



Unioncamere

Unione Italiana
delle Camere di Commercio

Industria Artigianato
e Agricoltura

OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

“ESTATE 2003: L’ONDA LUNGA DELLA CRISI ”

2° Rapporto

“Indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree turistiche leader e sui segmenti di prodotto”

Indagine di mercato realizzata da Isnart S.p.A.

Roma giugno 2003

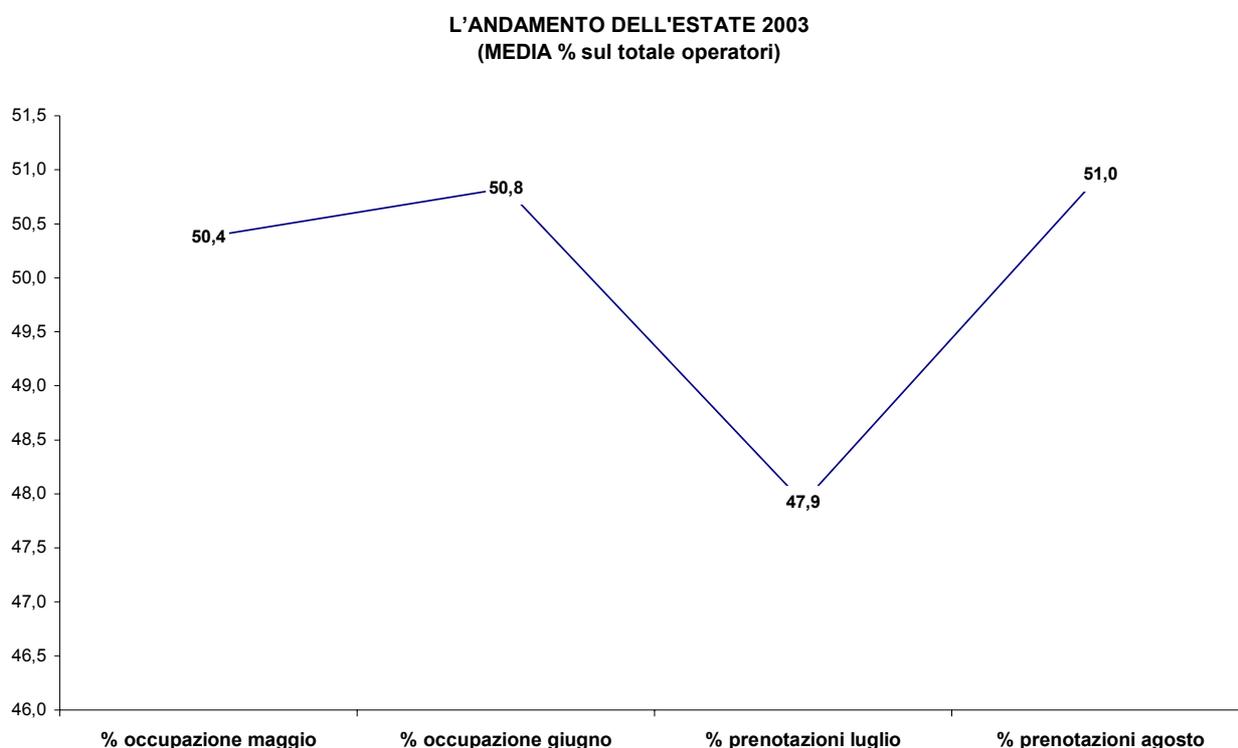
SOMMARIO

1. L'ANDAMENTO DELL'ESTATE 2003.....	3
2. IL TURISTA DELLA STAGIONE ESTIVA 2003.....	8
3. I DATI DELLA TENDENZA	18
4. L'ANDAMENTO DEI MERCATI INTERNAZIONALI.....	21
5. LA SCACCHERA DEI PRODOTTI DELL'ESTATE 2003	26
CONCLUSIONI.....	29
NOTA METODOLOGICA	30

1. L'ANDAMENTO DELL'ESTATE 2003

L'indagine effettuata presso le strutture ricettive italiane sull'occupazione realizzata nei mesi di maggio e giugno e sulle prenotazioni per i mesi estivi centrali di luglio e agosto (¹), conferma come il settore sia ancora in una fase di stallo e non sia ancora in grado di dare risultati in termini di consumo turistico. Pertanto, i dati consuntivi relativi ai mesi di maggio e giugno mostrano una quota di occupazione delle camere appena superiore al 50% e le prenotazioni relative alle vacanze estive non sono incoraggianti.

Infatti, se per il mese di agosto si rileva una quota di prenotazioni pari al 51% delle camere, il più prossimo mese di luglio ne raccoglie meno del 48%.

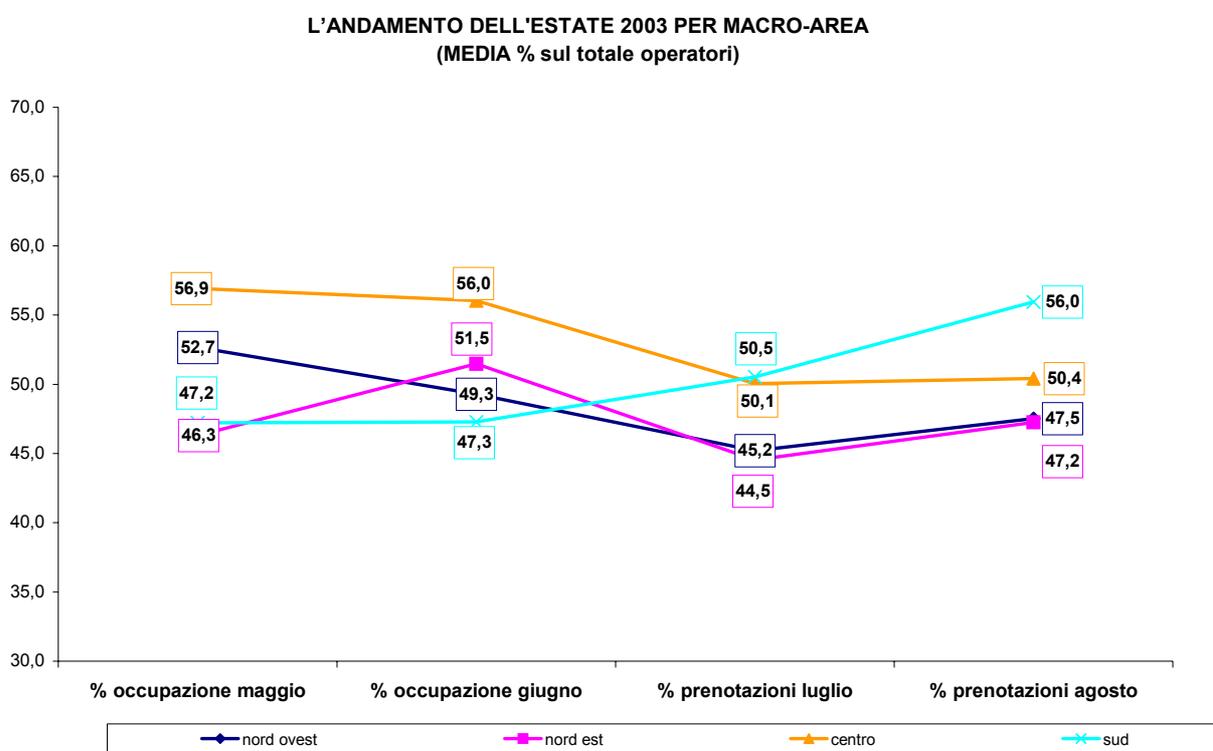


Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

¹) nelle destinazioni leader del turismo italiano

Che esista una tendenza alla prenotazione all'ultimo minuto è sicuramente ormai un fatto consolidato nei consumi turistici degli italiani, ma se tale tendenza si estende anche ai mercati internazionali, anche quelli veicolati dal sistema dell'intermediazione come sta avvenendo tuttora, porta tra gli operatori un senso di preoccupazione condiviso dal nord al sud Italia.

