

Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

# IL TURISMO IN EMILIA-ROMAGNA NEL 2016

RAPPORTO CONSUNTIVO  
dei comparti dell'offerta regionale

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia



## Indice:

1. Il bilancio turistico 2016 in Emilia-Romagna .....	5
2. il 2016 sulla Riviera dell'Emilia-Romagna .....	7
2.1 Il movimento complessivo nel 2016 .....	7
2.2 La congiuntura del periodo maggio-settembre 2016 .....	8
2.3 Il sistema turistico della Riviera nel 2016 .....	10
2.4 L'andamento del meteo nel 2016 .....	11
2.5 Le uscite dai caselli autostradali della Riviera nel 2016 .....	12
3. Il consuntivo 2016 nelle Città d'Arte e d'Affari .....	15
3.1 Il bilancio 2016 nelle città d'arte e d'affari italiane .....	15
3.2 Il movimento 2016 nelle Città d'Arte e d'Affari dell'Emilia-Romagna .....	16
4. Il consuntivo 2016 sull'Appennino .....	19
4.1 I trend delle vacanze in montagna .....	19
4.2 L'andamento dell'inverno 2015-2016 nell'Appenno dell'Emilia-Romagna .....	22
4.3 L'andamento dell'estate 2016 nell'Appenno dell'Emilia-Romagna .....	22
4.4 Il movimento complessivo del 2016 nell'Appennino dell'Emilia-Romagna .....	23
5. Il consuntivo 2016 per le Terme dell'Emilia-Romagna .....	25



## 1. IL BILANCIO TURISTICO 2016 IN EMILIA-ROMAGNA

**Prosegue anche nel 2016 la crescita del turismo in Emilia-Romagna: oltre 48 milioni di presenze da gennaio a dicembre (+2,1%), arrivi in crescita del 2,4%. In aumento i dati di Riviera, Città d'Arte e d'Affari, Montagna appenninica, in difficoltà le Terme. L'analisi dell'Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna per tutti i comparti dell'offerta regionale.**

Dopo un ottimo 2015, anche nel 2016 si conferma la crescita del movimento turistico nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere dell'Emilia-Romagna. Nel complesso l'industria turistica regionale chiude l'anno con oltre 48,3 milioni di presenze turistiche, in aumento del +2,3% rispetto ai 47,2 milioni registrati nel 2015. Gli arrivi turistici superano i 10 milioni, con una crescita del +2,7% rispetto ai 9,9 milioni del 2015. Il movimento complessivo regionale arriva ad 11,7 milioni di arrivi e a 52,2 milioni di presenze se si considera anche il nuovo comparto "Altre località" introdotto nella rilevazione 2016, che comprende i comuni che non rientrano, per le loro caratteristiche, nei prodotti turistici tradizionali, come ad esempio Carpi e Fidenza, oppure Sassuolo e Imola (questi ultimi, insieme, dal 2016 promuovono il nuovo prodotto turistico *Ceramic Land*).

Riviera, Città d'Arte e d'Affari e Montagna appenninica registrano una performance positiva sia degli arrivi, sia delle presenze, mentre il comparto Termale evidenzia una fase di difficoltà.

*Andamento turistico in Emilia-Romagna nel 2016 (gennaio-dicembre)*

COMPARTO	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
RIVIERA	6.293.000	6.455.000	2,6%	38.218.000	38.781.000	1,5%
CITTA' D'ARTE	2.759.000	2.880.000	4,4%	5.768.000	6.286.000	9,0%
APPENNINO	468.000	483.000	3,2%	1.825.000	1.919.000	5,2%
TERME	435.000	404.000	-7,1%	1.459.000	1.374.000	-5,8%
<b>TOTALE</b>	<b>9.955.000</b>	<b>10.222.000</b>	<b>2,7%</b>	<b>47.270.000</b>	<b>48.360.000</b>	<b>2,3%</b>
ALTRE LOCALITA'		1.555.000			3.885.000	
<b>TOTALE E.-R.</b>		<b>11.777.000</b>			<b>52.245.000</b>	

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

Per quanto riguarda la rilevazione delle provenienze del movimento turistico, l'elaborazione è stata effettuata considerando esclusivamente i quattro comparti "tradizionali" dell'offerta regionale ed evidenzia un saldo positivo rispetto al 2015 (+2,7% di arrivi e +2,3% di presenze), con una crescita sia della clientela nazionale

(+2,8% di arrivi e +2,1% di presenze) che di quella internazionale (+2,4% di arrivi e +3,0% di presenze).

