

Osservatorio turistico

III trimestre 2007

Estate

Rapporto congiunturale
sull'andamento turistico in Molise

Publicato da:

**OSSERVATORIO ECONOMICO STATISTICO
REGIONALE DEL MOLISE**

Molise: un'estate che non scalda abbastanza

Non è facile questa estate essere euforici per l'andamento della stagione turistica in Molise. Solo nel mese di agosto, infatti, l'occupazione della capacità ricettiva regionale ha sfiorato il 70%, mentre negli altri mesi i valori sono rimasti più contenuti.

Certamente una forte concentrazione è tipica dei fenomeni turistici molisani, ma i segnali non mostrano certo una inversione di tendenza. Mentre non si può parlare di un vero e proprio "stato di crisi", si presentano diversi elementi problematici, che sembrano dover indurre ad una più attenta riflessione e, realisticamente, ad un più incisivo approccio ai mercati, in particolarmente quelli esteri, ed ai canali distributivi strutturati.

Uno sviluppo incompiuto dell'offerta sul territorio lascia intravedere prodotti turistici che non fanno ancora sistema, in particolare per quanto riguarda la provincia di Isernia. Si verificano infatti picchi di occupazione ragguardevoli per le tipologie marina e montana, ma solo per il mese di agosto, mentre le proposte riferibili alla campagna ed alle altre località non si affermano adeguatamente.

Per converso le città registrano una sostanziale indifferenza turistica allo scorrere dei mesi, realisticamente per il concorrere di motivazioni sganciate dalla vacanza, ma in alcuni casi riferibili all'*appeal* anche turistico dello sviluppo produttivo e del "Sistema Moda".

Ma se dall'analisi dell'occupazione ricettiva e delle prenotazioni si passa ad una valutazione circa gli andamenti, il confronto con l'estate del 2006 risulta generalmente poco favorevole.

I territori urbani mostrano però una precisa controtendenza in relazione alla clientela italiana, proprio per il relativo sganciamento dalle motivazioni turistiche in senso stretto. Per converso, il segnale positivo mostrato dalle imprese delle località balneari, sempre per la clientela Italiana, per quanto

apprezzabile, non può essere assunto come un indicatore di sicura ripresa.

Nel complesso, date le risorse territoriali del Molise, deve far riflettere la battuta d'arresto delle aree interne, proprio perché si tratta della vera "frontiera" di sviluppo del turismo regionale, sia in senso geografico, che tipologico, che per il portato di identità e di marca regionale che contiene e rappresenta.

Che la "frontiera molisana" sia ancora poco esplorata dai turisti, lo dimostra d'altra parte la provenienza della clientela degli esercizi ricettivi: con solo il 18% di stranieri, infatti, il Molise non si connota certo per una forte internazionalizzazione della propria proposta turistica.

Congiunturalmente, defezioni vengono segnalate da parte di Tedeschi, Americani ed Inglesi, con particolare riferimento al comparto alberghiero. E sono perdite sensibili, se è vero che riguardano un po' tutte le tipologie di prodotto da un lato, e che questi ospiti sono caratterizzati da una permanenza media di 4.4 pernottamenti, di una notte superiore a quella degli Italiani.

Il quadro di sostanziale staticità del mercato turistico molisano si conferma poi analizzando le tipologie di clienti: il "blocco strutturale" è infatti composto da famiglie (35,8%) e coppie (36,8%), mentre il totale dei gruppi non supera il 5%. La clientela abituale è valutata a quasi la metà (45%), mentre i turisti che arrivano mediante il lavoro dell'intermediazione sono stimati nel 4% circa, in coerenza con il dato dei gruppi.

