

## Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

### MAGGIO 2015 - PREVISIONI E SONDAGGIO PANEL ER

Osservatorio di Trademark Italia

#### Internazionalizzazione: Summer Preview

L'Europa è la destinazione turistica numero UNO al mondo con (stime Eurostat) 588 milioni di arrivi internazionali e oltre il 50% della quota di mercato dei viaggi e delle vacanze mondiali. La quota dell'Italia è di circa 104 milioni di viaggiatori (arrivi italiani e stranieri secondo ISTAT, valore che scende a 49 milioni secondo Eurostat che non conteggia i viaggiatori italiani in Italia). Si tratta evidentemente di dati incompleti che le nazioni UE raccolgono in modo disomogeneo, ognuna con metodi diversi. Ricordiamo che un turista italiano o cinese che circola in Italia (se pernotta a Roma, Firenze, Venezia, Milano) per Istat diventa 4 turisti. E se lo stesso turista attraversa anche l'Europa ad ogni tappa viene registrato e contato. In sostanza quel cinese potrebbe essere contato 10-15 volte.

Nascono così, per ragioni metodologiche, le clamorose rilevazioni statistiche di ciascuna nazione però, stando a queste stime (di fonte europea), il primo quadrimestre 2015 per il turismo in Europa mostra segnali incoraggianti.

Secondo l'ultimo rapporto di **European Travel Commission** la maggior parte delle *destinazioni leisure* europee, ma in particolare le grandi capitali (Londra, Berlino, Parigi, Amsterdam, Roma, Madrid ...) nei primi 4 mesi hanno registrato risultati positivi. La crescita non dipende dalla debolezza dell'euro e dal potere d'acquisto del dollaro ma dall'*appeal* del "vecchio continente". In questo senso ETC parla giustamente di buone prospettive e di un aumento dei viaggi degli statunitensi in Europa. La crisi economica russa, le sanzioni, lo scontro russo-ucraino, etc. hanno prodotto una moderata flessione dei dati nel 2014, mentre il movimento dei russi in Europa si contrae di ulteriori 30 punti percentuali nel 2015, compensato da aumenti del movimento in arrivo dai paesi dell'est Europa e dalle nazioni baltiche e scandinave.

Sorprende la previsione ETC di crescita degli arrivi e dei pernottamenti internazionali in nazioni come Islanda (+ 31,4%), Croazia (+ 24,6%), Montenegro (+ 23,2%), Romania (+ 13,1%), Ungheria (+ 12,1%), Slovenia (+ 11,7%), Austria (+ 11,4%) e Serbia (+ 11%), che

ovviamente trattano piccoli numeri di turisti che non pesano sul bilancio annuale del turismo europeo.

Gli indicatori “quantitativamente pesanti” sono:

- a. la domanda di viaggi aerei intraeuropei (+ 9%) e ferroviari (+ 4%) in partenza dalle maggiori nazioni europee;
- b. la Germania, di gran lunga la più significativa nazione esportatrice di turisti, che da circa 3 anni aumenta anche il suo appeal turistico sugli europei (è diventata una nazione turistica da 90 milioni di arrivi).

Per il 2015 gli studi di fonte tedesca prevedono una crescita del movimento outgoing del 5-6% ma non indicano le destinazioni preferite dai turisti. Il Regno Unito, potente fornitore di turisti a tutto il mondo occidentale (mercato probabilmente trascurato dagli operatori italiani) nel 2015 dovrebbe migliorare. Si tratterà di prevalente turismo organizzato e di *package tours* integrali (per gli inglesi Spagna, Portogallo, Grecia, Canarie e Stati Uniti sono le scelte preferite). La Francia è nazione turistica europea per eccellenza. E' la meta più desiderata ed è ancora la prima per numero di visitatori. Quanto ai turisti francesi *outgoing*, rimarchiamo che trattandosi di perenni nazionalisti, i loro viaggi *long-haul* verso paesi lontani riguardano una ristretta élite di persone residenti nelle maggiori città che visitano volentieri le colonie e i possedimenti francesi oltremare. La grande maggioranza dei francesi preferisce la vecchia Europa della tradizione: viaggi di breve durata in automobile verso paesi come la Spagna, l'Italia, il Portogallo, il Belgio, la svizzera francese, ovvero destinazioni che rispettano la cultura e l'enogastronomia francese.

Dalle nostre indagini, visionati i sondaggi degli istituti tedeschi e spagnoli, si può prevedere che tra i mercati di lungo raggio (Giappone, Corea, Cina, India, ...) solo il mercato statunitense mostrerà un rinnovato gradimento per l'Europa. Se il dollaro si manterrà vicino alla parità con l'euro (ma il 15 maggio è a 112) aumenteranno *di default* i turisti americani tra il 4 e il 6%. Finita la leggenda delle nazioni BRICS, registrato il rallentamento dell'economia cinese, russa, indiana e dei maggiori paesi produttori di petrolio, considerata la crisi del mediterraneo, della Libia, del Corno d'Africa, dell'Egitto e di Algeria e Tunisia, l'Ebola, i disordini in Kenya, etc., Trademark Italia prevede che una quota di europei che sceglievano il Mar Rosso e le regioni turistiche dell'Africa in genere per le loro vacanze balneari, nel 2015 sceglieranno Italia, Spagna, Grecia e isole del Mediterraneo, anziché le onnipresenti e sempre più convenienti navi da crociera. Una rapida stima della capacità ricettiva delle duecento navi che solcano il Mediterraneo, arriva

a poco meno di 400mila camere naviganti, equivalenti a quattro grandi destinazioni concorrenti della dimensione di Rimini. Un competitor così non va sottovalutato. Notizia importante: nessun sondagista europeo cita e/o enfatizza l'effetto di EXPO sul movimento turistico italiano o centro-europeo. Neppure i ricercatori statunitensi citano l'EXPO, ma un report di fonte olandese molto vicino alla Commissione UE sostiene che *il turismo Italiano grazie a dotazioni come Venezia, Firenze, Roma, Parma e Pompei è sempre stato un EXPO Universale ...* quindi l'Italia è sempre l'Italia, anche nel 2015.