*Andamento turistico in Emilia-Romagna nel 2016 (gennaio-dicembre)*

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	7.368.700	7.573.700	2,8%	35.322.000	36.048.000	2,1%
STRANIERI	2.586.300	2.648.300	2,4%	11.948.000	12.312.000	3,0%
<b>TOTALE E.-R.</b>	<b>9.955.000</b>	<b>10.222.000</b>	<b>2,7%</b>	<b>47.270.000</b>	<b>48.360.000</b>	<b>2,3%</b>

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

Il movimento turistico nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere dei diversi comparti turistici dell'Emilia-Romagna viene rilevato dall'Osservatorio sul Turismo Regionale (realizzato in collaborazione da Regione Emilia-Romagna e Unioncamere Emilia-Romagna) con una metodologia elaborata da Trademark Italia che prevede, oltre alla rivalutazione periodica delle statistiche ufficiali Istat (che si riferiscono ai dati obbligatori ma parziali degli esercizi alberghieri e ad una quota marginale del comparto extralberghiero), anche la stima, in tempo reale, dell'andamento turistico. Tale stima viene elaborata attraverso le indicazioni fornite da un Panel di oltre 3.000 operatori di tutti i comparti dell'offerta turistica regionale insieme a vari riscontri indiretti, come i dati relativi alle 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, fino alla raccolta di rifiuti solidi urbani.

Gli indici di rivalutazione variano da località a località, con accentuazioni in alcune aree, come ad esempio Rimini, caratterizzate da un'elevata concentrazione di strutture ricettive in affitto che, a causa di un più elevato turnover delle gestioni, generano maggiore difficoltà nella produzione di corrette rilevazioni.

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

## 2. IL 2016 SULLA RIVIERA DELL'EMILIA-ROMAGNA

Dopo le difficoltà rilevate in primavera e nella prima fase dell'estate (maggio-giugno), i buoni risultati ottenuti in luglio e agosto e l'ottima chiusura stagionale hanno sancito un bilancio positivo per la Riviera, un sistema turistico costellato di parchi di divertimento, eventi musicali, offerte enogastronomiche di eccellenza e manifestazioni sportive. I dati relativi al movimento complessivo annuale (gennaio-dicembre) evidenziano un saldo positivo rispetto al 2015 del +2,6% degli arrivi e del +1,5% delle presenze. In crescita sia la componente nazionale della clientela (+2,6% di arrivi e +1,3% di presenze), sia quella internazionale (+2,4% di arrivi e +2,0% di presenze).

### 2.1 Il movimento complessivo nel 2016

Turismo balneare 2016 con il segno più rispetto alla già ottima performance del 2015, sia durante la stagione estiva (maggio-settembre) che nell'arco dei 12 mesi. Il bilancio complessivo del periodo gennaio-dicembre evidenzia un saldo positivo rispetto al 2015 del +2,6% di arrivi e del +1,5% di presenze, con una crescita sia della clientela nazionale (+2,6% di arrivi e +1,3% di presenze) che del movimento internazionale (+2,4% di arrivi e +2,0% di presenze).

