

## TURISMO 2009 IN "PILLOLE"

### ⇒ **PERFORMANCES DELLE IMPRESE**

Per contrastare le conseguenze della crisi economica, il comparto del ricettivo alberghiero ha agito fortemente sulla leva dei prezzi diminuendoli del -8,8%: ciò ha fatto sì che, dal -4,3% di vendite che si prospettava a fine estate, si chiuda l'anno con il -3,1%.

Una politica che ha mantenuto alta la capacità di attrazione delle destinazioni italiane ma che ha inciso sul fatturato delle imprese, con una perdita stimata sul fatturato del -11%.

Nel corso dell'anno ha complessivamente tenuto il turismo internazionale rappresentando circa il 31% della clientela nelle strutture ricettive, contro il 32% registrato nel 2008. Un recupero segnato soprattutto nell'ultimo parte dell'anno (32,1% contro il 28,6% del IV trimestre 2008).

In merito alle strategie di commercializzazione, le imprese consolidano il ricorso ai circuiti dell'organizzato (comunque ancora esiguo), mentre rafforzano la presenza sul web. Infatti, se i turisti organizzati rappresentano poco più del 9% (proprio come lo scorso anno) quelli che prenotano on-line sono pari ad oltre il 41% contro il 36% registrato nel 2008.

### ⇒ **PARTENZE DEGLI ITALIANI**

Nel 2009 gli italiani hanno svolto complessivamente 94,2 milioni di vacanze, di cui 71,7 milioni nelle destinazioni italiane e 22,5 milioni in quelle estere. Rispetto al 2008, dunque, nel 2009 gli italiani, hanno effettuato, circa lo stesso numero di vacanze (+0,8%).

La vacanza principale<sup>1</sup> dei turisti italiani si è svolta nelle destinazioni balneari (52,3%) sia italiane (56,5%) che estere (43,4%), nelle città d'arte (24,5%), soprattutto quelle oltre confine (42,6%) e nelle destinazioni italiane di montagna (17,1%).

Tra le regioni che hanno catturato il maggior numero di turisti italiani in testa la Toscana, l'Emilia Romagna e il Trentino Alto Adige, mentre tra i Paesi esteri, come di consueto Francia, Spagna e Grecia ai primi posti. Seguite, quest'anno, dal Regno Unito, dalla Croazia e dagli Stati Uniti.

### ⇒ **ANDAMENTO DEL MERCATO INTERNAZIONALE**

Il clima di incertezza economica non risparmia il settore dei viaggi organizzati che a livello internazionale sembrano subire evidenti contraccolpi. Per il 2009 il 62,6% degli operatori segnala una diminuzione della domanda mondiale dei viaggi organizzati, il 25,9% indica una stabilità mentre solo l'11,5% un aumento.

Le maggiori criticità rispetto al 2008 riguardano gli operatori della Spagna (l'83,3% dei T.O indica una diminuzione), del Regno Unito (80%) e degli Usa (74%); più stabile, invece, l'andamento per i T.O. austriaci (64,3%). Meno variabile la domanda dei viaggi organizzati verso l'Italia dalla Francia, dal Belgio e dall'Olanda per la metà degli operatori.

### ⇒ **PREVISIONI 2010 TOUR OPERATING**

Per il 2010 i Tour Operator internazionali indicano un cambio di direzione ed un inizio di recupero: la domanda di turismo verso l'Italia per il prossimo anno vede il 45,8% degli operatori che indica stabilità, il 40,7% che segnala un aumento e solo il 13,5% una diminuzione.

Il 2010 si configura come un anno di riavvio per il turismo organizzato internazionale. Infatti, i T.O. indiani e statunitensi prevedono una variazione complessiva positiva della domanda verso l'Italia (rispettivamente +15,2% e +12,8%). Più contenute le aspettative del mercato giapponese che chiude con una previsione sul 2010 del +4,3% mentre in Europa si rileva una ripresa più lenta (+1,1%).

<sup>1</sup> La più importante per durata e spesa

**⇒ PREVISIONI 2010 MERCATO INTERNO**

Sul mercato interno, oltre 5,6 milioni di italiani hanno già deciso di effettuare una vacanza tra gennaio e aprile 2010, cui si aggiungono 9,3 milioni che probabilmente ne faranno una, portando le intenzioni di vacanza per questo periodo ad oltre 14,9 milioni, in netto aumento rispetto agli stessi mesi del 2009, quando le aspettative sui consumi erano fortemente influenzate dagli effetti e dalla percezione della crisi.

Oltre 7,2 milioni (il 48,3%) intendono rimanere in Italia, e quasi 5 milioni partiranno per l'estero, mentre in 792 mila (il 5,3%) faranno più vacanze e si recheranno in entrambe le destinazioni. Gli indecisi sono il 13%, pari a 1,9 milioni.

Per queste prossime vacanze gli italiani prevedono di spendere oltre 11,1 miliardi di euro. Di questo importo, 5,4 miliardi di euro resteranno in Italia con una previsione di spesa media pro – capite di 674,24 euro e oltre 5,7 miliardi di euro saranno dedicati alla vacanza all'estero, che mediamente si prevede costerà oltre 994 euro pro – capite.

**⇒ COMPETITIVITA'**

Tra Italia, Francia, Spagna e Grecia, l'Italia è il primo Paese per consistenza del comparto alberghiero (2.202 mila posti letto) e il secondo Paese per numero totale di posti letto (circa 4.500 mila posti letto).