Per completare lo scenario, si prenda buona nota che:

- la metà di tutti gli arrivi internazionali dell'Europa (quasi 300 milioni di viaggiatori internazionali) arrivano da mercati intra regionali europei. Il turismo domestico (quello che non esce dai confini nazionali) produrrebbe i rimanenti 288 milioni di turisti il che significa che poco turismo arriva dai mercati internazionali "lontani";
- anche i paesi europei di un certo peso turistico (quelli dell'Europa occidentale) quest'anno registreranno tassi di crescita modesti, con l'eccezione della Germania che attira sempre più turisti internazionali.

Visto e registrato che nel 2015 tutte le destinazioni turistiche europee, anche tedesche, sono alla ricerca di fondi comunitari, di partenariati pubblico-privati, di sostegni, di benefici e di cooperazione transfrontaliera per alleggerire i costi, nei report 2015 di Bruxelles si annuncia l'accentuazione della concorrenza interna alla UE. La parola d'ordine di questi report è non competere sui prezzi bensì puntare sulla Qualità dell'ospitalità, sull'ordine e la sicurezza, sulla tipicità dell'atmosfera nazionale, sull'allegria del Paese.

***Come fare a distinguersi per gli atteggiamenti ospitali, a proporre differenze qualitative, a curare di più l'atmosfera italiana, essere allegri e apparire davvero competitivi?*** Questo è probabilmente il lavoro che ci aspetta!

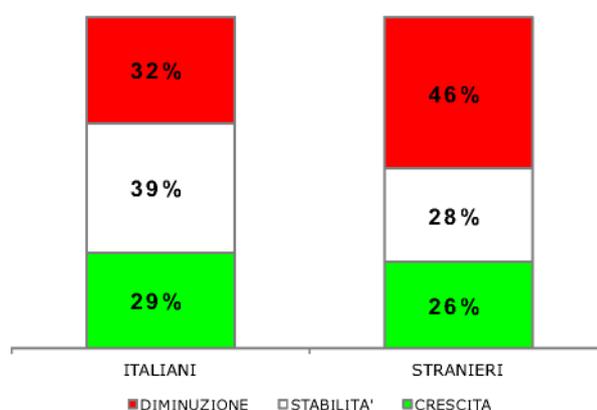
Un altro sondaggio capillare a livello di manager e gestori di hotel è stato realizzato da **Horwath HTL** sede italiana (Hotel Market Sentiment Survey H1 2015). I risultati di questo sondaggio di un campione rappresentativo di albergatori italiani (3-4-5 stelle in città capoluogo che lavorano prevalentemente con il turismo d'affari e gruppi in transito nei giorni feriali e con la clientela *leisure* nei week-end) sono stati resi pubblici il 12 maggio 2015. Gli intervistati risultano moderatamente ottimisti sull'andamento del mercato e della nostra industria turistica, sottolineano che l'EXPO avrà esiti abbastanza positivi per l'industria dell'ospitalità in generale ma in particolare appaiono fiduciosi a riguardo dei tassi di occupazione delle camere nei prossimi mesi del 2015 e sull'organizzazione del lavoro

(che è sempre stato un nodo cruciale della governance alberghiera). Si potrebbe ritenere, anche se una risposta precisa Horwath non la fornisce, che gli albergatori (manager e gestori) considerino positivo il nuovo jobs act. La maggior parte dei manager e gestori rispondenti al questionario Horwath HTL, ritiene che i viaggi d'affari e il settore congressuale nel 2015 resteranno sulle stesse cifre del 2014, mentre il movimento escursionistico crescerà. Anche questa ricerca è un invito agli albergatori affinché si occupino con maggiore attenzione della qualità dell'offerta di ospitalità per i viaggiatori *leisure* piuttosto che per quelli d'affari, ormai fissati su *prezzi corporate* poco remunerativi: **la priorità 2015 sono i turisti indipendenti che viaggiano per vacanze no budget.**

## Sondaggio previsionale estate 2015 - Riviera Romagnola

### 1A VALUTAZIONE DELLA STAGIONE ESTIVA 2015

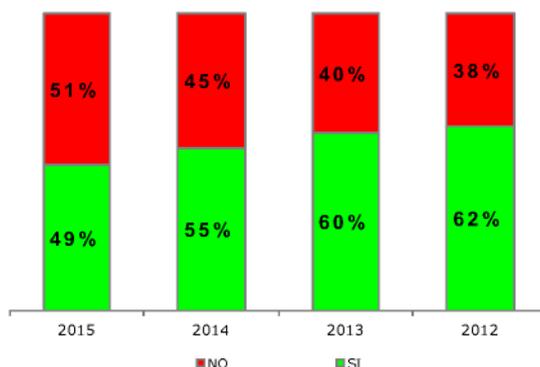
#### CHE ANDAMENTO PREVEDE PER LA CLIENTELA ITALIANA E STRANIERA?



Il *sentiment* della stagione estiva 2015 degli operatori alberghieri interpellati da Trademark Italia\* non è entusiasmante ed evidenzia aspettative di **continuità e/o di leggero calo** delle presenze. Il 39% dei rispondenti al sondaggio afferma che la stagione turistica sulla Riviera dell'Emilia Romagna sarà, almeno per la clientela italiana, all'insegna della stabilità. Meno positive le attese sulla clientela straniera: il 46% degli interpellati si aspetta un calo, il 28% stabilità. Solo il 26% dei rispondenti intravede margini di crescita.

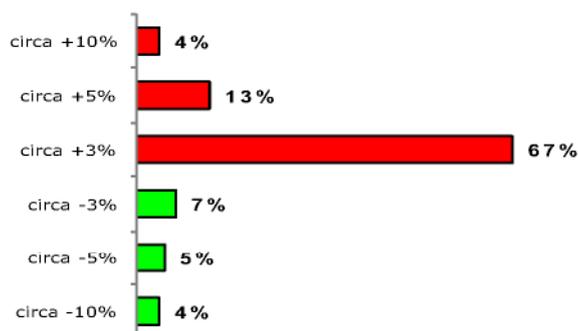
\* per tutti gli aspetti di carattere tecnico riguardanti questo sondaggio si può consultare la Nota metodologica alla fine del rapporto.

### HA RITOCATO I SUOI PREZZI?



Dopo essersi spesi per un triennio in prove di prezzo *congiunturali*, raccolti i segnali di parziale crescita del 2015, gli operatori pensano di utilizzare la leva del prezzo per tornare alla remuneratività, ma non nelle ali stagionali. Il mirino è puntato su Luglio e Agosto. In effetti meno del 49% dei rispondenti ammette di aver ritoccato i prezzi per l'imminente stagione estiva (riferendosi alla bassa stagione) e non dice di averli modificati in "alta".

