



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:

ITALIAN HOTEL MONITOR - trademark italia			
SETTEMBRE 2010			
	Room	Var. RO	Prezzo
Città	Occup. %	su 2009	4 Stelle
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.