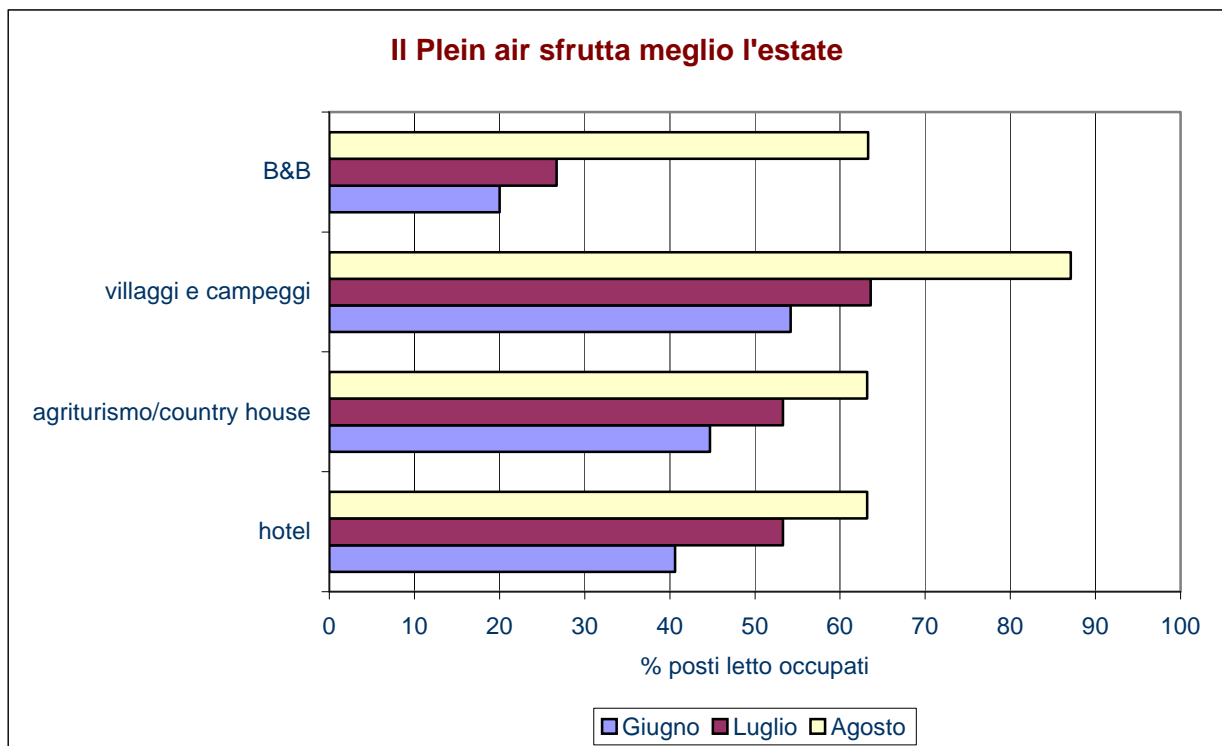
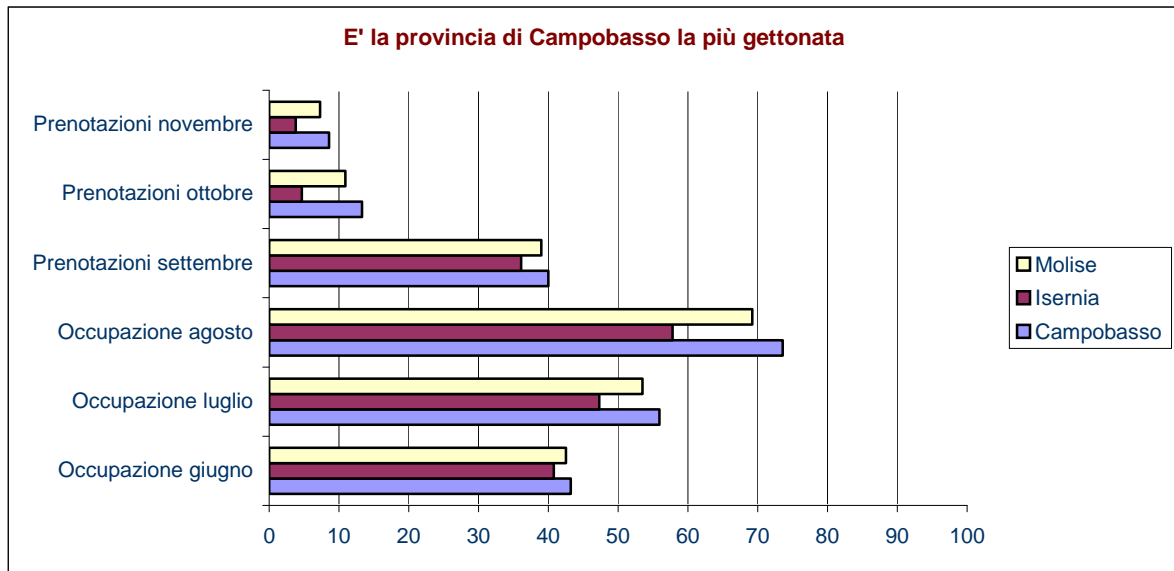
Peraltro la difficoltà ad intrattenere rapporti con l'intermediazione è diffusa circa quanto la clientela straniera (20% contro 18%), a descrivere verosimilmente lo stesso fenomeno.

