione;
- infine, per ottobre le prenotazioni indicano già una quota del 77% di camere riservate in Veneto, del 56,4% in Piemonte e del 51,4% in Lombardia.

Occupazione camere luglio-settembre e prenotazioni ottobre 2004

| REGIONE | % occupazione luglio | % occupazione agosto | % occupazione settembre | % prenotazioni ottobre |
|----------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Piemonte | 45,3 | 40,3 | 45,9 | 56,4 |
| Valle d'Aosta | 35,0 | 47,5 | 28,6 | 27,3 |
| Lombardia | 47,9 | 62,5 | 60,0 | 51,4 |
| Trentino | 50,3 | 67,6 | 55,8 | 48,3 |
| Alto Adige | 60,9 | 80,7 | 50,7 | 42,7 |
| Veneto | 72,6 | 85,3 | 74,6 | 77,1 |
| Friuli | 61,0 | 78,5 | 53,8 | 30,0 |
| Liguria | 67,6 | 78,7 | 65,0 | 47,0 |
| Emilia Romagna | 58,9 | 69,1 | 62,2 | 48,1 |
| Toscana | 65,0 | 72,6 | 67,9 | 45,0 |
| Umbria | 54,1 | 58,9 | 58,8 | 31,2 |
| Marche | 70,6 | 75,1 | 55,4 | 17,1 |
| Lazio | 72,8 | 73,7 | 71,5 | 41,9 |
| Abruzzo | 64,7 | 78,0 | 58,9 | 8,3 |
| Molise | 57,5 | 95,0 | 51,3 | 27,5 |
| Campania | 69,0 | 82,1 | 75,4 | 42,9 |
| Puglia | 58,6 | 85,7 | 50,6 | 15,5 |
| Basilicata | 66,1 | 79,1 | 49,3 | 18,9 |
| Calabria | 56,7 | 85,1 | 51,6 | 20,4 |
| Sicilia | 69,8 | 84,5 | 71,4 | 35,7 |
| Sardegna | 67,7 | 92,4 | 60,9 | 24,3 |
| Totale Italia | 62,0 | 75,7 | 60,9 | 37,9 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Nei mesi di luglio e agosto i tassi più elevati di occupazione si sono registrati nei villaggi turistici e negli agriturismi, mentre le vacanze del mese di settembre privilegiano l'occupazione alberghiera.

Occupazione camere luglio-settembre e prenotazioni ottobre 2004

| TIPO | % occupazione luglio | % occupazione agosto | % occupazione settembre | % prenotazioni ottobre |
|-------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| hotel | 62,4 | 75,6 | 63,3 | 40,1 |
| 2 stelle | 54,9 | 72,3 | 39,9 | 26,7 |
| 3 stelle | 63,1 | 76,6 | 64,6 | 41,4 |
| 4 stelle | 67,9 | 75,6 | 70,8 | 51,9 |
| 5 stelle | 77,5 | 67,5 | 65,0 | 60,0 |
| villaggio | 68,1 | 85,9 | 45,0 | 17,6 |
| agriturismo | 64,1 | 79,0 | 44,8 | 13,8 |
| campeggio | 51,1 | 69,4 | 35,0 | 21,3 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Il ricorso ai canali dell'intermediazione per la commercializzazione delle strutture ricettive si conferma una logica vincente: ad eccezione del mese di agosto quando grazie ai grandi flussi non si rilevano differenze di occupazione tra le strutture che ricorrono o meno alla commercializzazione, affidarsi ai T.O. e B.O. incrementa sensibilmente i tassi di occupazione durante il resto del periodo estivo.

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

| | % occupazione luglio | % occupazione agosto | % occupazione settembre | % prenotazioni ottobre |
|---|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione | 63,1 | 75,6 | 63,5 | 42,6 |
| Strutture che <u>non</u> ricorrono al circuito dell'intermediazione | 58,2 | 75,7 | 52,2 | 21,5 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

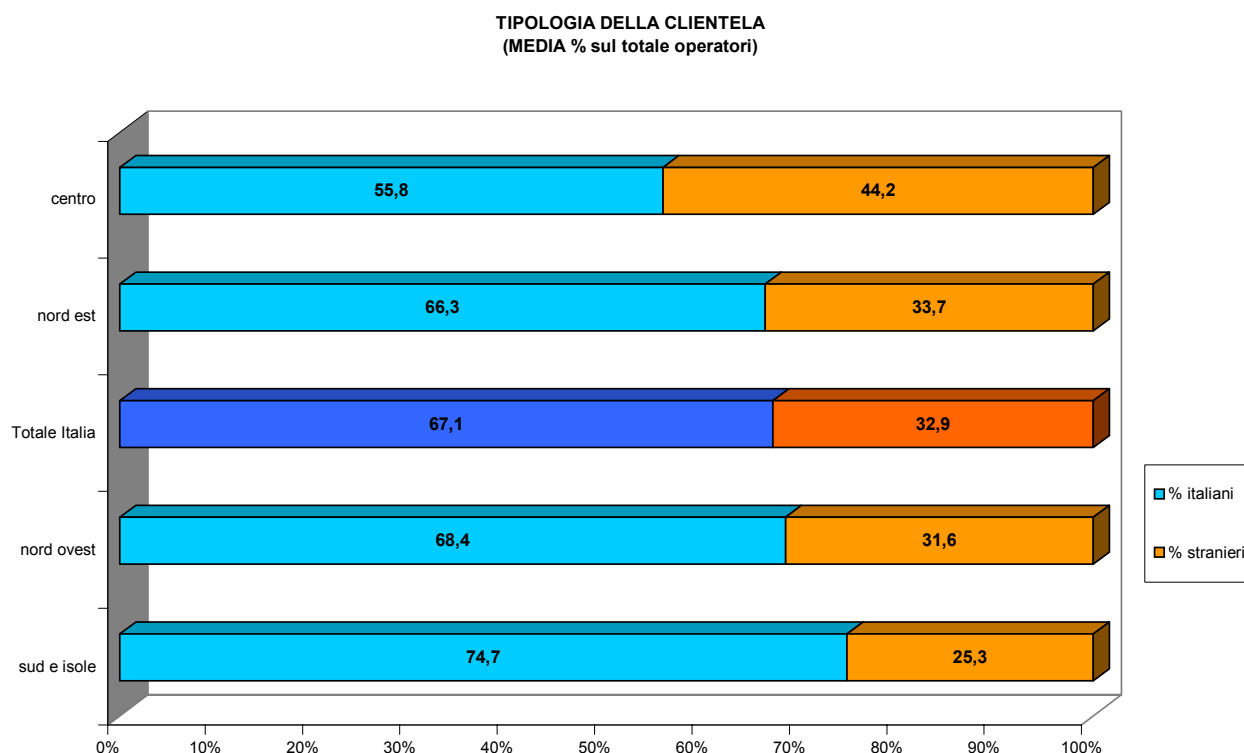
Se nell'estate del 2003 la quota di strutture ricettive che avevano dichiarato il ricorso all'intermediazione era pari al 57,9%, durante l'estate 2004 tale dato è salito al 77,6%, ad indicare la necessità degli operatori di non poter più restare in balia del turismo individuale spontaneo, troppo influenzato da eventi esogeni.

2. IL TURISTA DELL'ESTATE 2004

Durante questa stagione estiva, la presenza di turismo straniero evidenzia una maggiore concentrazione nelle destinazioni del centro (44,2% della clientela) e del nord-est (33,7%).

Rispetto al dato relativo all'estate 2003 quando la quota di clienti stranieri era pari al 33,7%, si rileva una lieve diminuzione con una media del 32,9% di turisti stranieri nelle strutture ricettive.

