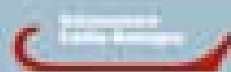


OSSEVATORIO TURISTICO REGIONALE



Regione di Unione Camere Emilia-Romagna
in collaborazione con
Confcommercio e Confesercenti



INNOVAZIONE E TRADIZIONE NEL TURISMO IN EMILIA-ROMAGNA

Rapporto 2006

a cura di Unioncamere Emilia-Romagna

Studi e Ricerche





OSSERVATORIO
TURISTICO REGIONALE



*Regione ed Unioncamere Emilia-Romagna
in collaborazione con
Confcommercio e Confesercenti*



INNOVAZIONE E TRADIZIONE NEL TURISMO IN EMILIA-ROMAGNA

Rapporto 2006

a cura di Unioncamere Emilia-Romagna



GLI AUTORI

La pubblicazione del programma di ricerche dell'Osservatorio regionale è stata coordinata da Ugo Girardi, Segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna e da Lorenza Maccaferri per la composizione grafica.

Le indagini raccolte nel rapporto sono state realizzate:

“Il Bilancio consuntivo 2006 in Emilia-Romagna” dalla società Trademark Italia di Rimini, sotto la direzione del Presidente, Aureliano Bonini, con il coordinamento dei lavori di Alessandro Lepri.

“L’innovazione nel turismo in Emilia-Romagna” dalla società Iscom Group di Bologna, con il coordinamento dei lavori della dott.ssa Maria Francesca Cappola.

“La ristorazione in Emilia-Romagna. Fra tradizione ed innovazione: uno strumento di promozione e sviluppo turistico del territorio” dal Centro Studi Turistici di Firenze, con il coordinamento di Antonella Galli e la supervisione del Direttore, Alessandro Tortelli e del Responsabile settore “Studi e Ricerche”, Gianfranco Lorenzo. Hanno collaborato per la realizzazione dei Focus-group: Marco Pasi e Giulia Gervaso del CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

**© Copyright 2007 by Maggioli S.p.A.
Maggioli Editore è un marchio di Maggioli S.p.A.
Azienda con sistema qualità certificato ISO 9001: 2000**

47822 Santarcangelo di Romagna (RN) • Via del Carpino, 8
Tel. 0541/628111 • Fax 0541/622020
www.maggioli.it/servizioclienti
e-mail: servizio.clienti@maggioli.it

Diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo sono riservati per tutti i Paesi.

Finito di stampare nel mese di giugno 2007
dalla Litografia Titanlito s.a.
Dogana (Repubblica di San Marino)

Indice

Interventi introduttivi	
<i>Vasco Errani – Presidente Regione Emilia-Romagna</i>	Pag. 7
<i>Andrea Zanlari – Presidente Unioncamere Emilia-Romagna</i>	» 9
1. Il ruolo delle istituzioni nella promozione del turismo	» 11
1.1. Collaborazione tra istituzioni e strategie di sviluppo turistico, di <i>Ugo Girardi</i>	» 11
1.2. La promozione turistica in Emilia-Romagna: obiettivo innovazione, di <i>Massimo Gottifredi</i>	» 16
• Allegato: Intesa quadriennale tra la Regione e le Camere di commercio dell'Emilia-Romagna per la promozione turistica	» 21
2. Il bilancio consuntivo 2006 del turismo in Emilia-Romagna	
a cura di <i>Trademark Italia</i>	» 25
<i>Introduzione</i>	» 25
2.1. Andamento dell'estate 2006 sulla riviera dell'Emilia-Romagna	» 25
2.1.1. L'andamento meteo	» 29
2.1.2. I parchi di divertimento	» 30
2.1.3. I dati autostradali	» 32
2.1.4. I dati aeroportuali	» 33
2.2. Le città d'arte e d'affari nel 2006	» 37
2.2.1. L'andamento nelle città dell'Emilia-Romagna	» 39
2.3. Il turismo 2006 in Appennino	» 41
2.3.1. L'Appennino verde	» 43
2.3.2. L'Appennino bianco	» 45
2.4. La stagione termale 2006	» 46
2.4.1. Il panorama regionale	» 47
2.5. Un bilancio regionale 2006 positivo	» 49

