



Newsletter
Osservatorio Turistico Emilia-Romagna

*Numero 3
Marzo 2010*



SOMMARIO:

- 1. Pasqua tra low cost e scoperte territoriali**
- 2. Previsioni 2010 ottimistiche per il mercato organizzato tedesco**
- 3. Turismo bilancio 2009-2010 in flessione**
- 4. Passi indietro per la qualità dell'ospitalità**

1. Pasqua tra low cost e scoperte territoriali

Da tempo non capitava una Pasqua a ridosso di una tornata elettorale. Migliaia di scuole italiane, chiuse per diventare seggi elettorali, hanno così regalato un supplemento di vacanza agli studenti (da lunedì 29 a giovedì 1 aprile) e le famiglie italiane ne hanno approfittato.

I voli low cost diretti verso le capitali europee hanno fatto il tutto esaurito, così le località di montagna, ma il grande favorito è stato il mare.

Dopo un inverno gelido e ricco di tensioni, il break pasquale ha dato il via al movimento generalizzato di milioni di italiani (circa 7 milioni) che all'insegna della "Pasqua con chi vuoi" hanno lasciato le città di residenza per destinazioni popolari balneari e località di possibili avventure gastronomiche, d'arte e di cultura.

Il 2010, come rilevano gli esperti, viene indicato come l'anno del *vintage*, delle memorie e della riscoperta dei valori territoriali. Tra vacanze, escursioni visite a cantine e fattorie ecologiche gli italiani hanno speso 2,2 miliardi di euro.

2. Previsioni 2010 ottimistiche per il mercato organizzato tedesco

Le previsioni dei principali Tour Operator tedeschi per il 2010 sono confortanti: sulla base del livello attuale di prenotazioni, monitorate da GFK su una rete di 1.200 agenzie, i Tedeschi continuano a programmare le loro vacanze utilizzando i vantaggi economici del *Frühbucherrabatt*, ossia sconti fino al 30% sulle prenotazioni anticipate.

In Germania si rileva un fenomeno di polarizzazione del mercato che, secondo gli esperti, caratterizzerà il 2010 sia per quanto riguarda le prenotazioni che per la scelta del tipo di vacanza:

- da un lato si registra una programmazione con largo anticipo delle vacanze per usufruire degli sconti;
- dall'altro, si accentua la tendenza a prenotare all'ultimo minuto (la vacanza estiva si decide per molti ormai soltanto nel mese di giugno);
- da un lato si registra una vera e propria caccia ai pacchetti supereconomici;
- dall'altro, aumenta la ricerca di offerte esclusive e di superlusso.

Per quanto riguarda l'Italia, i Tour Operator tedeschi esprimono un cauto ottimismo: la ripresa potrebbe concretizzarsi da aprile/maggio in poi per quanto riguarda il *Last minute*, consentendo di raggiungere gli stessi numeri del 2009.

3. Turismo bianco 2009-2010 in flessione

Secondo l'ultima rilevazione dell'Osservatorio Turistico della Montagna di TMI l'inverno 2009-2010 non sta mantenendo le promesse di inizio stagione.

Soggiorni più brevi, meno skipass venduti e meteo poco favorevole hanno raffreddato l'entusiasmo degli operatori turistici. Il lieve calo dei tassi di occupazione alberghieri è stato però compensato da prezzi che hanno temporaneamente allontanato lo spettro della crisi, arrivata comunque anche in quota.

In **Trentino** complessivamente gli arrivi italiani si sono mantenuti in linea con lo scorso anno, ma si è contratta la spesa e conseguentemente il giro d'affari, soprattutto nell'extralberghiero (in sofferenza pubblici esercizi e attività commerciali). In **Alto Adige** i comprensori di riferimento (Val Gardena, Val Badia e area di Plan de Corones) riescono a registrare performance in linea con la stagione 2008-2009 grazie alla clientela italiana di fascia medio-alta, che ricerca comfort alberghieri e servizi di qualità superiore.

In **Lombardia** si registrano evidenti difficoltà e la stagione risulta incerta anche per le località sciistiche di **Piemonte** e **Valle d'Aosta** dove le settimane bianche fanno registrare un andamento divaricante di arrivi (lieve crescita) e presenze (in calo).