Anche analizzando i tassi di occupazione in un confronto per macro-area geografica, infatti, appare chiaro come seppur si evincano delle variazioni a leggero favore delle previsioni per le strutture del centro e del sud Italia, l'andamento della stagione oscilla in un range di occupazione basso, tra il 45% ed il 55%, che non lascia intravedere il pieno nemmeno nelle località di punta solitamente tutte esaurite in agosto.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Per comprendere più nello specifico questi andamenti, è interessante verificare più nel dettaglio i tassi di occupazione/prenotazioni mensili per ciascuna regione.

In particolare, un primo dato da rilevare è la ripresa delle strutture ricettive della Toscana nei mesi di maggio e giugno che, dopo una stagione primaverile un po' fiacca, mostrano invece per i mesi di maggio e giugno i tassi di occupazione più elevati (oltre il 60%). Il mese di maggio lascia maggiormente soddisfatti anche gli operatori della Liguria e della Campania.

Per quanto riguarda invece le prenotazioni di luglio e agosto, si evince un quadro dove solo le Marche e la Sardegna si posizionano sui quote di occupazione realmente interessanti (oltre il 70%) mentre il resto d'Italia lancia segnali di preoccupazione.

Occupazione camere maggio-giugno 2003 e prenotazioni luglio-agosto 2003

	% occupazione maggio	% occupazione giugno	% prenotazioni luglio	% prenotazioni agosto
piemonte	55,4	50,6	35,9	39,6
valle d'aosta	10,0	50,0	37,1	45,7
lombardia	48,9	42,8	49,6	49,1
trentino	49,0	55,8	43,3	48,8
alto adige	12,0	31,8	45,6	53,1
veneto	52,8	56,1	47,8	50,5
friuli v.g.	34,4	48,5	51,1	51,1
liguria	61,5	56,3	49,5	52,0
emilia romagna	47,8	56,7	40,6	40,1
toscana	62,3	60,7	46,0	45,2
umbria	59,0	54,3	55,0	55,3
marche	52,1	53,8	71,8	73,1
lazio	50,8	51,3	41,5	42,3
abruzzo	33,9	31,5	47,7	56,7
molise	40,0	40,0	57,5	57,5
campania	60,0	59,2	35,1	39,0
puglia	48,7	49,1	57,9	61,2
basilicata	34,4	36,7	37,2	42,8
calabria	27,1	28,1	49,5	58,8
sicilia	51,6	52,5	47,5	50,9
sardegna	50,5	51,3	67,5	76,4
media Italia	50,4	50,8	47,9	51,0

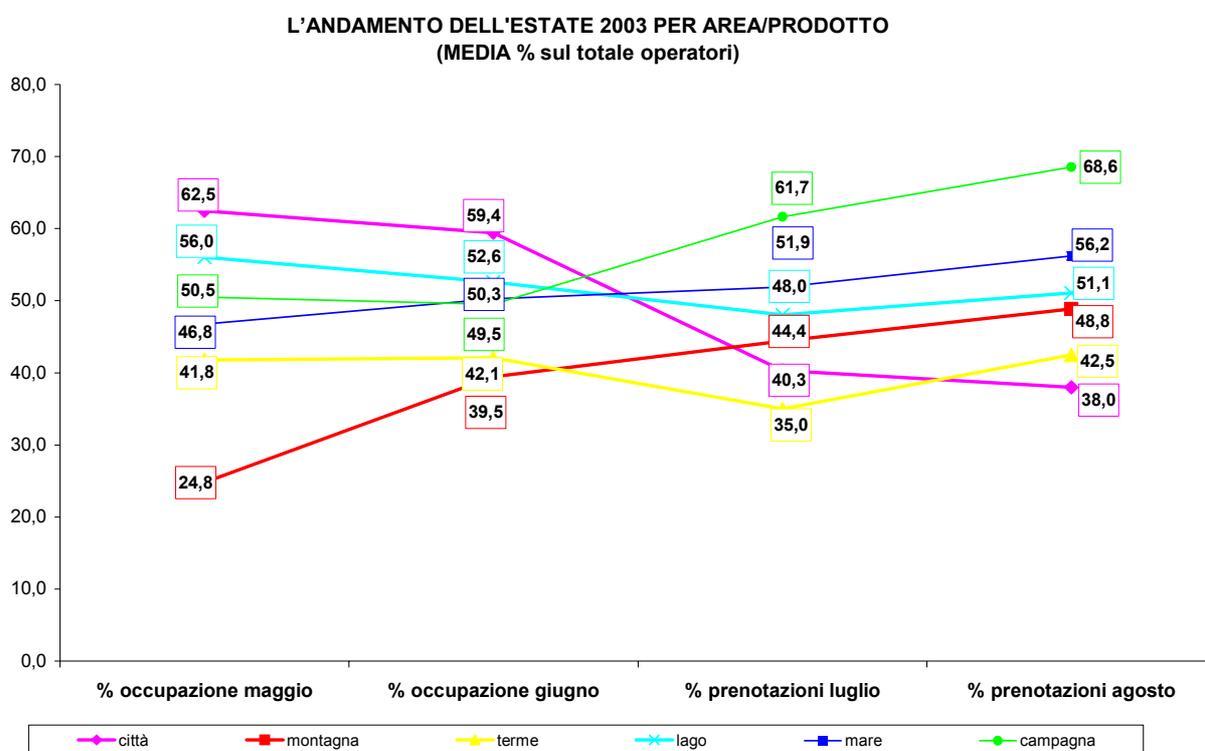
Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

In questa situazione di mercato non è quindi il turismo balneare a tirare su le sorti della stagione, ma sono invece le destinazioni del turismo verde che in questa incertezza nelle scelte di vacanza realizzeranno performance di lunga migliori degli altri prodotti turistici italiani, anche per un livello dei prezzi sicuramente inferiore alle offerte balneari.

Le destinazioni marine, infatti, raccolgono in media il solo 56,2% di prenotazioni per il mese di agosto contro il 68,6% delle località del turismo rurale.

Le città d'arte italiane, nonostante tutto, nel mese di maggio (62,5%) e di giugno (59,4%), hanno superato l'impasse dell'inverno ma rilevano meno del 40% di prenotazioni per luglio e agosto. Le destinazioni dei laghi che a maggio hanno avuto una riuscita pari al 56% di occupazione non mantengono però un andamento di crescita per il basso appeal sulla domanda italiana.

Le destinazioni montane superano la bassa del mese di maggio (24,8%) con una lieve risalita nei mesi di punta estivi ma non raggiungono la media di occupazione nazionale. Infine le terme, che in primavera avevano migliorato i risultati rispetto allo scorso anno, mostrano un andamento stabile tra maggio e agosto, ma sempre inferiore alla media italiana.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Sono le strutture alberghiere quelle maggiormente penalizzate dalla stasi del settore: solo gli hotel di categoria elevata, 4 e 5 stelle, hanno avuto risultati di occupazione nei mesi di maggio e giugno, performance che non potranno mantenere in luglio e agosto.

Ma il panorama alberghiero italiano è fatto in assoluta maggioranza di hotel di categoria media che in questa stagione non hanno dichiarato tassi di occupazione affatto soddisfacenti.

Un'estate che andrà bene solo nelle strutture extralberghiere, in particolare nei villaggi turistici, ma con quote minori anche negli agriturismi e nei campeggi in agosto.