### DI QUANTO HA VARIATO I SUOI PREZZI?



Tra coloro che hanno agito sui prezzi, l'84% lo ha fatto per aumentarli, il 16% per diminuirli. L'aumento più frequente si attesta sul +3% (lo dichiarano i 2/3 degli intervistati). L'esperienza ci insegna a non trascurare la quota di coloro che ammettono di avere innalzato le tariffe di circa il +5% (che insieme a coloro che hanno ritoccato fino al +10%, diventano il 17%).

COSA PREVEDE PER I TURISTI PROVENIENTI DA...?

MERCATO	AUMENTO	STABILITA'	DIMINUZIONE	TOT	**
SVIZZERA	38%	49%	13%	100%	88%
GERMANIA	18%	51%	31%	100%	92%
BELGIO	17%	59%	24%	100%	64%
FRANCIA	17%	57%	26%	100%	80%
EST EUROPA	16%	37%	47%	100%	46%
SCANDINAVIA	14%	49%	37%	100%	39%
RUSSIA	11%	15%	74%	100%	47%
AUSTRIA	9%	60%	31%	100%	63%
OLANDA	8%	61%	31%	100%	48%

\*\* quota di rispondenti che lavora con clienti provenienti da ciascun paese

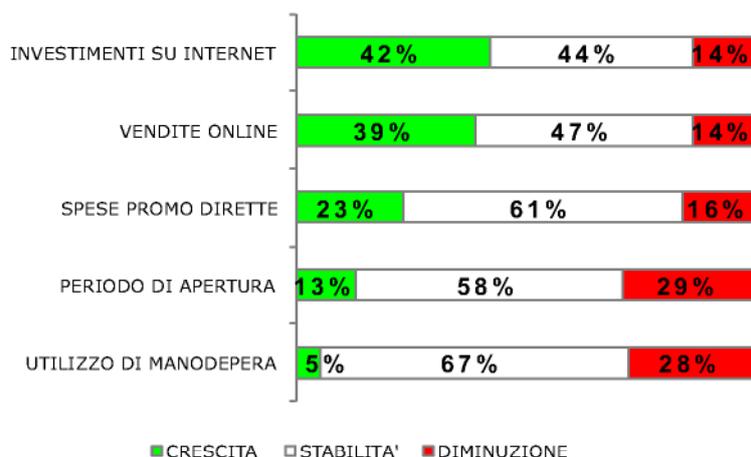
Quanto al movimento internazionale, la Svizzera è il mercato giudicato di maggiore positività: *il 38% del campione si aspetta un aumento degli arrivi da questo paese.* Per tutti gli altri mercati la quota dei "pessimisti" supera quella degli "ottimisti" in un clima di generale sfiducia per il futuro dell'internazionalizzazione. Per la prima volta si ascolta qualche operatore che dice: *se gli stranieri non vengono è colpa nostra e dei nostri alberghi vecchi, senza aria condizionata, piscina e vista sul mare.* Ovviamente negativa la previsione sulla Russia (il 74% si aspetta un ulteriore calo).

E' stata chiesta agli intervistati una valutazione su alcune "variabili indipendenti".

Per il 2015 si prevedono:

- aumenti degli investimenti sul web (42%), delle vendite online (39%), delle spese promozionali dirette (23%);
- un risultato negativo a causa di quel 61% di operatori che le manterrà stabili.

VALUTAZIONI SU VARIABILI INDIPENDENTI



Realizzato col contributo di Trademark Italia

**Programmazione:** gli intervistati parlano di aprire più tardi e chiudere prima del 13 settembre. Con il 29% di intervistati pessimisti si conferma il trend dell'accorciamento del periodo di apertura.

Il 28% degli intervistati ritiene che tagliando le giornate di apertura si riducano i costi della manodopera.

**Zoom sui gestori:** interrogati sul futuro delle proprie aziende, gli intervistati sono apparsi più che incerti (stanchi e assediati dai problemi anche familiari). Prevedono performance negative, valutano una diminuzione delle presenze italiane di almeno il 5% anche nel 2015; poi per non negare la propria abilità (*io mi salvo perché ...*) si correggono e attribuiscono le perdite di clienti ai colleghi vicini e lontani.

Quanto ai ricavi alberghieri, solo il 9% ritiene possano crescere rispetto al 2014. Scatta così l'affermazione sul mancato aggiornamento: *non posso investire nella riqualificazione e nel ringiovanimento con queste prospettive di guadagno.*

L'11% almeno ritiene che i ricavi si sistemano sulla falsariga del 2014 (sono gli stessi operatori che prevedono di allungare la stagione), ma con costi superiori.

A ben guardare quasi l'80% dei gestori è pessimista: *meno clienti, più tasse e più controlli; flessione dei fatturati; le colpe sono tutte delle amministrazioni pubbliche.* Le risposte sono state per la quasi totalità prive di entusiasmo. La grande incertezza si trasferisce su quello che faranno le istituzioni.

Ad ogni albergatore è stato chiesto di valutare quello che farà o pensa di fare per incrementare l'*appeal* internazionale del suo hotel. Emerge subito una sorta di disinteresse per la clientela internazionale, nel senso che l'operatore pensa a quel 80% di turismo italiano che ben conosce e non a quello straniero del quale tutti, anche le istituzioni, dimostrano di sapere poco. Il *sentiment* dominante è di sfiducia nella prosecuzione di un'avventura imprenditoriale che si basa su un mercato che non brilla più e su una pubblica amministrazione insensibile che pesa troppo sui costi di gestione stagionale (tassa rifiuti, imposta di soggiorno, burocrazia, contributi sociali, etc. etc. ).