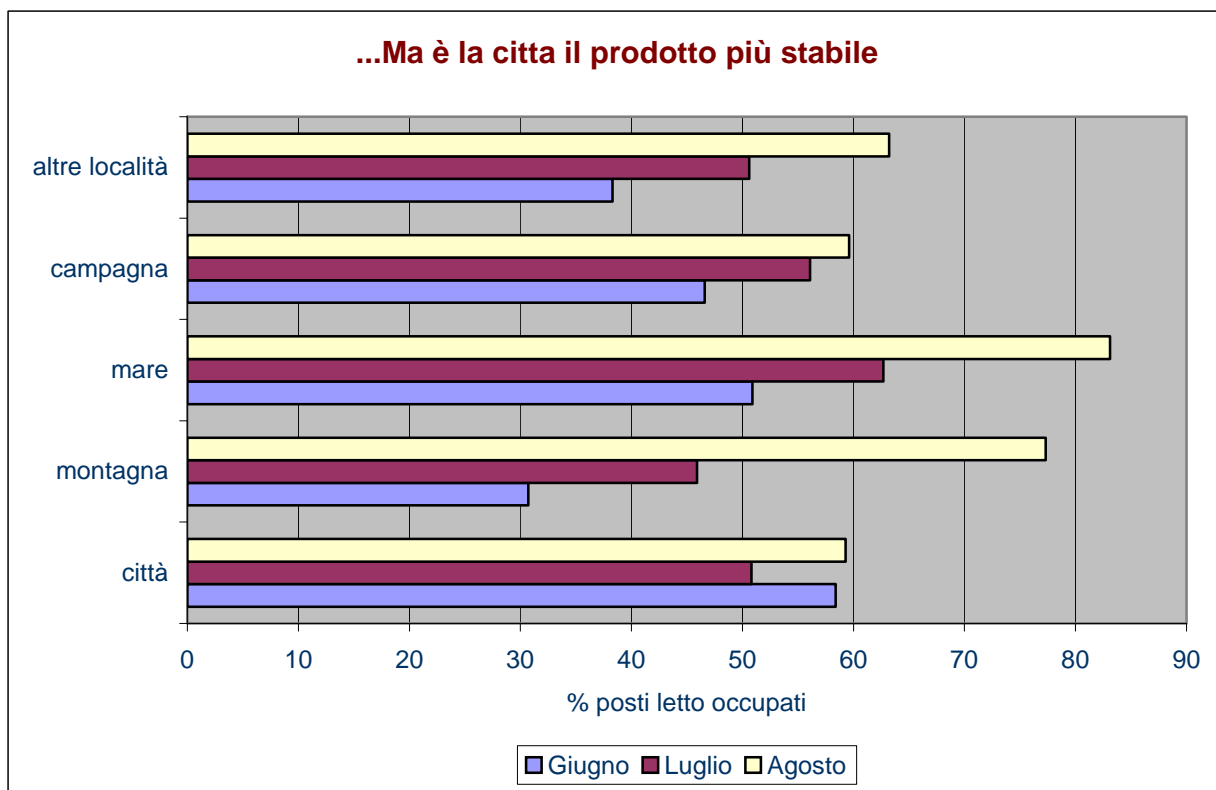
Che il motivo di questo limite sia la diffidenza o la preclusione da parte degli operatori locali, o il disinteresse da parte degli organizzatori dell'incoming, il risultato però non cambia: l'intermediazione fa bene al

turismo molisano, e realisticamente più intermediazione farebbe anche meglio.

