

**Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna**

**IL TURISMO  
IN EMILIA-ROMAGNA  
NEL 2015**

**Consuntivo dei comparti  
dell'offerta regionale**

Realizzato col contributo di Trademark Italia



## Indice:

1. Il bilancio turistico 2015 in Emilia-Romagna.....	5
2. L'Estate 2015 sulla Riviera dell'Emilia-Romagna .....	7
2.1 Outlook nazionale .....	7
2.2 Il sondaggio di mezza estate (maggio-luglio) sul panel di operatori della riviera.....	10
2.3. La congiuntura del periodo maggio-settembre 2015.....	13
2.4 Il movimento complessivo nel 2015.....	16
2.5 Il sistema turistico della Riviera nel 2015.....	17
2.6 L'andamento del meteo nel 2015 .....	19
2.7 Le uscite dai caselli autostradali della Riviera nel 2015.....	20
3. Il consuntivo 2015 nelle Città d'Arte e d'Affari.....	23
3.1 Il bilancio 2015 nelle città italiane .....	23
3.2 Il movimento 2015 nelle città dell'Emilia-Romagna .....	24
4. Il consuntivo 2015 sull'Appennino .....	27
4.1 I trend della montagna Appenninica.....	27
4.2 L'andamento dell'inverno 2014-2015.....	28
4.3 L'andamento dell'estate 2015 .....	28
4.4 Il movimento della parte finale dell'anno .....	30
5. Il consuntivo 2015 per le Terme dell'Emilia-Romagna .....	33
5.1 Outlook nazionale .....	33
5.2 La stazione termale 2015 in Emilia-Romagna.....	34



## 1. IL BILANCIO TURISTICO 2015 IN EMILIA-ROMAGNA

**Cresce il turismo in Emilia-Romagna nel 2015: oltre 47 milioni di presenze da gennaio a dicembre (+3,2%), arrivi in crescita del 5,1%. In aumento i dati di tutti i prodotti turistici: Riviera, Città d'Arte e d'Affari, Montagna appenninica e Terme. L'analisi dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna.**

5

Dopo anni di flessione e stagnazione, il 2015 registra un aumento del movimento turistico nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere dell'Emilia-Romagna. Nel complesso l'industria turistica regionale chiude l'anno con oltre 47 milioni di presenze turistiche, in aumento del +3,2% rispetto ai 45,8 milioni registrati nel 2014. Gli arrivi turistici sfiorano i 10 milioni, con una crescita del +5,1% rispetto ai 9,4 milioni del 2014. Tutti i comparti dell'offerta turistica regionale registrano una performance positiva sia degli arrivi, sia delle presenze.

*Andamento turistico in Emilia-Romagna nel 2015 (gennaio-dicembre)*

COMPARTO	ARRIVI			PRESENZE		
	2014	2015	Var. 15-14	2014	2015	Var. 15-14
RIVIERA	5.942.000	<b>6.293.000</b>	<b>5,9%</b>	37.036.000	<b>38.218.000</b>	<b>3,2%</b>
CITTA' D'ARTE	2.695.000	<b>2.759.000</b>	<b>2,4%</b>	5.595.000	<b>5.768.000</b>	<b>3,1%</b>
APPENNINO	425.000	<b>468.000</b>	<b>10,1%</b>	1.756.000	<b>1.825.000</b>	<b>3,9%</b>
TERME	406.000	<b>435.000</b>	<b>7,1%</b>	1.418.000	<b>1.459.000</b>	<b>2,9%</b>
<b>TOTALE E.-R.</b>	9.468.000	<b>9.955.000</b>	<b>5,1%</b>	45.805.000	<b>47.270.000</b>	<b>3,2%</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

E' stata la ripresa della domanda italiana (+6,6% degli arrivi e +4,8% delle presenze) a produrre il positivo risultato complessivo, mentre gli stranieri a fronte di una leggera crescita degli arrivi (+1,1%) registrano una contrazione delle presenze (-1,2%).

Il movimento turistico nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere dell'Emilia-Romagna viene rilevato dall'Osservatorio regionale sul turismo tramite la rivalutazione periodica delle statistiche ufficiali. La metodologia prevede di fare ricorso, da una parte, alle indicazioni fornite da un panel di oltre 1.300 operatori di tutti i comparti dell'offerta turistica regionale e, dall'altra, di utilizzare indicatori indiretti, come le uscite ai caselli autostradali, gli arrivi aeroportuali, i movimenti ferroviari, le vendite di prodotti alimentari e bevande per l'industria dell'ospitalità, i consumi di energia elettrica ed acqua e la raccolta di rifiuti solidi urbani.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

Nel seguito del presente lavoro verranno presentati i risultati dettagliati dei singoli comparti dell'offerta turistica regionale.

*Andamento turistico in Emilia-Romagna nel 2015 (gennaio-dicembre)*

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2014	2015	Var. 15-14	2014	2015	Var. 15-14
ITALIANI	6.911.000	<b>7.368.700</b>	<b>6,6%</b>	33.717.000	<b>35.322.000</b>	<b>4,8%</b>
STRANIERI	2.557.000	<b>2.586.300</b>	<b>1,1%</b>	12.088.000	<b>11.948.000</b>	<b>-1,2%</b>
TOTALE	9.468.000	<b>9.955.000</b>	<b>5,1%</b>	45.805.000	<b>47.270.000</b>	<b>3,2%</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

## 2. L'ESTATE 2015 SULLA RIVIERA DELL'EMILIA-ROMAGNA

Un maggio positivo, i pochi ponti festivi e gli annunci di fine della crisi, giugno e luglio roventi, i temporali di agosto che non hanno sancito la fine dell'estate ed un buon settembre – questi gli elementi salienti della stagione estiva 2015 che hanno propagato l'ottimismo lungo la Riviera. Sono circa 7 milioni i turisti e gli escursionisti italiani e stranieri che hanno favorito le località della Riviera dell'Emilia-Romagna dai Lidi di Comacchio a Cattolica. Un sistema turistico costellato di parchi di divertimento, eventi musicali, offerte enogastronomiche di eccellenza e manifestazioni sportive.

La crescita del bimestre maggio-giugno appare “strutturale”, mentre quella di luglio può considerarsi “congiunturale” (legata all'andamento meteo), il mese di agosto si conferma sui consueti buoni livelli. Un ottimo settembre, infine, chiude una stagione soddisfacente.

### 2.1 Outlook nazionale

Dopo anni di flessione e stagnazione la stagione estiva, quella balneare specialmente, ha ripreso a tirare. Quello che si è realizzato è stato, soprattutto, un recupero della componente domestica del turismo italiano che, a seguito dei segnali positivi dei primi mesi del 2015 (*la variazione del PIL tornata in positivo, la liquidazione degli aumenti pensionistici precedentemente bloccati ed il sommarsi di diversi segnali di fine della crisi*), è ripartito.

La domanda europea al contempo è stata condizionata dalle notizie legate al terrorismo e agli attentati che hanno funestano le nazioni costiere del nord Africa. Gli europei pertanto, clienti abituali di Mar Rosso, Tunisia, Marocco, Kenya e Turchia, hanno ricominciato a prenotare in Italia, nelle isole della Grecia, in Spagna e in Portogallo.

In questo contesto, sono stati annunciati aumenti anche a due cifre di alcuni mercati stranieri ma, mediamente e a fine estate, il movimento balneare internazionale è cresciuto del +3,6% in termini di arrivi e del +1,4% in termini di presenze rispetto al 2014. Il mare italiano non è (per ragioni culturali, infrastrutturali e commerciali) tra le mete preferite dei tour-operator internazionali. Dagli anni '90, il turismo in ingresso verso il lato adriatico della penisola è, infatti, prevalentemente “automobilistico” (auto e pullman) con la conseguenza che il reindirizzamento verso i nostri lidi dalle mete internazionali appena citate (normalmente gestite da tour-operator) non è così automatico. Dato i numeri registrati dalla nostra Riviera, le

variazioni percentuali citate corrispondono, comunque, a più di un aumento di oltre un milione di presenze.

Nel 2015 ci sono sorprese positive. Senza aver realizzato progetti speciali di promozione l'Italia ha beneficiato, infatti, di una crescita dei flussi turistici dagli Stati Uniti e dall'Europa centrale (turisti abbienti da Ungheria e Repubblica Ceca) e di un aumento degli arrivi internazionali in genere grazie a delegazioni commerciali e politiche in visita (d'obbligo) ai rispettivi padiglioni di EXPO 2015 (l'Expo è stata poi occasione per visitare altre città, Venezia soprattutto, ma senza evidenti effetti diretti sulle vacanze balneari).

