

Osservatorio sul Turismo dell'Emilia-Romagna

IL BILANCIO TURISTICO 2016 (gennaio-ottobre) SULL'APPENNINO DELL'EMILIA-ROMAGNA

Primi dieci mesi dell'anno positivi per il comparto appenninico dell'Emilia-Romagna che, da gennaio a ottobre 2016, registra un aumento del +3,0% degli arrivi e del +5,0% delle presenze, grazie anche alla crescita della permanenza media, attestata ora a circa 4 giorni.

ANDAMENTO DEL MOVIMENTO TURISTICO 2016 SULL'APPENNINO DELL'EMILIA-ROMAGNA (gennaio-ottobre)

APPENNINO E-R GENNAIO-OTTOBRE	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	362.000	372.000	2,8%	1.426.000	1.499.000	5,1%
STRANIERI	73.000	76.000	4,1%	277.000	290.000	4,7%
TOTALE	435.000	448.000	3,0%	1.703.000	1.789.000	5,0%

Fonte: Elaborazioni TMI per Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

E' interessante notare l'incremento dei turisti stranieri che, soprattutto nel periodo gennaio-marzo, nel mese di settembre e ancor più in ottobre, hanno fatto registrare significativi incrementi di arrivi e presenze. Ora il movimento straniero nelle località turistiche dell'Appennino vale il 16,9% degli arrivi e il 16,2% delle presenze totali.

L'APPENNINO BIANCO

L'inverno sull'Appennino emiliano-romagnolo ha evidentemente risentito della scarsità di neve in avvio di stagione bianca, ma grazie ad una Pasqua molto positiva, favorita dal calendario e dalle abbondanti nevicate di febbraio e marzo, il bilancio finale può definirsi soddisfacente. Gli arrivi nel periodo gennaio-marzo sono cresciuti del +4,9%, le presenze del +3,8%.

ANDAMENTO DEL MOVIMENTO TURISTICO 2016 SULL'APPENNINO DELL'EMILIA-ROMAGNA (gennaio-marzo)

APPENNINO E-R GENNAIO-MARZO	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	56.000	58.000	3,6%	233.000	241.000	3,4%
STRANIERI	5.000	6.000	20,0%	27.000	29.000	7,4%
TOTALE	61.000	64.000	4,9%	260.000	270.000	3,8%

Fonte: Elaborazioni TMI per Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

La performance del movimento straniero, che registra un incremento del +20% degli arrivi e del +7,4% delle presenze, risulta positiva non solo relativamente alla stagione invernale. Il trend è proseguito sulla scia dell'andamento turistico 2015, favorito dagli sforzi pubblici e privati per rendere più attraente, aggiornata e dinamica l'offerta turistica appenninica. Il sistema ricettivo, in molti casi, non si è aggiornato, ma "tiene".

L'APPENNINO VERDE

Stagione a due facce anche quella estiva, partita in sordina a causa di un andamento meteo inizialmente negativo e poi in ripresa a partire dal mese di luglio, con un agosto in crescita sia per gli arrivi (+2,0%) che per le presenze (+2,2%) ed una chiusura di stagione eccellente grazie alla performance di settembre (+6,9% gli arrivi e +12,7% le presenze) ed ancor più di ottobre (+12,2% gli arrivi e +18,9% le presenze). Nel complesso (aprile-ottobre) gli arrivi crescono del +2,7%, le presenze del +5,3%, con una performance più accentuata per la clientela italiana (+5,4%) rispetto a quella straniera (+4,4%).

ANDAMENTO DEL MOVIMENTO TURISTICO 2016 SULL'APPENNINO DELL'EMILIA-ROMAGNA (aprile-ottobre)

APPENNINO E-R APRILE-OTTOBRE	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	306.000	314.000	2,6%	1.193.000	1.258.000	5,4%
STRANIERI	68.000	70.000	2,9%	250.000	261.000	4,4%
TOTALE	374.000	384.000	2,7%	1.443.000	1.519.000	5,3%

Fonte: Elaborazioni TMI per Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

I TREND DELLA MONTAGNA APPENNINICA

Il turismo estivo climatico e sportivo, tipico delle medie quote appenniniche, fa registrare da un paio di stagioni timidi segnali di ripresa, grazie al supporto regionale in fatto di promozione e comunicazione, ma anche in virtù di un miglioramento (seppure lieve) della proposta commerciale delle località turistiche emiliano-romagnole.

