



*Newsletter*  
*Osservatorio turistico Emilia-Romagna*



**Numero 2**  
*dicembre 2009*



**Sommario:**

- 1. Occupazione alberghiera e prezzi negli hotel upscale dei principali capoluoghi dell'Emilia-Romagna**
- 2. I parchi di divertimento nella riviera dell'Emilia-Romagna**
- 3. Osservatorio turistico della montagna: rapporto previsionale inverno 2009/2010**

**1. Occupazione alberghiera e prezzi negli hotel upscale dei principali capoluoghi dell'Emilia-Romagna**

I dati dell'Italian Hotel Monitor relativi al tasso di occupazione delle camere alberghiere evidenziano una diminuzione del movimento turistico nelle città più importanti per movimento turistico commerciale e d'affari dell'Emilia Romagna. Tra gennaio ed ottobre, negli hotel di classe upscale si registrano cali compresi tra il -3,2% di Parma e il -0,2% di Reggio Emilia. Bologna conferma la tendenza con 2,1 punti di occupazione in meno rispetto allo stesso periodo del 2008.

L'andamento dei prezzi indica una contrazione dei ricavi medi per camera soprattutto a Parma e Bologna dove si registrano diminuzioni, rispettivamente, del 6% e 5,2%. In controtendenza Modena e Reggio Emilia in cui si registra una lieve crescita del prezzo praticato al cliente.

Città	Gen - Nov 2009		Var su Gen - Nov 2008	
	Occup. %	Prezzo	Occup. %	Prezzo
BOLOGNA	49,9%	111,01	-2,1	-5,2%
PARMA	56,4%	99,34	-3,2	-6,0%
MODENA	51,1%	85,86	-2,9	2,6%
R. EMILIA	52,4%	88,70	-0,2	1,8%
FERRARA	53,0%	92,70	-1,0	-2,7%
RAVENNA	63,6%	95,74	-2,1	-3,4%
RIMINI	67,8%	98,07	-1,5	-2,7%

*Fonte: Trademark Italia – Italian Hotel Monitor*

## 2. I parchi di divertimento nella riviera dell'Emilia-Romagna

In termini di marketing, i parchi di divertimento dipendono prevalentemente dai vicini serbatoi di turisti in vacanza ed è dunque in Romagna, sul Garda, in Liguria, a Roma e sull'area di Napoli-Sorrento che si concentrano gli investimenti.

I benefici, in un certo senso, sono reciproci, perché l'ospitalità di tanti distretti turistici senza i parchi di divertimento non sarebbe così popolare e famosa.

Questa affermazione è tanto più vera per il sistema turistico della Riviera dell'Emilia Romagna, dove in un'area di 100 km di costa compresa tra i Lidi di Ravenna e Cattolica, una rete di 15 parchi di divertimento con tre tipologie di offerta (tematici, acquatici, marini) gioca un ruolo essenziale, rappresentando un punto di animazione e un polo di aggregazione che attira grandi quote di clientela, anche internazionale.

Nell'estate 2008, caratterizzata da una flessione generalizzata del movimento turistico ed in particolare della propensione alla spesa, i 15 parchi di divertimento della Riviera dell'Emilia Romagna, che assorbono una forza lavoro di circa 2.880 addetti a regime, hanno ottenuto una crescita complessiva del +2,7%, in controtendenza rispetto all'andamento generale, accogliendo in totale 4,47 milioni di visitatori, per un giro d'affari diretto ed indiretto stimabile attorno ai 100 milioni di euro.

## I VISITATORI DEI PARCHI DELLA RIVIERA

PARCO	Estate 2008
Mirabilandia, Ravenna	2.000.000
Italia in Miniatura, Rimini	500.000
Aquafan, Riccione	450.000
Oltremare-Imax, Riccione	350.000
Fiabilandia, Rimini	320.000
Acquario Le Navi, Cattolica	250.000
Delfinario, Rimini	200.000
Altri 8 parchi	400.000
<b>TOTALE</b>	<b>4.470.000</b>