Sulla ripresa delle vacanze domestiche degli italiani hanno inciso diverse variabili congiunturali:

- durante la prima parte dell'anno, nel paese si è diffuso un certo ottimismo e gli occupati non hanno risparmiato le giornate di ferie disponibili sfruttandone una settimana in più, secondo i sondaggi. Questo si è tradotto in un aumento delle giornate spese fuori casa.
- Sono stati 32,5 milioni gli italiani in vacanza in Italia tra luglio e agosto. Poco meno del 70% di loro ha scelto le spiagge dell'Adriatico, circa il 25% quelle liguri, toscane, laziali, campane e calabresi. La ripartizione delle presenze turistiche balneari tra le diverse mete dipende, infatti, dai letti disponibili nelle località e il lato adriatico dell'Italia è il più dotato di apparato ricettivo oltre ad essere il più facilmente accessibile da chi risiede nelle aree industriali settentrionali. Circa il 10% degli italiani ha scelto le isole: Sardegna, Sicilia, Elba e arcipelago toscano su tutte. Piccole quote di movimento si sono registrate per le altre meraviglie del Tirreno, dello Jonio e del canale di Sicilia.
- La permanenza media dei turisti italiani per la vacanza principale nel 2015 si è accorciata a seguito di un'accentuazione della frammentazione delle vacanze, nonostante il maggior numero di giornate spese fuori casa: più volte in vacanza, ma per meno giorni. Anche la permanenza media dei turisti internazionali continua a contrarsi.

Per quanto concerne la scelta della destinazione per le vacanze, le considerazioni da tenere presente sono le seguenti:

- Il rapporto qualità-prezzo viene spesso citato quale motivo di scelta della meta e della sistemazione. Poiché uno degli elementi considerati, la qualità, presenta una notevole componente soggettiva, questo rapporto perde una grossa parte della propria capacità esplicativa delle scelte. Basti, infatti, pensare al fatto che 2/3 degli italiani scelgono luglio e agosto per le loro vacanze, cioè, il periodo



dell'anno in cui *“tutto costa di più”*, per rendersene conto. Il rapporto qualità-prezzo sembra essere più esplicativo delle scelte compiute dai turisti che fanno brevi vacanze in periodi di bassa stagione. Le variabili più significative delle scelte sembrano essere, invece, quelle tradizionali (tipo di spiaggia, distanza dalla residenza e tipo di pensione) anche se OTA (on-line travel agency) e metacomparatori di prezzi (es. Trivago) investono moltissimo per farsi spazio nel mercato delle vacanze puntando sul prezzo. Quasi l'80% delle “vacanze balneari italiane” si svolge in luglio e agosto, poco più del 20% in altri mesi estivi. In questi periodi, quindi, il prezzo perde di rilevanza nella scelta ed emergono le valutazioni personali sulla qualità e sulla disponibilità locale di servizi turistici. E' una delicata combinazione di variabili spesso strettamente personale.

- La significatività del prezzo, in effetti, dipende molto dalla fascia di età del turista ed arriva ad essere una variabile decisiva per gli under 50 in occasione degli *short break* e per i soggiorni brevi di bassa e media stagione.

In sintesi, quindi, i fattori che influenzano la scelta della destinazione di vacanza sono numerosi: la durata del viaggio, la distanza dalla propria residenza, i collegamenti, la sicurezza percepita, l'entertainment disponibile, il gossip e le presenze annunciate dei vip. Forse per queste ragioni nel 2015:

- il mercato degli under 50 si è diretto verso le destinazioni a robusta animazione, anche di seconda serata;
- le famiglie con bambini hanno scelto (quasi obbligatoriamente) le coste sabbiose e gli alberghi dove la pensione completa si serve “sportivamente”, senza vincoli di forma;
- le coppie di over 50 hanno alloggiato in hotel tradizionali e appartamenti turistici dove il riposo è garantito e non ci sono “scorrerie” quotidiane di bambini;
- gli over 65 (e i *veterans* - nati prima del '46), che rappresentano quasi un terzo del movimento turistico nazionale, hanno optato per le spiagge di sempre e per le coste “buone” e rassicuranti dell'Italia balneare;
- una quota sostanziosa di italiani di tutte le generazioni ha cercato di evitare le località molto urbanizzate, simili a quelle nelle quali risiedono, e che avrebbero potuto risultare inquiete, trasgressive e rumorose.

Al fine di dar conto dell'evoluzione nel tempo della situazione del turismo sulla Riviera vengono analizzati di seguito le situazioni congiunturali dei diversi periodi della stagione balneare, con riferimento anche ai risultati del sondaggio svolto a metà stagione sul panel degli operatori del settore.

## 2.2 Il sondaggio di mezza estate (maggio-luglio) sul panel di operatori della riviera

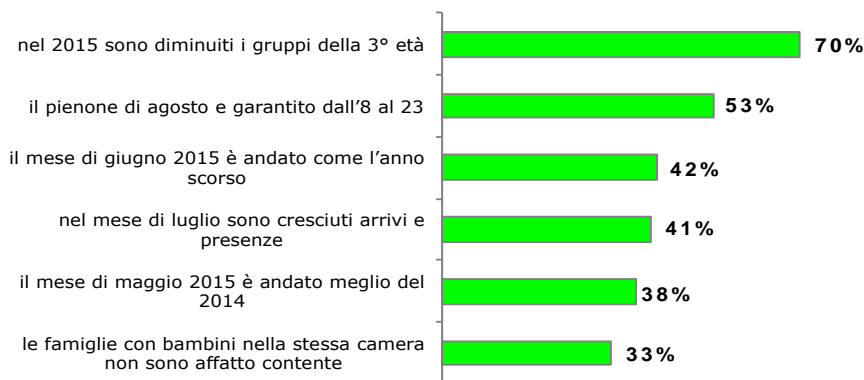
Il sondaggio di mezza estate (maggio-luglio) è stato realizzato proponendo al Panel di operatori della Riviera una serie di affermazioni, che potevano essere condivise o meno, per valutare l'andamento dell'attività a metà stagione.

Per quanto riguarda il movimento complessivo dell'estate 2015, l'affermazione più condivisa (70% degli operatori) riguarda la diminuzione dei gruppi della terza età che tradizionalmente soggiornavano nelle località della Riviera ad inizio stagione e che ora trovano spazio anche ad estate inoltrata.

L'andamento del mese di **maggio** è stato migliore rispetto al 2014 solo per il 38% degli intervistati, mentre l'incremento del movimento turistico (arrivi e presenze) nel mese di **luglio** è stato confermato dal 41% degli intervistati. L'affermazione relativa al "pienone" previsto tra l'8 e il 23 di **agosto** è stata condivisa da oltre la metà (53%) degli operatori interpellati.

Per un operatore turistico su 3, le famiglie con bambini che alloggiano nella stessa camera dei genitori non sono soddisfatte e vivono questa soluzione, pur economicamente vantaggiosa, come un disagio.

### *Andamento della stagione estiva del 2015*



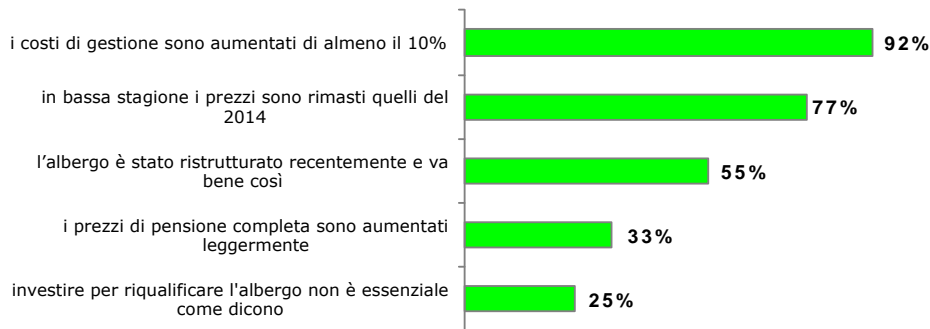
*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

Sul fronte della gestione operativa delle imprese turistiche, l'aumento dei costi gestionali di almeno il 10% è condiviso addirittura dal 92% degli operatori interpellati. Il 77% degli operatori conferma che in bassa stagione i prezzi sono rimasti sui livelli del 2014, anche se in realtà ritocchi più o meno evidenti sono stati rilevati. Solo il 33% degli operatori ammette che i prezzi di pensione completa sono leggermente aumentati (le verifiche dirette dell'Osservatorio confermano che le

Realizzato col contributo di Trademark Italia

tariffe alberghiere di luglio e agosto sono state visibilmente e generalmente ritoccate).