## NOTA METODOLOGICA

Il sondaggio è stato realizzato tra il 24 aprile e il 5 maggio 2015 sui circa 2.600 operatori alberghieri del Panel Riviera dell'Osservatorio Turistico Regionale. Il campione è stato raggiunto via e-mail e fax e successivamente sollecitato per via telefonica. Al 5 maggio 2015 risultavano ritornati 485 questionari debitamente compilati, per un tasso di risposta complessivo del 18,6%. Al campione di rientro è stata applicata una procedura di ponderazione in base al volume di presenze registrate nel 2014 presso ciascuna località. La distribuzione percentuale dei ritorni per zona e tipologia alberghiera è la seguente:

Lidi di Comacchio	3%
Lidi di Ravenna	3%
Cervia - M. Marittima	13%
Cesenatico	11%
Gatteo Mare - San Mauro Pascoli	4%
Bellaria Igea Marina	9%
Rimini	29%
Riccione	16%
Misano Adriatico	5%
Cattolica	7%
La composizione percentuale delle risposte per categoria:	
4 stelle	11%
3 stelle	66%
2 stelle	23%

All'interno del campione sono stati rilevati anche i seguenti aspetti:

**Da quanti anni gestisce l'hotel?**

- da 1 anno o meno: 1%
- da 1 a 5 anni: 7%
- da 5 a 10 anni: 9%
- da oltre 10 anni: 83%

**I suoi familiari lavorano con lei?**

- si: 74%
- no: 26%

**Quanti hotel gestisce?**

- 1 hotel: 88%
- 2 hotel: 8%
- 3 hotel: 4%

## Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

### PONTE 2 GIUGNO 2015 DA RECORD SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

E' l'avvio "ufficiale" della stagione balneare. Dopo una Pasqua bagnata e tanti ponti mancati, arriva un'ondata di ottimismo per il settore turistico della Riviera - Sono circa 1,5 milioni i turisti ed escursionisti italiani e stranieri che hanno approfittato della congiuntura del calendario per regalarsi una breve vacanza dal 30 maggio al 2 giugno - Week-end al mare, *short breaks*, escursioni, anche per partecipare agli eventi del ricco calendario organizzato nelle diverse località della Riviera - I parchi di divertimento tematici hanno fatto il pieno - Traffico in crescita all'aeroporto di Rimini - Le stime parlano di un giro d'affari, diretto e indiretto di circa 45 milioni di euro.

Dopo una Pasqua penalizzata dal maltempo ed un paio di "occasioni mancate" a causa del calendario, è arrivato il vero ponte di questa primavera. Ottimismo generale e meteo favorevole per un week-end lungo destinato a sancire la definitiva partenza dell'estate e della stagione balneare sulla Riviera dell'Emilia-Romagna. L'euforia di questo ponte diventa un indicatore simbolico dell'andamento dell'estate 2015, un vero e proprio "termometro turistico" per la prossima estate.

Il dato che emerge dall'indagine flash dell'Osservatorio Turistico Regionale elaborato da Trademark Italia, mostra una Riviera da grandi numeri, pronta ad affrontare con ottimismo e determinazione la prossima stagione estiva.

Le **strutture alberghiere** aperte e funzionanti per l'occasione sono circa 2.200 con 160.000 posti letto disponibili. Aperti e operativi, in particolare per la raccolta delle prenotazioni, anche gran parte dei **campeggi** e degli **appartamenti turistici** (250.000 posti letto aggiuntivi). Nessuna area turistica balneare italiana presenta un'offerta di queste dimensioni e di questa flessibilità.

**Disponibilità ricettiva sulla Riviera dell'Emilia Romagna  
durante il Ponte del 2 giugno**

<b>RIVIERA EMILIA ROMAGNA</b>	<b>29/5 – 2/6 2015</b>
<b>Alberghi</b>	2.200
<b>Posti letto alberghieri</b>	160.000
<b>Posti letto extralberghieri</b>	250.000
<b>TOTALE Posti letto</b>	<b>410.000</b>

Fonte: Osservatorio sul turistico dell'Emilia Romagna, banca dati Trademark Italia

Oltre **2.200 ristoranti, pubblici esercizi e aziende agrituristiche** hanno soddisfatto la forte domanda di ristorazione, registrando spesso il “tutto esaurito” anche nei doppi e tripli turni.

Contemporaneamente sono aperte le “attività turistiche complementari”, come negozi, caffè, pub, wine bar, per assicurare l’animazione e l’allegria atmosfera tipica della Riviera Romagnola, con il suo spettacolare calendario di appuntamenti sportivi, culturali e di entertainment. Da *Rimini Wellness* (oltre 260.000 visitatori) allo *Skateboard Contest Vans Spring Classic* di Riccione (15.000 partecipanti), ai convegni-incontri che si sono tenuti in quasi tutte le località della Riviera.

**Divertimento e intrattenimento  
sulla Riviera dell'Emilia Romagna**

<b>RIVIERA EMILIA ROMAGNA</b>	<b>Esercizi</b>
<b>Ristoranti, Pizzerie, Agriturismo</b>	2.250
<b>Bar, Caffetterie, Birrerie, Enotecche</b>	3.700
<b>Discoteche, disco bar, dancing</b>	145
<b>Boutiques</b>	1.120
<b>Sale giochi</b>	200
<b>Cinema e Teatri</b>	135
<b>Gallerie d'arte e Musei</b>	60
<b>Porti turistici e Marine (posti barca)</b>	21 (6.107)

Fonte: Osservatorio sul turistico dell'Emilia Romagna, banca dati Trademark Italia

Realizzato col contributo di Trademark Italia

Aperti anche i locali di ritrovo, le discoteche, i disco-bar. Mercati e mercatini hanno animato le giornate degli ospiti della Riviera che hanno potuto ritrovare tutte le opportunità che la prima regione turistica italiana è in grado di offrire.

Attivi tutti i **1.426 stabilimenti balneari** della costa che hanno messo a disposizione degli ospiti tutti i loro servizi.

Aperti anche **10 Parchi di divertimento della Riviera** (ad esclusione dei parchi acquatici, che apriranno a giugno) e **3 Parchi Avventura** che, in questa fase stagionale con il loro formidabile *appeal* sulle famiglie e sui giovani, hanno acquisito il ruolo di “magneti” autonomi di movimento turistico. Oltremare e Mirabilandia si piazzano in cima alle preferenze, seguiti da Italia in Miniatura, Fiabilandia e Acquario di Cattolica.

In ripresa anche gli arrivi all’Aeroporto “Federico Fellini” di Rimini al quale la Riviera guarda con rinnovato interesse.

**Il giro d'affari diretto prodotto tra il 29 maggio e il 2 giugno** da circa 1,5 milioni di turisti, escursionisti, pendolari, secondo le stime di Trademark Italia ammonterà indicativamente a 45 milioni di euro, tra sistema ricettivo, trasporti, intermediazioni, ristorazione, entertainment, shopping, gioco e svago.

## Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

### RAPPORTO FLASH

### *“CONSUNTIVO TRIMESTRALE MAGGIO-LUGLIO E PROSPETTIVE DI AGOSTO 2015”*

Realizzato col contributo di Trademark Italia





## Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

**- Consuntivo maggio-luglio e prospettive di agosto 2015 -**

**E' il momento cruciale della stagione balneare. Dopo un maggio positivo, con giugno e luglio roventi, pochi ponti festivi e annunci di fine della crisi, l'ottimismo contagia il settore turistico della Riviera – Sono circa 7 milioni i turisti italiani e gli escursionisti stranieri che favoriranno le località della costa Romagnola dai Lidi di Comacchio a Cattolica, una Riviera costellata di parchi divertimento, eventi musicali, offerte enogastronomiche di eccellenza e manifestazioni sportive.**

Dopo anni di flessione e stagnazione la stagione estiva, quella balneare specialmente, riprende a tirare. Ovviamente questo significa il recupero della componente domestica del turismo italiano che, a seguito dei segnali positivi dei primi mesi del 2015 (*la crisi è finita, il PIL torna in positivo, 500 euro di acconto sulle pensioni tagliate da Monti...*), è ripartito.

La domanda europea al contempo è condizionata dalle notizie legate al terrorismo islamico e "impaurita" dagli attentati che funestano le nazioni costiere del nord Africa. Gli europei pertanto, clienti abituali del Mar Rosso, Tunisia, Marocco, Kenya, Zanzibar, Turchia, hanno ricominciato a prenotare l'Italia, le isole della Grecia, la Spagna e il Portogallo.

In questo contesto si annunciano aumenti anche a due cifre degli arrivi stranieri, ma mediamente a fine estate le presenze balneari internazionali arriveranno a crescere di circa il +3-4% rispetto al 2014 anche perché il mare non è, per vari motivi (anche culturali e religiosi), la meta preferita da tutti i turisti stranieri.

Ci sono altre sorprese positive. Senza aver realizzato progetti speciali di promozione, si assiste sul territorio nazionale alla crescita dei flussi dagli USA (nonostante il dollaro abbia perso parte della sua forza) e dall'Europa centrale. Aumentano inoltre gli arrivi di delegazioni commerciali e politiche in visita obbligata ai rispettivi padiglioni di EXPO 2015.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

Sulla ripresa delle vacanze domestiche degli italiani si sta registrando grande enfasi:

- gli italiani hanno diritto a un numero record di giornate di ferie e nel 2015, stando ai sondaggi, non le risparmieranno. Le useranno tutte, ecco perché si prevede un aumento delle giornate fuori casa;
- saranno 32,5 milioni gli italiani in vacanza tra luglio e agosto. I media non sanno che poco meno del 70% degli italiani sceglierà le spiagge dell'Adriatico, e in sequenza quelle toscane, liguri e laziali. Si fa presto a stimare la concentrazione delle presenze turistiche balneari, basta sommare i letti disponibili nelle diverse località costiere;
- solo il 10% dei 32,5 milioni di italiani farà vacanze nelle isole: Sardegna, Sicilia, Elba e arcipelago toscano su tutte. Piccole quote di movimento per le altre meraviglie del Tirreno, dello Jonio e del canale di Sicilia;
- la permanenza media dei turisti italiani per la vacanza principale nel 2015 si sta allungando, mentre quella dei turisti internazionali continua a ridursi. Questo dato dovrà comunque essere verificato con attenzione alla fine dell'estate;
- i media esaltano la Puglia (e il Salento in particolare) come "meta preferita da turisti italiani e stranieri". Chi conosce la capacità ricettiva alberghiera della Puglia sa che non raggiunge quella della sola Rimini. Ottenere però l'attenzione mediatica del mondo è un grande risultato;
- è superfluo citare, come spesso si fa, il rapporto qualità-prezzo come motivo di scelta in quanto la qualità e il prezzo sono elementi soggettivi della vacanza. Basti dire che 2/3 degli italiani scelgono luglio e agosto per le loro vacanze "*quando tutto costa il doppio*", per cui è evidente che il rapporto qualità-prezzo non è affatto il cardine della scelta. Lo è semmai per una quota di turisti che fanno brevi vacanze in periodi di bassa stagione;
- la scelta della destinazione di vacanza dipende molto dall'età, dal reddito, dall'esperienza del turista, dalla volontà di fare vacanze garantendosi i comfort abituali (quelli di casa propria) oppure di fare il contrario: **andare dove si spende meno**. Quest'ultima scelta diventa difficile quando "la

Realizzato col contributo di Trademark Italia

convenienza” non esiste, come si evince dai prezzi per una camera doppia tra il 14 e il 17 agosto 2015.

Destinazione	Prezzo
Forte dei Marmi	468 €
Capri	441 €
Positano	383 €
Gallipoli	280 €
Amalfi	263 €
Lido di Jesolo	260 €
Riccione	246 €
Ischia	245 €
Milano Marittima	244 €
Sorrento	223 €
Taormina	216 €
San Benedetto del T.	198 €
Cattolica	194 €
Cesenatico	192 €
Vieste	188 €
Cervia	182 €
Bellaria-Igea Marina	173 €
Rimini	169 €

*Prezzi di Ferragosto pubblicati il 5 agosto  
dal comparatore internazionale Trivago.*

In sintesi, i fattori di scelta della destinazione di vacanza sono numerosi: la durata del viaggio, la distanza dalla propria residenza, i collegamenti, i trasporti, la sicurezza, l'entertainment, il gossip, la presenza di idoli dello spettacolo, dello sport, etc.. Forse per queste ragioni nel 2015:

- il mercato degli **under 50** dirige sulle destinazioni a robusta animazione anche di seconda serata;
- le famiglie con bambini scelgono le coste sabbiose e gli alberghi dove la pensione completa si serve “sportivamente”, senza vincoli di forma;
- le coppie di **over 50** alloggiano in hotel tradizionali e appartamenti turistici dove il riposo è garantito e non ci sono scorrerie quotidiane di bambini;
- gli **over 65** (*veterans*), che rappresentano quasi un terzo del movimento turistico nazionale, optano per le spiagge di sempre e per le coste “buone” e rassicuranti dell'Italia balneare, evitando le località troppo animate nelle

Realizzato col contributo di Trademark Italia

quali la musica è “alta” e la stampa racconta di notti agitate, trasgressive e rumorose.