Nonostante la maturità del sistema ricettivo, che propone ancora comfort datati e ventagli limitati di occasioni di intrattenimento e svago, il comparto turistico appenninico nel 2016 ottiene discreti risultati e gli operatori lo confermano.

Sarebbe un errore, tuttavia, dimenticare la necessità di aggiornamento dell'offerta, soprattutto dal punto di vista ricettivo alberghiero. Per allinearla ai comfort richiesti da una clientela più giovane ma anche più dinamica e più esigente di quella morigerata e tranquilla alla quale le località dell'Appennino sono storicamente abituate, servono almeno alcuni interventi di alta qualità che il recente Bando POR FESR 2014-2020 finanziato dalla Regione E-R potrebbe stimolare.

Per liberarsi dalla stretta dipendenza dalla componente meteorologica, che rappresenta la variabile del successo o dell'insuccesso tanto della stagione turistica estiva quanto di quella invernale in Appennino, è fondamentale che la montagna dell'Emilia-Romagna cambi assetto, aggiungendo e arricchendo le infrastrutture ma anche i contenuti della vacanza.

Si accentua anche in Appennino la presenza di target turistici under '50 alla ricerca di emozioni ed esperienze enogastronomiche, sportive ed eco-friendly che si aspettano un miglioramento della componente strategica: **l'ospitalità**. La qualità dell'alloggio è determinante nella creazione della *customer satisfaction* e della *brand reputation* di tutte le località turistiche, specialmente di quelle "in quota".

Anche l'Appennino dell'Emilia-Romagna, in estrema sintesi, come già avvenuto nelle località alpine e dolomitiche nazionali di maggior successo, deve virare il più rapidamente possibile verso un'offerta di benessere, confort e animazione di qualità per innescare il passaparola positivo, la calda ospitalità della montagna e i servizi aggiornati che la renderebbero più in linea con il moderno principio di *wellness*.

Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Il movimento sull'Appennino dell'Emilia-Romagna nell'estate 2016

Dopo una soddisfacente stagione invernale, anche il turismo estivo climatico e sportivo ha registrato un buon andamento. Proseguono gli sforzi pubblici e privati per rendere più attraente l'offerta turistica del comparto appenninico, dove la componente meteorologica svolge un ruolo decisivo per spingere italiani e stranieri verso le località appenniniche dell'Emilia-Romagna. La performance estiva risulta positiva per tutto il sistema appenninico che chiude l'estate 2016 con un +2,7% di arrivi ed un +5,3% di presenze. I turisti italiani registrano un incremento del +2,6% di arrivi e +5,4% di presenze, mentre per i clienti internazionali il risultato è migliore in termini di arrivi (+2,9%), ma inferiore in termini di presenze (+4,4%).

Stagione a due facce quella estiva 2016 per l'Appennino dell'Emilia-Romagna, partita in sordina a causa di un andamento meteo inizialmente negativo e poi in ripresa a partire dal mese di luglio, con un agosto in crescita sia per gli arrivi che per le presenze ed una chiusura di stagione eccellente grazie alla performance di settembre ed ancor più di ottobre.

Nel complesso, nel periodo aprile-ottobre gli arrivi crescono del +2,7%, le presenze del +5,3%, con una performance più accentuata per la clientela italiana (+5,4% delle presenze) rispetto a quella straniera (+4,4%)

Movimento turistico dell'Appennino dell'Emilia-Romagna tra aprile e ottobre 2016

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	306.000	314.000	2,6%	1.193.000	1.258.000	5,4%
STRANIERI	68.000	70.000	2,9%	250.000	261.000	4,4%
TOTALE	374.000	384.000	2,7%	1.443.000	1.519.000	5,3%

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

Il peso del movimento estivo (aprile-ottobre) rispetto al movimento complessivo annuale si mantiene intorno all'80% sia in termini di arrivi, sia in termini di presenze.

Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Il movimento nell'Appennino dell'Emilia-Romagna nel 2016

Dopo una soddisfacente stagione invernale, nonostante le sfavorevoli condizioni di innevamento della prima fase dell'inverno, anche il turismo estivo climatico e sportivo, ha registrato un buon andamento. Proseguono gli sforzi pubblici e privati per rendere più attraente, aggiornata e dinamica l'offerta turistica del comparto appenninico, dove la componente meteorologica svolge un ruolo decisivo per spingere italiani e stranieri verso le località appenniniche dell'Emilia-Romagna. Il trend resta positivo per tutto il sistema appenninico che chiude il 2016 con un +3,2% di arrivi ed un +5,2% di presenze. I turisti italiani registrano gli incrementi più interessanti durante l'estate (+2,6% di arrivi e +5,4% di presenze), mentre nella stagione invernale sono i clienti internazionali a segnare la performance più significativa, con un +20,0% di arrivi ed un +7,4% di presenze.

1#

1. I trend delle vacanze in montagna

In un contesto socio-economico non ancora depurato dagli effetti della crisi e della recessione economica e in presenza di sfavorevoli condizioni di innevamento, l'andamento turistico della montagna italiana nel 2016 ha sorpreso positivamente gli operatori turistici: la montagna delle vacanze attive sulla neve continua a fare la sua parte e produce ancora appeal sugli under '50 italiani ed europei, in particolare quelli provenienti dai paesi dell'Est Europa.

Per quanto riguarda lo stato dell'offerta, dai sopralluoghi e dalle interviste agli operatori emerge un generale miglioramento delle infrastrutture, un'accresciuta caratterizzazione degli arredi urbani ed un leggero aggiornamento dei servizi di destinazione. Mediamente stabile, senza brividi e impennate, il comfort alberghiero, ma complessivamente (come accade per le località balneari) i fattori positivi sono superiori a quelli negativi e concorrono a rafforzare la tipicità e l'attrattiva delle località alpine e appenniniche.

Il Panel nazionale degli operatori della montagna, tra entusiasmi e incertezze, delinea questa *vision* delle macro-tendenze del 2016:

- crescita dei flussi internazionali, in particolare da Germania e Paesi dell'Est (Polonia e Repubblica Ceca);

- conferma dell'appeal dell'offerta turistica più suggestiva, pittoresca, impegnativa e caratteristica, quella altoatesina e valdostana in particolare;
- continuità per le "vecchie signore" dell'ospitalità in montagna, per i maturi operatori e per i tradizionali sistemi di accoglienza e entertainment di Cortina d'Ampezzo, Courmayeur, Cervinia, Corvara e Madonna di Campiglio, la cui offerta di servizi e comfort *upscale* e *luxury* attira quote significative di clientela straniera e italiana *high spender* e *over '50*;
- crescita dei praticanti di discipline alternative, slow e non agonistiche, come ciaspole, sci alpinismo e sci di fondo;
- stabilità del movimento scolastico internazionale (packaging sport-scuola da cataloghi di tour operator europei).

2#

Dalle risposte degli operatori del panel della montagna relative a novità, richieste particolari, atteggiamenti, cambiamenti dello stile di consumo dei turisti, risulta che:

- **gli italiani continuano a privilegiare canonicamente i periodi di alta stagione** (Natale/Capodanno/Epifania e febbraio/Carnevale);
- il dato della **contrazione della durata dei soggiorni** si consolida. Ora i soggiorni medi sono più brevi, attorno ai 4-5 giorni, e le valigie dei turisti sempre più piccole;
- **l'attenzione al prezzo** è diventata "maniacale". Le verifiche dei prezzi sui canali on-line sono esercizi obbligati anche per turisti maturi, esperti e benestanti. Le verifiche interessano anche la clientela fedele e si tratta di protocolli che consentono alla domanda di studiare e commentare (nel bene e nel male, d'istinto o a valle di ponderazioni) ogni offerta e proposta di soggiorno;
- **la spesa dei turisti resta stabile:** per una giornata in montagna si spendono mediamente tra i 150 e i 160 euro per persona;
- **crescono le prenotazioni intermedie dalle OTA.** Nonostante decenni di familiarità con gli albergatori, le agenzie di affittanza e le località, sempre più italiani (e stranieri) utilizzano il web e le Online Travel Agency. Non è solo per informarsi e per avere una prenotazione garantita, ma è una consuetudine per restare in linea con il cambiamento e con il mondo di tablet e smartphone. Un protocollo questo che complica le azioni di marketing degli operatori indipendenti e tutte le azioni di fidelizzazione che gli albergatori singolarmente possono mettere in atto;
- **condivisione social prima di tutto.** La tradizione è disattesa. Anche in montagna la connessione wi-fi è imprescindibile: più in alto e lontano si va, più si deve consentire ai viaggiatori, agli ospiti e ai turisti di mostrarsi, di raccontare, di esibire, di condividere le proprie esperienze sulle piste da sci così come in hotel.