*Valutazione degli aspetti di carattere gestionale, comparto Riviera*



*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

L'aspetto del sondaggio che più deve indurre ad una riflessione è rappresentato dalle affermazioni relative al prodotto. Nonostante diverse stagioni di difficoltà e di progressiva erosione di arrivi e presenze:

- il 25% degli operatori pensa che investire per la riqualificazione della struttura ricettiva non sia essenziale;
- il 55% degli albergatori intervistati ritiene che il proprio albergo sia stato ristrutturato recentemente e che vada bene così com'è.

Se per gli operatori in problema non è l'offerta datata e/o inadeguata, la responsabilità delle cattive stagioni, delle cadute di *appeal* e di *performance*, passerebbe alla promozione e all'attività della componente pubblica.

Tenuto conto del fatto che gli alberghi, seppure aggiornati e ringiovaniti, sono stati mediamente progettati e costruiti negli anni '70 senza insonorizzazione, senza piscina e senza aria condizionata, la diffusa percezione che possano essere in linea con la domanda internazionale costituisce una autentica minaccia per il futuro turistico della nostra Riviera. Una preoccupante mancanza di *vision* da parte degli operatori.

Gli intervistati d'altra parte condividono le affermazioni relative alla stagione 2015:

- a. è stata un'estate migliore dal punto di vista meteo (96%);
- b. c'è stato un generale apprezzamento da parte della clientela per la qualità della ristorazione alberghiera e del servizio di pensione completa (95%);
- c. la qualità del mare è stata buona, il 72% degli operatori conferma il gradimento da parte della maggioranza della clientela (*fanno il bagno volentieri*).

Realizzato col contributo di Trademark Italia

## Ma che dire del 28% che il bagno volentieri non lo fa?

Valutazione degli aspetti di carattere congiunturale, comparto Riviera



12

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Il ricco calendario di eventi, fra i quali il più citato e conosciuto è la “Notte Rosa”, ha incentivato il movimento turistico per il 58% degli operatori interpellati, mentre per il 43% degli operatori si rileva la tendenza della clientela a rinunciare alla formula “*all inclusive*” e richiedere le offerte *basic*, economicamente più abbordabili.

Il trimestre maggio-luglio 2015 ha portato con sé un aumento di arrivi (+5% circa) e di presenze che, provvisoriamente, sono state stimate nel +3,5%.

Sono state in parte recuperate le posizioni perdute nel 2014 e le percentuali di fiducia che gli operatori avevano prima del quinquennio 2009-2013.

I prezzi di alta stagione sono aumentati, anche se solo 3 operatori su 10 lo ammettono. Quelli di bassa stagione sono invece mediamente fermi da circa 3 anni. Quanto ai ricavi, le attese degli operatori a metà stagione erano positive e prevedevano un miglioramento del giro d'affari tale da compensare l'aumento dei costi di produzione e delle imposte (quest'ultimo scattato nel 2014).

### NOTA METODOLOGICA

Il sondaggio è stato realizzato tra il 28 luglio e il 4 agosto 2015 sui circa 2.600 operatori turistici del Panel Riviera dell'Osservatorio Turistico Regionale. Il campione è stato raggiunto via e-mail e fax e successivamente sollecitato per via telefonica. Al 5 agosto 2015 risultavano ritornati 505 questionari debitamente compilati, per un tasso di risposta complessivo del 19,4%. Al campione di rientro è stata applicata una procedura di ponderazione in base al volume di presenze registrate nel 2014 presso ciascuna località. La distribuzione percentuale dei ritorni per zona e tipologia alberghiera è la seguente:

- Lidi di Comacchio 5%
- Lidi di Ravenna 3%
- Cervia - M. Marittima 12%
- Cesenatico 10% .... continua

Realizzato col contributo di Trademark Italia

• Gatteo Mare - San Mauro Pascoli	4%
• Bellaria Igea Marina	9%
• Rimini	27%
• Riccione	16%
• Misano Adriatico	6%
• Cattolica	8%

La composizione percentuale delle risposte per categoria:

• 4 stelle	11%
• 3 stelle	67%
• 2 stelle	22%

### 2.3. La congiuntura del periodo maggio-settembre 2015

Nel periodo maggio-settembre 2015 si è celebrato il ritorno dell'ottimismo, che a fine luglio ha raggiunto il suo apice in concomitanza con l'arrivo del grande caldo che ha convinto tutti ad abbandonare per qualche giorno le città roventi. Sempre durante il mese di luglio i media nazionali hanno diffuso la notizia di una affluenza turistica in crescita del venti per cento (mare, montagna, laghi, città ed EXPO) una cifra che, fosse corrisposta alla realtà, avrebbe fatto esplodere il sistema ricettivo nazionale. E' pur vero che il meteo favorevole, il mare trasparente e i servizi collaudati sono componenti formidabili per regalare risultati eccellenti agli operatori stagionali. In effetti gli albergatori assegnano un voto positivo alla stagione 2015 e parlano di risultati economici soddisfacenti per la Riviera. Anche i risultati delle rilevazioni dell'Osservatorio turistico regionale, sentiti gli operatori, evidenziano consuntivi dell'estate positivi, ma meno esaltanti di quelli che appaiono sulle cronache locali e nazionali.

Il positivo mese di luglio per la Riviera dell'Emilia-Romagna di solito rappresenta un affidabile indicatore per la performance di agosto, quando tutte le coste italiane registrano i record di carico antropico, di fatturato e di presenze. Il mese di agosto, infatti, si è confermato "eccellente", con la massima occupazione letti e con il massimo dei ricavi per il settore ricettivo, con un carico turistico nella 3° e 4° settimana del mese superiore a quello del 2014.

Il trend positivo che ha segnato l'estate italiana è continuato anche a settembre, anche se con modalità differenti. Settembre rappresenta da sempre il mese delle occasioni, degli sconti, dei viaggi brevi e dei soggiorni *low cost* per cui, rispetto a luglio e agosto, il budget destinato alla vacanza si riduce massicciamente. Questo significa che le variazioni in più e in meno del mese di settembre hanno effetti marginali sull'andamento stagionale che, per almeno due terzi, dipende dal carico di luglio e agosto.

In settembre l'offerta alberghiera tende a compattarsi e ridurre l'operatività. Dopo il 13 settembre, finito il movimento turistico del MotoGP di Misano Adriatico, pochi hotel *full service* (con ristorante e spiaggia) sono rimasti aperti. Una stima affidabile indica che solo il 30% circa del ricettivo della Riviera Romagnola, nonostante le 19 giornate di sole, ha resistito con la formula *full service* fino al 24 settembre. Questo accade perché la maggioranza degli albergatori della Riviera progetta già ad inizio stagione di tenere aperte le attività fino all'apertura delle scuole, ovvero di chiudere con l'inizio delle lezioni. Sarebbe utile riflettere sulle quote dei turisti che frequentano la Riviera in questo periodo, solo in parte composte da famiglie con bambini in età scolare. La quota maggiore di turisti balneari a settembre è composta di coppie over 50 senza figli.

Considerato che l'obiettivo storico degli albergatori della Riviera sono però le "famiglie" (sistematiche, per lo più, camere multiple) e che l'inseguimento di questo target continuerà, probabilmente, anche nel futuro, un settembre *sottotono* è diventato lo standard dell'estate. Si tratta di un tema delicato, perché questa tipologia di clientela può garantire il pieno di alberghi, resort e appartamenti per circa 60 giorni l'anno, troppo pochi per realizzare almeno i 120 giorni di stagione balneare a carico medio-alto che sono necessari per garantire, mediamente, una redditività soddisfacente.

Protagonisti del mese di settembre sono stati i turisti, gli escursionisti e i visitatori presenti ai grandi eventi sportivi, fieristici ed enogastronomici come il MotoGP di Misano Adriatico (oltre 150 mila spettatori in 3 giorni) e la fiera Macfrut che con oltre mille espositori ha richiamato 40.000 visitatori e buyers. Sono aumentati i flussi internazionali rispetto al 2014 anche grazie ai gruppi in arrivo dai mercati di lingua tedesca e dai paesi dell'est europeo più vicini ai confini italiani.