3. L'innovazione nel turismo in Emilia-Romagna	
a cura di <i>Iscom Group</i>	Pag. 51
<i>Introduzione e metodologia del lavoro</i>	» 51
3.1. Innovazione e turismo	» 53
3.1.1. Elementi definatori.....	» 53
3.1.2. Da dove nasce il bisogno di innovare	» 55
3.1.3. Perché si fa innovazione.....	» 56
3.1.4. L'innovazione per emulazione.....	» 58
3.2. Le direttrici dell'innovazione	» 60
3.2.1. Innovazione tecnologica (informatizzazione, attrezzature e strumenti).....	» 61
3.2.2. Innovazione di mercato (esterna).....	» 62
3.2.3. Innovazione organizzativa (interna).....	» 63
3.3. Le analisi	» 65
3.3.1. I protagonisti del territorio	» 65
3.3.2. Innovare per reagire all'innovazione	» 66
3.3.3. Innovare per competere	» 68
3.3.4. Innovare per tradizione.....	» 72
3.3.5. I protagonisti dell'ospitalità	» 73
3.3.6. Focus sugli hotel	» 77
3.3.7. Focus sui campeggi.....	» 83
3.4. L'innovazione nel turismo in Emilia-Romagna	» 86
3.4.1. L'innovazione pubblico-privati: esempi regio- nali	» 89
3.4.2. L'innovazione dei privati: esempi regionali.....	» 91
3.4.3. L'amministrazione pubblica: esempi regionali	» 94
3.4.4. Conclusioni	» 96
4. La ristorazione in Emilia-Romagna fra tradizione ed innovazione: uno strumento di promozione e svilup- po turistico del territorio	
a cura del <i>Centro Studi Turistici</i>	» 101
<i>Introduzione</i>	» 101
4.1. Sintesi dei risultati.....	» 103
4.2. Evoluzione del settore della ristorazione in Emilia- Romagna	» 106
4.3. Il sistema dell'offerta ristorativa dell'Emilia-Roma- gna: indagine diretta agli operatori	» 115
4.4. L'immagine della ristorazione locale attraverso le guide enogastronomiche	» 138
4.4.1. La guida de L'Espresso: i ristoranti d'Italia 2005	» 140

INDICE

4.4.2. La guida d'Italia del Gambero Rosso.....	Pag.	147
4.4.3. Guida alberghi e ristoranti d'Italia 2005 del Touring Club Italiano	»	152
4.4.4. La Guida Oro: i ristoranti di Veronelli 2005 ...	»	156
4.5. La ristorazione in Emilia-Romagna nelle parole degli operatori del settore: report sui focus group ..	»	158
<i>Introduzione</i>	»	158
4.5.1. Analisi testuale degli argomenti proposti.....	»	160
4.5.2. Analisi testuale sintetica.....	»	163
4.5.3. Il contenuto delle registrazioni	»	164
4.5.4. I principali concetti	»	192
4.5.5. La frequenza dei concetti aggregati.....	»	201

INDICE

Interventi introduttivi

Vasco Errani – Presidente Regione Emilia-Romagna

L'undicesimo Rapporto dell'Osservatorio Turistico Regionale viene pubblicato a poche settimane dall'approvazione delle modifiche ed integrazioni apportate alla Legge regionale n. 7/1998. Questa coincidenza ben si presta per una riflessione approfondita sul significato della collaborazione che da oltre un decennio unisce Unioncamere Emilia-Romagna e Regione Emilia-Romagna attorno al tema dello sviluppo e dell'innovazione dell'economia turistica.

Quando, nel 1997, la Regione si pose l'obiettivo di rinnovare profondamente il sistema dell'organizzazione turistica regionale, i primi temi affrontati riguardarono le modalità di gestione degli interventi per la promozione in Italia e all'estero dell'immagine dell'offerta turistica regionale e l'organizzazione di un Osservatorio turistico regionale per una puntuale conoscenza dei mercati turistici. Attorno a questi due temi centrali si sviluppò, da subito, un tavolo di lavoro tra il sistema camerale e l'amministrazione regionale che costruì le basi per la costituzione di APT Servizi srl e di un rinnovato Osservatorio regionale per il turismo.

Questa esperienza è stata fondamentale per dare una piena e concreta attuazione alla Legge regionale 7/1998; una legge che ha funzionato egregiamente per un decennio non solo per le risorse finanziarie che ha permesso di assegnare agli enti pubblici e alle imprese, ma anche per la caratteristica di forte collante che ha assunto nei confronti di tutti i soggetti che, a vario titolo, fanno parte del sistema dell'organizzazione turistica regionale.