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

Tra abeti e ciaspole, caminetti e decori in cirmolo, il wireless deve esserci: deve essere gratis e compreso nel prezzo della camera (è una pretesa più volte misurata: 6 italiani su 10 lo considerano un servizio imprescindibile);

- **vince ancora chi ha rinnovato o ringiovanito l'offerta.** Gli operatori turistici che dichiarano di avere eseguito interventi di riqualificazione-ringiovanimento della propria struttura ricettiva sono più soddisfatti e ottimisti per l'andamento del mercato di quelli che non descrivono o comunicano aggiornamenti, cambiamenti, ringiovanimenti;
- **continua il successo delle nuove discipline,** sia estreme (freestyle e sci alpinismo) che slow (ciaspole) che consentono ai *millennials*, le prime, e ai *baby boomers*, le seconde, di godersi la montagna in libertà con ritmi personalizzati.

L'Osservatorio rileva ulteriori elementi e tendenze per la montagna italiana:

- **le tariffe alberghiere 2016-2017 sono in salita,** meno in bassa stagione, di più in alta quando i prezzi salgono del 7-8%. Rilevate anche punte del 10-12% nei periodi cruciali delle festività e comunque in corrispondenza delle date di altissima stagione;
- **i prezzi degli skipass registrano aumenti moderati di 3-4 punti percentuali.** Dal 2008 (inizio della crisi economica) ad oggi gli skipass hanno subito un'impennata delle tariffe compresa tra il +29 e il +33%;
- **la Germania è il mercato straniero più importante per gli operatori della montagna.** E' addirittura il primo mercato per 4 operatori su 10. Al secondo posto - in base al sondaggio - si piazza il Be.Ne.Lux, davanti a Polonia, Regno Unito e Repubblica Ceca, mercati prevalentemente da tour operator;
- come accaduto per l'estate balneare, sul turismo e sui viaggi internazionali **l'effetto delle minacce terroristiche produce una continua contrazione dei viaggi di lungo raggio, con effetti positivi sul turismo intra-europeo.** In questa congiuntura storica, la paura incide più della promozione, della pubblicità e della comunicazione;
- i mesi di **gennaio e febbraio** sono il classico periodo delle settimane bianche che per i turisti italiani (soggiorni di 4-5 giorni) sono cambiate, ma che per i gruppi stranieri ancora funzionano. La crescita del movimento straniero riguarda tutto l'arco alpino, ma soprattutto le località della Valle d'Aosta, della Lombardia e dell'Alto Adige;
- **le destinazioni più note, più dotate turisticamente** per la qualità dell'offerta ricettiva, dell'intrattenimento, dello shopping (non necessariamente per l'offerta sportiva), **si confermano leader** di attrattività in alta e bassa stagione, per gli italiani come per gli stranieri. Anche nel 2016 al vertice delle performance

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

restano Cortina, Madonna di Campiglio, Courmayeur, Corvara e Selva di Val Gardena;

- **crescono i ricavi e il giro d'affari della montagna bianca**, che complessivamente produrrà circa 12 miliardi di euro, grazie ai ritocchi, agli aumenti dei prezzi e delle spese necessarie per godersi vacanze, brevi soggiorni e week-end in montagna.