Per gli europei, settembre è un ottimo momento per visitare l'Italia e fare "touring around" ed è il mese ideale anche per le vacanze dei cicloturisti internazionali provenienti non solo dall'Europa ma anche da Paesi d'oltreoceano come Australia, Canada, USA e Brasile.

*Andamento turistico della Riviera nell'estate 2015 (maggio-settembre)*

Nazionalità	ARRIVI			PRESENZE		
	2014	2015	Var. 15-14	2014	2015	Var. 15-14
ITALIANI	3.739.000	<b>4.097.000</b>	<b>9,6%</b>	25.214.000	<b>26.614.000</b>	<b>5,6%</b>
STRANIERI	1.070.000	<b>1.109.000</b>	<b>3,6%</b>	8.138.000	<b>8.248.000</b>	<b>1,4%</b>
<b>TOTALE RIVIERA</b>	4.809.000	<b>5.206.000</b>	<b>8,3%</b>	33.352.000	<b>34.862.000</b>	<b>4,5%</b>

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Realizzato col contributo di Trademark Italia

Come risultato del combinarsi delle variabili sin qui delineate, il dato che emerge dalle elaborazioni dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna, è positivo, superiore a quello dell'estate 2014.

La maggioranza degli operatori dell'industria dell'ospitalità interpellati sintetizzano così l'andamento stagionale: *"più arrivi, più presenze, più consumi, più ricavi"*.

Solo il tasso di incremento degli arrivi italiani raggiunge le due cifre ma, visti i valori assoluti in gioco, si tratta comunque di aumenti significativi. Considerando, infatti, che la Riviera dell'Emilia-Romagna registra stagionalmente oltre 4 milioni di arrivi ed oltre 30 milioni di presenze, un incremento del 4-5% di *room nights* può tradursi, in termini di volumi e di ricavi, in un risultato eccezionale.

### **Indicatori di internazionalizzazione**

L'andamento positivo della stagione balneare 2015 è riscontrabile in tutte le località della Riviera Romagnola. Anche se non raggiunge le cifre percentuali che sono apparse sui media durante la stagione, il movimento dell'estate 2015 è stato fortemente influenzato dal ritorno dei turisti italiani che mediamente continuano a rappresentare i 3/4 (ed oltre) del movimento turistico della Riviera.

Gli italiani in questa caldissima estate 2015 sono tornati a frequentare in massa le spiagge dell'Adriatico sulle quali si trova oltre il 60% dell'offerta ricettiva peninsulare, favorendo quelle romagnole più attrezzate che però nei mesi di luglio e agosto potevano già di norma contare su elevate percentuali di occupazione alberghiera. Quest'ultimo fatto tende a rendere impossibile le crescite a due cifre di turisti nei mesi centrali della stagione balneare.

L'Osservatorio riscontra invece aumenti a due cifre di escursionisti e residenti "di prossimità" che hanno generosamente utilizzato i cento chilometri di spiagge attrezzate che vanno da Cattolica ai Lidi di Comacchio.

Accertato il positivo andamento del movimento nazionale, emergono dati che condizionano negativamente le cifre relative ai flussi internazionali estivi, specialmente nell'area sud della Riviera. Il pesantissimo calo del mercato russo (la contrazione supera il cinquanta per cento) è tuttavia mitigato da alcuni fattori tra cui si segnalano:

- a. la ripresa del mercato tedesco (+3,5%) con punte del +9% di domanda extralberghiera di lingua tedesca per i centri vacanza dei Lidi Ravennati e di Comacchio;
- b. la crescita degli arrivi dalla Svizzera (+4,9%) grazie anche al rafforzamento del franco svizzero;

- c. un visibile aumento dei turisti in arrivo dalla Francia (+6,3%);
- d. un trend molto positivo (+7%) della domanda di alberghi *upscale* e *upper-upscale* (4 e 5 stelle ad alto valore aggiunto) riguardante alcune nazioni dell'Est Europa come Ungheria e Repubblica Ceca;
- e. un positivo movimento di turisti polacchi (+4,5%);

L'aumento della componente straniera, al netto del turismo russo, è stimabile in circa il +6% degli arrivi ed il +4% delle presenze (nel periodo maggio-settembre), sufficiente a tamponare la pesante perdita di almeno la metà del movimento proveniente dalla Russia.

Da sottolineare che la buona performance del mercato straniero è legata in particolare alla presenze registrate dagli hotel di categoria superiore e dal livello di internazionalizzazione dell'area nord della costa emiliano-romagnola, dove grandi campeggi e centri vacanze sono maggiormente frequentati dalla clientela internazionale del nord e centro Europa.

Gli arrivi internazionali tendono a crescere più delle presenze, segno questo di buona attrattività e di prospettive positive.

Gli effetti positivi sugli arrivi alberghieri del 2015 sono generati anche dalla turbolenza politico-religiosa e dai conflitti in atto nelle nazioni mediterranee e mediorientali dalle quali si sono allontanati milioni di turisti europei.

Come già segnalato per il periodo maggio- luglio, i prezzi di alta stagione sono aumentati, anche se solo 3 operatori su 10 lo dichiarano; quelli di bassa stagione sono invece mediamente fermi da circa 3 anni. Quanto ai ricavi, tra aumenti delle presenze, effetti dell'ottimismo e incremento dei prezzi di alta stagione, si stima che il giro d'affari dell'industria dell'ospitalità emiliano-romagnola sia migliorato di almeno il 5%, tanto da superare l'aumento di costi ed imposte ed assicurare una marginalità positiva.

#### 2.4 Il movimento complessivo nel 2015

La Riviera dell'Emilia-Romagna ha chiuso l'anno in bellezza. Per le festività di fine anno l'apparato alberghiero si è attivato in misura superiore rispetto al passato: erano aperti circa 700 alberghi (600 solo nella provincia di Rimini), con una disponibilità ricettiva di circa 65.000 posti letto. Nessun'altra area turistica balneare italiana presenta in questo periodo un'offerta con queste dimensioni. A Natale, ed in particolare per Capodanno, è stato il calendario degli eventi a fare la differenza.



Da Rimini a Riccione, da Bellaria a Cesenatico, fino a Cervia-Milano Marittima, gli appuntamenti organizzati per festeggiare il Natale ed il Nuovo Anno hanno assicurato un movimento turistico ed escursionistico superiore al 2014. Lo conferma il 45% degli operatori interpellati dall'Osservatorio Turistico Regionale; parla di stabilità (rispetto allo scorso anno) il 41% e di leggera diminuzione il 14%. Archivate le festività, l'elaborazione del bilancio annuale dell'intero anno 2015 per la Riviera è utile per stilare il consuntivo turistico complessivo della Regione Emilia-Romagna.

*Andamento turistico della Riviera nel 2015 (gennaio-dicembre)*

Nazionalità	ARRIVI			PRESENZE		
	2014	2015	Var. 15-14	2014	2015	Var. 15-14
ITALIANI	4.577.000	<b>4.970.000</b>	<b>8,6%</b>	27.689.000	<b>29.165.000</b>	<b>5,3%</b>
STRANIERI	1.365.000	<b>1.323.000</b>	<b>-3,1%</b>	9.347.000	<b>9.053.000</b>	<b>-3,1%</b>
TOTALE	5.942.000	<b>6.293.000</b>	<b>5,9%</b>	37.036.000	<b>38.218.000</b>	<b>3,2%</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

Rispetto all'andamento della stagione estiva (maggio-settembre), emerge una performance negativa per il movimento internazionale, penalizzato dalla forte flessione del traffico proveniente dalla Russia che costituisce il maggiore mercato della Riviera nei periodi gennaio-aprile e ottobre-dicembre.

*2.5 Il sistema turistico della Riviera nel 2015*

Le strutture alberghiere sono oltre 3.000 con 230.000 posti letto disponibili e in 5 giorni (è il caso dei grandi eventi) possono produrre 1,2 milioni di presenze. Il sistema ricettivo è enorme, completato dai campeggi, dagli appartamenti turistici e da altre strutture ricettive extralberghiere (oltre 460.000 posti letto aggiuntivi), per un totale di oltre 690 mila posti letto. Nessun'area turistica balneare italiana presenta un'offerta di queste dimensioni e di questa varietà e flessibilità.