*Stime Trademark Italia*

### 3. Osservatorio turistico della montagna: rapporto previsionale inverno 2009/2010

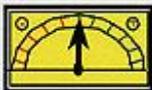
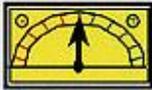
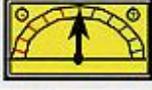
Anche in un anno di difficoltà sociali ed economiche, la vacanza in montagna si conferma parte integrante dello stile di vita degli italiani. Tra Natale ed Epifania quasi 3 milioni di connazionali (il 20% in più dello scorso anno) partiranno per le vacanze in montagna. Cresce anche il volume delle presenze nelle seconde case. Nonostante la maturità dell'offerta e la mancanza di autentiche novità i primi segnali per la stagione invernale 2009/2010 sono positivi. Lo attestano le dichiarazioni di un solido campione di operatori interpellati da Trademark Italia che nel complesso non registra contrazioni per le vacanze di Natale e Capodanno. La recessione e la congiuntura economica negativa non hanno riscontri sul mercato della montagna.

L'indagine periodica dell'Osservatorio della Montagna 2009/2010 è stata realizzata attraverso una serie di interviste telefoniche e questionari auto-somministrati nel periodo 20 novembre-19 dicembre. Hanno partecipato alle rilevazioni oltre 680 operatori del settore ricettivo (alberghi, residence, agenzie di affittanze turistiche) che ne compongono il panel di riferimento. Inoltre, sono state effettuate 193 interviste dirette a turisti italiani con almeno 5 anni di esperienza in fatto di vacanze in montagna. Con questi dati Trademark Italia ha elaborato un barometro dell'andamento turistico nelle aree più note e frequentate della montagna Italiana.

Sorprende la continuità dei driver di un prodotto turistico che sembrava avviato al graduale declino ma che supera la fase recessiva nonostante:

- la contrazione dei soggiorni;
- i fattori di carico antropico (affollamenti e svuotamenti improvvisi nei week-end);
- la crescita degli *short break* della clientela di breve-medio raggio;
- la diminuzione della domanda di appartamenti e residence;
- l'invecchiamento graduale delle unità abitative destinate agli affitti turistici;
- l'aumento esponenziale delle richieste di sconti, occasioni, offerte speciali e tariffe promozionali;
- l'imprescindibilità dell'offerta di benessere negli alberghi (le strutture ricettive provviste di area *wellness* sono ormai *out-performing*);
- la pressione dei turisti per offerte gastronomiche alberghiera superiori;
- una clientela sempre più critica, pignola e attenta ai dettagli.

Nel dettaglio dei singoli comprensori, in base alle indicazioni fornite dagli operatori, l'andamento previsto per i vari distretti è il seguente:

<b>TRENTINO:</b>	
<b>ALTO ADIGE:</b>	
<b>VALLE D'AOSTA:</b>	
<b>LOMBARDIA:</b>	
<b>PIEMONTE:</b>	
<b>VENETO:</b>	
<b>FRIULI VENEZIA GIULIA:</b>	

*Fonte: Osservatorio della Montagna di Trademark Italia.*

L'Alto Adige si conferma leader di mercato. Stabili Trentino, Lombardia e Veneto. In crescita Friuli Venezia Giulia e Valle d'Aosta, in calo il volume delle presenze alberghiere in Piemonte.

In una stagione segnata dal trionfo del low cost, l'offerta delle località appenniniche emiliano-romagnole risulterà favorita e appetibile, grazie anche alle abbondanti nevicate di inizio dicembre. Gli operatori del comprensorio del Cimone si aspettano una stagione invernale lievemente superiore a quella passata quando furono registrati tassi di crescita importanti sia in termini di skipass venduti che di fatturato complessivo. I primi segnali stanno andando in questo senso grazie anche alle offerte e ai pacchetti realizzati ad hoc.

Archiviati i problemi e raggiunta la stabilità gestionale, il comprensorio del Corno alle Scale affronta con fiducia la stagione 2009/2010. Dopo gli eventi negativi del 2007/2008 i presupposti - secondo gli operatori turistici - sono positivi grazie anche all'attività promo-commerciale effettuata da Regione e APT sui mercati dell'Est Europa (Polonia, Rep. Ceca e Slovacchia, Ungheria). Conferma la sua efficacia a livello nazionale e locale il lancio promozionale effettuato nel 2008 con Alberto Tomba come testimonial. Il plus dell'Appennino Emiliano-Romagnolo non è rappresentato dalla qualità comunque buona delle piste ma dalla competitività dei prezzi, che nei comprensori principali sono sostanziosamente inferiori a quelli delle località dolomitiche.

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: mail to:benedetta.cavezzali@rer.camcom.it