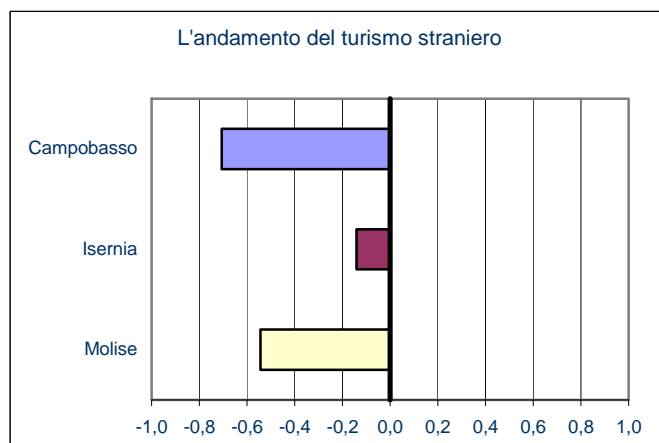
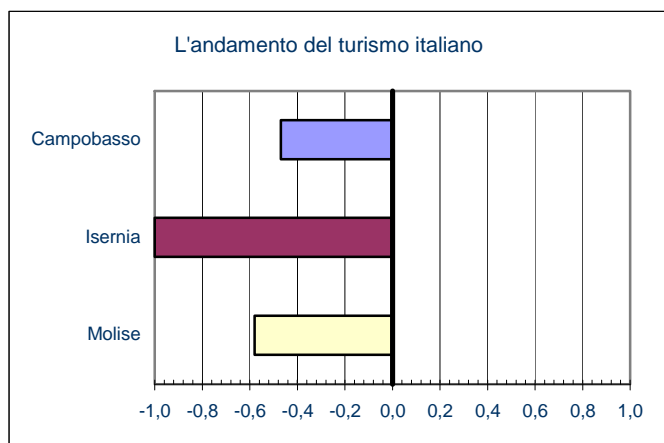
Infatti sia l'occupazione riscontrata nei mesi di giugno-agosto, che le previsioni per l'autunno, mostrano

risultati sistematicamente molto migliori per le imprese ricettive che utilizzano anche i canali commerciali per collocare il proprio prodotto.



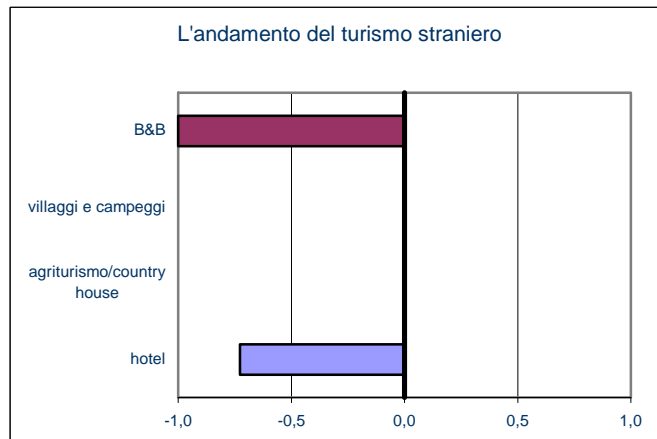
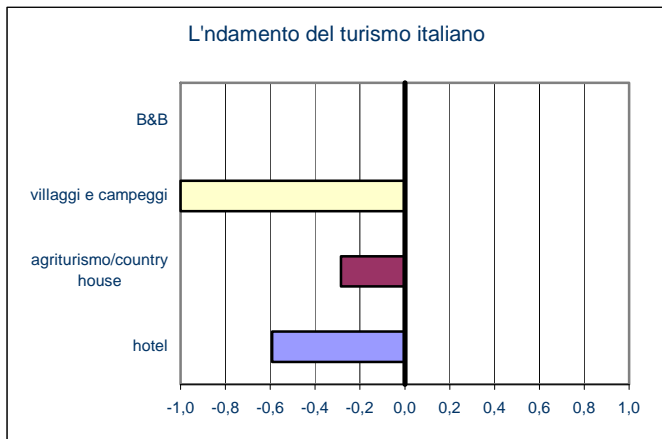