*Disponibilità ricettiva sulla Riviera*

<b>Posti letto</b>	<b>Estate 2015</b>
<i>Alberghi</i>	3.100
<i>Posti letto alberghieri</i>	230.000
<i>Posti letto extralberghieri</i>	460.400
<b>Totale E-R</b>	<b>693.500</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna, banca dati Trademark Italia*

Realizzato col contributo di Trademark Italia

Per quanto riguarda l'offerta di ristorazione, la Riviera dispone di oltre 2.200 tra ristoranti, pizzerie e trattorie, e 3.700 pubblici esercizi tra bar, caffetterie, birrerie/pub, enoteche.

L'animazione è garantita da 145 locali di ritrovo, tra discoteche, dancing e disco-bar al servizio degli ospiti della Riviera.

*Pubblici esercizi e locali di intrattenimento della Riviera dell'Emilia-Romagna*

<b>RIVIERA EMILIA ROMAGNA</b>	<b>Esercizi</b>
<i>Ristoranti, Pizzerie, Trattorie</i>	2.200
<i>Bar, Caffetterie, Birrerie, Enoteche</i>	3.700
<i>Discoteche, disco-bar, dancing</i>	145
<i>Sale giochi</i>	200
<i>Cinema e Teatri</i>	135
<i>Gallerie d'arte e Musei</i>	60

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna, banca dati Trademark Italia*

Attivi ovviamente tutti i 1.426 stabilimenti balneari della costa per servire gli ospiti, gli escursionisti e i residenti:

*Le attività di spiaggia sulla Riviera dell'Emilia-Romagna*

<b>RIVIERA EMILIA ROMAGNA</b>	<b>Attività</b>
<i>Stabilimenti balneari</i>	1.426
<i>Ombrelloni e tende</i>	158.700
<i>Lettoni e sdraio</i>	360.000
<i>Torrette di avvistamento</i>	482
<i>Bagnini di salvataggio</i>	800
<i>Mosconi a remi e pedalò</i>	4.200

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna, banca dati Trademark Italia*

L'offerta regionale può contare anche sui 15 parchi di divertimento della Riviera (di cui 6 acquatici), che, con il loro formidabile appeal sulle famiglie e sui giovani, hanno acquisito il ruolo di "magneti" di movimento turistico. Si tratta di strutture che, a regime, impiegano oltre 2.500 addetti e che nel 2015 hanno ospitato quasi 3,5 milioni di visitatori.

La tendenza dell'estate 2015 per queste strutture è un di leggero incremento complessivo, con le temperature elevate che hanno favorito l'affluenza nei parchi acquatici a dispetto di quelli tematici.

*I visitatori dei parchi della Riviera dell'Emilia-Romagna nel 2015*

<b>PARCO</b>	<b>Visitatori</b>
<i>Mirabilandia, Ravenna</i>	1.680.000
<i>Aquafan, Riccione</i>	420.000
<i>Italia in Miniatura, Rimini</i>	330.000
<i>Acquario Le Navi, Cattolica</i>	280.000
<i>Oltremare-Imax, Riccione</i>	220.000
<i>Fiabilandia, Rimini</i>	165.000
<i>Beach Village, Riccione</i>	120.000
<i>Atlantica, Cesenatico</i>	95.000
<i>Safari Adventure, Ravenna</i>	95.000
<i>Altri 6 parchi *</i>	90.000
<b>Totale</b>	<b>3.495.000</b>

\* Auai Auai (Lido Adriano, RA), Play Park 3000 (Punta Marina, RA), Parco dell'Aviazione (Rimini), Casa delle Farfalle (Cervia, RA), SkyPark (Novafeltria, RN), CerviAvventura (Cervia, RA)

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna, banca dati Trademark Italia*

## 2.6 L'andamento del meteo nel 2015

La componente meteo ha influito positivamente sul bilancio complessivo dell'estate 2015. Afa, temperature superiori alla media e città roventi hanno spinto numerosi vacanzieri, escursionisti e pendolari residenti nei centri urbani del centro-nord Italia verso il mare. Il clima complessivamente favorevole tra maggio e agosto (99 giornate di sole sulle 123 disponibili), ha contribuito a rafforzare ulteriormente la percezione di una stagione generosa in termini di arrivi e presenze. Il mese di luglio, in particolare, si è rivelato il più caldo degli ultimi cinquant'anni, con 29 giornate di sole a fronte delle 25-27 registrate in media nelle ultime stagioni. In linea con le medie stagionali il mese di agosto che, nella sostanza, ha fatto registrare il medesimo andamento dello scorso anno con 22 giornate di sole. Positive per il turismo balneare le temperature superiori alla media del periodo (10 le giornate "bollenti" oltre i 36°C).




Dalla tabella allegata risulta particolarmente evidente il miglioramento delle condizioni meteo di luglio 2015 (14 giornate di sole in più rispetto allo stesso mese del 2014) e settembre (5 giornate di sole in più rispetto al 2014) e la stabilità climatica del mese di agosto.

La quasi scomparsa della "variabilità" ha cancellato le incertezze che in passato rallentavano le prenotazioni e penalizzavano il sistema turistico della Riviera Romagnola, propiziando il movimento turistico.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

Nel complesso, è sicuramente possibile affermare che quel 21% di giornate di sole in più ha condizionato in maniera positiva l'andamento dell'estate 2015.

*Andamento meteo dell'estate 2015*

MESE			
Maggio	24 gg. (+2)	1 g. (=)	6 gg. (-2)
Giugno	24 gg. (=)	3 gg. (+1)	3 gg. (-1)
Luglio	29 gg. (+14)	2 gg. (-7)	0 gg. (-7)
Agosto	22 gg. (=)	2 gg. (-1)	7 gg. (+1)
Settembre	20 gg. (+5)	1 g. (-3)	9 gg. (-2)
<b>ESTATE 2015</b>	<b>119 gg.</b>	<b>9 gg.</b>	<b>25 gg.</b>
ESTATE 2014	98 gg.	19 gg.	36 gg.
<b>Diff. 2015/2014</b>	<b>+21 gg.</b>	<b>-10 gg.</b>	<b>-11 gg.</b>
<b>Var. % 15/14</b>	<b>+21,4%</b>	<b>-52,6%</b>	<b>-30,6%</b>

Fonte: Osservazioni Trademark Italia

## 2.7 Le uscite dai caselli autostradali della Riviera nel 2015

Il movimento degli autoveicoli in uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna nel periodo maggio-settembre 2015 ha registrato una crescita complessiva del +3,3% rispetto alla scorsa estate.

Si tratta del cosiddetto "traffico leggero", relativo ai soli autoveicoli a passo corto (auto, camper e caravan) e dunque direttamente imputabile all'afflusso di turisti ed escursionisti nelle singole località attraverso il tratto autostradale dell'A14. I dati sono depurati dal movimento dei mezzi commerciali e di trasporto ("traffico pesante") e costituiscono un affidabile indicatore del movimento e delle tendenze in atto.

Nell'estate 2015 si conferma dunque il trend di crescita del traffico in arrivo sulla Riviera, un dato che peraltro aveva contraddistinto anche l'estate 2014. Si sono distinti i caselli della Valle del Rubicone (+10,3%), di Riccione (+5,4%) e Cattolica (+5,8%).

Nell'intero anno 2015, il movimento degli autoveicoli in uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna registra una crescita complessiva del +3,2% rispetto all'anno precedente. I caselli che si sono distinti maggiormente sono stati

Realizzato col contributo di Trademark Italia

quelli di Riccione (+5,9%) e Cattolica (+6,0%), seguiti da quello della Valle del Rubicone.