4#

2. L'andamento dell'inverno 2015-2016 nell'Appennino dell'Emilia-Romagna

L'inverno nell'Appennino dell'Emilia-Romagna ha evidentemente risentito della scarsità di neve in avvio di stagione bianca, ma grazie ad una Pasqua molto positiva, favorita dal calendario e dalle abbondanti nevicate di febbraio e marzo, il bilancio finale può definirsi soddisfacente. Gli arrivi nel periodo gennaio-marzo 2016 sono aumentati del +4,9%, le presenze del +3,8%.

Movimento turistico dell'Appennino dell'Emilia-Romagna tra gennaio e marzo 2016

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	56.000	58.000	3,6%	233.000	241.000	3,4%
STRANIERI	5.000	6.000	20,0%	27.000	29.000	7,4%
TOTALE	61.000	64.000	4,9%	260.000	270.000	3,8%

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

La performance del movimento straniero, che registra un incremento del +20% degli arrivi e del +7,4% delle presenze, risulta positiva non solo relativamente alla stagione invernale. Il trend è proseguito sulla scia dell'andamento turistico 2015, favorito anche dai nuovi sforzi pubblici e privati per rendere più attraente, aggiornata e dinamica l'offerta turistica appenninica.

3. L'andamento dell'estate 2016 nell'Appennino dell'Emilia-Romagna

Stagione a due facce anche quella estiva, partita in sordina a causa di un andamento meteo inizialmente negativo e poi in ripresa a partire dal mese di luglio, con un agosto in crescita sia per gli arrivi che per le presenze ed una chiusura di stagione eccellente grazie alla performance di settembre ed ancor più di ottobre.

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

Nel complesso (aprile-ottobre) gli arrivi crescono del +2,7%, le presenze del +5,3%, con una performance più accentuata per la clientela italiana (+5,4% delle presenze) rispetto a quella straniera (+4,4%)

Movimento turistico dell'Appennino dell'Emilia-Romagna tra aprile e ottobre 2016

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	306.000	314.000	2,6%	1.193.000	1.258.000	5,4%
STRANIERI	68.000	70.000	2,9%	250.000	261.000	4,4%
TOTALE	374.000	384.000	2,7%	1.443.000	1.519.000	5,3%

5#

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

Il peso del movimento estivo (aprile-ottobre) rispetto al movimento complessivo annuale si mantiene intorno all'80% sia in termini di arrivi, sia in termini di presenze.

4. Il movimento complessivo del 2016 nell'Appennino dell'Emilia-Romagna

Il 2016 per l'Appennino emiliano-romagnolo si chiude con un incremento del +3,2% degli arrivi e del +5,2% delle presenze, con performance positive sia del mercato italiano (+2,9% degli arrivi e +5,1% delle presenze) che di quello internazionale (+4,7% degli arrivi e +5,2% delle presenze).

Andamento turistico dell'Appennino dell'Emilia-Romagna nel 2016 (gennaio-dicembre)

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	391.700	403.100	2,9%	1.534.000	1.613.000	5,1%
STRANIERI	76.300	79.900	4,7%	291.000	306.000	5,2%
TOTALE	468.000	483.000	3,2%	1.825.000	1.919.000	5,2%

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

Per quanto riguarda la composizione della clientela su base annuale, il movimento italiano pesa per oltre l'80% degli arrivi e delle presenze, quello straniero per meno del 20%.

Infine, per quanto riguarda il peso del comparto a livello regionale, l'Appennino dell'Emilia-Romagna concentra il 4,7% degli arrivi e il 4,0% delle presenze complessive regionali su base annuale.

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

Il peso dell'Appennino dell'Emilia-Romagna rispetto al movimento complessivo regionale 2016 (gennaio-dicembre)

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	REGIONE E-R	APPENNINO E-R	Peso % APPENNINO	REGIONE E-R	APPENNINO E-R	Peso % APPENNINO
ITALIANI	7.573.700	403.100	5,3%	36.048.000	1.613.000	4,5%
STRANIERI	2.648.300	79.900	3,0%	12.312.000	306.000	2,5%
TOTALE	10.222.000	483.000	4,7%	48.360.000	1.919.000	4,0%

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

Il peso della clientela internazionale dell'Appennino rispetto al movimento complessivo dei turisti stranieri in Emilia-Romagna raggiunge il 3,0% degli arrivi ed il 2,5% delle presenze.