#### *Andamento turistico della Riviera nel 2016 (gennaio-dicembre)*

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	4.970.000	5.099.600	2,6%	29.165.000	29.547.000	1,3%
STRANIERI	1.323.000	1.355.400	2,4%	9.053.000	9.234.000	2,0%
<b>TOTALE</b>	<b>6.293.000</b>	<b>6.455.000</b>	<b>2,6%</b>	<b>38.218.000</b>	<b>38.781.000</b>	<b>1,5%</b>

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

Si tratta di un risultato molto soddisfacente, alla luce delle difficoltà rilevate sia in primavera che nella prima fase della stagione estiva (maggio-giugno).

La crescita dell'internazionalizzazione riguarda in particolare alcune destinazioni:

- nell'area sud della costa, Rimini che supera il 30% di presenze di clientela internazionale nei mesi estivi, con una media nel periodo gennaio-settembre del 28% circa, e Cattolica che con la buona performance del 2016 raggiunge la quota del 16%;
- i Lidi di Ravenna, dove nel 2016 una presenza turistica su 4 è internazionale (26%);

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

- ed infine una citazione per la Riviera di Comacchio che, nonostante una flessione della clientela straniera di circa il 7%, grazie all'ampia ed eccellente dotazione di strutture ricettive *open air*, supera nel periodo gennaio-settembre 2016 la quota del 40% delle presenze di clientela internazionale.

Per quanto riguarda l'andamento dei mercati di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera), durante la stagione estiva 2016 (maggio-settembre) l'Osservatorio sul Turismo rileva un incremento del +1,2% degli arrivi e del +1,5% delle presenze.

La situazione delle diverse località, le cui performance spesso divaricano, è influenzata dalla presenza (da limitata a molto significativa) di alloggi ed appartamenti turistici affittati in locazione stagionale, mensile e settimanale da privati (*sharing economy*) che nelle statistiche ufficiali non appaiono e sui quali l'Osservatorio pone da quest'anno grande attenzione. La loro influenza sul carico turistico complessivo è spesso sottovalutata, ma in alcune destinazioni è stimabile fino al 40% del movimento totale.

## 2.2 La congiuntura del periodo maggio-settembre 2016

Grazie ai buoni risultati ottenuti a luglio e agosto ed all'ottima chiusura stagionale, il bilancio relativo alla stagione estiva 2016 (maggio-settembre) evidenzia un saldo positivo rispetto all'ottimo 2015 del +1,1% degli arrivi e del +0,7% delle presenze, con una crescita sia della clientela nazionale (+0,9% di arrivi e +0,4% di presenze), sia di quella internazionale (+1,8% di arrivi e +1,6% di presenze).

### *Andamento turistico della Riviera nell'estate 2016 (maggio-settembre)*

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	4.097.000	4.133.000	0,9%	26.614.000	26.724.000	0,4%
STRANIERI	1.109.000	1.129.000	1,8%	8.248.000	8.378.000	1,6%
<b>TOTALE E.-R.</b>	<b>5.206.000</b>	<b>5.262.000</b>	<b>1,1%</b>	<b>34.862.000</b>	<b>35.102.000</b>	<b>0,7%</b>

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

Il positivo andamento dell'estate è confermato da vari indicatori indiretti utilizzati dall'Osservatorio sul Turismo.

**Le spiagge:** alla fine di settembre, pur nella difficoltà di interpretare *il sentiment* dei bagnini a causa dell'inquietudine categoriale per le note vicende legate alla normativa Bolkenstein, le valutazioni complessive evidenziano una sostanziale

tenuta della domanda, grazie anche al buon andamento non solo dei mesi centrali della stagione (luglio e agosto), ma anche di settembre. Dalle interviste ad un campione di stabilimenti balneari che si trovano in zone altamente alberghiere, emerge una sostanziale stabilità dei ricavi rispetto alla stagione 2015.

**Vendite di bibite e bevande:** si tratta d'indicatori fondamentali per integrare le rilevazioni ufficiali al fine di stimare il movimento turistico complessivo. Secondo i principali fornitori del settore beverage della Riviera interpellati (da Comacchio a Cattolica), la stagione estiva 2016 ha fatto registrare una crescita dei consumi quantificabile tra il +4 e +5%. Tale aumento si deve in particolare alla ripresa avviata a partire dalla seconda metà di luglio e protrattasi anche nelle prime 3 settimane di settembre. Oltre all'impennata dei consumi di acqua minerale (prodotto trainante in termini di volumi), è opportuno segnalare in particolare la crescita della birra e delle bibite analcoliche che hanno positivamente inciso anche sui fatturati.