Tutto sta ad indicare un'estate positiva dal punto di vista quantitativo con aumenti oggettivi della spesa pro-capite. Un'estate comunque diversa da quelle precedenti il 2007, quando tutta l'Italia sognava veline, calciatori e Billionaire, più sobria e *understated*.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

## LA CONGIUNTURA DEL TRIMESTRE MAGGIO-LUGLIO

Nel trimestre maggio-luglio si è registrato il ritorno dell'ottimismo, che a fine luglio ha raggiunto il suo apice in concomitanza con l'arrivo del grande caldo che ha convinto tutti ad abbandonare per qualche giorno le città roventi, e sui media è apparso il fatidico venti per cento in più di turisti in vacanza (mare, montagna, laghi, città ed EXPO).

E' pur vero che il meteo favorevole, il mare trasparente, i servizi collaudati sono le componenti che regalano al trimestre balneare (maggio-giugno-luglio) un voto positivo e all'economia un ottimo risultato.

I risultati del sondaggio che segue confermano che anche la Riviera dell'Emilia-Romagna ha visto aumentare arrivi e presenze ma l'Osservatorio, sentiti gli operatori, avvisa i "naviganti" che i numeri reali dell'estate raramente sono quelli che appaiono in questi giorni sulle cronache.

Il mese di luglio per la Riviera dell'Emilia-Romagna ha avuto un andamento positivo e di solito rappresenta un affidabile indicatore per la performance di agosto, quando tutte le coste italiane registrano i record di carico antropico, di fatturato e di presenze. E' il mese vitale per tutti gli operatori.

Combinando le migliori variabili dell'estate, il dato che emerge dall'indagine dell'Osservatorio Turistico Regionale, è sicuramente positivo, superiore a quello dell'estate 2014 e in grado di fare sorridere la maggioranza degli operatori dell'industria dell'ospitalità: **più presenze, più spesa, più consumi**. Nessun aumento è a due cifre, si viaggia tra il +3% e il +5%, ma accertato che la Riviera Romagnola propone grandi numeri, anche un quattro per cento diventa in termini di volumi un grande risultato.

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

Realizzato col contributo di Trademark Italia

### DISPONIBILITÀ RICETTIVA SULLA RIVIERA

<b>RIVIERA EMILIA ROMAGNA</b>	<b>Estate 2015</b>
<b>Alberghi</b>	3.100
<b>Posti letto alberghieri</b>	230.000
<b>Posti letto extralberghieri</b>	460.400
<b>TOTALE Posti letto</b>	<b>690.400</b>

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

### PUBBLICI ESERCIZI E LOCALI DI INTRATTENIMENTO DELLA RIVIERA ROMAGNOLA

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

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

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

### LE ATTIVITÀ DI SPIAGGIA SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

<b>RIVIERA EMILIA ROMAGNA</b>	<b>Attività</b>
<b>Stabilimenti balneari</b>	1.426
<b>Ombrelloni e Tende</b>	158.700
<b>Lettini e sdraio</b>	360.000
<b>Torrette di avvistamento</b>	482
<b>Bagnini di salvataggio</b>	800
<b>Mosconi a remi e Pedalò</b>	4.200

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Realizzato col contributo di Trademark Italia

Per quanto riguarda l'offerta di ristorazione, la Riviera dispone di oltre 2.200 tra ristoranti, pizzerie e trattorie, e 3.700 pubblici esercizi tra bar, caffetterie, birrerie/pub, enoteche, e in sistema di distribuzione di alimenti e bevande che nessuno può vantare. L'animazione è garantita da 145 locali di ritrovo, tra discoteche, dancing e disco-bar al servizio degli ospiti della Riviera.

L'offerta regionale può contare anche sui **15 parchi di divertimento della Riviera** (di cui 6 acquatici), che, con il loro formidabile appeal sulle famiglie e sui giovani, hanno acquisito il ruolo di "magneti" autonomi di movimento turistico.

Si tratta di strutture, che a regime impiegano oltre 2.500 addetti e che nel 2014 hanno ospitato oltre 3,3 milioni di visitatori.

La tendenza per l'estate 2015 è di leggero incremento complessivo, con le temperature elevate che favoriscono l'affluenza nei parchi acquatici rispetto a quelli tematici.

#### ***I VISITATORI DEI PARCHI DELLA RIVIERA NEL 2014***

<b>PARCO</b>	<b>Visitatori</b>
Mirabilandia, Ravenna	1.610.000
Aquafan, Riccione	405.000
Italia in Miniatura, Rimini	315.000
Acquario Le Navi, Cattolica	270.000
Oltremare-Imax, Riccione	210.000
Fiabilandia, Rimini	160.000
Beach Village, Riccione	110.000
Atlantica, Cesenatico	95.000
Safari Adventure, Ravenna	90.000
Altri 6 parchi *	85.000
<b>TOTALE</b>	<b>3.350.000</b>

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

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

Realizzato col contributo di Trademark Italia

## LA CONGIUNTURA METEO 2015

Anche la **componente meteo** sta influenzando positivamente sul bilancio complessivo della Riviera in questa prima parte dell'estate 2015. Afa, temperature superiori alla media e città roventi hanno spinto numerosi vacanzieri, escursionisti e pendolari residenti nei centri urbani del centro-nord Italia verso il mare. Il clima complessivamente favorevole tra maggio e luglio (77 giornate di sole sulle 92 disponibili), ha contribuito a rafforzare la percezione di una stagione generosa di arrivi e presenze. Il mese di luglio, in particolare, si è rivelato il più caldo degli ultimi 50 anni, con 29 giornate di sole contro le 25-27 registrate in media nelle ultime stagioni, e con temperature sensibilmente superiori alla media del periodo (addirittura 10 giornate "bollenti" oltre i 36°C).