Tra i quattro competitors a confronto, l'Italia è la seconda destinazione per arrivi negli alberghi (circa 77 milioni) dopo la Francia (99 milioni), ma la prima per presenze, che ammontano a poco meno di 252 milioni.

La Spagna (75 milioni, arrivi; 247 milioni, presenze) risulta più allineata all'Italia e la Grecia conta su una quota di arrivi decisamente più bassa, pari al 17% degli arrivi che interessano l'Italia e il 22% in termini di presenze.

Dalla distribuzione mensile delle presenze negli alberghi, l'Italia fa risaltare una stagionalità decisamente marcata, con picchi di utilizzazione lorda<sup>2</sup> nei mesi centrali dell'estate (55,2% luglio, 61,4% agosto).

Francia e Spagna si rendono protagonisti di andamenti stabili lungo l'intero arco annuale, con la Francia che riesce ad occupare costantemente circa 3 camere su 10. Tuttavia, poiché l'Italia dispone di circa un milione di posti letto alberghieri in più rispetto alla Francia e 1/3 oltre quelli spagnoli, la performance italiana non può essere interpretata in maniera eccessivamente critica.

**⇒ SECONDE CASE**

Esiste un sistema parallelo di offerta, quello delle "seconde case", di dimensioni pari o superiori a quello rilevato ufficialmente, che per il 2009 conta 160 milioni di pernottamenti stimati dei turisti internazionali e 342 milioni per i turisti italiani, questi ultimi in crescita del +20% rispetto al 2008.

Questo delle seconde case è un fattore determinante per la valutazione del sistema turistico italiano, perché sebbene non incida direttamente sul fatturato delle imprese turistiche, risulta comunque molto importante per i consumi che i turisti effettuano nelle destinazioni di vacanza, che i dati indicano praticamente pari a quelli dei turisti che alloggiano nelle strutture ricettive.

Infatti, in merito alla spesa dei turisti delle seconde case, dalle indagini condotte da Unioncamere-Isnart ai turisti italiani e stranieri durante il loro soggiorno in Italia, la spesa media individuale giornaliera nel 2009 (escludendo la spesa per l'alloggio) dichiarata da coloro che soggiornano nelle seconde case è pari a 57 euro contro i 69 euro spesi dal turista che alloggia nei canali della ricettività tradizionale. Inoltre, valutando la spesa per l'alloggio il turista delle seconde case (in affitto) arriva a spendere in media 33 euro al giorno contro i 56 del turista tradizionale.

<sup>2</sup> L'indice di occupazione lorda delle camere si riferisce alla media di camere occupate sul totale delle camere esistenti, senza tener conto della stagionalità dell'apertura e chiusura delle strutture.

### ⇒ SODDISFAZIONE DEI TURISTI

La soddisfazione complessiva verso l'offerta turistica del nostro Paese è buona e leggermente maggiore tra gli stranieri; siamo però lontani da valori di eccellenza. I risultati migliori sono intorno ad 8 punti (su un massimo di dieci) e riguardano la qualità del mangiare e bere, la cortesia delle persone anche con riferimento all'accoglienza nelle strutture ricettive.

La valutazione dell'offerta culturale e di intrattenimento e della qualità in termini di pulizia delle strutture e dei luoghi si attesta invece su valori tra 7,4 e 8.

### ⇒ SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

Più di 8 imprese ricettive su 10 dichiarano di adottare nella loro gestione delle particolari attenzioni nei confronti dell'ambiente, con una distribuzione territoriale abbastanza omogenea. Dal punto di vista delle aree turistiche il mare e la montagna sono più ricche di imprese attente alla loro tutela.

I sistemi più adottati sono la raccolta differenziata dei rifiuti e quelli che consentono forme di risparmio energetico, con riflessi positivi anche sui costi gestionali delle strutture. Meno diffuse le azioni e gli interventi che richiedono un impegno maggiore e prolungato nel tempo, come ad esempio la sensibilizzazione e l'informazione del personale e della clientela, che coinvolgono circa la metà delle imprese, o quelle che comportano un investimento economico ed organizzativo più importante (come la gestione dell'acqua o l'utilizzo di fonti rinnovabili).

### ⇒ ACCESSIBILITA'

Meno diffusa è la presenza di azioni per favorire il soggiorno della clientela con esigenze speciali. In particolare, sono circa la metà le imprese ricettive che hanno attrezzato le proprie strutture dotandole nella maggior parte dei casi di accessi facilitati, oppure, di ascensori interni.

Il divario tra tipologie ricettive è piuttosto marcato a favore del comparto alberghiero, ma considerando le caratteristiche delle strutture complementari, non è banale che oltre il 40% sia accessibile.

### ⇒ TURISMO RESPONSABILE

L'analisi della conoscenza e sensibilità della domanda turistica italiana nei confronti del turismo responsabile mette in luce un basso livello di sensibilizzazione tra i viaggiatori, dovuto principalmente ad una carenza di informazioni e ad una bassa riconoscibilità e notorietà del prodotto: circa il 15% degli italiani ha partecipato almeno una volta ad un viaggio responsabile, scelto soprattutto perché consente di conoscere e rispettare la natura ed il patrimonio locale (99,7% dei viaggiatori responsabili), di avere contatti con la popolazione locale (92,5%) e di sentirsi in qualche modo "utile" al territorio visitato (80,3%).