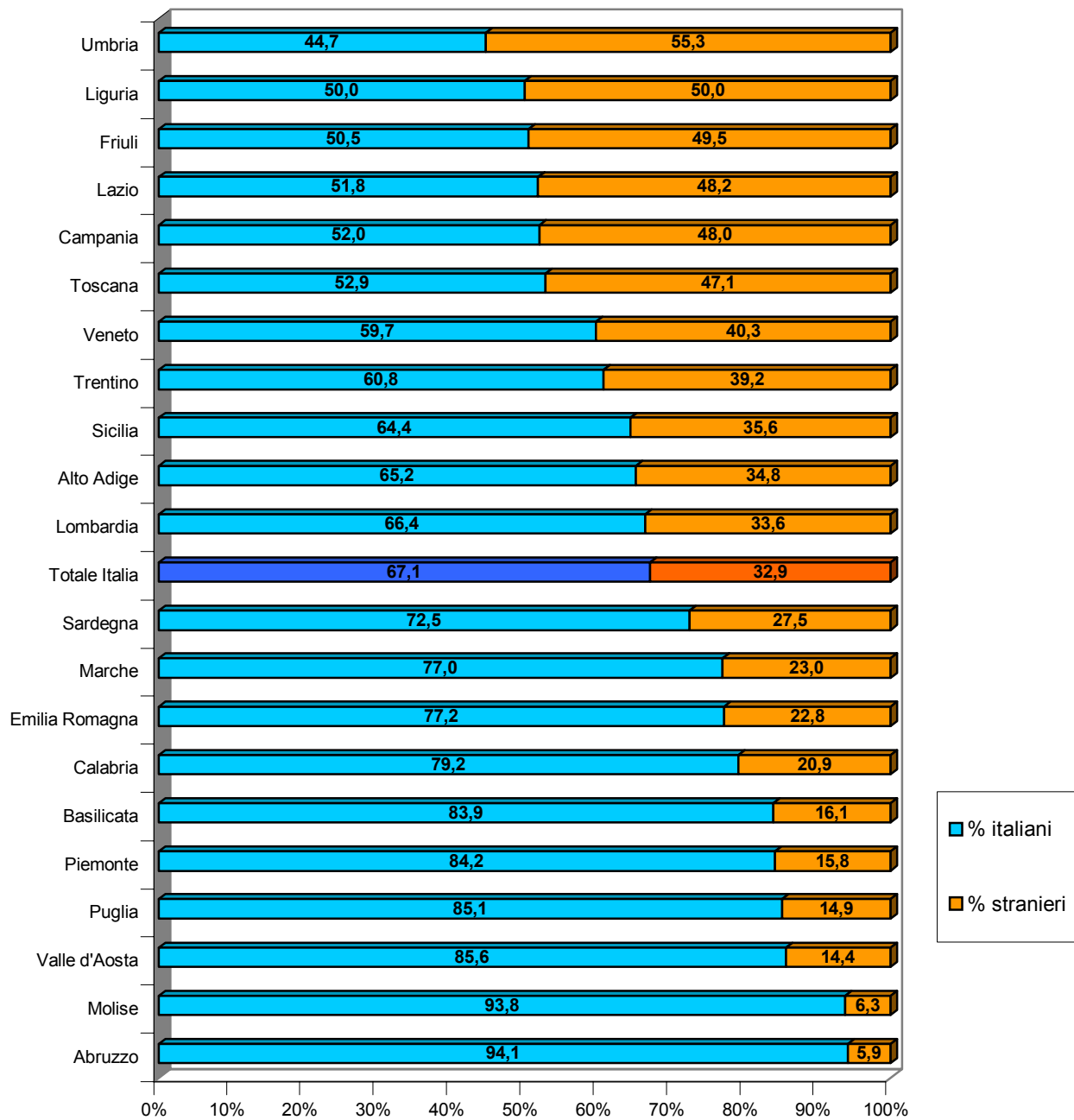
Ad eccezione delle strutture ricettive del centro Italia, dove tale quota risulta cresciuta (dal 38,8% del 2003 e al 44,2% nel 2004), il leggero decremento della presenza straniera si evince in tutto il resto d'Italia.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Sono in particolare le destinazioni della Sicilia, della Lombardia e dell'Emilia Romagna quelle dove la scorsa estate si rilevavano quote sostanzialmente più consistenti di turismo internazionale rispetto a questa estate. Al contrario, sono oggi quelle dell'Umbria, della Liguria, del Friuli e del Lazio a sostenere le maggiori quote di turismo straniero, in crescita rispetto al 2003.

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



Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

In questa estate 2004, comunque, sono le località del turismo rurale, quelle lacuali e ovviamente le città d'arte, le aree/prodotto dove si evince la concentrazione maggiore di turisti internazionali.

Provenienza della clientela

| PRODOTTO | % italiani | % stranieri | Totale |
|----------|------------|-------------|--------|
| città | 53,4 | 46,6 | 100,0 |
| montagna | 77,9 | 22,1 | 100,0 |
| terme | 86,5 | 13,5 | 100,0 |
| lago | 50,9 | 49,1 | 100,0 |
| mare | 72,2 | 27,8 | 100,0 |
| campagna | 33,7 | 66,3 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Come lo scorso anno, però, le tipologie ricettive scelte maggiormente dal turismo internazionale risultano anche per questa estate gli agriturismi e gli hotel di categoria più elevata, mentre gli italiani preferiscono gli hotel a 2-3 stelle, i villaggi ed i campeggi.

Provenienza della clientela

| TIPO | % italiani | % stranieri | Totale |
|-------------|------------|-------------|--------|
| hotel | 67,8 | 32,2 | 100,0 |
| 2 stelle | 71,9 | 28,1 | 100,0 |
| 3 stelle | 67,5 | 32,5 | 100,0 |
| 4 stelle | 56,6 | 43,4 | 100,0 |
| 5 stelle | 52,5 | 47,5 | 100,0 |
| villaggio | 75,0 | 25,0 | 100,0 |
| agriturismo | 42,7 | 57,3 | 100,0 |
| campeggio | 72,4 | 27,6 | 100,0 |

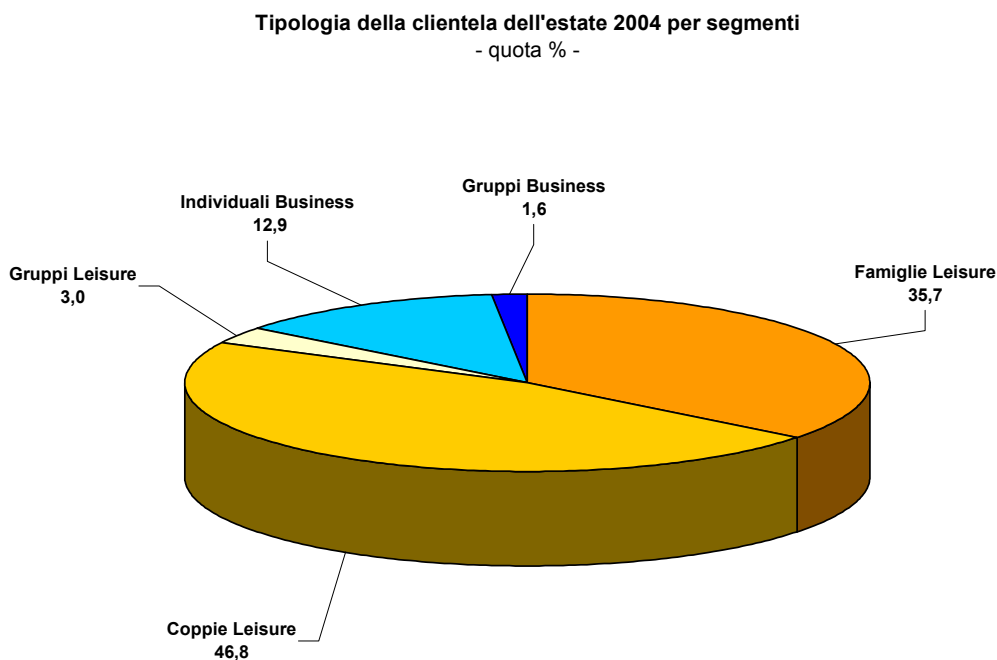
Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Le complesse congiunture in atto rendono sempre più necessario comprendere le caratteristiche dei turisti presenti nelle nostre destinazioni, sia per programmare e pianificare al meglio l'accoglienza da parte delle strutture ricettive, sia più in generale per studiarne i trend rispetto ai prodotti offerti.

Anche se il periodo estivo può sembrare quello dove l'analisi per segmenti potrebbe risultare più scontata, appare comunque sorprendente come le nostre strutture ricettive anche durante l'estate

abbiano ospitato una quota del 14,5% di turismo d'affari, prevalentemente di tipo individuale (12,9%).

Per lo più, comunque, si è trattato di un turismo di vacanzieri in coppia (46,8%) e di famiglie (35,7%), mentre i gruppi di villeggianti in questo periodo costituiscono una quota del solo 3%.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Analizzando la distribuzione dei segmenti per macro aree non si evincono particolari differenze se non una quota più elevata di gruppi di vacanzieri in visita alle destinazioni del centro e del nostro Mezzogiorno.

Tipologia della clientela per segmenti

| AREA | Leisure | | | Business | | Totale |
|---------------|----------|--------|--------|-------------|--------|--------|
| | Famiglie | Coppie | Gruppi | Individuali | Gruppi | |
| nord ovest | 32,4 | 51,8 | 0,5 | 14,0 | 1,3 | 100,0 |
| nord est | 33,0 | 56,9 | 0,8 | 8,6 | 0,7 | 100,0 |
| centro | 37,8 | 39,0 | 5,7 | 15,1 | 2,4 | 100,0 |
| sud e isole | 37,9 | 41,3 | 4,3 | 14,6 | 2,0 | 100,0 |
| Totale Italia | 35,7 | 46,8 | 3,0 | 12,9 | 1,6 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Molto più interessanti risultano invece le peculiarità regionali:

- regioni come il Friuli, l'Abruzzo, la Calabria e le Marche si distinguono come destinazioni del turismo per le famiglie;
- al contrario, le mete della Liguria e della Campania si distinguono per la presenza di coppie di vacanzieri;
- la Basilicata e la Lombardia si caratterizzano per la presenza di businessman, il Molise e le Marche oltre che per le quote più elevate di turisti d'affari individuali anche per i gruppi.