Occupazione camere maggio-giugno 2003 e prenotazioni luglio-agosto 2003

	% occupazione maggio	% occupazione giugno	% prenotazioni luglio	% prenotazioni agosto
hotel	51,3	51,2	46,2	49,2
1 stella	25,0	25,0	32,5	26,7
2 stelle	47,2	48,9	44,5	47,2
3 stelle	53,0	51,7	46,1	49,6
4 stelle	57,8	56,5	52,0	54,2
5 stelle	63,3	66,0	48,3	48,3
villaggio	61,7	55,5	74,0	72,2
agriturismo	50,5	49,5	61,7	68,6
campeggio	32,1	44,8	57,8	62,0
media Italia	50,4	50,8	47,9	51,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

In realtà dunque, la crisi lamentata nel 2002 mostra caratteri più evidenti in questa estate 2003: lo scorso anno, infatti, l'occupazione prevista per i mesi di luglio agosto era in media del 60% e del 69% contro il 47,9% e il 51% di questo anno.

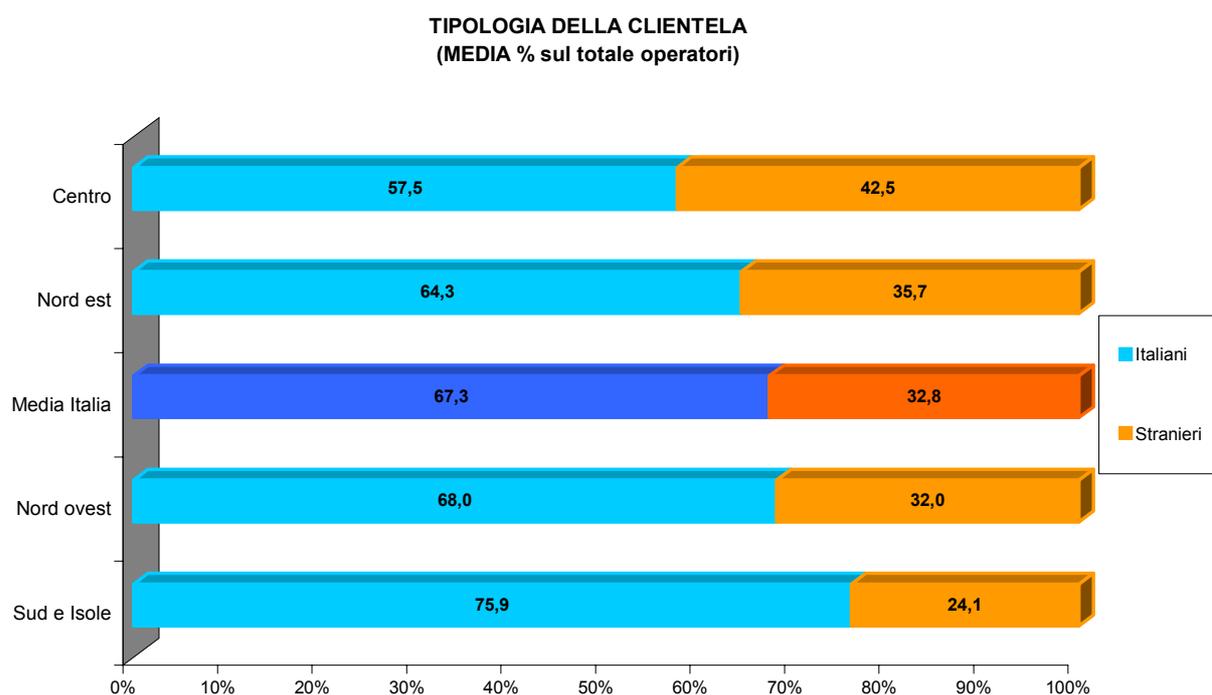
Neanche la punta di diamante dell'offerta turistica estiva, il nostro Mezzogiorno, permette previsioni di performance realmente soddisfacenti. Le strutture del sud e delle isole che realizzavano la scorsa estate (luglio e agosto) il 78% di prenotazioni raggiungono questa estate appena il 53% sottolineando una gravità che, per quanto si possa sperare in un improvviso giro di boa, non mostra grandi margini di risalita.

Il comparto alberghiero mostra una sofferenza che lo scorso anno non avrebbe nemmeno immaginato con una quota di prenotazioni che si attesta sul 48% contro il 63,5% della scorsa estate.

Si tratta allora dell'estate "nera" del turismo italiano.

2. IL TURISTA DELLA STAGIONE ESTIVA 2003

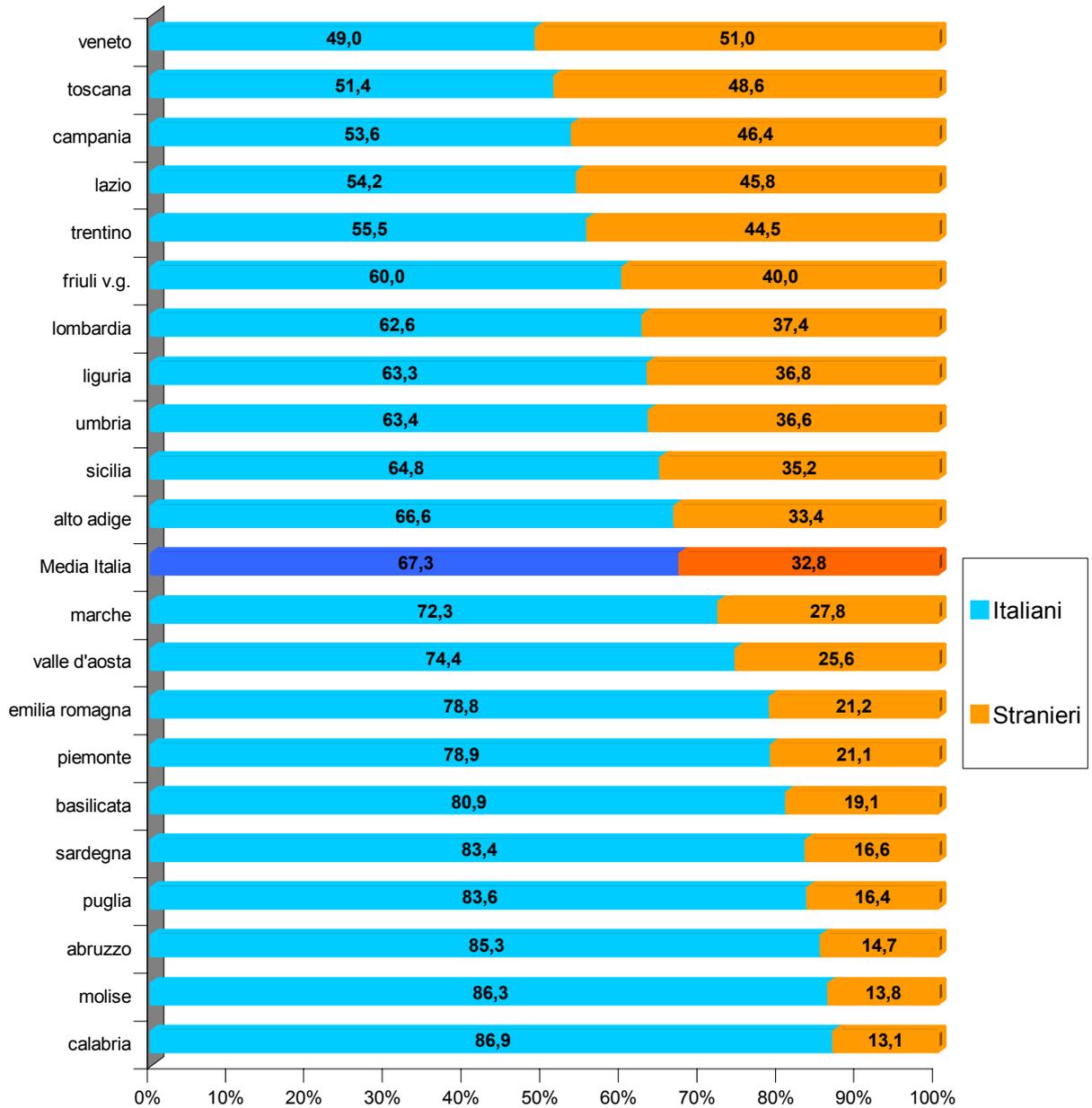
Se nel 2002 la domanda turistica di Italia si componeva del 38% di turisti stranieri, nel 2003 la quota di turismo internazionale scende al 32,8%, con una maggiore concentrazione nelle strutture del centro Italia dove la quota sale al 42,5% e del nord est (35,7%).