*Uscite dai caselli autostradali della Riviera, traffico leggero 2015 (maggio-settembre)*

<b>MAGGIO-SETTEMBRE</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Var % 15/14</b>
FERRARA SUD	1.306.951	1.320.033	+1,0%
RAVENNA	1.188.545	1.197.303	+0,7%
FORLI'	1.121.035	1.172.712	+4,6%
CESENA NORD	1.202.091	1.233.900	+2,6%
CESENA	941.565	947.104	+0,6%
VALLE RUBICONE	500.467	551.795	+10,3%
RIMINI NORD	1.272.917	1.296.866	+1,9%
RIMINI SUD	1.850.181	1.917.815	+3,7%
RICCIONE	1.228.051	1.294.463	+5,4%
CATTOLICA	1.203.652	1.273.519	+5,8%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>11.815.455</b>	<b>12.205.510</b>	<b>+3,3%</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna su dati di Autostrade per l'Italia S.p.A.*

*Uscite dai caselli autostradali della Riviera, traffico leggero 2015 (gennaio-dicembre)*

<b>GENNAIO-DICEMBRE</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Var % 15/14</b>
FERRARA SUD	2.798.492	2.773.290	-0,9%
RAVENNA	2.273.047	2.276.765	+0,2%
FORLI'	2.769.818	2.893.111	+4,5%
CESENA NORD	2.629.844	2.689.090	+2,3%
CESENA	1.867.180	1.907.945	+2,2%
VALLE RUBICONE	1.073.609	1.181.033	+10,0%
RIMINI NORD	2.637.545	2.683.176	+1,7%
RIMINI SUD	4.059.030	4.210.800	+3,7%
RICCIONE	2.417.645	2.559.112	+5,9%
CATTOLICA	2.413.744	2.558.887	+6,0%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>24.939.954</b>	<b>25.733.209</b>	<b>+3,2%</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna su dati di Autostrade per l'Italia S.p.A.*

I mesi che fanno registrare i maggiori aumenti nel traffico leggero sono stati quelli di gennaio, aprile, maggio e dicembre. Di particolare interesse il fatto che gli aumenti siano stati registrati durante tutti i mesi dell'anno. La crescita del movimento

Realizzato col contributo di Trademark Italia

autostradale, infatti, è più parti considerano sintomatica di ripresa economica, ed il fatto che essa sia stabile e rassicurante avvalorà gli altri indicatori positivi.

*Uscite dai caselli autostradali della Riviera, variazione traffico leggero 2015 su 2014 (gennaio-dicembre)*

Mese	Var % su anno precedente
gennaio	+4,6%
febbraio	+0,5%
marzo	+3,6%
aprile	+4,1%
maggio	+6,8%
giugno	+3,1%
luglio	+3%
agosto	+0,3%
settembre	+3,8%
ottobre	+0,6%
novembre	+3,6%
dicembre	+4,4%
<b>gennaio-dicembre</b>	<b>+3,2%</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna su dati di Autostrade per l'Italia S.p.A.*

### 3. IL CONSUNTIVO 2015 NELLE CITTÀ D'ARTE E D'AFFARI

In uno scenario nazionale caratterizzato da una ripresa del movimento nelle maggiori città d'arte e d'affari, le strutture ricettive dei capoluoghi dell'Emilia-Romagna registrano un andamento soddisfacente in termini di occupazione delle camere (*room occupancy*, R.O.). Il bilancio del 2015 nelle maggiori città d'arte e d'affari della regione presenta un incremento del +2,4% degli arrivi e del +3,1% delle presenze. Per quanto riguarda l'*internazionalizzazione*, la clientela in arrivo dall'estero cresce del 4,2%, le presenze salgono del 5,1% grazie agli ottimi risultati ottenuti a Piacenza, Ferrara, Parma, Modena e Bologna.

Nel caso di Bologna, Modena e Ferrara, anche nel 2015 gli operatori hanno beneficiato delle crescenti opportunità generate dai voli *low cost* in arrivo sullo scalo bolognese, mentre negli altri capoluoghi localizzati lungo la Via Emilia l'incremento dell'occupazione camere è congiunturale, generato in gran parte dal movimento prodotto da Expo.

#### 3.1 Il bilancio 2015 nelle città italiane

Il quadro del movimento turistico nelle città d'arte e d'affari italiane nel 2015, elaborato dall'Italian Hotel Monitor (IHM) attraverso l'analisi della performance degli alberghi nei 45 principali capoluoghi di provincia, evidenzia il consolidamento del trend di ripresa che caratterizza il movimento turistico e d'affari in numerose destinazioni del paese.

Tra gennaio e dicembre 2015 l'indice di occupazione camere (R.O.) degli alberghi italiani di categoria *upscale* (corrispondente alle 4 stelle) cresce di 0,9 punti rispetto al 2014: il prezzo medio camera (Average Daily Rate) aumenta del +2,4% (mediamente attorno ai 113 euro).

L'incremento, seppur lieve, evidenzia una stabilizzazione dei trend, con la Room Occupancy (R.O.) che cresce in ben 36 capoluoghi di provincia sui 45 monitorati, con un passaggio del dato medio nazionale dal 66,1% del 2014 al 67,0% di quest'anno.

A condurre la ripresa sono in particolare Ferrara (+3,2 punti sull'anno scorso), Napoli (+3,0), Brescia (+2,9) e Parma (+2,4), mentre a Milano, Como e Bergamo l'Expo ha prodotto effetti evidenti più sui prezzi medi che sull'occupazione camere. Sono 3 invece le città in cui viene superata la ragguardevole soglia del 70% di R.O. (occupazione camere):

Realizzato col contributo di Trademark Italia

- Firenze con un eccellente 74,4%,
- Roma (72,4%)
- Milano (71,7%).

Altre 18 città, fra cui Venezia e Napoli in primis, superano la soglia del 60% di R.O., indicatore chiave di solidità gestionale.

Nel complesso i dati dell'Italian Hotel Monitor evidenziano un andamento positivo piuttosto omogeneo, con solo 3 città che stanno al di sotto del 50% di tasso di occupazione.

Parimenti si conferma il segno tendenziale positivo anche del prezzo medio, che si rafforza oltre l'interessante quota di 113 euro.

A questo proposito si segnalano i significativi aumenti registrati a San Marino (+18,3%), Milano (+11,1%) su cui incide chiaramente l'effetto EXPO, Genova (+3,4%) e Venezia (+3,1%).

Il ranking delle città con la tariffa media più elevata è sempre guidato da Venezia, con un prezzo medio camera pari a 152,11 euro a notte, seguita da Milano (140,26 euro), Firenze (124,10 euro), Roma (118,95 euro) e Como (110,88 euro).

Abbinando i due indicatori si nota chiaramente che la città più performante nel 2015 è Milano, il cui risultato ha risentito positivamente del grande evento di EXPO.

Guardando ai differenti segmenti alberghieri, prosegue la crescita degli hotel 5 stelle e 5 stelle De Luxe (*standard internazionale luxury*) che fanno registrare +1,4 punti di occupazione camere e +2,5% del prezzo medio di vendita.

Segni positivi anche per gli alberghi di fascia *upscale* (+0,9 punti di occupazione camere e +2,4% del prezzo).

Continua invece l'altalena delle strutture *midscale* (hotel a 3 stelle): +0,7 punti di occupazione camere e prezzo medio in diminuzione del -0,5%.

### 3.2 Il movimento 2015 nelle città dell'Emilia-Romagna

Il bilancio consuntivo annuale del 2015 nelle città d'arte e d'affari dell'Emilia-Romagna evidenzia una complessiva performance positiva, con alcune accentuazioni nelle destinazioni preferite dal mercato turistico internazionale.

Se da un lato i leggeri segnali di ripresa economica del Paese hanno contribuito a rimettere in moto il movimento commerciale e d'affari praticamente in tutte le città della regione, in realtà, a fare la differenza sono stati gli arrivi della clientela internazionale attratta dal calendario di eventi, mostre ed esposizioni.



Crescono i numeri (arrivi e presenze) nelle strutture ricettive regionali e, rispetto allo scorso anno, il movimento della clientela italiana registra un incremento del +1,3% degli arrivi e del +1,8% delle presenze.

La performance del movimento turistico internazionale è invece molto più accentuata: gli arrivi crescono del +4,2%, mentre le presenze addirittura del +5,1%, a riprova anche di un allungamento del soggiorno medio.

*Andamento turistico delle città dell'Emilia-Romagna nel 2015 (gennaio-dicembre)*

Nazionalità	ARRIVI			PRESENZE		
	2014	2015	Var. 15-14	2014	2015	Var. 15-14
ITALIANI	1.670.000	<b>1.691.000</b>	<b>1,3%</b>	3.354.000	<b>3.413.000</b>	<b>1,8%</b>
STRANIERI	1.025.000	<b>1.068.000</b>	<b>4,2%</b>	2.241.000	<b>2.355.000</b>	<b>5,1%</b>
<b>TOTALE E-R</b>	2.695.000	<b>2.759.000</b>	<b>2,4%</b>	5.595.000	<b>5.768.000</b>	<b>3,1%</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

Il dettaglio dell'andamento nelle strutture ricettive alberghiere delle singole città d'arte e d'affari della regione, evidenzia un andamento generalmente positivo, con dati superiori alla media per alcune città che hanno beneficiato di un movimento supplementare da/verso Expo.