Tipologia della clientela per segmenti

| REGIONE | Leisure | | | Business | | Totale |
|----------------|----------|--------|--------|-------------|--------|--------|
| | Famiglie | Coppie | Gruppi | Individuali | Gruppi | |
| Piemonte | 33,9 | 45,8 | 0,3 | 16,9 | 3,1 | 100,0 |
| Valle d'Aosta | 36,9 | 63,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Lombardia | 37,3 | 38,9 | 1,3 | 21,1 | 1,4 | 100,0 |
| Trentino | 46,3 | 47,4 | 0,0 | 5,8 | 0,5 | 100,0 |
| Alto Adige | 32,7 | 61,8 | 0,0 | 5,5 | 0,0 | 100,0 |
| Veneto | 34,1 | 64,0 | 0,3 | 1,7 | 0,0 | 100,0 |
| Friuli | 58,0 | 42,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Liguria | 22,3 | 70,8 | 0,0 | 7,0 | 0,0 | 100,0 |
| Emilia Romagna | 22,4 | 55,3 | 2,2 | 18,2 | 1,9 | 100,0 |
| Toscana | 28,6 | 49,5 | 3,2 | 17,0 | 1,7 | 100,0 |
| Umbria | 44,0 | 28,3 | 18,7 | 8,3 | 0,7 | 100,0 |
| Marche | 53,0 | 9,3 | 4,0 | 24,8 | 9,0 | 100,0 |
| Lazio | 39,0 | 47,7 | 4,3 | 9,0 | 0,0 | 100,0 |
| Abruzzo | 56,7 | 23,3 | 3,3 | 16,7 | 0,0 | 100,0 |
| Molise | 30,0 | 32,5 | 0,0 | 27,5 | 10,0 | 100,0 |
| Campania | 14,8 | 66,5 | 8,0 | 10,7 | 0,0 | 100,0 |
| Puglia | 45,2 | 40,1 | 3,7 | 9,8 | 1,2 | 100,0 |
| Basilicata | 25,0 | 21,7 | 0,0 | 52,8 | 0,6 | 100,0 |
| Calabria | 56,5 | 21,0 | 5,8 | 14,3 | 2,5 | 100,0 |
| Sicilia | 34,0 | 38,8 | 4,0 | 15,6 | 7,6 | 100,0 |
| Sardegna | 36,6 | 52,1 | 2,3 | 9,1 | 0,0 | 100,0 |
| Totale Italia | 35,7 | 46,8 | 3,0 | 12,9 | 1,6 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

L'analisi per aree/prodotto, indica prevalentemente la presenza di famiglie nelle destinazioni del turismo rurale, di coppie nelle mete del termale e di turisti d'affari nelle città d'arte ed ai laghi.

Tipologia della clientela per segmenti

| PRODOTTO | Leisure | | | Business | | Totale |
|---------------|----------|--------|--------|-------------|--------|--------|
| | Famiglie | Coppie | Gruppi | Individuali | Gruppi | |
| città | 20,5 | 38,5 | 4,7 | 31,8 | 4,6 | 100,0 |
| montagna | 42,0 | 54,8 | 0,7 | 2,4 | 0,0 | 100,0 |
| terme | 13,1 | 77,8 | 1,4 | 7,8 | 0,0 | 100,0 |
| lago | 42,1 | 39,7 | 1,0 | 16,4 | 0,9 | 100,0 |
| mare | 38,3 | 47,8 | 3,3 | 9,4 | 1,2 | 100,0 |
| campagna | 66,8 | 25,8 | 6,3 | 0,5 | 0,5 | 100,0 |
| Totale Italia | 35,7 | 46,8 | 3,0 | 12,9 | 1,6 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Se le famiglie in estate hanno alloggiato specialmente nei villaggi turistici e nei campeggi, le coppie hanno preferito gli hotel mentre i gruppi di turisti hanno scelto gli agriturismi e gli hotel a 4 stelle.

I turisti d'affari, ovviamente hanno alloggiato negli hotel a 3 e 4 stelle se individuali, a 4 e 5 stelle se in gruppo.

Tipologia della clientela per segmenti

| TIPO | Leisure | | | Business | | Totale |
|---------------|----------|--------|--------|-------------|--------|--------|
| | Famiglie | Coppie | Gruppi | Individuali | Gruppi | |
| hotel | 31,3 | 49,6 | 3,0 | 14,4 | 1,8 | 100,0 |
| 2 stelle | 33,3 | 51,5 | 0,7 | 12,8 | 1,8 | 100,0 |
| 3 stelle | 30,5 | 49,5 | 4,2 | 14,5 | 1,3 | 100,0 |
| 4 stelle | 27,8 | 44,9 | 5,4 | 18,2 | 3,6 | 100,0 |
| 5 stelle | 10,0 | 80,0 | 0,0 | 7,5 | 2,5 | 100,0 |
| villaggio | 78,2 | 17,3 | 4,6 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| agriturismo | 64,8 | 26,6 | 5,5 | 2,7 | 0,5 | 100,0 |
| campeggio | 71,7 | 27,8 | 0,4 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Totale Italia | 35,7 | 46,8 | 3,0 | 12,9 | 1,6 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Si conferma la tendenza all'accorciamento dei soggiorni nelle strutture ricettive: se nel 2003 la permanenza media risultava di 5,5 notti per gli italiani e di 4,7 notti per gli stranieri, questa estate mostra periodi più brevi, rispettivamente di 4,1 e 3,5 notti. Soggiorni più prolungati si rilevano però nelle destinazioni del sud e delle isole con circa 5 notti di permanenza media dei turisti.

Permanenza media della clientela (n.° notti)

| AREA | Italiani | Stranieri | Media Totale |
|---------------|----------|-----------|--------------|
| nord ovest | 3,2 | 2,2 | 2,7 |
| nord est | 3,8 | 2,4 | 3,1 |
| centro | 4,1 | 4,0 | 4,1 |
| sud e isole | 4,8 | 5,0 | 4,9 |
| Totale Italia | 4,1 | 3,5 | 3,8 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Le regioni dove i turisti italiani hanno soggiornato più a lungo sono in particolare l'Abruzzo (6,4 notti), la Sardegna (6,3) e la Calabria (5,7); per gli stranieri, invece, la Campania (5,9) e la Puglia (5,5).

Permanenza media della clientela (n.° notti)

| REGIONE | Italiani | Stranieri | Media Totale |
|----------------|----------|-----------|--------------|
| Piemonte | 3,6 | 2,1 | 2,9 |
| Valle d'Aosta | 3,9 | 2,0 | 2,9 |
| Lombardia | 3,1 | 2,3 | 2,7 |
| Trentino | 4,1 | 2,9 | 3,5 |
| Alto Adige | 4,2 | 2,8 | 3,5 |
| Veneto | 3,8 | 2,2 | 3,0 |
| Friuli | 4,6 | 2,3 | 3,5 |
| Liguria | 2,6 | 2,1 | 2,3 |
| Emilia Romagna | 3,3 | 2,1 | 2,7 |
| Toscana | 4,4 | 4,0 | 4,2 |
| Umbria | 2,9 | 4,1 | 3,5 |
| Marche | 4,3 | 4,6 | 4,4 |
| Lazio | 4,0 | 3,7 | 3,9 |
| Abruzzo | 6,4 | 4,3 | 5,3 |
| Molise | 3,8 | 2,0 | 2,9 |
| Campania | 4,0 | 5,9 | 5,0 |
| Puglia | 4,9 | 5,5 | 5,2 |
| Basilicata | 3,6 | 2,3 | 2,9 |
| Calabria | 5,7 | 5,3 | 5,5 |
| Sicilia | 3,4 | 3,9 | 3,7 |
| Sardegna | 6,3 | 5,3 | 5,8 |
| Totale Italia | 4,1 | 3,5 | 3,8 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Per i soggiorni più lunghi i turisti italiani hanno scelto le destinazioni termali (6,8 notti) e del turismo verde (5 notti) queste ultime anche mete di soggiorno prolungato per gli stranieri (6,9 notti) insieme a quelle del turismo balneare (4,2 notti).