Il Mezzogiorno che lo scorso anno raccoglieva il 32% di turisti stranieri dovrà per questa estate accontentarsi del 24,1% perché solo la Campania dichiara una quota di stranieri rilevante, pari al 46,4% della sua clientela.

In particolare, gli arrivi internazionali si concentrano questa estate in Veneto (51%) e Toscana (48,6%) mentre altre mete tradizionali come il Lazio vedono una minor quota di clientela straniera.

**TIPOLOGIA DELLA CLIENTELA
(MEDIA % sul totale operatori)**



In questa estate, comunque, come nella scorsa, lo straniero sceglierà i laghi del nord e la campagna, preferendo gli hotel a 5 stelle e in alternativa gli agriturismi.

Interessante sottolineare come il successo dei villaggi turistici sia dovuto prevalentemente ad una clientela tutta italiana (80,5%).

Provenienza della clientela

	% italiani	% stranieri
città	49,1	50,9
montagna	78,3	21,7
terme	83,9	16,1
lago	34,1	65,9
mare	76,4	23,6
campagna	42,4	57,6
Media Italia	67,3	32,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Provenienza della clientela

	% italiani	% stranieri
hotel	68,3	31,7
1 stella	82,5	17,5
2 stelle	68,0	32,0
3 stelle	70,4	29,6
4 stelle	62,2	37,8
5 stelle	43,3	56,7
villaggio	80,5	19,5
agriturismo	42,4	57,6
campeggio	64,6	35,4
Media Italia	67,3	32,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Anche la durata della vacanza di questa estate conferma l'annata difficile: una vacanza ristretta alla durata di una settimana (6 notti in media). Questa durata poi in alcuni casi è ancora più breve, rasentando le 4/5 notti nel centro Italia, e nel nord ovest a 4 notti per quanto riguarda gli stranieri.

Permanenza media della clientela (notti)

	italiani	stranieri
nord ovest	6,2	4,3
nord est	6,1	6,0
centro	4,4	4,5
Sud e isole	6,7	6,5
media Italia	5,9	5,6

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Sono le regioni del Mezzogiorno quelle dove la durata dei soggiorni è più lunga: Calabria e Sardegna, in particolare, segnalano una permanenza di 8/9 notti.

Fanno eccezione le destinazioni siciliane e campane dove la durata della vacanza non supera le 5 notti.

Interessante il dato della Valle d'Aosta dove gli italiani soggiornano in media per 10/11 notti mentre gli stranieri si fermano solo per un week-end allungato.

Umbria e Toscana, mete preferite dagli amanti dell'agriturismo, segnalano un forte ricambio di clientela, sia italiana che estera, che soggiorna in media solo 3/4 notti.

Permanenza media della clientela (notti)

	Media		
	italiani	stranieri	totale
calabria	8,8	8,6	8,7
sardegna	8,2	8,4	8,3
molise	7,8	7,8	7,8
puglia	7,4	7,1	7,3
valle d'aosta	10,6	3,6	7,1
friuli v.g.	7,1	7,1	7,1
abruzzo	7,2	6,8	7,0
alto adige	6,8	6,7	6,8
trentino	6,6	5,9	6,3
basilicata	6,0	6,0	6,0
marche	5,8	5,8	5,8
media Italia	5,9	5,6	5,8
emilia			
romagna	5,7	5,7	5,7
liguria	5,7	5,3	5,5
veneto	5,4	5,5	5,4
lombardia	6,0	4,1	5,1
lazio	4,8	4,8	4,8
sicilia	4,6	4,7	4,7
campania	4,6	4,4	4,5
piemonte	5,1	3,7	4,4
toscana	4,0	4,0	4,0
umbria	3,0	3,3	3,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, giugno 2003

Se tra i prodotti turistici preferiti di questa estate primeggia quello delle destinazioni di campagna, sono però le strutture delle località termali e montane a dichiarare i soggiorni più prolungati (7/8 notti). Seguono le mete balneari dove i turisti italiani e stranieri soggiornano in media non più di 7 notti.

Permanenza media della clientela (notti)

	italiani	stranieri	Media totale
città	2,7	2,7	2,7
montagna	8,0	6,6	7,3
terme	8,8	7,2	8,0
lago	3,9	4,1	4,0
mare	6,9	6,8	6,8
campagna	4,2	4,8	4,5
media Italia	5,9	5,6	5,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

A trattenere maggiormente il turista in questa estate sono i villaggi turistici dove la media dei soggiorni è di 9 notti. Seguono i campeggi che dichiarano in media 6/7 notti di soggiorno.

Gli italiani che scelgono la ricettività alberghiera, soggiornano per più notti negli hotel a 3 stelle.

Permanenza media della clientela (notti)

	italiani	stranieri	Media totale
hotel	5,9	5,5	5,7
1	5,8	5,3	5,5
2	5,9	5,2	5,5
3	6,1	5,8	6,0
4	5,3	5,0	5,2
5	4,3	5,0	4,7
villaggio	9,2	9,2	9,2
agriturismo	4,2	4,8	4,5
campeggio	7,0	6,4	6,7
media Italia	5,9	5,6	5,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

I consumi turistici di questa stagione sembrano quindi sempre più orientati verso la scelta di proposte economiche o in alternativa di una vacanza ben organizzata.

A tale proposito cresce rispetto all'estate 2002 anche la quota di turismo organizzato (agenzie di viaggio e tour operators) che si attestava in media nel 15% della clientela e che nel 2003 sfiora il 30%. Nel sud e nelle isole poi tale quota è pari quasi al 33%.

Sono infatti i turisti delle strutture della Campania e della Sicilia quelli dove la quota di organizzazione supera addirittura il 40%, mentre nel nord la quota di organizzato del Veneto supera con il 37,4% le altre destinazioni.

Quota di turisti organizzati

	turisti organizzati
nord ovest	25,2
nord est	26,2
centro	30,1
Sud e isole	32,9
media Italia	29,9

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Quota di turisti organizzati

	turisti organizzati
piemonte	15,0
valle d'aosta	10,0
lombardia	34,6
trentino	32,1
alto adige	12,0
veneto	37,4
friuli v.g.	17,1
liguria	23,9
emilia romagna	19,0
toscana	30,3
umbria	31,6
marche	19,6
lazio	34,3
abruzzo	17,5
molise	8,3
campania	43,1
puglia	32,2
basilicata	19,3
calabria	22,7
sicilia	40,0
sardegna	30,9

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Con valori superiori alla media nazionale mostrano un maggior ricorso all'intermediazione della vacanza le destinazioni del turismo rurale, lacuale e delle città d'arte, mentre la montagna, le terme e il mare sono ancora legati al turismo fai da te.

Quota di turisti organizzati

	turisti organizzati
città	31,6
montagna	19,3
terme	28,5
lago	34,2
mare	29,4
campagna	38,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Ad accogliere il turismo organizzato sono questa estate prevalentemente i villaggi turistici e gli agriturismi, mentre tra gli alberghi prevale la quota di organizzato nei 4 stelle.

Quota di turisti organizzati

	turisti organizzati
Hotel	29,3
1	10,0
2	29,3
3	27,8
4	35,0
5	21,7
villaggio	39,3
agriturismo	38,8
campeggio	28,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Scende la quota di clientela abituale passando dal 47% del 2002 al 38,5% nel 2003. Si rileva in particolare una maggiore fedeltà alle destinazioni del nord est (47,8%) e del nord ovest (44,3%), specialmente in Valle d'Aosta (55%), Friuli (52%) e Emilia Romagna (51,9%).