Nel caso di Bologna, Modena ed anche Ferrara, il movimento alberghiero trae vantaggi dalle crescenti opportunità generate dai voli in arrivo all'aeroporto bolognese. Solo Ravenna e Forlì evidenziano dati in controtendenza con il trend regionale.



## 4. IL CONSUNTIVO 2015 SULL'APPENNINO

Dopo una soddisfacente stagione invernale, anche il turismo estivo climatico e sportivo, grazie alla favorevole situazione meteo dell'estate 2015 (ed in particolare al grande caldo di luglio), ha registrato un'inversione di tendenza. In un contesto segnato dagli sforzi pubblici e privati per rendere attraente, aggiornata e dinamica l'offerta turistica appenninica, la componente meteo ha rappresentato l'elemento in più che ha spinto italiani e stranieri a salire in quota nelle località appenniniche dell'Emilia-Romagna. Trend positivo per tutto il sistema appenninico che chiude il 2015 con un significativo +10,1% di arrivi e +3,9% di presenze. Sono in particolare i turisti italiani a registrare gli incrementi più interessanti con un +10,6% di arrivi e +4,4% di presenze. In crescita i turisti tedeschi, francesi, inglesi e belgi.

### 4.1 I trend della montagna Appenninica

Il turismo estivo climatico e sportivo, tipico delle medie quote appenniniche, presenta da alcune stagioni segnali di rallentamento, non solo come conseguenza della congiuntura economica, ma a causa della maturità del sistema ricettivo che propone comfort non sempre aggiornati e ventagli limitati di occasioni di intrattenimento e svago.

Tutti gli addetti ai lavori concordano che l'elemento mancante per una completa declinazione turistica della montagna verde e naturale è quello dell'ospitalità. Nonostante ciò, l'offerta alberghiera e ristorativa, solo parzialmente aggiornata, continua a non essere allineata con i comfort attualmente richiesti dalla clientela *prospect* delle località appenniniche, una clientela più giovane, più dinamica e più esigente di quella morigerata e tranquilla alla quale l'Appennino si era abituato.

In sostanza, di fronte ai mutamenti generazionali, la montagna, anche quella dell'Emilia-Romagna, ha necessità di cambiare assetto, di aggiungere, arricchire e sommare natura e freschezza climatica con piaceri alimentari, confortevoli alloggi, elementi complementari, eventi, sport ed *entertainment*.

Anche gli indicatori di marketing confermano che l'attuale sistema di accoglienza va aggiornato, arricchito di *comfort* e forme di accoglienza estesa adeguate.

L'Appennino dell'Emilia-Romagna dovrebbe virare rapidamente verso atmosfere più vivaci, verso un'offerta di benessere più accentuata (che pure ha avviato), verso un'ospitalità ricca di *comfort* e servizi più coerenti con il moderno principio di

*healthiness* (inteso come salubrità, salute e benessere). Questa necessità di evoluzione dell'offerta turistica è largamente condivisa in tutte le realtà di media ed alta quota.

Nel seguito vengono analizzati i momenti dell'anno che sono di maggior rilievo per il turismo sull'Appennino emiliano-romagnolo.

#### 4.2 L'andamento dell'inverno 2014-2015

Una serie di favorevoli congiunture meteo ha reso più forte l'Appennino "bianco", quello legato alla montagna invernale, alla neve ed agli sport collegati.

Nell'inverno 2014-2015 (dicembre-marzo) il movimento turistico nelle strutture ricettive ha registrato un incremento dell'8,3% degli arrivi e del 4,5% delle presenze.

*Movimento turistico dell'Appennino dell'Emilia-Romagna tra dicembre 2014 e marzo 2015*

INVERNO	Arrivi	Quota%	Presenze	Quota%
2014	109000	25,6%	308000	17,5%
2015	118000	25,2%	322000	17,6%
Var. % 15/14	8,3%		4,5%	

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

Il peso del movimento invernale rispetto al movimento complessivo annuale si conferma intorno al 25% in termini di arrivi ed al 17% in termini di presenze. Complessivamente, dunque, l'Appennino "bianco" pesa per circa un quarto degli arrivi complessivi annuali e per meno di un quinto delle presenze.

#### 4.3 L'andamento dell'estate 2015

Le elevate temperature dell'estate 2015 hanno spinto un maggior numero di persone alla ricerca di refrigerio sulle alture dell'Appennino dell'Emilia-Romagna.

Si tratta di prevalentemente di persone non più giovani, in alcuni casi con patologie tipiche dell'età, ma anche di una certa quota di famiglie con bambini che sono sfuggiti al caldo e all'afa delle pianure.

Grazie al caldo straordinario (gli esperti parlano del mese di luglio più caldo degli ultimi 100 anni), in tutte le località è stato rilevato un miglioramento del movimento rispetto all'estate scorsa. Alcuni operatori consultati lo definiscono "turismo di necessità". Tuttavia, anche al netto della calura record, i dati dell'estate 2015 sono

comunque incoraggianti perché in controtendenza rispetto al graduale declino che ha contraddistinto il movimento turistico delle ultime stagioni.

La tavola che segue riferita all'estate (giugno-settembre), evidenzia che nel 2015 il movimento turistico nelle strutture ricettive appenniniche ha registrato un incremento del +10,6% degli arrivi e del +3,7% delle presenze.

*Movimento turistico dell'Appennino dell'Emilia-Romagna tra giugno e settembre 2015*

ESTATE	Arrivi	Quota%	Presenze	Quota%
2014	245000	57,6%	1334000	76,0%
2015	271000	57,9%	1383000	75,8%
Var. % 15/14	10,6%		3,7%	

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

Il peso del movimento estivo rispetto al movimento complessivo annuale si è mantenuto intorno al 57% in termini di arrivi e al 76% in termini di presenze. Complessivamente, l'Appennino "verde" pesa per quasi tre quinti degli arrivi complessivi annuali e per oltre tre quarti delle presenze.

**Appennino Modenese**

I gruppi sportivi in vacanza-stage sull'Appennino Modenese hanno registrato una flessione rispetto al passato, sia a causa di problemi economici che di proposte alternative da parte di diversi *competitor* (anche balneari).

La clientela della terza età, che tradizionalmente soggiorna per periodi più lunghi (anche a 3-4 settimane), prevalentemente in alloggi privati (appartamenti), ha tenuto. Tale risultato è stato certamente favorito dall'eccezionalità delle condizioni meteo.

Le famiglie con bambini e la clientela individuale si sono orientati maggiormente verso le strutture alberghiere per soggiorni di durata più breve (1-3 notti, soprattutto nel week-end), con prenotazioni anche *last minute*.

Il calendario degli eventi è determinante per l'animazione e l'intrattenimento della clientela che, nelle ultime stagioni, ha evidenziato un continuo accorciamento dei soggiorni ed il progressivo abbandono di queste destinazioni a causa della mancanza di offerte di animazione in linea con i nuovi trend turistici.

Gli operatori sottolineano che le manifestazioni di carattere sportivo, specie quelle competitive o amatoriali di durata giornaliera, comportano vantaggi limitati per il territorio in termini di impatto economico, mentre risultano molto più produttivi gli eventi collegati alla musica lirica, mostre e show di auto storiche che occupano l'intero week-end e attirano appassionati ed accompagnatori anche nelle strutture ricettive.

A Sestola e nelle altre località dell'Appennino Modenese il Consorzio degli albergatori pare in grado di collaborare al possibile lancio di idee, progetti ed eventi funzionali all'allungamento dei soggiorni.

Alcuni alberghi si sono già dotati di shuttle che accompagnano i clienti alla scoperta del territorio, organizzano serate di animazione e sono entrati nel circuito Family Hotel.

### ***Appennino Reggiano***

Sull'Appennino Reggiano gli operatori parlano dell'estate 2015 come di una stagione straordinaria, grazie ad una combinazione di fattori positivi: dall'andamento del meteo che ha spinto in altura numerosi turisti ed escursionisti, alla crescita del trekking a piedi, in bicicletta e in particolare in mountain bike, fino al forte sviluppo dei ritiri e soggiorni di preparazione organizzati dalle numerose società sportive provinciali e nazionali.

La performance positiva non ha riguardato solo le strutture alberghiere più dinamiche ed integrate con i servizi offerti dal territorio, ma anche gli alloggi privati e le seconde case, che hanno raggiunto livelli di occupazione sensibilmente superiori al recente passato.