Per queste ragioni non è fuori luogo affermare che tale legge, oltre a sostenere la promozione e la commercializzazione turistica, ha svolto le funzioni di "legge quadro per il turismo regionale" e di riferimento politico-strategico per una parte significativa del sistema turistico italiano.

Ma Unioncamere Emilia-Romagna e Regione condideranno obiettivi ancora più ambiziosi: è infatti necessario lavorare per aprire una nuova fase di sviluppo di tutto il sistema economico emiliano-

romagnolo sostenendo l'innalzamento del livello di competitività del sistema produttivo. Una competitività virtuosa, che si realizza attraverso la leva della ricerca, dell'innovazione tecnologica e organizzativa, della formazione professionale.

Per declinare tali obiettivi nell'ambito del turismo, dobbiamo realizzare una programmazione strategica integrata che sia in grado di cogliere le opportunità determinate dalle cosiddette "caratteristiche trasversali del turismo". Con l'istituzione del Tavolo per l'Innovazione delle Aree e delle Strutture Turistiche e l'approvazione della Legge regionale n. 2/2007 di integrazione e modifica della L.R. 7/1998 abbiamo arricchito e, mi sento di affermare, completato la riforma delle norme fondamentali in materia di turismo.

Su questo substrato giuridico innovativo imposteremo politiche e strategie con la piena consapevolezza che i nostri competitors internazionali crescono anno dopo anno e spesso possono contare su sistemi amministrativi pubblici altamente dinamici e contesti territoriali coesi e motivati. Anche per questi motivi non possiamo permetterci pause, non possiamo accontentarci dei risultati fin qui ottenuti. Dobbiamo correre in modo più veloce.

Gli atti fondamentali della programmazione regionale contengono già precisi obiettivi anche per affrontare il tema della fortissima componente di trasversalità ed intersettorialità del comparto turistico. Quelli inseriti nel DPEF della Regione Emilia-Romagna possono rappresentare una piattaforma di lavoro comune e per questo motivo voglio ricordare i più significativi:

- sostenere programmi di intervento sui mercati internazionali sia per la promozione che per la commercializzazione turistica con l'obiettivo di consolidare la quota globale di presenze turistiche estere ed aumentare le quote dei mercati internazionali giudicati strategici;
- accrescere la competitività sul mercato interno e sui mercati internazionali del sistema delle imprese, attraverso un particolare impegno nei confronti della riqualificazione delle strutture ricettive;
- rafforzare le dotazioni di un settore strategico come quello della mobilità e della logistica, con una particolare attenzione ai temi dell'intermodalità;
- promuovere un processo di riqualificazione del tessuto urbano e delle strutture ricettive con una nuova politica di "recupero" e "riuso" del patrimonio edilizio esistente al fine di elevare il grado di eccellenza ospitale, preservando e qualificando le aree ancora libere.

Sono sicuro che Unioncamere Emilia-Romagna parteciperà a queste sfide con le competenze, le capacità propositive e l'entusiasmo che ha saputo esprimere in tanti anni di fattiva collaborazione con gli attori del sistema turistico regionale.

Andrea Zanlari – Presidente Unioncamere Emilia-Romagna

La pubblicazione del Rapporto dell'Osservatorio turistico regionale, giunto quest'anno all'undicesima edizione, costituisce un appuntamento utile per una riflessione sulle tendenze in atto e sulle tematiche emergenti del settore. Un appuntamento atteso con interesse dai diversi attori del settore, non solo in ambito regionale, dato il ruolo di primo piano della regione Emilia-Romagna nel sistema turistico nazionale. Il Rapporto annuale mette a disposizione di tutte le componenti del contesto regionale la ricostruzione dello stato dell'arte del sistema turismo, con i suoi molti punti di forza e i limitati punti di debolezza.

Il Rapporto si conferma uno strumento fondamentale per coloro che si occupano a vario titolo di turismo, ai quali offre un quadro conoscitivo di rilevante spessore. Il volume offre un quadro prezioso di statistiche, grazie alla ricchezza dei dati raccolti, seri, ben strutturati e organizzati, che consentono a chi deve decidere, siano esse le imprese private o i pubblici poteri, di disporre di riferimenti certi e affidabili. Ma le pubblicazioni dell'Osservatorio non contengono solo una mera presentazione di dati statistici e di valutazioni di tipo congiunturale. A essi si accompagnano, a un tempo, analisi strutturali di lungo periodo su tematiche monografiche, annualmente individuate come prioritarie, anch'esse utili come base della discussione e delle scelte.