**Consumi alimentari:** dalle rilevazioni effettuate tra i principali operatori del settore food che controllano circa i 3/4 delle forniture alberghiere complessive, a fine stagione si conferma una crescita di circa il +6% sia dei volumi che dei fatturati per i consumi di prodotti ittici, carni, surgelati e scatolame nel settore *ho.re.ca.* della Riviera. L'incremento è stato rilevato in maniera piuttosto omogenea su tutta la costa, ma rispetto al 2015 sono state soprattutto le località della zona sud e della provincia di Rimini a far registrare l'andamento migliore. Nel dettaglio, si conferma l'aumento delle vendite dei prodotti ideali per la pensione completa alberghiera, come la carne di suino, il pollame, il pesce surgelato e i dessert confezionati.

#### **Ulteriori indicatori analizzati nella stima:**

- Enel segnala un aumento del 5,5% dei consumi energetici estivi in particolare nei mesi di luglio, agosto e settembre, aumento probabilmente collegato alle elevate temperature (utilizzo dei condizionatori d'aria); in leggera flessione, invece, i consumi di maggio e giugno;
- consumi di carburanti secondo un campione di distributori: in aumento le quantità vendute rispetto al 2015;
- per quanto riguarda i consumi di acqua e gas, le aziende distributrici interpellate registrano un piccolo aumento dei consumi di acqua e la stabilità dei consumi di gas, confermando sostanzialmente le medie stagionali del 2015;
- vendite di giornali e quotidiani: i principali distributori della Riviera rilevano una flessione delle vendite valutabile attorno al 7%, da mettere, almeno in parte, in

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

- relazione alla modifica delle abitudini di lettura che si stanno spostando verso l'online;
- la raccolta dei rifiuti solidi urbani (Hera) conferma il trend di crescita rilevato per il movimento turistico.

### 2.3 Il sistema turistico della Riviera nel 2016

Le strutture alberghiere sono oltre 3.000 con 224.000 posti letto disponibili e in 5 giorni (è il caso dei grandi eventi) possono produrre oltre 1 milione di presenze. Il sistema ricettivo è enorme, completato da campeggi, da appartamenti turistici e da altre strutture ricettive extralberghiere (circa 460.000 posti letto aggiuntivi), per un totale di oltre 680 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 2016</b>
<i>Alberghi</i>	3.100
<i>Posti letto alberghieri</i>	224.000
<i>Posti letto extralberghieri</i>	460.400
<b>Totale RIVIERA E-R</b>	<b>684.400</b>

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

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

<b>RIVIERA EMILIA-ROMAGNA</b>	<b>Esercizi</b>
<i>Ristoranti, Pizzerie, Trattorie</i>	2.250
<i>Bar, Caffetterie, Birrerie, Enotecche</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*

Per quanto riguarda l'offerta di ristorazione, la Riviera dispone di 2.250 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.

Attivi ovviamente tutti i 1.430 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>	1.430
<i>Ombrelloni e tende</i>	159.000
<i>Lettini e sdraio</i>	362.000
<i>Torrette di avvistamento</i>	485
<i>Bagnini di salvataggio</i>	800
<i>Pedalò e Mosconi a remi</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 attrattori di movimento turistico. Si tratta di strutture che, a regime, impiegano oltre 2.500 addetti e che nel 2016, grazie alle temperature elevate che durante l'altissima stagione hanno favorito l'affluenza nei parchi acquatici, hanno ospitato oltre 3,6 milioni di visitatori.