Radiografia di un'estate difficile



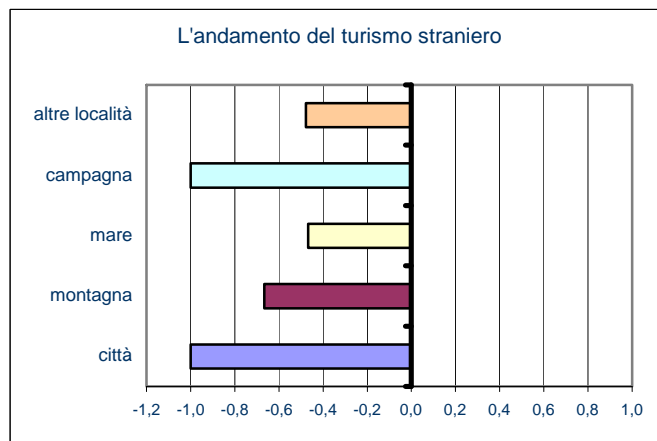
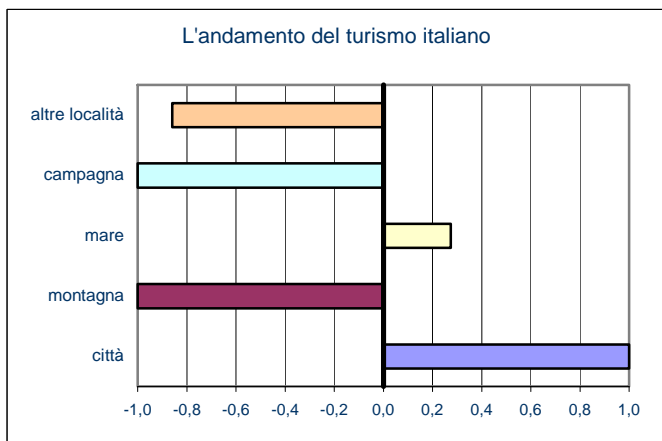
Nota: l'indice è stato ottenuto rapportando la differenza tra gli operatori che segnalano un aumento e quelli che invece indicano una diminuzione sulla somma dei due. L'indice varia pertanto da un minimo di -1 (*tutti segnalano una diminuzione dei turisti*) ad un massimo di +1 (*tutti segnalano un aumento dei turisti*).

Un malessere diffuso



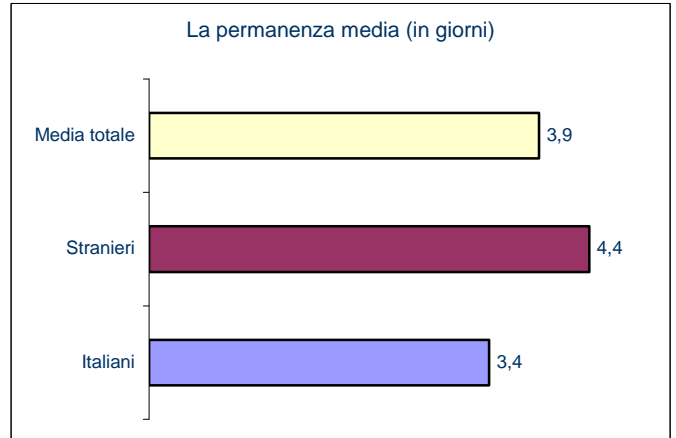
Nota: l'indice è stato ottenuto rapportando la differenza tra gli operatori che segnalano un aumento e quelli che invece indicano una diminuzione sulla somma dei due. L'indice varia pertanto da un minimo di -1 (*tutti segnalano una diminuzione dei turisti*) ad un massimo di +1 (*tutti segnalano un aumento dei turisti*).