Permanenza media della clientela (n.° notti)

| PRODOTTO | Italiani | Stranieri | Media Totale |
|---------------|----------|-----------|--------------|
| città | 2,6 | 2,6 | 2,6 |
| montagna | 4,3 | 2,5 | 3,4 |
| terme | 6,8 | 1,8 | 4,3 |
| lago | 3,2 | 2,5 | 2,9 |
| mare | 4,5 | 4,2 | 4,4 |
| campagna | 5,0 | 6,9 | 5,9 |
| Totale Italia | 4,1 | 3,5 | 3,8 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Se i villaggi turistici hanno ospitato più a lungo i turisti italiani (6,2 notti) sono invece gli agriturismi ad aver trattenuto maggiormente i vacanzieri internazionali (6,9 notti).

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

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Come già sostenuto, la capacità di affidarsi all'intermediazione nazionale ed internazionale porta indubbi vantaggi di occupazione dei posti letto. In media, questa estate, la clientela proveniente da questi accordi commerciali raggiunge una quota del 22% sul totale degli ospiti delle nostre strutture ricettive, con valori più consistenti in quelle del centro Italia (29,3%) e del sud e delle isole (29,4%).

| Quota di turisti organizzati | |
|-------------------------------------|-----------------------|
| AREA | % turisti organizzati |
| nord ovest | 13,0 |
| nord est | 14,8 |
| centro | 29,3 |
| sud e isole | 29,4 |
| Totale Italia | 22,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Sono in assoluto il Lazio e la Campania le regioni che hanno maggiormente raccolto i frutti di queste strategie, accogliendo rispettivamente il 42,7% ed il 37,4% di turisti "organizzati" nelle loro strutture.

Anche nelle isole, però, la quota di turismo intermediato appare consistente, pari cioè al 33,7% del totale della clientela.

Quota di turisti organizzati**% turisti organizzati**

| REGIONE | |
|----------------|------|
| Piemonte | 8,4 |
| Valle d'Aosta | 9,2 |
| Lombardia | 14,6 |
| Trentino | 13,6 |
| Alto Adige | 12,1 |
| Veneto | 19,1 |
| Friuli | 13,8 |
| Liguria | 15,8 |
| Emilia Romagna | 13,1 |
| Toscana | 24,8 |
| Umbria | 32,1 |
| Marche | 11,1 |
| Lazio | 42,7 |
| Abruzzo | 21,1 |
| Molise | 16,7 |
| Campania | 37,4 |
| Puglia | 26,3 |
| Basilicata | 8,9 |
| Calabria | 25,5 |
| Sicilia | 33,6 |
| Sardegna | 33,7 |
| Totale Italia | 22,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Le strutture che hanno accolto le quote più consistenti di turisti provenienti da accordi con T.O. e B.O. sono quelle dei circuiti del turismo verde e rurale (49,1%) e solo a distanza quelle nelle mete balneari e nelle città d'arte.

Quota di turisti organizzati**% turisti organizzati**

| PRODOTTO | |
|---------------|------|
| città | 24,4 |
| montagna | 10,7 |
| terme | 16,9 |
| lago | 15,0 |
| mare | 24,6 |
| campagna | 49,1 |
| Totale Italia | 22,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Si tratta più in particolare degli agriturismi (45,3%) e degli hotel a 5 stelle (40%) ancor più che dei villaggi turistici (27,6%).

| Quota di turisti organizzati | |
|-------------------------------------|------------------------------|
| | % turisti organizzati |
| TIPO | |
| hotel | 21,6 |
| 2 stelle | 18,5 |
| 3 stelle | 23,2 |
| 4 stelle | 23,2 |
| 5 stelle | 40,0 |
| villaggio | 27,6 |
| agriturismo | 45,3 |
| campeggio | 12,3 |
| Totale Italia | 22,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

In estate, comunque, le strutture italiane possono contare su una quota di turisti abituali pari al 42,7% della clientela complessiva.

| Quota di turisti fedeli alla struttura | |
|---|-----------------------------|
| | % clientela abituale |
| AREA | |
| nord ovest | 41,2 |
| nord est | 37,7 |
| centro | 47,7 |
| sud e isole | 44,4 |
| Totale Italia | 42,7 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Le quote maggiormente consistenti di clienti più “fedeli” sono quelle rilevate nelle Marche (68,4%), in Basilicata (59,4%) ed in Abruzzo (58,3%).

A seguire l’Umbria, la Valle d’Aosta e la Calabria, tutte con oltre la metà dei clienti tra quelli abituali.

Quota di turisti fedeli alla struttura**% clientela abituale**

| REGIONE | |
|----------------|------|
| Piemonte | 48,3 |
| Valle d'Aosta | 53,8 |
| Lombardia | 38,9 |
| Trentino | 40,0 |
| Alto Adige | 38,2 |
| Veneto | 41,5 |
| Friuli | 41,0 |
| Liguria | 33,0 |
| Emilia Romagna | 33,1 |
| Toscana | 37,7 |
| Umbria | 54,0 |
| Marche | 68,4 |
| Lazio | 47,1 |
| Abruzzo | 58,3 |
| Molise | 40,0 |
| Campania | 41,6 |
| Puglia | 47,7 |
| Basilicata | 59,4 |
| Calabria | 50,8 |
| Sicilia | 31,8 |
| Sardegna | 35,7 |
| Totale Italia | 42,7 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Sembra non avere più fondamento in questa estate il vecchio refrain *stessa spiaggia stesso mare*, in una logica ormai troppo competitiva tra destinazioni balneari che supera anche la fedeltà degli ospiti. Sono invece le strutture nelle terme ed in montagna quelle a cui i turisti affidano con continuità le loro vacanze.

Quota di turisti fedeli alla struttura**% clientela abituale**

| PRODOTTO | |
|---------------|------|
| città | 36,9 |
| montagna | 46,1 |
| terme | 50,3 |
| lago | 34,8 |
| mare | 44,5 |
| campagna | 41,0 |
| Totale Italia | 42,7 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Ad avere più “aficionados” i campeggi, con il 51,7% di clienti abituali, seguiti dagli agriturismi con una quota di habitués del 43,7%.

Quota di turisti fedeli alla struttura**% clientela abituale**

| TIPO | |
|---------------|------|
| hotel | 42,3 |
| 2 stelle | 45,3 |
| 3 stelle | 40,2 |
| 4 stelle | 41,1 |
| 5 stelle | 25,0 |
| villaggio | 38,4 |
| agriturismo | 43,7 |
| campeggio | 51,7 |
| Totale Italia | 42,7 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Infine, l'identikit della clientela dell'estate 2004, mostra una quota crescente di utilizzatori di Internet a scopi turistici: se nel 2003 la quota di clientela prenotata a mezzo web era pari al 23,9%, questa estate se ne conta il 25,2%.

Quota di turisti prenotati via Internet/e-mail**% turisti Internet**

| AREA | |
|---------------|------|
| nord ovest | 18,9 |
| nord est | 24,2 |
| centro | 28,5 |
| sud e isole | 27,0 |
| Totale Italia | 25,2 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

I turisti più telematici sono quelli che hanno prenotato le mete lucane (40,8%), laziali (35,9%), liguri (35,8%), campane (35%) e sarde (32,3%).

Le meno raggiunte dai "turisnauti" le mete del Molise, della Valle d'Aosta e del Piemonte.

In particolare, le quote maggiori di prenotazioni via Web riguardano le aree prodotte del turismo rurale e le città d'arte, la cui diffusa presenza di strutture sul web è motivata per la prima al fine di sopperire alle difficoltà di visibilità, per la seconda per meglio orientare l'ospite nella quantità di proposte che spesso crea confusione.

**Quota di turisti prenotati via
Internet/e-mail**

| | % turisti Internet |
|----------------|---------------------------|
| REGIONE | |
| Piemonte | 9,4 |
| Valle d'Aosta | 9,2 |
| Lombardia | 14,6 |
| Trentino | 19,7 |
| Alto Adige | 20,8 |
| Veneto | 26,4 |
| Friuli | 19,0 |
| Liguria | 35,8 |
| Emilia Romagna | 26,7 |
| Toscana | 27,0 |
| Umbria | 22,2 |
| Marche | 24,1 |
| Lazio | 35,9 |
| Abruzzo | 19,2 |
| Molise | 7,5 |
| Campania | 35,0 |
| Puglia | 20,5 |
| Basilicata | 40,8 |
| Calabria | 21,1 |
| Sicilia | 27,9 |
| Sardegna | 32,3 |

Totale Italia 25,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

**Quota di turisti prenotati via
Internet/e-mail**

| | % turisti Internet |
|----------|---------------------------|
| PRODOTTO | |
| città | 30,6 |
| montagna | 16,9 |
| terme | 27,0 |
| lago | 17,6 |
| mare | 25,8 |
| campagna | 35,5 |

Totale Italia 25,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

Coerentemente alla logica di prodotto sono gli agriturismo e gli hotel di categoria più elevata, le strutture dove si evince una quota maggiore di clientela prenotata via Web.