#### 2.4 L'andamento del meteo nel 2016

La meteorologia ha influito sensibilmente sul bilancio turistico complessivo della Riviera nella prima parte dell'estate 2016, con un aumento dell'instabilità a maggio e, in particolare, a giugno. In alta stagione, le temperature superiori alla media e la grande afa di luglio, prima, e le condizioni sensibilmente migliori di agosto (più sole e meno pioggia rispetto al 2015), poi, hanno spinto gli italiani residenti nei centri urbani del centro-nord Italia ad aumentare i movimenti verso la Riviera. Rispetto all'estate 2015, tra maggio e settembre ci sono state 7 giornate in meno di sole, con 8 giorni variabili in più ed 1 giornata in meno di tempo "turisticamente brutto". I mesi di luglio e agosto, con 27 e 24 giornate di sole rispettivamente, rientrano nella media delle ultime stagioni.

Andamento meteo dell'estate 2016

MESE			
Maggio	20 gg. (-4)	4 gg. (+3)	7 gg. (+1)
Giugno	20 gg. (-4)	1 g. (-2)	9 gg. (+6)
Luglio	27 gg. (-2)	3 gg. (+1)	1 g. (+1)
Agosto	24 gg. (+2)	6 gg. (+4)	1 g. (-6)
Settembre	21 gg. (+1)	3 gg. (+2)	6 gg. (-3)
<b>ESTATE 2016</b>	<b>112 gg.</b>	<b>17 gg.</b>	<b>24 gg.</b>
ESTATE 2015	119 gg.	9 gg.	25 gg.
<b>Diff. 2016/2015</b>	<b>-7 gg.</b>	<b>+8 gg.</b>	<b>-1 g.</b>
<b>Var. % 16/15</b>	<b>-5,9%</b>	<b>+88,9%</b>	<b>-4,0%</b>

Fonte: Osservazioni Trademark Italia

2.5 Le uscite dai caselli autostradali della Riviera nel 2016

Il movimento degli autoveicoli in uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna nel periodo **maggio-settembre 2016** ha registrato una crescita complessiva del +4% rispetto all'estate scorsa.

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 2016 si conferma dunque il trend di crescita del traffico in arrivo sulla Riviera, un dato che peraltro aveva contraddistinto anche l'estate 2015. Si sono distinti i caselli di Forlì (+4,5%), Cesena Nord (+5,0%), Valle del Rubicone (+8,8%), Rimini Sud (+4,2%), Riccione (+4,2%) e Cattolica (+5,0%).

Nell'intero anno (**gennaio-dicembre 2016**), il movimento degli autoveicoli in uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna registra una crescita complessiva del +4,5% rispetto all'anno precedente. I caselli che si sono distinti maggiormente con variazioni di traffico superiori alla media sono stati quelli di Cesena Nord (+5,0%), Valle del Rubicone (+8,9%), Riccione (+4,8%) e Cattolica (+5,3%).

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

*Uscite dai caselli autostradali della Riviera, traffico leggero 2016 (maggio-settembre)*

<b>MAGGIO-SETTEMBRE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var % 16/15</b>
FERRARA SUD	1.320.019	1.359.197	3,0%
RAVENNA	1.197.285	1.211.889	1,2%
FORLI'	1.172.707	1.225.759	4,5%
CESENA NORD	1.233.870	1.295.582	5,0%
CESENA	947.092	975.244	3,0%
VALLE RUBICONE	551.788	600.203	8,8%
RIMINI NORD	1.296.850	1.344.136	3,6%
RIMINI SUD	1.917.804	1.999.185	4,2%
RICCIONE	1.294.428	1.348.612	4,2%
CATTOLICA	1.273.511	1.337.430	5,0%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>12.205.354</b>	<b>12.697.237</b>	<b>4,0%</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 2016 (gennaio-dicembre)*