Il turismo domestico "salva" la città e il mare

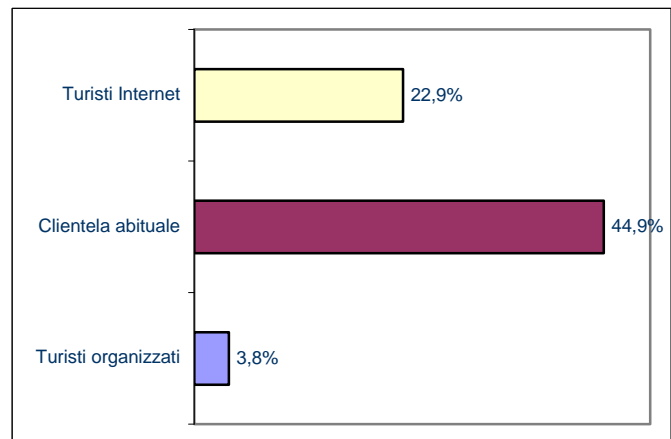
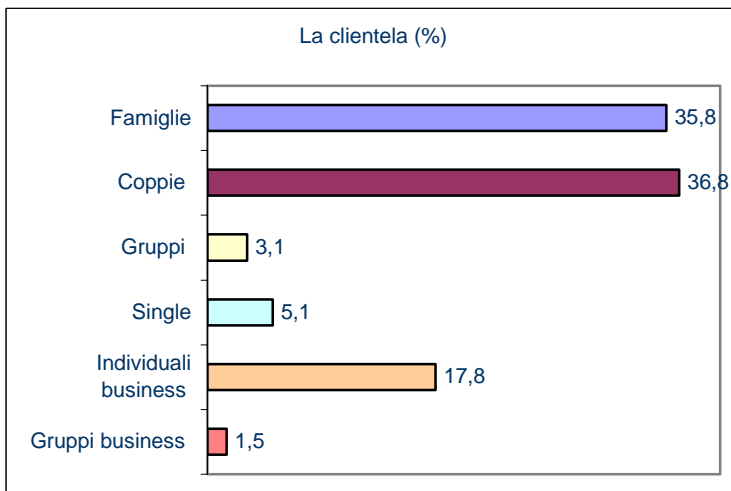


Nota: l'indice è stato ottenuto rapportando la differenza tra gli operatori che segnalano un aumento e quelli che invece indicano una diminuzione sulla somma dei due. L'indice varia pertanto da un minimo di -1 (*tutti segnalano una diminuzione dei turisti*) ad un massimo di +1 (*tutti segnalano un aumento dei turisti*).