### ANDAMENTO METEO DEL TRIMESTRE MAGGIO-LUGLIO 2015

MESE			
Maggio	24 gg. (+2)	1 g. (=)	6 gg. (-2)
Giugno	24 gg. (=)	3 gg. (+1)	3 gg. (-1)
Luglio	29 gg. (+14)	2 gg. (-7)	0 gg. (-7)
<b>ESTATE 2015</b>	<b>77 gg.</b>	<b>6 gg.</b>	<b>9 gg.</b>
ESTATE 2014	61 gg.	12 gg.	19 gg.
<b>Diff. 2015/2014</b>	<b>+16 gg.</b>	<b>-6 gg.</b>	<b>-10 gg.</b>
<b>Var. % 15/14</b>	<b>+26,2%</b>	<b>-50,0%</b>	<b>-52,6%</b>

Fonte: Osservazioni Trademark Italia

Dalla tabella risulta particolarmente evidente il miglioramento delle condizioni meteo di luglio 2015 (14 giornate di sole in più rispetto allo stesso mese del 2014). Senza la "variabilità" sono state eliminate le incertezze che in passato rallentavano le prenotazioni, penalizzando il sistema turistico della Riviera.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

## LE USCITE AI CASELLI AUTOSTRADALI

Il movimento degli autoveicoli in uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia Romagna nel trimestre **maggio-luglio 2015** registra una crescita complessiva del **+4,2%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Nella prima parte dell'estate si conferma dunque il trend di crescita del traffico in arrivo sulla Riviera, un dato che peraltro aveva contraddistinto anche l'estate 2014.

La crescita del movimento autostradale, che i tecnici considerano emblematica di "ripresa economica", è un dato stabile e rassicurante ed avvalora gli altri indicatori positivi.

### ARRIVI AUTOSTRADALI SULLA RIVIERA (TRAFFICO LEGGERO) IN MAGGIO-LUGLIO

MAGGIO-LUGLIO	2014	2015	% 15/14
FERRARA SUD	799.492	817.064	+2,2%
RAVENNA	739.974	761.979	+3,0%
FORLI'	700.490	732.043	+4,5%
CESENA NORD	718.238	739.789	+3,0%
CESENA	577.530	593.842	+2,8%
VALLE RUBICONE	297.993	336.474	+12,9%
RIMINI NORD	753.611	770.981	+2,3%
RIMINI SUD	1.115.287	1.158.151	+3,8%
RICCIONE	726.443	778.937	+7,2%
CATTOLICA	720.723	761.231	+5,6%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>7.149.781</b>	<b>7.450.491</b>	<b>+4,2%</b>

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

Come emerge dai dati di uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna, le località che si distinguono sono Riccione (+7,2%), grazie in particolare al ricco calendario di eventi, e Cattolica (+5,6%), la più tradizionale e tranquilla tra le destinazioni. Seguono Gatteo Mare (uscita Valle Rubicone), Cesenatico, Cervia-Milano Marittima, Bellaria-Igea Marina, Rimini e i Lidi di Ravenna e di Comacchio.

Questo è il dettaglio dell'andamento mensile delle uscite ai caselli autostradali a supporto delle locali performance nei diversi periodi dell'estate.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

**LE USCITE AUTOSTRADALI 2015 IN RIVIERA**

<b>Maggio 2015</b>	<b>+6,8%</b>
<b>Giugno 2015</b>	<b>+3,1%</b>
<b>Luglio 2015</b>	<b>+3,0%</b>
<b><i>Maggio-Luglio 2015</i></b>	<b><i>+4,2%</i></b>

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

Realizzato col contributo di Trademark Italia

## I RISULTATI DEL SONDAGGIO (concluso il 5 AGOSTO 2015)

Il sondaggio (metodologia allegata) è stato effettuato proponendo al Panel di operatori della Riviera una serie di affermazioni che potevano essere condivise o meno.

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

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

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

### L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE ESTIVA 2015



Sul fronte del movimento dai mercati internazionali, 4 delle 7 affermazioni proposte sono state condivise da oltre il 60% degli operatori interpellati.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

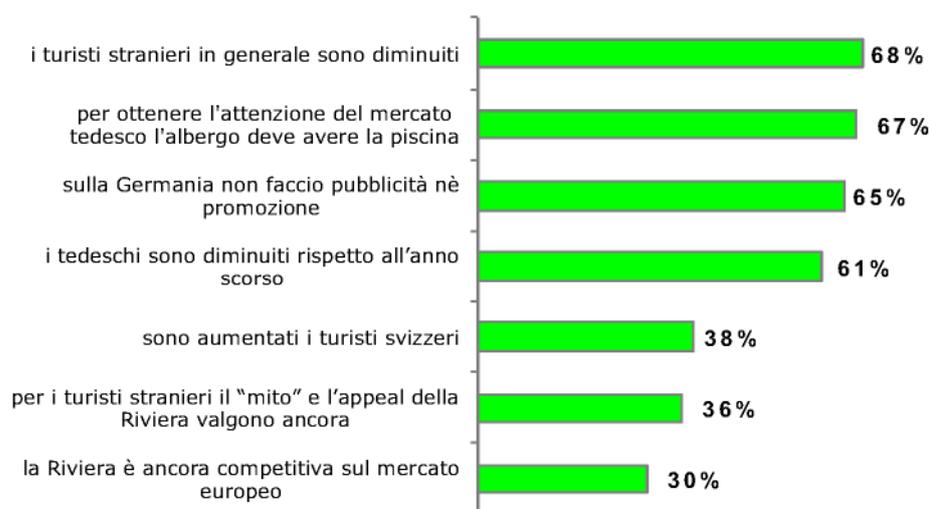
Nel complesso, la clientela internazionale ha registrato una flessione rispetto al periodo maggio-luglio 2014 per il 68% degli operatori.

Per quanto riguarda, in particolare, il mercato tedesco, il 61% conferma una diminuzione del movimento, imputando le cause alla mancanza di personali azioni di pubblicità e promozione su questo mercato (65%) e al fatto di dover disporre della piscina per ottenere attenzione da questa clientela (67%).

Per quanto riguarda il mercato svizzero (come annunciavano fonti dirette) solo il 38% degli operatori conferma un incremento del movimento. Il 62% lo nega.

Relativamente alle potenzialità della Riviera sui mercati internazionali, solo il 36% degli operatori interpellati pensa che il "mito" e l'*appeal* della Riviera valgano ancora per la clientela straniera. Solo un operatore su 3 (30%) è convinto che la Riviera sia ancora competitiva in Europa.