<b>GENNAIO-DICEMBRE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Var % 16/15</b>
FERRARA SUD	2.773.519	2.894.845	4,4%
RAVENNA	2.276.727	2.325.447	2,1%
FORLI'	2.893.023	3.024.306	4,5%
CESENA NORD	2.689.006	2.822.558	5,0%
CESENA	1.907.941	1.982.012	3,9%
VALLE RUBICONE	1.180.977	1.286.298	8,9%
RIMINI NORD	2.683.381	2.787.808	3,9%
RIMINI SUD	4.211.067	4.398.960	4,5%
RICCIONE	2.559.380	2.682.028	4,8%
CATTOLICA	2.558.904	2.694.709	5,3%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>25.733.925</b>	<b>26.898.971</b>	<b>4,5%</b>

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

Nel dettaglio seguente, l'andamento mensile delle uscite ai caselli autostradali della Riviera evidenzia la frenata nella primavera (aprile-maggio), l'ottimo recupero nel mese di giugno (nonostante il maltempo in alcuni week-end), il buon andamento dei

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

mesi di luglio e agosto ed, infine, l'ottima chiusura stagionale. La crescita del movimento autostradale è da più parti considerata sintomatica di ripresa economica, ed il fatto che essa sia stabile avvalora gli altri indicatori positivi.

*Uscite dai caselli autostradali della Riviera, variazione traffico leggero 2016 su 2015 (gennaio-dicembre)*

<b>Mese</b>	<b>Var. % 16/15</b>
Gennaio	+3,6%
Febbraio	+12,3%
Marzo	+6,8%
Aprile	+0,9%
Maggio	-0,4%
Giugno	+5,1%
Luglio	+5,6%
Agosto	+3,0%
Settembre	+6,8%
Ottobre	+5,6%
Novembre	+3,2%
Dicembre	+4,0%
<b>Gennaio-Dicembre 2016</b>	<b>+4,5%</b>

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

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

### 3. IL CONSUNTIVO 2016 NELLE CITTÀ D'ARTE E D'AFFARI

In uno scenario caratterizzato da una conferma della ripresa del movimento nelle maggiori città d'arte e d'affari italiane, le strutture ricettive dei capoluoghi dell'Emilia-Romagna registrano nel complesso un buon andamento in termini di occupazione camere (*room occupancy*, R.O.) e di prezzo medio di vendita. Il bilancio del 2016 nelle maggiori città d'arte e d'affari della regione presenta un incremento del +4,4% degli arrivi e del +9,0% delle presenze. Per quanto riguarda l'*internazionalizzazione*, la clientela in arrivo dall'estero cresce del 4,6%, le presenze salgono dell'8,1%. Ora il movimento straniero nelle Città d'Arte e d'Affari dell'Emilia-Romagna vale il 38,8% degli arrivi ed il 40,5% delle presenze totali.

#### 3.1 Il bilancio 2016 nelle città d'arte e d'affari italiane

Il quadro del movimento turistico nelle città d'arte e d'affari italiane nel 2016, 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 2016 l'indice di occupazione camere (R.O.) degli alberghi italiani di categoria *upscale* (corrispondente alle 4 stelle) ha raggiunto il 68,1% con una crescita di 1,1 punti rispetto allo scorso anno, il prezzo medio camera (Average Daily Rate) è arrivato a 113,36 euro, in aumento del +0,3% sul 2015.

Tra le 45 maggiori città del Paese, Italian Hotel Monitor rileva numeri positivi sia per il turismo *business* che *leisure* in 40 città, localizzate in particolare nel centro e nel nord-ovest dell'Italia, mentre solo in 5 città monitorate la RO risulta in flessione.

In termini di occupazione camere, 24 città ottengono un risultato superiore al 60%, con le prime cinque della graduatoria che superano il 70%: Firenze (74,6%), Roma (73,4%), Milano (71,5%), Napoli (70,6%) e Venezia (70,1%). Completano la *top ten* Genova (68,2%), Bergamo (67,1%), Siena (66,3%), Catania (65,7%) e Torino (64,7%). Da segnalare la crescita di 4 città che registrano incrementi superiori ai 3 punti: Udine, Bologna, Napoli e Catania.

