



*Numero 10*  
*Ottobre 2010*



**SOMMARIO:**

- 1. IL RILANCIO DELL'APPENNINO**
- 2. CONFERENZA NAZIONALE DEL TURISMO DI CERNOBBIO**
- 3. LA CRESCITA DEL TURISMO PLEIN AIR**
- 4. TURISMO, SIAMO IN VIA DI GUARIGIONE?**

**1. IL RILANCIO DELL'APPENNINO**

Dopo una stagione estiva fatta di chiaro-scuri, le località dell'Appennino emiliano-romagnolo, si presentano al via della stagione invernale, con rinnovato entusiasmo e significative novità.

520mila euro sono stati destinati dalla Provincia di Modena alla revisione degli impianti di risalita del comprensorio del Cimone e all'adeguamento delle piste da discesa e da fondo con notevoli miglioramenti delle strutture per lo snowboard e il freestyle.

Al Corno alle Scale la grande novità dell'inverno è rappresentata dalla nuova società di gestione H.R., che ha già investito migliaia di euro per l'acquisto di quattro "gatti delle nevi" e una decina di impianti, per l'innevamento artificiale che serviranno a garantire una migliore qualità delle piste.

Novità anche a Cerreto Laghi dove si amplia anche lo snowpark e grazie ad importanti investimenti, quest'inverno, ben l'80% delle piste sarà coperto dall'innevamento programmato.

**2. CONFERENZA NAZIONALE DEL TURISMO DI CERNOBBIO**

Alla recente Conferenza Nazionale del Turismo, che si è svolta a Cernobbio il 15 e 16 ottobre, Vasco Errani, Presidente della Regione Emilia-Romagna e della Conferenza Stato-Regioni, ha posto l'accento sulla necessità di migliorare l'offerta ricettiva.

Al turismo serve qualità, competenza e una vera strategia politica e industriale, perché il turismo è un settore economico che produce cultura e lavoro. E' il prodotto più trasversale del nostro Paese, il punto di partenza della nostra ripresa economica.

Errani ha indicato tre elementi prioritari per far ripartire lo sviluppo: 1) la gente, le risorse umane; 2) il patrimonio ambientale, artistico e culturale della nostra penisola; 3) la conoscenza, le competenze, il know-how, di cui questo Paese dispone.

Partendo da questi tre elementi occorre mettere a punto in maniera concertata una strategia di sviluppo decennale, fino al 2020, che definisca le priorità e gli obiettivi.

### **3. LA CRESCITA DEL TURISMO PLAIN AIR**

Le circa 2.500 imprese italiane, del turismo all'aria aperta, pare non abbiano risentito della crisi. L'estate appena trascorsa per campeggi e villaggi turistici ha fatto registrare una performance positiva, con leggeri aumenti di traffico. Secondo Faita-Federamping, gli andamenti mensili dei flussi turistici hanno registrato un sostanziale recupero nel periodo agosto-settembre, rispetto ai mesi giugno e luglio, che facevano pensare ad un calo delle prenotazioni.

A fronte di una leggera contrazione della spesa, pro capite, per i servizi offerti dalle strutture ricettive, (bar, ristoranti ed intrattenimento), c'è stato un recupero delle presenze nei periodi precedenti e successivi l'alta stagione. Nel complesso, le strutture italiane hanno registrato circa 8 milioni di arrivi per 68 milioni di presenze complessive, con una permanenza media nelle strutture di circa 8,2 giorni per ospite. Il fatturato complessivo si è attestato sui 2,8 miliardi di euro, indotto compreso, con un lieve incremento rispetto al 2009.

Gli addetti del settore si confermano in circa 40.000 unità.

### **4. TURISMO, SIAMO IN VIA DI GUARIGIONE?**

Non solo segnali italiani, vengono da Jan D. Freitag, di Smith Travel Research, ma di solito, accade che la ripresa dei viaggi e delle vacanze inizi proprio all'estero.

Visto che il primo mercato del mondo è quello americano, emerge che nei primi nove mesi del 2010, il mercato statunitense è cresciuto di 7 punti percentuali.

Altro dato positivo: le richieste di prenotazione (*booking demand*), fino a gennaio 2011, crescono del 4% circa. Lo afferma Tim Hart, di Rubicon Group.

I clienti individuali di passaggio, secondo STR, sono i *driver* di questo positivo incremento. Diminuisce invece il numero dei clienti che viaggiano in gruppo organizzato. Recuperano in termini di arrivi e presenze, soprattutto, gli hotel di classe Upscale e Luxury (4 e 5 stelle). Fermi tutti gli altri.

Come accade da mesi in Europa, gli alberghi più costosi registrano migliori prestazioni, meglio e di più di quelli economici, tuttavia questo dato va considerato attentamente, poiché diverge dalla corsa europea ai voli e ai viaggi low cost.

Particolare attenzione merita la crescita di room nights, (presenze), USA, del 2010.

Il dato può essere fuorviante, perché il 2009, è stato uno dei peggiori anni della storia alberghiera mondiale. Per misurare l'eventuale trend di guarigione delle città italiane, conviene guardare l'andamento di alcune città rispetto allo stesso mese del 2009:

**A. Italian Hotel Monitor:**

<b>ITALIAN HOTEL MONITOR - trademark italia</b>			
<b>SETTEMBRE 2010</b>			
	<b>Room</b>	<b>Var. RO</b>	<b>Prezzo</b>
<b>Città</b>	<b>Occup. %</b>	<b>su 2009</b>	<b>4 Stelle</b>
MILANO	80,3%	+7,8	155,12
PARMA	71,4%	+4,8	100,62
REGGIO E.	62,8%	+1,1	89,07
MODENA	58,8%	+4,2	90,93
VENEZIA	83,4%	+2,5	164,13
VERONA	75,9%	+0,4	127,73
FERRARA	67,1%	+5,8	101,14
BOLOGNA	67,8%	+5,1	118,45
RAVENNA	69,5%	-1,4	97,9
RIMINI	72,3%	-2,7	93,05
S. MARINO	69,5%	+4,3	73,77
FIRENZE	85,9%	+6,7	130,9
ANCONA	67,0%	+5,8	93,26
PESARO	74,3%	+1,7	102,29
ROMA	85,1%	+4,6	137,91

**B.** secondo STR Global, negli USA, a Miami e New York in particolare, nei primi nove mesi del 2010, le presenze sono aumentate del 2,5% circa, ma si è ridotto il prezzo medio del 3%.

New York viene considerata dagli esperti un valido benchmark per le capitali europee, un indicatore che influenza la performance di Roma, Firenze e Venezia, ma non di Milano.

Va segnalato anche che a livello mondiale, gli alberghi hanno allentato le redini: sono aumentati quelli che non fanno addebiti per le cancellazioni e raddoppiati quelli che propongono vantaggi e upgrade gratuiti.