**Quota di turisti prenotati via
Internet/e-mail**

| | % turisti Internet |
|---------------|---------------------------|
| TIPO | |
| hotel | 25,8 |
| 2 stelle | 22,6 |
| 3 stelle | 27,5 |
| 4 stelle | 28,5 |
| 5 stelle | 35,0 |
| villaggio | 15,5 |
| agriturismo | 31,6 |
| campeggio | 11,3 |
| Totale Italia | 25,2 |

Fonte: rilevazione diretta Isnat, settembre 2004

3. I DATI DELLA TENDENZA

Come si è visto già dai dati di occupazione, l'andamento dell'estate 2004 risulta diverso a seconda delle destinazioni considerate.

Nel complesso comunque i risultati mostrano da un lato una quota crescente di strutture che confermano la stabilità dei flussi, sia italiani che stranieri, dall'altro una maggiore percezione della diminuzione dei flussi nazionali. Viceversa, per i flussi internazionali la quota di operatori che ne lamentano la diminuzione è minore rispetto al 2003.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

Confronto estate 2004 / estate 2003

| | Italiani | | | Stranieri | | |
|-------------------------------------|----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| | aumento | stabilità | diminuzione | aumento | stabilità | diminuzione |
| Totale operatori estate 2004 | 6,3 | 67,2 | 26,5 | 8,6 | 70,0 | 21,4 |
| % media di variazione rilevata 2004 | 15,8 | | -18,2 | 15,3 | | -21,0 |
| Totale operatori estate 2003 | 23,2 | 61,9 | 14,8 | 12,9 | 61,3 | 25,8 |
| % media di variazione rilevata 2003 | 15,8 | . | -19,4 | 13,4 | . | -19,6 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Le aree dove si evidenziano maggiori quote di operatori che considerano la stabilità dei flussi sono il nord est ed il nord ovest per i soli flussi internazionali. Nel centro e nel mezzogiorno, invece, si rileva una minore stabilità ed una maggiore variabilità di andamento tra le strutture.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

| AREA | Italiani | | | Stranieri | | |
|---------------|----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| | aumento | stabilità | diminuzione | aumento | stabilità | diminuzione |
| nord ovest | 0,0 | 67,1 | 32,9 | 0,0 | 84,9 | 15,1 |
| nord est | 0,7 | 80,7 | 18,6 | 2,1 | 85,5 | 12,4 |
| centro | 8,3 | 66,7 | 25,0 | 15,5 | 55,5 | 29,1 |
| sud e isole | 12,5 | 56,0 | 31,5 | 15,1 | 56,3 | 28,6 |
| Totale Italia | 6,3 | 67,2 | 26,5 | 8,6 | 70,0 | 21,4 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

I dati regionali confermano la tendenza ad una stabilizzazione dei flussi italiani nel nord est, e di quelli stranieri nel nord-ovest.

Tra gli operatori che dichiarano un maggiore aumento dei flussi italiani prevalgono quelli della Campania, della Basilicata e della Sardegna; tra quelli che ne lamentano il calo la Puglia, le Marche, l'Emilia Romagna e la Calabria.

Un recupero sul turismo straniero è segnalato specialmente nel Molise e nel Lazio; al contrario in Umbria, in Campania e nelle Marche se ne dichiara la diminuzione.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

| REGIONE | Italiani | | | Stranieri | | |
|----------------|----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| | aumento | stabilità | diminuzione | aumento | stabilità | diminuzione |
| Piemonte | 0,0 | 50,0 | 50,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 |
| Valle d'Aosta | 0,0 | 57,1 | 42,9 | 0,0 | 100,0 | 0,0 |
| Lombardia | 0,0 | 75,0 | 25,0 | 0,0 | 78,6 | 21,4 |
| Trentino | 0,0 | 94,7 | 5,3 | 0,0 | 84,2 | 15,8 |
| Alto Adige | 3,6 | 89,3 | 7,1 | 0,0 | 89,3 | 10,7 |
| Veneto | 0,0 | 89,5 | 10,5 | 7,9 | 84,2 | 7,9 |
| Friuli | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 | 90,0 | 10,0 |
| Liguria | 0,0 | 75,0 | 25,0 | 0,0 | 75,0 | 25,0 |
| Emilia Romagna | 0,0 | 60,0 | 40,0 | 0,0 | 84,0 | 16,0 |
| Toscana | 8,7 | 76,1 | 15,2 | 8,5 | 66,0 | 25,5 |
| Umbria | 0,0 | 75,0 | 25,0 | 0,0 | 46,7 | 53,3 |
| Marche | 10,0 | 45,0 | 45,0 | 10,5 | 47,4 | 42,1 |
| Lazio | 10,0 | 63,3 | 26,7 | 37,9 | 48,3 | 13,8 |
| Abruzzo | 6,7 | 73,3 | 20,0 | 25,0 | 50,0 | 25,0 |
| Molise | 0,0 | 75,0 | 25,0 | 50,0 | 50,0 | 0,0 |
| Campania | 24,1 | 37,9 | 37,9 | 14,8 | 40,7 | 44,4 |
| Puglia | 11,6 | 41,9 | 46,5 | 10,0 | 66,7 | 23,3 |
| Basilicata | 22,2 | 66,7 | 11,1 | 0,0 | 85,7 | 14,3 |
| Calabria | 5,0 | 55,0 | 40,0 | 6,7 | 60,0 | 33,3 |
| Sicilia | 16,0 | 68,0 | 16,0 | 25,0 | 50,0 | 25,0 |
| Sardegna | 4,3 | 73,9 | 21,7 | 17,6 | 58,8 | 23,5 |
| Totale Italia | 6,3 | 67,2 | 26,5 | 8,6 | 70,0 | 21,4 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Gli operatori delle destinazioni culturali e balneari sono quelli che dichiarano di aver meglio tenuto il trend della scorsa estate mentre quelli delle destinazioni termali e del turismo verde segnalano una generale diminuzione.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

| PRODOTTO | Italiani | | | Stranieri | | |
|---------------|----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| | aumento | stabilità | diminuzione | aumento | stabilità | diminuzione |
| città | 9,8 | 68,6 | 21,6 | 16,0 | 57,0 | 27,0 |
| montagna | 1,2 | 79,5 | 19,3 | 1,3 | 92,3 | 6,4 |
| terme | 0,0 | 50,0 | 50,0 | 5,9 | 76,5 | 17,6 |
| lago | 0,0 | 89,7 | 10,3 | 0,0 | 82,8 | 17,2 |
| mare | 8,1 | 61,8 | 30,1 | 9,5 | 66,4 | 24,2 |
| campagna | 0,0 | 56,3 | 43,8 | 5,3 | 63,2 | 31,6 |
| Totale Italia | 6,3 | 67,2 | 26,5 | 8,6 | 70,0 | 21,4 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Le preoccupazioni degli operatori sono sostenute in special modo dai villaggi turistici e dagli agriturismi che segnalano in maniera più diffusa un calo sia del turismo italiano che di quello internazionale.

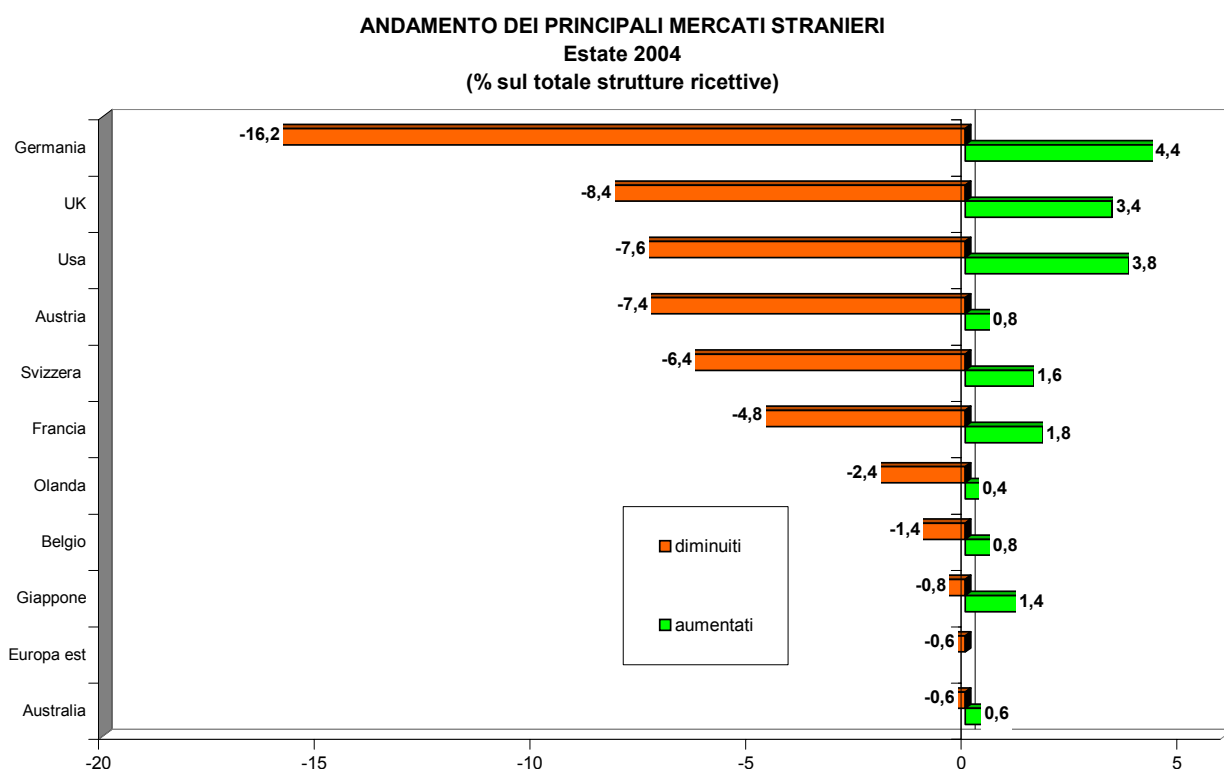
Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