In termini di prodotto, le quote di clientela abituale più elevata si rilevano nelle destinazioni termali (62,4%) e montane (51,3%).

Tra le strutture ricettive sono i campeggi a fidelizzare maggiormente la propria clientela con il 45,4% dei ritorni .

Quota di turisti "fedeli"

	% clientela abituale
nord ovest	44,3
nord est	47,8
centro	30,9
sud	33,0
media Italia	38,5

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Quota di turisti "fedeli"

	% clientela abituale
piemonte	40,0
valle d'aosta	55,0
lombardia	48,3
trentino	49,2
alto adige	42,9
veneto	44,5
friuli v.g.	52,0
liguria	38,8
emilia romagna	51,9
toscana	30,8
umbria	24,6
marche	42,3
lazio	25,4
abruzzo	40,0
molise	32,5
campania	33,3
puglia	36,2
basilicata	25,0
calabria	27,1
sicilia	26,0
sardegna	37,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Quota di turisti "fedeli"

	% clientela abituale
città	24,9
montagna	51,3
terme	62,4
lago	42,8
mare	38,5
campagna	24,2

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Quota di turisti "fedeli"

	% clientela abituale
hotel	38,7
villaggio	39,0
agriturismo	24,2
campeggio	45,4

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

L'utilizzo di Internet e della posta elettronica per le prenotazioni delle vacanze mostra ulteriori livelli di crescita: questa estate il 28,2% delle prenotazioni è arrivato dalla rete contro il 19% del 2002. Le destinazioni maggiormente prenotate dagli *Internauti* risultano quelle del nord est (34,4%) mentre quelle del mezzogiorno e del nord ovest risultano ancora sotto la media.

Sono in particolare i turisti verso le località dell'Alto Adige, del Friuli e della Valle d'Aosta i maggiori utilizzatori delle nuove tecnologie telematiche, mentre nel sud spicca il turista destinato in Sicilia.

Quota di turisti prenotati via Web/e-mail

	turisti internet
nord ovest	25,1
nord est	34,4
Centro	29,5
Sud e isole	21,6
media Italia	28,2

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Quota di turisti prenotati via Web/e-mail

	turisti internet
piemonte	15,8
valle d'aosta	36,0
lombardia	19,4
trentino	29,6
alto adige	46,7
veneto	35,3
friuli v.g.	36,1
liguria	34,1
emilia romagna	27,7
toscana	34,8
umbria	20,5
marche	24,0
lazio	29,2
abruzzo	20,9
molise	11,3
campania	21,5
puglia	16,7
basilicata	20,7
calabria	15,0
sicilia	32,5
sardegna	25,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

I prodotti turistici che raccolgono le quote maggiori di prenotazioni dalla rete sono quelli legati alle destinazioni lacuali e rurali, seguite dalle città d'arte. Appare inoltre interessante il dato relativo all'utilizzo degli strumenti innovativi di teleprenotazione tra i clienti degli agriturismi (33,8%) che si avvicina di molto a quello degli hotel di alta categoria (molto utilizzati anche nel business internazionale).

Grazie all'utilizzo del Web località meno tradizionalmente di successo nell'estate riescono ad ampliare la propria clientela.

Quota di turisti prenotati via Web/e-mail

	turisti internet
città	30,0
montagna	29,6
terme	20,9
lago	38,3
mare	25,3
campagna	33,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Quota di turisti prenotati via Web/e-mail

		turisti internet
hotel		28,0
	1	10,0
	2	26,9
	3	28,0
	4	30,3
	5	35,0
villaggio		22,5
agriturismo		33,8
campeggio		29,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

3. I DATI DELLA TENDENZA

Come già evidenziato dai dati sull'occupazione delle camere, l'andamento dichiarato dagli operatori rispetto allo scorso anno mostra una diminuzione relativa sia al turismo italiano che a quello straniero. Il 27,3% degli operatori dichiara un calo delle presenze italiane rispetto allo scorso anno e il 38,1% lo lamenta sugli stranieri. Solo la metà delle strutture ricettive sostiene una stabilità dei flussi.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	Italiani			Stranieri		
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento	stabilità	diminuzione
Totale operatori	18,7	54,0	27,3	11,7	50,2	38,1
% media di variazione rilevata	15,7		21,5	14,5		21,2

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

A soffrire maggiormente di queste diminuzioni di clientela è il nord Italia dove si evincono le quote maggiori di operatori che ne dichiarano il calo. In particolare, in Piemonte e in Trentino la diminuzione della domanda italiana è segnalata da oltre la metà degli operatori.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

	italiani				stranieri			
	percentuale	aumentati	stabili	diminuiti	totale	aumentati	stabili	diminuiti
nord ovest	6,9	51,4	41,7	100,0	10,6	43,9	45,5	100,0
nord est	8,3	54,9	36,8	100,0	7,5	53,0	39,6	100,0
centro	27,1	46,7	26,2	100,0	7,7	45,2	47,1	100,0
sud	27,4	58,9	13,7	100,0	18,7	54,0	27,3	100,0
Totale operatori	18,7	54,0	27,3	100,0	11,7	50,2	38,1	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

La domanda straniera, invece, è diminuita in maniera maggiore tra gli operatori del centro (47,1%) ma le regioni più colpite da questi abbandoni riguardano tutta l'Italia: in testa la Lombardia (62,5%), la Campania (60,7%), il Trentino (56,3%), la Toscana (54,5%) e il Veneto (52,6%).

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

%

	italiani				stranieri			
	aumentati	stabili	diminuiti	totale	aumentati	stabili	diminuiti	totale
piemonte	0,0	50,0	50,0	100,0	6,7	46,7	46,7	100,0
valle d'aosta	12,5	87,5	0,0	100,0	12,5	87,5	0,0	100,0
lombardia	7,4	44,4	48,1	100,0	4,2	33,3	62,5	100,0
trentino	0,0	47,4	52,6	100,0	0,0	43,8	56,3	100,0
alto adige	3,7	55,6	40,7	100,0	3,7	51,9	44,4	100,0
veneto	5,3	52,6	42,1	100,0	2,6	44,7	52,6	100,0
friuli v.g.	20,0	70,0	10,0	100,0	20,0	70,0	10,0	100,0
liguria	10,5	47,4	42,1	100,0	21,1	36,8	42,1	100,0
emilia romagna	14,0	56,0	30,0	100,0	14,0	60,5	25,6	100,0
toscana	15,9	38,6	45,5	100,0	4,5	40,9	54,5	100,0
umbria	46,7	40,0	13,3	100,0	14,3	42,9	42,9	100,0
marche	30,0	50,0	20,0	100,0	5,3	57,9	36,8	100,0
lazio	32,1	60,7	7,1	100,0	11,1	44,4	44,4	100,0
abruzzo	13,3	80,0	6,7	100,0	27,3	54,5	18,2	100,0
molise	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	75,0	25,0	100,0
campania	43,3	43,3	13,3	100,0	14,3	25,0	60,7	100,0
puglia	39,5	53,5	7,0	100,0	26,5	61,8	11,8	100,0
basilicata	22,2	66,7	11,1	100,0	0,0	77,8	22,2	100,0
calabria	10,0	85,0	5,0	100,0	18,8	75,0	6,3	100,0
sicilia	20,8	37,5	41,7	100,0	16,0	40,0	44,0	100,0
sardegna	21,7	65,2	13,0	100,0	21,7	65,2	13,0	100,0
Totale operatori	18,7	54,0	27,3	100,0	11,7	50,2	38,1	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Sono soprattutto gli operatori delle destinazioni lacuali (il 70-80%) e termali quelli più penalizzati dall'andamento di questa estate.