#### **4.4 Il movimento della parte finale dell'anno**

Il 2015 per l'Appennino emiliano-romagnolo si chiude con un dicembre positivo ma non esaltante. Le festività di fine anno pur condizionate dalla scarsità di neve hanno fatto registrare un andamento migliore di quello del 2014, caratterizzato però dall'assenza di neve, da temperature elevate e da qualche giornata di maltempo.

Le prime nevicate di novembre hanno permesso alle principali località dell'Appennino di aprire in anticipo piste ed impianti. Purtroppo la successiva siccità ha condizionato l'andamento turistico dell'ultimo mese dell'anno che, pur mantenendosi al di sotto delle aspettative iniziali, è stato comunque segnato da un incremento di arrivi e presenze rispetto al negativo finale del 2014, quando gran parte delle località furono costrette a rimandare l'apertura di piste ed impianti a dopo il capodanno.

Un mese di luci ed ombre, dunque, durante il quale, grazie agli impianti di innevamento artificiale e al ricco calendario di eventi, le località appenniniche dell'Emilia-Romagna, soprattutto quelle più dotate turisticamente (Corno alle Scale, Cimone e Cerreto) chiudono con un una variazione vicino alla doppia cifra.

In sintesi il bilancio 2015 per il movimento turistico nelle strutture ricettive dell'Appennino dell'Emilia-Romagna evidenzia un incremento del +10,1% degli arrivi e del +3,9% delle presenze.

*Andamento turistico dell'Appennino dell'Emilia-Romagna nel 2015 (gennaio-dicembre)*

Nazionalità	ARRIVI			PRESENZE		
	2014	2015	Var. 15-14	2014	2015	Var. 15-14
ITALIANI	354.000	<b>391.700</b>	<b>10,6%</b>	1.469.000	<b>1.534.000</b>	<b>4,4%</b>
STRANIERI	71.000	<b>76.300</b>	<b>7,5%</b>	287.000	<b>291.000</b>	<b>1,4%</b>
<b>TOTALE E-R</b>	425.000	<b>468.000</b>	<b>10,1%</b>	1.756.000	<b>1.825.000</b>	<b>3,9%</b>

*Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

Per quanto riguarda la composizione della domanda turistica su base annuale, il movimento italiano pesa per oltre l'80%, quello straniero per meno del 20%.





## 5. IL CONSUNTIVO 2015 PER LE TERME DELL'EMILIA-ROMAGNA

In un anno che ha ridato slancio e ossigeno al sistema turistico regionale, anche l'offerta termale dell'Emilia-Romagna ha evidenziato interessanti segnali di ripresa. Grazie al recente sviluppo dei centri benessere d'albergo e ai tentativi di alcuni stabilimenti termali di arricchire l'offerta con cure più dolci e trattamenti legati al wellness, cresce il numero di turisti che frequentano le località termali e non solo per fini terapeutici. Alla fine del 2015, il comparto termale dell'Emilia-Romagna registra un significativo incremento del movimento turistico, con un +7,1% di arrivi e un +2,9% di presenze. A trainare la crescita sono stati i flussi internazionali (+24% di arrivi e + 16,9% di presenze), anche se in alcuni casi la performance è dovuta in parte ai "passaggi" di numerosi gruppi cinesi e all'ospitalità offerta da alcune strutture ricettive a piccoli gruppi di profughi. In leggera crescita la domanda italiana di prossimità da Emilia-Romagna e Marche. In flessione invece i flussi da Toscana, Lombardia e Lazio.

### 5.1 Outlook nazionale

Secondo le indicazioni fornite da un collaudato panel nazionale di operatori del comparto (interpellato a fine ottobre 2015), il movimento turistico effettivo nelle principali destinazioni termali italiane presenta un andamento complessivamente positivo.

A livello nazionale si rileva un leggero aumento degli arrivi (+1,5%), al cui risultato ha contribuito in gran parte il comparto benessere, che si è consolidato con un ulteriore significativo aumento di circa il +7%.

La diminuzione delle prestazioni termali assistite, in progressiva difficoltà, viene dunque compensata dal soddisfacente incremento di quelle private.

In uno scenario complessivo di leggera crescita, le migliori *performance* del 2015 si registrano in Toscana, in Alto Adige e in Veneto.

Le tendenze che stanno caratterizzando il settore sono, a grandi linee, le seguenti:

- l'apparentemente irreversibile crisi della domanda di trattamenti di tipo sanitario negli stabilimenti termali, la cui contrazione va messa in relazione alle sempre più stringenti regolamentazioni del Servizio Sanitario Nazionale dell'INPS per l'accesso al servizio ma anche all'atmosfera ospedaliera di numerosi stabilimenti che disincentivano la clientela privata;

- la staticità di gran parte dell'offerta alberghiera tradizionale: visto che il 90% della ricettività termale è "alberghiera", la maggior parte degli hotel delle località termali risulta datata e/o inadeguata rispetto alle attuali esigenze della clientela privata e indipendente;
- l'incertezza dei gestori della maggior parte degli stabilimenti, tuttora dibattuti tra la vocazione termale (prevenzione di tipo sanitario) e la vocazione *leisure* (ospitalità generosa, trattamenti dolci e grandi piscine termali d'acqua calda idromassaggiante);
- la scarsità di risorse per la trasformazione e l'aggiornamento degli stabilimenti: negli ultimi anni il movimento turistico nazionale è caratterizzato dall'offerta di benessere, spa e cure dolci. Il successo dell'Alto Adige, delle Terme Toscane e di tutta l'ospitalità combinata con il benessere è la prova che per il rilancio dell'offerta termale non basta la semplice aggiunta d'infrastrutture "leggere" che possono suggerire una idea di benessere, ma che nelle destinazioni termali servono strutture più aggiornate in grado di fornire livelli di *comfort* che gli italiani non trovano a casa propria;
- il forte sviluppo dei centri estetici (con e senza acque termali) in numerose città capoluogo rende poco appetibili le strutture che si sono dotate di centri benessere poco evoluti e poco presidiati rendendo poco profittevole questo investimento;
- per questo motivo, stando alle dichiarazioni dei gestori che collaborano al panel permanente dell'Osservatorio, i risultati prodotti dalle strutture che offrono ospitalità combinata con trattamenti estetici, cure dolci, diete e programmi di dimagrimento non sono, di norma, soddisfacenti. Secondo i gestori interpellati, avere un centro benessere in albergo è necessario perché la clientela lo richiede in fase di prenotazione. Gli stessi gestori dotati di un centro benessere (8 su 10) ammettono di non presidiarlo e/o di tenerlo in funzione per periodi di tempo contenuti.

## 5.2 La stagione termale 2015 in Emilia-Romagna

In un anno che ha ridato slancio e ossigeno al sistema turistico regionale, anche l'offerta termale dell'Emilia-Romagna ha evidenziato interessanti segnali di ripresa. Grazie al recente sviluppo dei centri benessere d'albergo e ai tentativi di alcuni stabilimenti termali di arricchire l'offerta con cure più dolci e trattamenti legati al

wellness, è cresciuto il numero di turisti che hanno frequentano le località termali della regione, e non solo per fini terapeutici.

*Andamento turistico delle terme dell'Emilia-Romagna nel 2015 (gennaio-dicembre)*

Nazionalità	ARRIVI			PRESENZE		
	2014	2015	Var. 15-14	2014	2015	Var. 15-14
ITALIANI	310.000	<b>316.000</b>	<b>1,9%</b>	1.205.000	<b>1.210.000</b>	<b>0,4%</b>
STRANIERI	96.000	<b>119.000</b>	<b>24,0%</b>	213.000	<b>249.000</b>	<b>16,9%</b>
<b>TOTALE E-R</b>	406.000	<b>435.000</b>	<b>7,1%</b>	1.418.000	<b>1.459.000</b>	<b>2,9%</b>

*Elaborazione dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna*

Alla fine del 2015, il comparto termale dell'Emilia-Romagna registra un significativo incremento del movimento turistico, con un +7,1% di arrivi e un +2,9% di presenze. La clientela italiana ha registrato un +1,9% di arrivi accompagnato da un lieve incremento di presenze (+0,4%), con una leggera crescita della domanda italiana di prossimità (Emilia-Romagna e Marche) e diminuzioni più o meno accentuate da Toscana, Lombardia e Lazio.

A trainare la crescita del comparto sono stati i flussi internazionali (+24% di arrivi e +16,9% di presenze, pur con volumi limitati), anche se la notevole performance straniera è imputabile in alcuni casi ai "passaggi" di numerosi gruppi cinesi e all'ospitalità offerta da alcune strutture ricettive a piccoli gruppi di profughi.