| TIPO | Italiani | | | Stranieri | | |
|---------------|----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| | aumento | stabilità | diminuzione | aumento | stabilità | diminuzione |
| hotel | 6,8 | 67,0 | 26,2 | 9,1 | 69,9 | 21,0 |
| 2 stelle | 8,7 | 65,9 | 25,4 | 8,5 | 70,6 | 20,9 |
| 3 stelle | 4,9 | 67,3 | 27,8 | 8,9 | 70,7 | 20,4 |
| 4 stelle | 5,1 | 74,6 | 20,3 | 10,5 | 68,4 | 21,1 |
| 5 stelle | 50,0 | 0,0 | 50,0 | 50,0 | 0,0 | 50,0 |
| villaggio | 9,1 | 54,5 | 36,4 | 10,0 | 50,0 | 40,0 |
| agriturismo | 0,0 | 63,2 | 36,8 | 5,3 | 63,2 | 31,6 |
| campeggio | 0,0 | 81,8 | 18,2 | 0,0 | 90,0 | 10,0 |
| Totale Italia | 6,3 | 67,2 | 26,5 | 8,6 | 70,0 | 21,4 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

4. L'ANDAMENTO DEI MERCATI INTERNAZIONALI

Il focus sul mercato internazionale segnala come il mancato recupero del mercato tedesco incida in maniera sostanziale sulla percezione negativa degli operatori, ma mette in luce alcune problematiche (seppur molto più lievi) relative al mercato britannico, statunitense, austriaco e svizzero.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Relativamente alle aree di destinazione

- il nord ovest vede diminuire i turisti statunitensi, svizzeri, tedeschi, belgi e austriaci;
- nel nord est si rileva una crescita del mercato Usa ed una diminuzione di quello austriaco;
- nel centro aumentano i turisti statunitensi, britannici e tedeschi;
- nel sud e nelle isole cresce specialmente il mercato tedesco, quello svizzero e quello britannico.

Area dove sono aumentati i mercati stranieri

| | nord ovest | nord est | centro | sud e isole | Totale |
|-----------|------------|----------|--------|-------------|--------|
| Germania | 0,0 | 0,0 | 36,4 | 63,6 | 100,0 |
| UK | 0,0 | 5,9 | 29,4 | 64,7 | 100,0 |
| Usa | 0,0 | 10,5 | 52,6 | 36,8 | 100,0 |
| Austria | 0,0 | 25,0 | 50,0 | 25,0 | 100,0 |
| Svizzera | 0,0 | 12,5 | 25,0 | 62,5 | 100,0 |
| Francia | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 66,7 | 100,0 |
| Olanda | 0,0 | 50,0 | 50,0 | 0,0 | 100,0 |
| Belgio | 0,0 | 0,0 | 75,0 | 25,0 | 100,0 |
| Giappone | 0,0 | 28,6 | 57,1 | 14,3 | 100,0 |
| Australia | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 66,7 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Area dove sono diminuiti i mercati stranieri

| | nord ovest | nord est | centro | sud e isole | totale |
|------------|------------|----------|--------|-------------|--------|
| Germania | 13,6 | 22,2 | 28,4 | 35,8 | 100,0 |
| UK | 4,8 | 26,2 | 28,6 | 40,5 | 100,0 |
| Usa | 21,1 | 5,3 | 36,8 | 36,8 | 100,0 |
| Austria | 18,9 | 40,5 | 18,9 | 21,6 | 100,0 |
| Svizzera | 12,5 | 25,0 | 31,3 | 31,3 | 100,0 |
| Francia | 0,0 | 0,0 | 37,5 | 62,5 | 100,0 |
| Olanda | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 50,0 | 100,0 |
| Belgio | 14,3 | 0,0 | 71,4 | 14,3 | 100,0 |
| Giappone | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 75,0 | 100,0 |
| Europa est | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 100,0 |
| Australia | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 66,7 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

A saldo delle tendenze,

- il mercato tedesco risulta in crescita nelle località balneari mentre diminuisce nelle città d'arte;
- quello britannico e quello statunitense aumenta nelle città ed alle terme;
- i turisti austriaci tornano in montagna e nelle destinazioni rurali, ma diminuiscono in tutte le altre;
- la domanda francese aumenta nelle località balneari e cala in quelle termali;
- diminuisce la richiesta olandese di mare e di turismo verde;
- il mercato belga che cala nelle località di campagna, aumenta invece nelle città d'arte ed al mare;
- la domanda nipponica torna a visitare le mete culturali e scopre la montagna italiana;
- i turisti australiani crescono nelle città d'arte;
- infine, i paesi dell'est europeo sono in diminuzione in città, alle terme ed in campagna.

Area/prodotto dove sono aumentati i mercati stranieri

| | città | montagna | terme | lago | mare | campagna | Totale |
|-----------|-------|----------|-------|------|------|----------|--------|
| Germania | 18,2 | 0,0 | 4,5 | 0,0 | 72,7 | 4,5 | 100,0 |
| UK | 23,5 | 0,0 | 5,9 | 0,0 | 64,7 | 5,9 | 100,0 |
| Usa | 57,9 | 0,0 | 5,3 | 0,0 | 36,8 | 0,0 | 100,0 |
| Austria | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 25,0 | 100,0 |
| Svizzera | 37,5 | 12,5 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 0,0 | 100,0 |
| Francia | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 66,7 | 0,0 | 100,0 |
| Olanda | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 0,0 | 100,0 |
| Belgio | 75,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 100,0 |
| Giappone | 85,7 | 14,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Australia | 66,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 0,0 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Area/prodotto dove sono diminuiti i mercati stranieri

| | città | montagna | terme | lago | mare | campagna | Totale |
|------------|-------|----------|-------|------|------|----------|--------|
| Germania | 24,7 | 6,2 | 2,5 | 6,2 | 56,8 | 3,7 | 100,0 |
| UK | 19,0 | 2,4 | 2,4 | 4,8 | 66,7 | 4,8 | 100,0 |
| Usa | 44,7 | 2,6 | 0,0 | 5,3 | 42,1 | 5,3 | 100,0 |
| Austria | 24,3 | 8,1 | 2,7 | 10,8 | 51,4 | 2,7 | 100,0 |
| Svizzera | 18,8 | 15,6 | 3,1 | 3,1 | 59,4 | 0,0 | 100,0 |
| Francia | 41,7 | 0,0 | 8,3 | 0,0 | 45,8 | 4,2 | 100,0 |
| Olanda | 8,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 58,3 | 33,3 | 100,0 |
| Belgio | 28,6 | 0,0 | 0,0 | 14,3 | 14,3 | 42,9 | 100,0 |
| Giappone | 75,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 100,0 |
| Europa est | 33,3 | 0,0 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 100,0 |
| Australia | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 66,7 | 0,0 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

La situazione dei mercati stranieri nelle diverse tipologie di struttura ricettiva evidenzia le seguenti peculiarità:

- negli hotel risultano in crescita i turisti dal Belgio e dall'Olanda mentre diminuiscono seppur in misura lieve i turisti svizzeri e austriaci;
- nei villaggi turistici aumenta la domanda dalla Svizzera a fronte di una diminuzione di quella dalla Francia e dall'Olanda;
- negli agriturismi si rilevano aumenti da parte del mercato austriaco e diminuzioni dal Belgio, dall'Olanda e dall'est Europa;
- nei campeggi, dove non si rilevano recuperi sui mercati internazionali, le diminuzioni rilevate riguardano in special modo l'Austria e la Svizzera.