Anche gli operatori delle città d'arte comunque mostrano una quota di diminuzione della clientela sia italiana che estera più elevata della media nazionale.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

%

	Italiani				stranieri			
	aumentati	stabili	Diminuiti	totale	aumentati	stabili	diminuiti	totale
città	23,6	36,8	39,6	100,0	10,6	34,6	54,8	100,0
montagna	4,9	71,6	23,5	100,0	4,3	69,6	26,1	100,0
terme	11,8	17,6	70,6	100,0	8,3	41,7	50,0	100,0
lago	0,0	28,6	71,4	100,0	0,0	20,7	79,3	100,0
mare	23,3	60,4	16,3	100,0	16,4	56,2	27,4	100,0
campagna	26,3	63,2	10,5	100,0	9,5	47,6	42,9	100,0
Totale operatori	18,7	54,0	27,3	100,0	11,7	50,2	38,1	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

A preoccupare maggiormente è la performance del comparto alberghiero dove si evincono le maggiori diminuzioni sia del turismo italiano che straniero.

Come già rilevato in termini di tipologia della clientela, i villaggi turistici italiani ospitano questa estate molto meno clientela straniera dello scorso anno (80% di operatori che ne dichiarano la diminuzione).

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno

		%							
		italiani				stranieri			
		aumentati	stabili	diminuiti	totale	aumentati	stabili	diminuiti	totale
hotel		18,5	52,4	29,1	100,0	11,5	48,4	40,1	100,0
	<i>1 stella</i>	33,3	66,7	0,0	100,0	33,3	66,7	0,0	100,0
	<i>2 stelle</i>	19,4	55,8	24,8	100,0	15,9	45,5	38,6	100,0
	<i>3 stelle</i>	17,1	51,2	31,7	100,0	7,4	51,1	41,5	100,0
	<i>4 stelle</i>	19,7	47,5	32,8	100,0	13,3	46,7	40,0	100,0
	<i>5 stelle</i>	33,3	33,3	33,3	100,0	0,0	33,3	66,7	100,0
villaggio		20,0	80,0	0,0	100,0	0,0	20,0	80,0	100,0
agriturismo		26,3	63,2	10,5	100,0	9,5	47,6	42,9	100,0
campeggio		16,0	64,0	20,0	100,0	12,5	70,8	16,7	100,0
Totale operatori		18,7	54,0	27,3	100,0	11,7	50,2	38,1	100,0

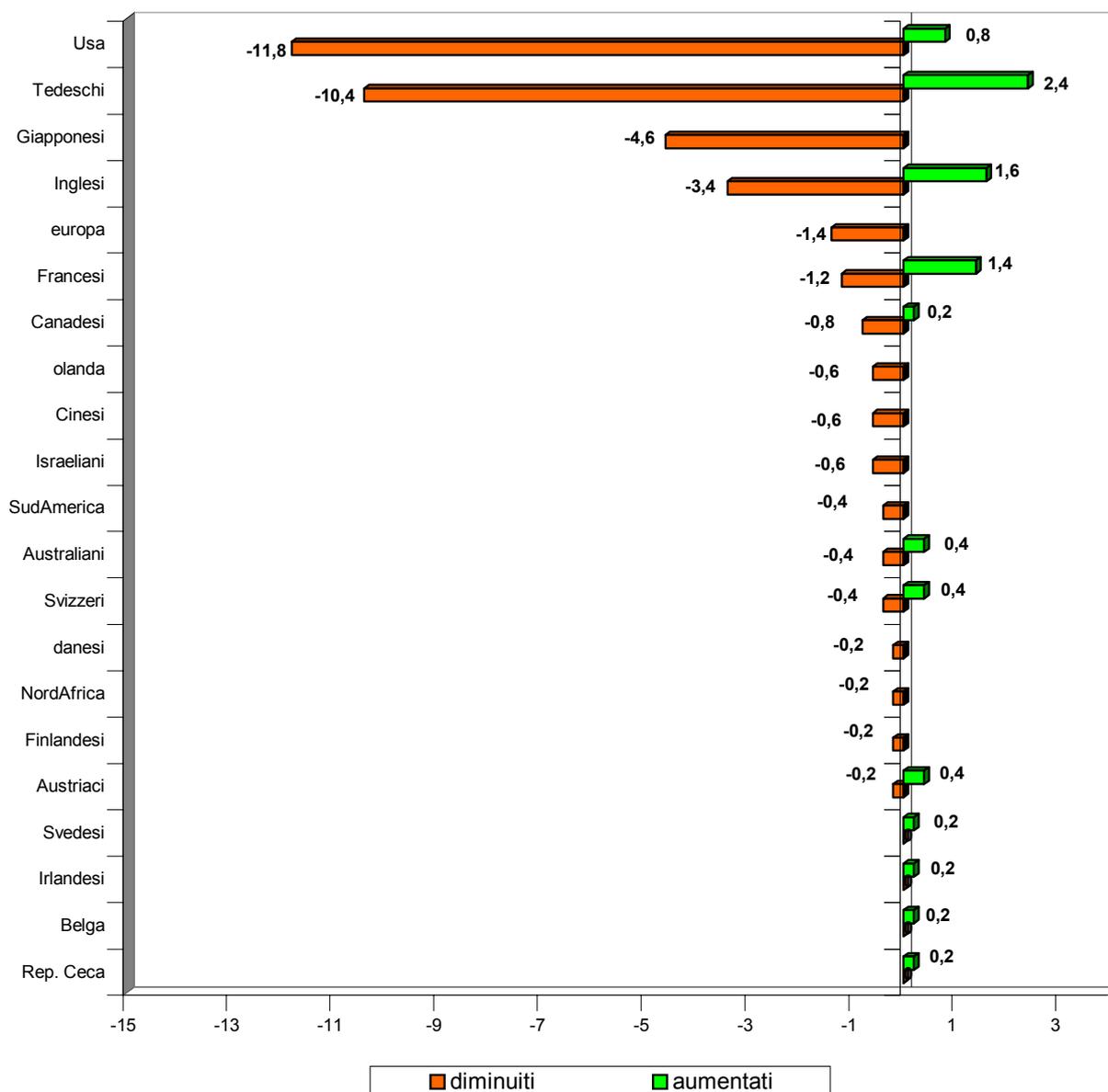
Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

In realtà, l'unica tipologia di struttura ricettiva che mostra di soffrire meno di questa situazione è quella dei campeggi dove prevale una forte stabilità dei flussi rispetto allo scorso anno (70%) e dove la diminuzione della clientela sia italiana che straniera è sentita in misura molto minore.