La lenta ma progressiva ripresa del settore è supportata anche dall'incremento dell'ADR (Average Daily Rate, prezzo medio camera): il dato medio nazionale per la categoria *upscale* (4 stelle) registra un incremento complessivo del +0,3%, con crescite più accentuate in città caratterizzate da quote superiori alla media di

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

clientela internazionale come Firenze (+3,5%), Genova (+2,9%), Bologna e Como (+2,7%), Napoli (+2,5%). Milano sconta invece il confronto con il 2015, l'anno di EXPO, e registra una flessione del prezzo medio pari al -5,7%.

Venezia, la città con il maggior numero di camere in hotel di lusso e storicamente la città più cara, si conferma al vertice in termini di prezzo medio camera, con un ADR di 154,16 euro a notte (+1,3% rispetto al 2015). Seguono Milano (132,26 euro), Firenze (128,39 euro), Roma (120,28 euro) e Como (113,92 euro).

Per quanto riguarda gli hotel *midscale* (3 stelle), che per capacità ricettiva e diffusione rappresentano la spina dorsale dell'ospitalità italiana, l'occupazione camere raggiunge il 66,1%, in aumento di 0,8 punti sul 2015. Il prezzo medio (inferiore di quasi il 50% rispetto a quello dei 4 stelle), si attesta sui 57,88 euro, un valore sostanzialmente stabile (-0,2%) rispetto al 2015.

### 3.2 Il movimento 2016 nelle Città d'Arte e d'Affari dell'Emilia-Romagna

Il bilancio consuntivo annuale del 2016 nelle Città d'Arte e d'Affari dell'Emilia-Romagna evidenzia un andamento molto positivo, grazie anche ad una sensibile crescita della permanenza media, attestata ora al di sopra dei 2 giorni.

Gli arrivi nelle strutture ricettive regionali crescono del +4,4%, le presenze addirittura del +9,0% rispetto al 2015: il movimento della clientela italiana registra un incremento del +4,3% degli arrivi e del +9,6% delle presenze, la performance della clientela internazionale raggiunge il +4,6% degli arrivi ed il +8,1% delle presenze.

#### *Andamento turistico delle città dell'Emilia-Romagna nel 2016 (gennaio-dicembre)*

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	1.691.000	1.763.000	4,3%	3.413.000	3.740.000	9,6%
STRANIERI	1.068.000	1.117.000	4,6%	2.355.000	2.546.000	8,1%
<b>TOTALE</b>	<b>2.759.000</b>	<b>2.880.000</b>	<b>4,4%</b>	<b>5.768.000</b>	<b>6.286.000</b>	<b>9,0%</b>

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

E' interessante notare l'incremento delle presenze di turisti nazionali, superiore a quello degli stranieri: gli italiani sono aumentati più dei clienti internazionali in tutti i periodi dell'anno, fatta eccezione per il mese di settembre. Ora il movimento straniero nelle Città d'Arte e d'Affari dell'Emilia-Romagna vale il 38,8% degli arrivi e il 40,5% delle presenze totali.

Relativamente al livello di internazionalizzazione, gli arrivi dall'estero crescono del +4,6% e le presenze del +8,1% grazie ai buoni risultati ottenuti a Modena, Bologna, Ravenna e Parma. Gli eventi e le mostre d'arte hanno influenzato positivamente il dato. Nel caso di Bologna e Modena, anche nel 2016 gli operatori hanno beneficiato delle crescenti opportunità generate dai voli low cost in arrivo all'aeroporto internazionale Guglielmo Marconi. I passeggeri complessivi dello scalo bolognese (arrivi, partenze e transiti) hanno superato nel 2016 la quota di 7,6 milioni (7.680.992), con una crescita del +11,5% rispetto al 2015. L'incremento è stato sostenuto sia dai passeggeri sui voli nazionali (1.917.501, in crescita del +12,1%) che dai passeggeri sui voli internazionali (5.765.046, +11,3%) che rappresentano il 75% del movimento complessivo.