Tipologia di struttura dove sono aumentati i mercati stranieri

| | hotel | 2 stelle | 3 stelle | 4 stelle | 5 stelle | villaggio | agriturismo | campeggio | Totale |
|-----------|-------|----------|----------|----------|----------|-----------|-------------|-----------|--------|
| Germania | 90,9 | 40,0 | 40,0 | 20,0 | 0,0 | 4,5 | 4,5 | 0,0 | 100,0 |
| UK | 88,2 | 40,0 | 26,7 | 26,7 | 6,7 | 5,9 | 5,9 | 0,0 | 100,0 |
| Usa | 100,0 | 21,1 | 52,6 | 21,1 | 5,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Austria | 75,0 | 33,3 | 33,3 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 100,0 |
| Svizzera | 87,5 | 42,9 | 57,1 | 0,0 | 0,0 | 12,5 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Francia | 100,0 | 22,2 | 77,8 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Olanda | 100,0 | 50,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Belgio | 100,0 | 75,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Giappone | 100,0 | 42,9 | 57,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Australia | 100,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Tipologia di struttura dove sono diminuiti i mercati stranieri

| | hotel | 2 stelle | 3 stelle | 4 stelle | 5 stelle | villaggio | agriturismo | campeggio | Totale |
|------------|-------|----------|----------|----------|----------|-----------|-------------|-----------|--------|
| Germania | 88,9 | 38,9 | 43,1 | 15,3 | 1,4 | 4,9 | 3,7 | 2,5 | 100,0 |
| UK | 88,1 | 37,8 | 51,4 | 5,4 | 2,7 | 4,8 | 4,8 | 2,4 | 100,0 |
| Usa | 92,1 | 42,9 | 40,0 | 17,1 | 0,0 | 2,6 | 5,3 | 0,0 | 100,0 |
| Austria | 89,2 | 27,3 | 51,5 | 18,2 | 3,0 | 2,7 | 2,7 | 5,4 | 100,0 |
| Svizzera | 90,6 | 31,0 | 44,8 | 24,1 | 0,0 | 6,3 | 0,0 | 3,1 | 100,0 |
| Francia | 91,7 | 36,4 | 50,0 | 9,1 | 0,0 | 4,2 | 4,2 | 0,0 | 100,0 |
| Olanda | 58,3 | 28,6 | 71,4 | 0,0 | 0,0 | 8,3 | 33,3 | 0,0 | 100,0 |
| Belgio | 57,1 | 25,0 | 25,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 42,9 | 0,0 | 100,0 |
| Giappone | 100,0 | 75,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Europa est | 66,7 | 100,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 0,0 | 100,0 |
| Australia | 100,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

Relativamente alle destinazioni regionali dei principali mercati, si evidenzia

- un recupero del mercato *tedesco* nelle Marche, nel Lazio, in Abruzzo, in Puglia ed in Sicilia, mentre continua il trend negativo soprattutto in Lombardia, Liguria, Emilia Romagna e Toscana;
- un aumento del mercato *britannico* nel Lazio, in Abruzzo, in Puglia ed in Sicilia, a fronte di un calo rilevato specialmente in Emilia Romagna e nelle Marche;
- una ripresa del turismo *statunitense* nel Lazio, in Veneto ed in Sicilia, mentre il recupero si fa attendere in Toscana, Campania, Lombardia e Liguria;
- la diminuzione del turismo *austriaco* in Emilia Romagna, Lombardia, Trentino e Liguria ma con aumenti nel Veneto, nelle Marche, nel Lazio ed in Puglia;
- una crescita del turismo *svizzero* in Toscana e Sardegna (ma anche in Puglia, Calabria, Sicilia e Veneto) con lievi diminuzioni in Trentino e in Alto Adige;
- i *francesi* (in crescita specie in Toscana e Sardegna) diminuiscono in Campania, in Sicilia e nelle Marche.

Tra i mercati di nicchia si segnala la cresciuta presenza australiana in Campania ed il recupero dei giapponesi in Toscana.

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 |
|-----------|----------|---------------|-----------|----------|------------|--------|--------|---------|----------------|---------|--------|--------|-------|---------|--------|----------|--------|------------|----------|---------|----------|--------|
| Germania | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 9,1 | 27,3 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 13,6 | 0,0 | 9,1 | 18,2 | 9,1 | 100,0 |
| UK | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 5,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 5,9 | 23,5 | 5,9 | 0,0 | 11,8 | 17,6 | 0,0 | 5,9 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| Usa | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 10,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 15,8 | 0,0 | 5,3 | 31,6 | 0,0 | 0,0 | 5,3 | 0,0 | 0,0 | 5,3 | 21,1 | 5,3 | 100,0 |
| Austria | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Svizzera | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 12,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 12,5 | 0,0 | 12,5 | 12,5 | 25,0 | 100,0 |
| Francia | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 22,2 | 0,0 | 0,0 | 11,1 | 0,0 | 11,1 | 11,1 | 0,0 | 0,0 | 11,1 | 11,1 | 22,2 | 100,0 |
| Olanda | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 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 | 100,0 |
| Belgio | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 0,0 | 25,0 | 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 | 28,6 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 57,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 14,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Australia | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 66,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

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 | Totale |
|------------|----------|---------------|-----------|----------|------------|--------|--------|---------|----------------|---------|--------|--------|-------|---------|--------|----------|--------|------------|----------|---------|----------|--------|
| Germania | 0,0 | 0,0 | 7,4 | 3,7 | 3,7 | 3,7 | 1,2 | 6,2 | 9,9 | 9,9 | 7,4 | 7,4 | 3,7 | 1,2 | 0,0 | 9,9 | 8,6 | 1,2 | 4,9 | 6,2 | 3,7 | 100,0 |
| UK | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 4,8 | 16,7 | 4,8 | 4,8 | 14,3 | 4,8 | 2,4 | 0,0 | 14,3 | 9,5 | 0,0 | 4,8 | 2,4 | 7,1 | 100,0 |
| Usa | 0,0 | 0,0 | 13,2 | 0,0 | 2,6 | 0,0 | 0,0 | 7,9 | 2,6 | 18,4 | 5,3 | 7,9 | 5,3 | 0,0 | 0,0 | 15,8 | 7,9 | 2,6 | 2,6 | 7,9 | 0,0 | 100,0 |
| Austria | 0,0 | 0,0 | 10,8 | 8,1 | 2,7 | 8,1 | 2,7 | 8,1 | 18,9 | 13,5 | 2,7 | 0,0 | 2,7 | 0,0 | 0,0 | 5,4 | 5,4 | 0,0 | 5,4 | 2,7 | 2,7 | 100,0 |
| Svizzera | 0,0 | 0,0 | 6,3 | 6,3 | 9,4 | 6,3 | 0,0 | 6,3 | 3,1 | 12,5 | 6,3 | 9,4 | 3,1 | 3,1 | 0,0 | 0,0 | 9,4 | 3,1 | 6,3 | 6,3 | 3,1 | 100,0 |
| Francia | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 12,5 | 4,2 | 12,5 | 8,3 | 0,0 | 0,0 | 20,8 | 8,3 | 0,0 | 0,0 | 20,8 | 12,5 | 100,0 |
| Olanda | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 16,7 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 16,7 | 16,7 | 0,0 | 0,0 | 16,7 | 0,0 | 100,0 |
| Belgio | 0,0 | 0,0 | 14,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 14,3 | 28,6 | 28,6 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 14,3 | 0,0 | 100,0 |
| Giappone | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 75,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Europa est | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 33,3 | 0,0 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Australia | 0,0 | 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 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 33,3 | 0,0 | 100,0 |

Fonte: rilevazione diretta Isnart, settembre 2004

5. LA SCACCHIERA DEI PRODOTTI DELLA STAGIONE

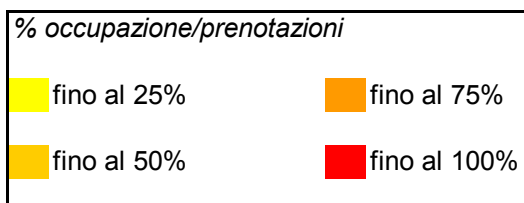
L'andamento della stagione estiva 2004 si evince più nello specifico attraverso la lettura dei dati di occupazione mensile per prodotto e per regione.

La tavola che segue, infatti, segnala la performance regionale di occupazione secondo la seguente legenda:

- 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.