4. L'ANDAMENTO DEI MERCATI INTERNAZIONALI

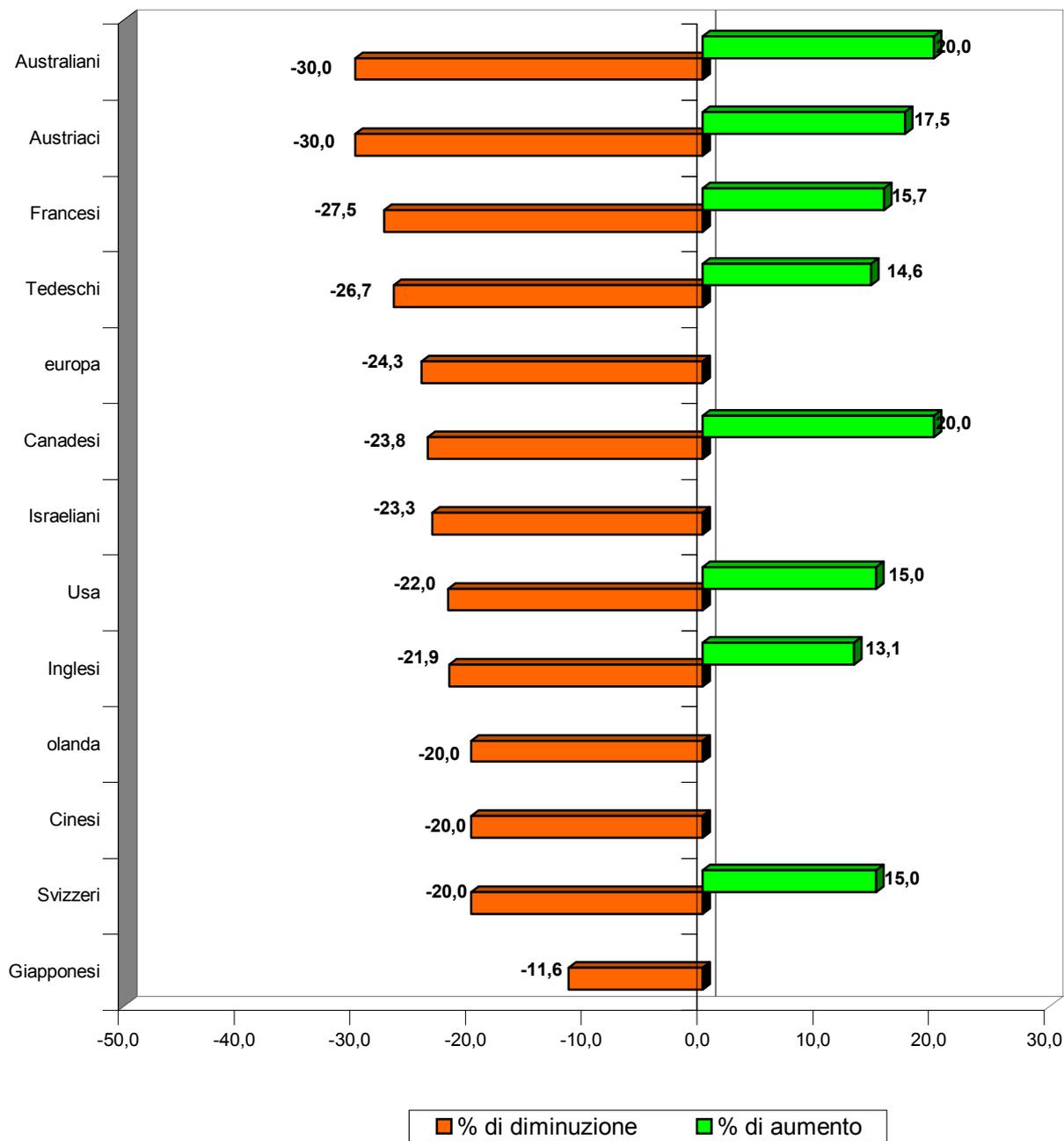
Il calo della clientela straniera evidenziato da oltre il 38% degli operatori italiani è ancora da attribuirsi prevalentemente alle assenze del mercato statunitense (nell'11% delle strutture) e tedesco (nel 10,4%). Il 4,6% delle strutture lamenta poi la diminuzione della clientela giapponese e il 3,4% di quella inglese. Pertanto, anche le strutture che hanno dichiarato un aumento di questi mercati hanno un'incidenza ancora troppo poco rilevante perché si superi l'impasse dettata dal mancato ritorno di questi turisti.

ANDAMENTO DEI PRINCIPALI MERCATI STRANIERI
Estate 2003
(% sul totale strutture ricettive)



Le percentuali medie di diminuzioni legate ai mercati maggiormente in calo non sono inoltre rincuoranti: gli americani sono diminuiti del -22%, i tedeschi del -26,4%, i giapponesi del -11,6% e gli inglesi del -21,9%.

ANDAMENTO DEI PRINCIPALI MERCATI STRANIERI
Estate 2003
(% sul totale strutture ricettive)



Ancora rispetto ai mercati diminuiti maggiormente nelle strutture ricettive italiane, gli statunitensi hanno disabitato il centro e il mezzogiorno, i tedeschi continuano a diminuire nel nord est, i giapponesi hanno abbandonato il centro Italia. Gli inglesi, infine, risultano diminuiti soprattutto nel nord-ovest e nel centro.

Area dove sono diminuiti gli stranieri

	nord ovest	nord est	centro	sud	Totale
Austriaci	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Francesi	33,3	0,0	33,3	33,3	100,0
Ingles	29,4	17,6	29,4	23,5	100,0
Svizzeri	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
Tedeschi	23,1	34,6	28,8	13,5	100,0
Usa	15,3	11,9	42,4	30,5	100,0
Australiani	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Canadesi	0,0	0,0	75,0	25,0	100,0
Europei	14,3	0,0	28,6	57,1	100,0
Giapponesi	8,7	8,7	60,9	21,7	100,0
Israeliani	33,3	0,0	33,3	33,3	100,0
Cinesi	66,7	0,0	0,0	33,3	100,0
Olandesi	0,0	0,0	66,7	33,3	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Il mercato statunitense è diminuito sostanzialmente nelle città d'arte e nelle località balneari della Toscana e della Campania, quello tedesco nelle destinazioni marine e lacuali, della Lombardia, del Veneto e della Toscana.

Il mercato giapponese ha abbandonato prevalentemente le città d'arte della Toscana e del Lazio, quello inglese i laghi della Lombardia e la Campania.

Area/prodotti di diminuzione degli stranieri

	città	montagna	terme	lago	mare	campagna	Totale
Austriaci	0,0	100,0	-	0,0	0,0	0,0	100,0
Francesi	50,0	0,0	-	16,7	33,3	0,0	100,0
Ingles	17,6	0,0	-	35,3	29,4	17,6	100,0
Svizzeri	50,0	0,0	-	0,0	50,0	0,0	100,0
Tedeschi	19,2	15,4	-	21,2	34,6	9,6	100,0
Usa	62,7	1,7	-	3,4	27,1	5,1	100,0
Australiani	0,0	0,0	-	0,0	100,0	0,0	100,0
Canadesi	100,0	0,0	-	0,0	0,0	0,0	100,0
Europei	28,6	0,0	-	0,0	57,1	14,3	100,0
Giapponesi	82,6	0,0	-	0,0	13,0	4,3	100,0
Israeliani	33,3	0,0	-	33,3	33,3	0,0	100,0
Cinesi	66,7	0,0	-	0,0	33,3	0,0	100,0
Olandesi	0,0	0,0	-	0,0	33,3	66,7	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Regioni dove si segnalano le maggiori diminuzioni degli stranieri
(% sul totale di strutture che hanno segnalato la diminuzione)

	piemonte	valle d'aosta	lombardia	trentino	alto adige	veneto	friuli v.g.	liguria	emilia romagna	toscana	umbria	marche	lazio	abruzzo	molise	campania	puglia	basilicata	calabria	sicilia	sardegna	Totale	
Austriaci	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Francesi	16,7	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	100,0
Inglesì	0,0	0,0	23,5	11,8	0,0	0,0	0,0	5,9	5,9	17,6	0,0	0,0	11,8	0,0	0,0	23,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Svizzeri	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	0,0	100,0
Tedeschi	3,8	0,0	15,4	1,9	9,6	15,4	1,9	3,8	5,8	15,4	5,8	5,8	1,9	0,0	1,9	7,7	0,0	1,9	0,0	1,9	0,0	0,0	100,0
Usa	1,7	0,0	5,1	0,0	0,0	8,5	0,0	8,5	3,4	22,0	3,4	3,4	13,6	1,7	0,0	16,9	0,0	0,0	0,0	10,2	1,7	0,0	100,0
Australiani	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Canadesi	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	100,0
Europei	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	42,9	0,0	0,0	100,0
Giapponesi	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0	4,3	0,0	4,3	4,3	30,4	8,7	0,0	21,7	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0	0,0	17,4	0,0	0,0	100,0
Israeliani	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Cinesi	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Olandesi	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

Ancora una volta, le strutture alberghiere si confermano penalizzate dalla diminuzione dei mercati stranieri, ma si evince anche un calo degli inglesi nelle strutture agrituristiche.