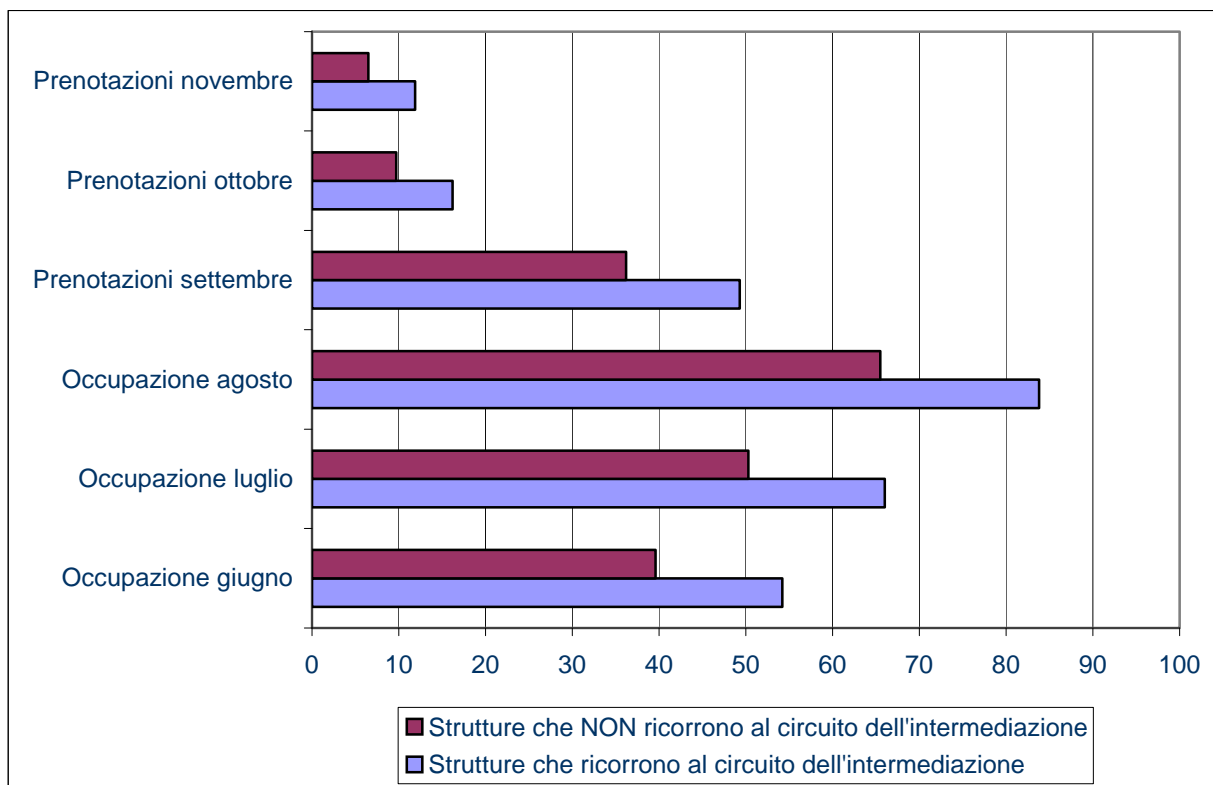
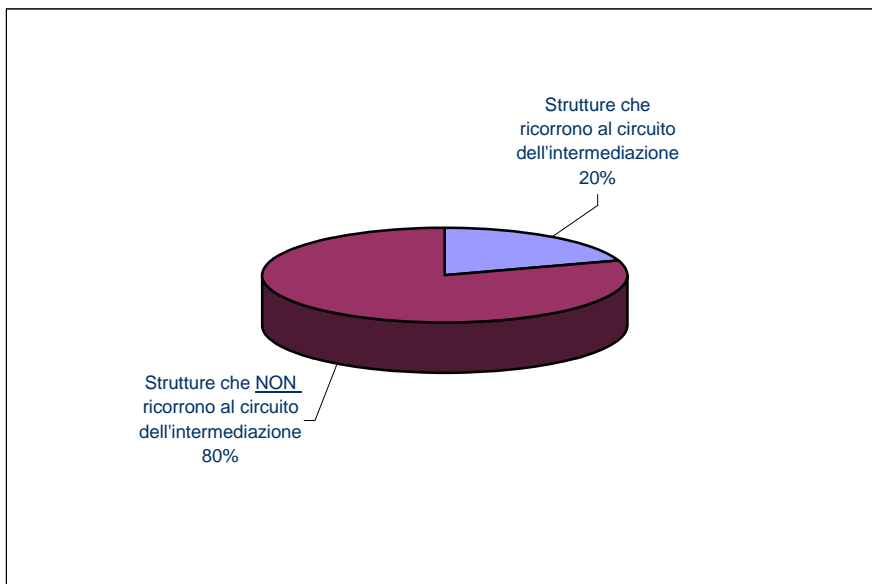
La clientela: 8 su 10 italiani, ma gli stranieri si fermano di più



La clientela: famiglie e coppie – Turisti “fai da te”



Intermediazione: una chance da sfruttare!



NOTA METODOLOGICA

L'analisi congiunturale è stata condotta dall'ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) attraverso una rilevazione diretta presso 89 operatori⁽¹⁾ del ricettivo della Regione Molise, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento della stagione, e di controllo rispetto all'anno precedente.

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

Distribuzione provincia	per
Campobasso	72,2
Isernia	27,8
Totale	100,0

Distribuzione prodotto	per
Città	6,6
Montagna	12,8
Mare	24,1
Campagna	9,6
altre località	46,8
Totale	100,0

Distribuzione tipologia	per
Hotel	55,7
<i>1 stella</i>	15,3
<i>2 stelle</i>	28,6
<i>3 stelle</i>	36,7
<i>4 stelle</i>	19,4
agriturismo/country house	25,0
villaggi e campeggi	9,7
B&B	9,7
Totale	100,0

¹ imprese in attività e che hanno collaborato rispondendo al questionario, sul totale di quelle contattate.