LA SCACCHIERA DEI PRODOTTI DELL'ESTATE 2004

| Regioni | luglio | | | | | agosto | | | | | settembre | | | | | ottobre | | | | | | | | |
|------------------|--------------|----------|-------|------|------|----------|--------------|----------|-------|------|-----------|----------|--------------|----------|-------|---------|------|----------|--------------|----------|-------|------|------|----------|
| | 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 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Valle d'Aosta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lombardia | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trentino | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alto Adige | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Veneto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Friuli | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Liguria | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Emilia Romagna | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Toscana | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Umbria | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marche | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lazio | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Abruzzo e Molise | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Campania | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Puglia | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Basilicata | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Calabria | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sicilia | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sardegna | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



La lettura dei risultati della scacchiera mostra

Città d'arte

nel mese di *luglio* risultati di piena occupazione nel Veneto e nella Basilicata, e un'occupazione del 75% delle camere nei centri delle altre regioni, ad esclusione di quelle lombarde e umbre dove si raggiunge solo il 50%; parimenti il mese di *agosto* ma con una diminuzione al 75% di occupazione in Basilicata ed una tendenza alla piena occupazione in Puglia ed in Sicilia; il mese di *settembre* porta il tasso medio di occupazione al 75% con punte di piena occupazione in Veneto, in Toscana e nel Lazio; le prenotazioni del mese di ottobre mantengono il trend nelle mete laziali e venete ma l'occupazione media scende al 50% in Umbria, Puglia, Basilicata e Sicilia, ed al 25% nelle Marche.

Montagna

nel mese di *luglio* solo le destinazioni montane del Veneto, del Friuli e dell'Alto Adige raggiungono il 75% di occupazione, mentre le altre si attestano al 50%; in *agosto* le prime ottengono la piena occupazione mentre le mete lombarde, trentine e abruzzesi/molisane salgono al 75%; nel mese di *settembre* raggiungono i risultati più soddisfacenti (75%) le località abruzzesi e molisane, quelle friulane, venete e altoatesine, mentre Trentino e Valle d'Aosta occupano il 50% e Piemonte e Lombardia solo il 25%; le prenotazioni di *ottobre* mettono in luce la stagionalità del prodotto con le sole destinazioni valdostane e del Trentino Alto Adige al 50% di occupazione mentre le altre al 25%.

Terme

le località termali nel mese di *luglio* occupano tra il 50% del Piemonte e dell'Emilia Romagna e il 75% della Toscana e del Lazio, queste ultime in salita verso la piena occupazione del mese di *agosto*; queste mete però raggiungono le migliori quote di occupazione nel mese di *settembre* quando le località toscane e laziali ottengono la piena occupazione e quelle piemontesi e emiliano romagnole si attestano al 75%; le prenotazioni del mese di *ottobre* si attestano al 75% delle

camere ad eccezione delle località del Lazio dove si ottiene solo il 25%.

Lago

i grandi laghi italiani evidenziano una capacità di occupazione pari al 75% dal mese di luglio, per tutto agosto (con una punta di piena occupazione delle località venete) fino a settembre; in ottobre, però, le prenotazioni delle località lacuali lombarde e trentine scendono al 50% delle camere.

Mare

nel mese di *luglio* tutte le destinazioni balneari ottengono il 75% di occupazione e nel mese di *agosto* (ad eccezione di quelle toscane) tutte raggiungono la piena occupazione; a *settembre* in una generale occupazione al 75% si evincono però delle differenze che mostrano le mete venete e abruzzesi/molisane mantenere la piena occupazione, mentre quelle friulane e lucane scendere al 50%; le prenotazioni di ottobre indicano il termine della stagione, con le sole località friulane, liguri, emiliano romagnole, campane e siciliane al 50% dei posti letto e le altre al 25%.

Campagna

il turismo verde estivo mostra una buona occupazione nel periodo di *luglio-agosto* con un'occupazione del 75% in Toscana ed in Umbria e di piena occupazione nel Lazio; a *settembre*, proporzionalmente, il Lazio rileva un tasso del 75% e le altre scendono al 50%; le prenotazioni del mese di *ottobre*, infine, mostrano solo il 25% di camere prenotate.

CONCLUSIONI

L'estate 2004 evidenzia una generalizzata problematica europea: in Spagna (secondo "El Instituto de Estudios Turísticos") i dati di occupazione media nelle strutture ricettive risultano pari al 47,5% nel mese di luglio e al 61,8% in agosto (con una punta del 74% nei soli alberghi); in Francia il 38,8% delle dipartimenti turistici (Observatoire National du Tourisme / F.N.C.D.T.) ad agosto segnala un calo rispetto al 2003 sia del mercato interno francese che internazionale.

In Italia, si è diffuso tra gli operatori un pessimismo dovuto a due componenti:

- la prima, legata al perdurare della crisi economica e congiunturale nazionale e internazionale;
- la seconda, per le aspettative ottimistiche dei primi sei mesi del 2004 che lasciavano intravedere una stagione estiva promettente.

Inoltre, gli operatori avevano registrato nel 2003 un andamento estivo positivo nonostante una netta flessione registrata negli altri mesi dell'anno e avevano pertanto sperato in un simile andamento estivo anche per il 2004.

E' così che nonostante in Italia si siano registrati valori di occupazione media più alti degli altri competitors europei, il calo effettivo di agosto pari al -3,5% è stato percepito come un fortissimo segnale di crisi.

Mai come in questa estate i risultati non consentono una generalizzazione dei trend. Infatti, mentre per le città d'arte che hanno rivissuto un estate d'oro si registra una totale inversione di tendenza rispetto agli scorsi anni, le destinazioni più estive come quelle del balneare hanno fatto il pieno solo nel mese di agosto con un luglio penalizzato anche dalle condizioni climatiche sfavorevoli.

Se la scorsa estate si era registrato un boom delle destinazioni montane (anche per motivazioni climatiche legate al grande caldo del 2003), questa estate l'occupazione si è leggermente riabbassata ai valori tradizionali.

Netti segnali positivi si registrano invece per il mese di settembre che risulta in crescita in tutte le destinazioni e le aree/prodotto, con particolare riguardo alle destinazioni termali.

Le regioni che in questa estate 2004 hanno saputo riprendersi rispetto alla flessione dello scorso anno, sono soprattutto il Lazio ed il Veneto, che hanno saputo mantenere in tutti i mesi estivi un'ottima media occupazionale e che hanno convogliato i flussi internazionali, specie nelle città d'arte.

I dati stagionali indicano come l'altissima stagione turistica (la concentrazione dei flussi nella settimana di ferragosto) stia lentamente volgendo al termine a favore di un allargamento della stagione estiva verso il mese di settembre: il processo di destagionalizzazione dei flussi iniziato nell'ultimo decennio ha avuto una improvvisa accelerazione. Ciò appare dovuto da un lato alla maggiore oculatezza della domanda nella scelta di proposte che non sopravvalutino la reale offerta che si acquista, e pertanto una scelta diversa da quella dell'altissima stagione; dall'altro un avvicinamento delle scelte di vacanza ai comportamenti di consumo degli altri paesi europei, con la scoperta della vacanza durante tutto l'anno. Ovviamente tali comportamenti tagliano i consumi turistici estivi pur non incidendo sulla spesa complessiva stabilita per le vacanze. A ciò si aggiunge uno slittamento della calura estiva verso i mesi autunnali che permette soggiorni tradizionali fuori stagione.

Diventa ormai necessario comprendere che il turismo è definitivamente cambiato, e che non si può più dare per scontata la riuscita estiva delle destinazioni turistiche. Non a caso risulta in aumento il ricorso alla commercializzazione intermediata, come ad indicare un settore di effettiva difficoltà ad attrarre la domanda individuale, settore di cui gli operatori sembrano però essere inconsapevoli vista la politica di variazione delle tariffe non ancora adeguata ai cambiamenti del mercato. Sembra, infatti, che gli operatori anzi che adeguare le tariffe dell'altissima stagione per attrarre turismo individuale ricorrano piuttosto ai tour operator o alle offerte last minute senza fare invece precise scelte di posizionamento competitivo e stabile sul mercato. Eppure tali accordi di intermediazione spesso non si risolvono in modo economicamente favorevole per gli operatori durante i periodi di punta mentre sono assolutamente positivi nei periodi di bassa stagione.

E' pertanto maggiormente strategico per l'offerta turistica italiana cercare di giocare su più tavoli, cercando quindi di attrarre i grandi accordi commerciali ma anche di rendersi più appetibili sulla domanda non organizzata attraverso una saggia gestione delle tariffe.

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 | 88,8 |
| <i>2 stelle</i> | 39,5 |
| <i>3 stelle</i> | 46,7 |
| <i>4 stelle</i> | 13,4 |
| <i>5 stelle</i> | 0,5 |
| villaggio | 2,2 |
| agriturismo | 4,4 |
| campeggio | 4,6 |
| Totale | 100,0 |

La rilevazione è stata terminata il 30 settembre 2004, in modo da poter cogliere in tempo reale l'andamento effettivo dell'estate e le prenotazioni per il mese di ottobre.