In sintesi, al tradizionale bilancio consuntivo dell'andamento del settore tratteggiato da Trademark, nel Rapporto 2006 si affianca innanzitutto il lavoro realizzato dall'Iscom Group sulle problematiche dell'innovazione in ambito turistico, che unisce aspetti di definizione concettuale con indicazioni raccolte da testimoni privilegiati, con i risultati di un'indagine di campo presso strutture alberghiere ed extralberghiere e con esempi di innovazione realizzati in Emilia-Romagna. L'indagine del Centro Studi Turistici inquadra, a sua volta, il ruolo della ristorazione come strumento di promozione e sviluppo

turistico del territorio e di valorizzazione dei prodotti tipici di cui è ricca la filiera agroalimentare della nostra Regione. Le società di ristorazione sono un tipico esempio di impresa non direttamente turistica, ma fortemente correlata all'economia del viaggio.

L'undicesima edizione del Rapporto e i programmi di attività dell'Osservatorio sul turismo rientrano a pieno titolo nell'articolato quadro delle collaborazioni in atto tra la Regione e il sistema camerale, condensate nell'Accordo quadro per la competitività del territorio e per una nuova fase di sviluppo stipulato nell'aprile 2006. Nell'Accordo quadro si sottolinea la proficua partnership tra l'Assessorato al turismo e l'Unioncamere. Le pubblicazioni dell'Osservatorio turistico, realizzate con l'apporto di autorevoli strutture specializzate, ne costituiscono un risultato da tempo consolidato. Ma, a partire dal dicembre 1997, quando si è stipulato il primo Protocollo quadriennale d'intesa sul turismo, si è sempre più intensificata l'attività congiunta di promozione, nella consapevolezza che il settore costituisce "una delle attività economiche strategiche per lo sviluppo e la qualificazione dell'economia e del sistema di imprese emiliano-romagnole". Con il terzo Protocollo d'intesa quadriennale, sottoscritto nel luglio, l'impegno della Regione e del sistema camerale per la realizzazione congiunta di progetti di promozione turistica, attraverso l'attività dell'APT servizi, viene prolungato fino al dicembre 2009. Attraverso la partnership con il sistema camerale, la Regione potrà favorire ulteriori sinergie tra settore pubblico e operatori privati e tra i diversi livelli territoriali, per rendere sempre più efficiente il sistema coordinato di promozione varato con la legge 7 del 1998 e recentemente aggiornato, che ha dimostrato nel tempo una solidità considerevole.

Studi e Ricerche – Nuova collana dell'Unioncamere Emilia-Romagna

1. UNIONCAMERE EMILIA-ROMAGNA, Carlo S. Romanelli e Marco Berti (a cura di), *Lavorare in rete per lo sviluppo delle economie locali. Un'esperienza del network delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna*, Bologna, 2006.
2. UNIONCAMERE EMILIA-ROMAGNA – ISTAT, *L'evoluzione dei sistemi locali in Emilia-Romagna*, Bologna, 2007.
3. UNIONCAMERE EMILIA-ROMAGNA, Roberto Fanfani e Renato Pieri (a cura di), *Il sistema agro-alimentare dell'Emilia-Romagna. Rapporto 2006*, Bologna, 2007.
4. UNIONCAMERE EMILIA-ROMAGNA (a cura di), *Innovazione e tradizione nel turismo in Emilia-Romagna. Rapporto 2006 dell'Osservatorio Turistico Regionale*, Bologna, 2007.

Studi e Ricerche



L'undicesimo rapporto dell'Osservatorio turistico dell'Emilia-Romagna rappresenta l'occasione, oltre che per presentare i risultati del programma di analisi e ricerche svolte nel corso del 2006, anche per riflettere sul ruolo e sulle prospettive dell'intervento pubblico, alla luce delle tendenze evolutive e delle trasformazioni in atto nel settore.

Il modello di intervento promozionale adottato in Emilia-Romagna, di cui l'Osservatorio è parte integrante, risulta imperniato sulla valorizzazione della collaborazione tra soggetti pubblici e privati e su una solida partnership tra Regione e Camere di commercio.

Della strategia di collaborazione tra Regione e sistema camerale, costituiscono parte integrante le indagini per il monitoraggio dell'economia, a cominciare da quelle sul sistema agroalimentare e sul turismo, pubblicate annualmente nella nuova collana dell'Unioncamere Emilia-Romagna.