## 4. IL CONSUNTIVO 2016 SULL'APPENNINO

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.

### 4.1 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).

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. 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

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

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

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

- **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%
<b>TOTALE</b>	<b>61.000</b>	<b>64.000</b>	<b>4,9%</b>	<b>260.000</b>	<b>270.000</b>	<b>3,8%</b>

*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.

#### 4.3 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. 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%
<b>TOTALE</b>	<b>374.000</b>	<b>384.000</b>	<b>2,7%</b>	<b>1.443.000</b>	<b>1.519.000</b>	<b>5,3%</b>

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.

*4.4 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%
<b>TOTALE</b>	<b>468.000</b>	<b>483.000</b>	<b>3,2%</b>	<b>1.825.000</b>	<b>1.919.000</b>	<b>5,2%</b>

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%.



## 5. IL CONSUNTIVO 2016 PER LE TERME DELL'EMILIA-ROMAGNA

Il recente sviluppo dei centri benessere e SPA d'albergo affiancato ai tentativi di alcuni stabilimenti termali di arricchire l'offerta con cure più dolci e trattamenti legati al wellness, non riesce a fare decollare un settore ancora strettamente legato al Sistema Sanitario Nazionale. Alla fine del 2016, il comparto termale dell'Emilia-Romagna registra una secca flessione del -7,1% degli arrivi e del -5,8% delle presenze. E' stata in particolare la clientela internazionale, con una riduzione del -19,3% di arrivi e del -9,2% di presenze, a contribuire alla negativa performance del comparto.

Dopo un 2015 che ha ridato slancio e ossigeno al sistema turistico regionale, nel 2016 l'offerta termale dell'Emilia-Romagna ha evidenziato tutte le difficoltà che contraddistinguono il settore da diverso tempo.

Il bilancio del movimento turistico nelle strutture ricettive delle località termali registra, tra gennaio e dicembre 2016, una flessione del -7,1% degli arrivi e del -5,8% delle presenze, causata sia dalla diminuzione della clientela italiana (-2,5% gli arrivi e -5,1% le presenze), che ancora maggiormente da quella della clientela internazionale (-19,3% gli arrivi, -9,2% le presenze).

*Andamento turistico delle terme dell'Emilia-Romagna nel 2016 (gennaio-dicembre)*

NAZIONALITA'	ARRIVI			PRESENZE		
	2015	2016	Var. 16-15	2015	2016	Var. 16-15
ITALIANI	316.000	308.000	-2,5%	1.210.000	1.148.000	-5,1%
STRANIERI	119.000	96.000	-19,3%	249.000	226.000	-9,2%
<b>TOTALE</b>	<b>435.000</b>	<b>404.000</b>	<b>-7,1%</b>	<b>1.459.000</b>	<b>1.374.000</b>	<b>-5,8%</b>

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

Questi dati riguardano il movimento turistico nelle strutture ricettive e non gli ingressi dei curandi negli stabilimenti termali.

Con la forte flessione registrata nel 2016, il peso del movimento straniero nelle località termali dell'Emilia-Romagna si riduce al 23,8% degli arrivi e al 16,4% delle presenze totali del comparto.

Il recente sviluppo dei centri benessere e SPA d'albergo e, in parallelo, i tentativi di alcuni stabilimenti termali di arricchire l'offerta con cure più dolci e trattamenti legati al wellness, anche in Emilia-Romagna per ora non riescono ad arginare l'emorragia della clientela "convenzionata" che frequenta le località termali della regione per fini terapeutici (curandi) e a fare decollare un settore ancora strettamente legato al

Realizzato in collaborazione con Trademark Italia

Sistema Sanitario Nazionale e per questo percepito più terapeutico che ludico da ampie fasce di domanda turistica.

Da questo scenario si distacca Bagno di Romagna, la cui performance premia il termalismo e il turismo di un territorio che trae beneficio dai sistemi turistici di Romagna e Toscana.