Downturn anche a Cortina e nelle località minori del **Veneto**: festività natalizie in significativa contrazione, calo delle giornate sci vendute e settimane bianche in diminuzione. Stagione di continuità per le destinazioni dolomitiche del **Friuli Venezia Giulia**, dove grazie alla competitività dell'offerta turistica e alle abbondanti neviccate, gli operatori hanno potuto confermare i risultati (comunque non esaltanti) dell'inverno scorso.

Il trend delineato riguarda anche le località dall'Appennino. In **Emilia Romagna**, i comprensori del Corno alle Scale e del Cimone stanno faticosamente difendendo i risultati ottenuti lo scorso inverno. Le festività natalizie non hanno rispettato le attese e i mesi successivi non hanno compensato le perdite. Le abbondanti precipitazioni nevose di marzo fanno ben sperare gli operatori turistici che contano di poter salvare la stagione allungando l'apertura fino a Pasqua.

Nel 2010 prosegue dunque il *downturn* del giro d'affari avviatosi nel 2009:

Stagione invernale	Fatturato diretto	Giro d'affari complessivo
1998-1999	3.840 mld. di lire	17.200 mld. di lire
2000-2001	4.300 mld. di lire	19.200 mld. di lire
2003-2004	2,6 mld. di euro	11,4 mld. di euro
2005-2006	3,9 mld. di euro	12,3 mld. di euro
2007-2008	4,8 mld. di euro	12,9 mld. di euro
2008-2009	4,35 mld. di euro	11,4 mld. di euro
2009-2010	4,30 mld. di euro	11,2 mld. di euro

Elaborazione dati Trademark Italia

Lo studio conferma come, nonostante la fase di crisi, la montagna continui a godere della presenza di una solida

nicchia di italiani ricchi, benestanti, senza vincoli di lavoro, che possono partire e rientrare, a seconda delle condizioni meteo e dell'innnevamento delle piste. E' un segmento di turisti ad alta capacità di spesa che lascia le città anche nei giorni feriali, che raggiunge le piste alpine e dolomitiche, che alloggia nelle strutture migliori, che vive la montagna senza un'apparente preoccupazione di budget anche nel 2010.

4. Passi indietro per la qualità dell'ospitalità

La recessione ha colpito duro e gli alberghi stanno riducendo i costi, i servizi e gli accessori di alloggio:

- § interi piani camere non sono operativi;
- § meno personale disponibile;
- § niente quotidiani al mattino;
- § biancheria da bagno sempre più scarsa;
- § ciabattine, accappatoi, shampoo e igiene intima solo a richiesta;
- § room service molto lento o sospeso;
- § diminuzione della potenza illuminante negli spazi comuni;
- § riduzione generalizzata della potenza elettrica;
- § ristoranti aperti in orari ridotti rispetto all'anno scorso;
- § meno prodotti di qualità sul buffet della piccola colazione;
- § lavori di manutenzione e ringiovanimento rimandati.

Il prezzo medio in alberghi a 4 stelle italiani per una camera doppia uso singola ha subito una flessione:

- § in Febbraio 2008: 115 euro;
- § in Febbraio 2010: 101 euro.

Negli aeroporti la tendenza è la seguente:

- § meno passeggeri in movimento;
- § diminuzione del fattore di carico per aereo;
- § meno personale al check in;
- § Club Lounge per business travellers non più operativi.

Nelle aziende si tagliano i costi:

- § viaggi di rappresentanza ridotti o rimandati;
- § rimborsi a piè di lista sospesi;
- § alloggio consigliato: alberghi a 3 stelle anziché 4 stelle;
- § flotte aziendali non rinnovate.

Nella ristorazione la crisi fa emergere le seguenti indicazioni:

- § si riduce il consumo di aperitivi e antipasti;
- § i clienti fanno sharing dell'antipasto e del dessert;
- § caduta verticale dei consumi di vino;
- § meno bottiglie e più vino "al bicchiere";
- § aumentano le chiusure di ristoranti stellati.

Questo messaggio viene spedito nel rispetto dell'art.13 del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196. Per essere rimossi dalla nostra mailing list, è sufficiente darne comunicazione al seguente indirizzo di posta elettronica: benedetta.cavezzali@rer.camcom.it

Per ulteriori informazioni, visita il sito www.rer.camcom.it