Strutture dove sono diminuiti i principali mercati stranieri

	hotel	2 stelle	3 stelle	4 stelle	5 stelle	villaggio	agriturismo	campeggio
Austriaci	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Francesi	100,0	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Inglese	82,4	28,6	35,7	35,7	0,0	0,0	17,6	0,0
Svizzeri	100,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tedeschi	88,5	30,4	54,3	15,2	0,0	0,0	9,6	1,9
Usa	94,9	33,9	42,9	19,6	3,6	0,0	5,1	0,0
Australiani	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Canadesi	100,0	25,0	75,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Europei	85,7	33,3	50,0	16,7	0,0	0,0	14,3	0,0
Giapponesi	95,7	27,3	50,0	13,6	9,1	0,0	4,3	0,0
Israeliani	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cinesi	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Olandesi	33,3	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, giugno 2003

5. LA SCACCHERA DEI PRODOTTI DELL'ESTATE 2003

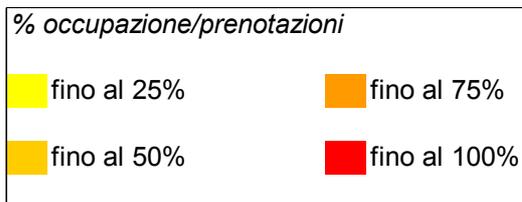
Per comprendere l'andamento in questo periodo primaverile dei prodotti turistici nelle singole regioni italiane, appare interessante valutare i risultati ottenuti in termini di occupazione media.

Da questa analisi, infatti, è possibile valutare quanto il successo o l'insuccesso di una regione nel periodo sia da attribuirsi ad una flessione generale o ad una flessione di prodotto.

Pertanto, al fine di ottenerne una lettura immediata si è misurata l'occupazione accorpando i dati in 4 fasce:

- bassa occupazione: fino al 25% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore GIALLO
- media occupazione: dal 26% fino al 50% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore OCRE
- alta occupazione: dal 51% fino al 75% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore ARANCIO
- piena occupazione: dal 76% fino al 100% di camere occupate nelle strutture ricettive, segnalata col colore ROSSO.

Regioni	maggio					giugno					luglio					agosto								
	Città d'arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	Città d'arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	Città d'arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	Città d'arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna
Piemonte	50%	25%	50%				50%	25%	50%				25%	50%	50%				25%	50%	50%			
Valle d'Aosta		25%						25%						25%						25%				
Lombardia	50%	25%		50%			50%	25%		50%			25%	50%	50%				25%	50%	50%			
Trentino		25%						25%						25%						25%				
Alto Adige		25%						25%						25%						25%				
Veneto	50%	25%		50%			50%	25%		50%			25%	50%	50%				25%	50%	50%			
Friuli		25%						25%						25%						25%				
Liguria					50%											50%								
Emilia Romagna	50%		50%				50%		50%				50%		50%				50%		50%			
Toscana	50%		50%				50%		50%				50%		50%				50%		50%			100%
Umbria																								50%
Marche	50%						50%						25%						25%					50%
Lazio	50%		50%					50%		50%			25%						25%					50%
Abruzzo e Molise													25%						25%					50%
Campania	50%						50%						50%						50%					50%
Puglia													25%						25%					50%
Basilicata	50%						50%						25%						25%					50%
Calabria																								50%
Sicilia	50%						50%						50%						50%					50%
Sardegna																								100%



Dall'incrocio di questi dati, e a conferma di quanto rilevato finora, si evincono le seguenti considerazioni:

- non si rilevano successi/insuccessi nettamente legati a singole destinazioni o a specifici prodotti ma andamenti altalenanti a seconda del mese estivo di riferimento;
- se in maggio e giugno sono andate discretamente bene le città d'arte, la montagna ha evidenziato un momento di pausa dalla stagione invernale mentre il prodotto balneare ha prodotto risultati migliori che non nelle previsioni di luglio e agosto;
- le prenotazioni per luglio e agosto vedono un calo considerevole delle presenze nelle città a favore comunque delle destinazioni balneari e del turismo verde;
- nel mese di agosto si prevedono buoni andamenti di occupazione nelle terme della Toscana e del Piemonte;
- sono pochi i casi di turismi di maggior successo dell'estate 2003: le città d'arte delle Marche, la campagna Toscana e il mare della Sardegna.

CONCLUSIONI

Il 2003 non si è aperto in maniera positiva e purtroppo non lascia sperare in una migliore chiusura dell'anno.

Un anno segnato da avvenimenti internazionali drammatici. Ma più che della guerra e delle minacce di epidemie mondiali, il turismo in Italia risente di una congiuntura economica negativa.

Nelle destinazioni italiane stanno mancando all'appello sia la clientela più forte, quella interna, sia quella internazionale. Quest'ultima che si sperava potesse ritornare nei nostri lidi dopo un 2002 che aveva già preoccupato gli operatori del settore, ha probabilmente risentito anch'essa della generale crisi economica mondiale.

E' così che mentre era prevedibile il calo del turismo statunitense e giapponese, risultano più sorprendenti le defezioni europee. Queste appunto sembrano legate, in particolare in Germania, al minor potere di acquisto dato dalla moneta unica europea, che hanno espulso l'Italia dalle mete turistiche "convenienti" a favore delle tradizionali destinazioni internazionali competitors come la Grecia, e di quelle ritornate alla ribalta come la Croazia.

Per quanto riguarda gli italiani, viceversa, potrebbe manifestarsi questa estate una maggiore tendenza alla vacanza all'estero dovuta proprio alla disponibilità di un maggior potere di acquisto dovuto all'euro. Per chi rimane in Italia, invece, la scelta si divide tra una vacanza più economica in campagna, e una perfettamente organizzata nei villaggi turistici. L'aumento del turismo organizzato è sintomo della necessità di avere consapevolezza della spesa prima della vacanza e potergli quindi attribuire il giusto budget.

In conclusione, quindi, l'estate tradizionalmente stagione di punta per l'economia del comparto, non permette di prevedere i rientri economici sperati: sempre meno turismo straniero dei grandi "spenditori" americani e giapponesi, meno turismo internazionale di massa, meno turismo interno individuale.

Solo chi ha intrapreso una politica di gestione aperta all'intermediazione internazionale e ha saputo sviluppare proposte flessibili e articolate, con una buona visibilità sul Web, può tamponare una situazione di mercato non favorevole.

NOTA METODOLOGICA

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a un panel testato di 500 operatori del ricettivo, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento estivo del mercato, e di controllo rispetto all'anno precedente.

Le interviste, seguendo la distribuzione delle imprese turistiche ricettive in Italia, considerata l'apertura stagionale, sono state così ripartite:

Ripartizione geografica (%)

Ripartizione	%
nord ovest	14,8
nord est	29,2
centro	22,4
sud e isole	33,8
Italia	100,0

Nel rispetto della presenza delle singole tipologie di impresa turistica ricettiva sul territorio nazionale, si è provveduto a ripartire le interviste anche secondo la seguente distribuzione per tipologia:

Tipologia della struttura ricettiva (%)

albergo	88,8
<hr/> <i>2 stelle</i>	<hr/> 34,6
<hr/> <i>3 stelle</i>	<hr/> 41,4
<hr/> <i>4 stelle</i>	<hr/> 12,2
<i>5 stelle</i>	0,6
villaggio	2,0
agriturismo	4,2
campeggio	5,0
 Totale	 100,0

La rilevazione è stata terminata il 18 giugno 2003, in modo da poter cogliere in tempo reale l'andamento effettivo della stagione e le prenotazioni per i mesi di luglio e agosto.