### L'ANDAMENTO DEI MERCATI ESTERI



Sul fronte della gestione operativa delle imprese turistiche, l'aumento dei costi gestionali di almeno il 10% è condiviso addirittura dal 92% degli operatori interpellati.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

Il 77% degli operatori conferma che in bassa stagione i prezzi sono rimasti sui livelli del 2014, anche se in realtà ritocchi più o meno evidenti sono stati rilevati. Solo il 33% degli operatori ammette che i prezzi di pensione completa sono leggermente aumentati (le nostre verifiche confermano che le tariffe alberghiere di luglio e agosto sono state visibilmente e generalmente ritoccate).

L'aspetto più "inquietante" del sondaggio è rappresentato dalle affermazioni relative al prodotto. Nonostante diverse stagioni di difficoltà e di progressiva erosione di arrivi e presenze:

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

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

### ASPETTI DI CARATTERE GESTIONALE



Considerato che gli alberghi, seppure aggiornati e ringiovaniti, sono stati mediamente progettati e costruiti negli anni '70 senza insonorizzazione, senza piscina e senza aria condizionata, la percezione che possano essere in linea con la domanda internazionale costituisce una autentica minaccia per

Realizzato col contributo di Trademark Italia

il futuro turistico della nostra Riviera. Una preoccupante mancanza di *vision* da parte degli operatori.

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

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

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



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

## CONCLUSIONI

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

Sono stati in parte recuperati i punti perduti nel 2014 e le percentuali di fiducia che gli operatori avevano perso nel corso del quinquennio 2009-2013.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

I prezzi di alta stagione sono aumentati, anche se solo 3 operatori su 10 lo ammettono; quelli di bassa stagione sono invece mediamente fermi da circa 3 anni.

A verifica delle stime, l'Osservatorio effettuerà ulteriori valutazioni delle diverse componenti del sistema.

Saranno interpellate le aziende che si occupano di distribuzione e vendita all'ingrosso di prodotti alimentari, di frutta e verdura, i distributori di bevande, gli istituti di credito, i commercianti stagionali e con la collaborazione di HERA ed SGR saranno "stimati" gli andamenti della raccolta rifiuti e dei consumi energetici.

Quanto ai ricavi, tra aumenti delle presenze, dell'ottimismo e dei prezzi di agosto 2015, il giro d'affari dell'industria dell'ospitalità migliorerà tanto da superare l'aumento di costi ed imposte scattate nel 2014.

#### NOTA METODOLOGICA

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

Lidi di Comacchio	5%
Lidi di Ravenna	3%
Cervia - M. Marittima	12%
Cesenatico	10%
Gatteo Mare - San Mauro Pascoli	4%
Bellaria Igea Marina	9%
Rimini	27%
Riccione	16%
Misano Adriatico	6%
Cattolica	8%
La composizione percentuale delle risposte per categoria:	
4 stelle	11%
3 stelle	67%
2 stelle	22%

Realizzato col contributo di Trademark Italia

## Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

*Andamento maggio-agosto e prospettive per settembre 2015 -*

E' il momento dei primi consuntivi della stagione balneare. Dopo un maggio positivo, pochi ponti festivi e annunci di fine della crisi, con giugno e luglio roventi ed i temporali di agosto che non hanno ancora sancito la fine dell'estate, l'ottimismo ha contagiato il settore turistico della Riviera – Sono circa 7 milioni i turisti e gli escursionisti italiani e stranieri che hanno favorito le località della Riviera dell'Emilia-Romagna dai Lidi di Comacchio a Cattolica, un sistema turistico costellato di parchi di divertimento, eventi musicali, offerte enogastronomiche di eccellenza e manifestazioni sportive. La crescita del bimestre maggio-giugno appare “strutturale”, mentre quella di luglio può considerarsi congiunturale (meteo).

### **Outlook nazionale**

Dopo anni di flessione e stagnazione la stagione estiva, quella balneare specialmente, riprende a tirare. Ovviamente questo significa il recupero della componente domestica del turismo italiano che, a seguito dei segnali positivi dei primi mesi del 2015 (*la crisi è finita, il PIL torna in positivo, 500 euro di acconto sulle pensioni tagliate da Monti...*), è ripartito.

La domanda europea al contempo è condizionata dalle notizie legate al terrorismo islamico e “impaurita” dagli attentati che funestano le nazioni costiere del nord Africa. Gli europei pertanto, clienti abituali del Mar Rosso, Tunisia, Marocco, Kenya, Turchia, hanno ricominciato a prenotare l'Italia, le isole della Grecia, la Spagna e il Portogallo.

In questo contesto si possono annunciare aumenti anche a due cifre di alcuni mercati stranieri, **ma mediamente a fine estate le presenze balneari internazionali cresceranno di circa il 3-4% rispetto al 2014**, questo perché il mare italiano non è (per ragioni culturali, infrastrutturali e commerciali) tra le mete preferite dei tour operator. Il movimento internazionale del lato adriatico della penisola dal 1990 è prevalentemente “automobilistico” (auto e pullman). Nel 2015 ci sono sorprese positive. Senza aver realizzato progetti speciali di

promozione l'Italia beneficia infatti di una crescita dei flussi turistici dagli Stati Uniti e dall'Europa centrale (turisti abbienti da Ungheria e Repubblica Ceca) e di un aumento degli arrivi internazionali in genere grazie a delegazioni commerciali e politiche in visita obbligata ai rispettivi padiglioni di EXPO 2015 (l'Expo è poi occasione per visitare altre città, Venezia soprattutto ma senza effetti sulle vacanze balneari).

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

- gli italiani sono meno pessimisti e quelli occupati, accertato il diritto ad un numero di giornate di ferie, nel 2015 non le hanno risparmiate. Una settimana in più, secondo i sondaggi. Ecco perché si è registrato un aumento delle giornate fuori casa;
- sono stati 32,5 milioni gli italiani in vacanza in Italia tra luglio e agosto. Poco meno del 70% di loro ha scelto le spiagge dell'Adriatico, e circa il 25% quelle liguri, toscane, laziali, campane e calabresi. La concentrazione delle presenze turistiche balneari dipende infatti dai letti disponibili nelle diverse località costiere e il lato adriatico dell'Italia è il più ricco di ricettivo e il più facilmente accessibile da chi risiede nelle aree industriali settentrionali;
- circa il 10% degli italiani hanno scelto le isole: Sardegna, Sicilia, Elba e arcipelago toscano su tutte. Piccole quote di movimento per le altre meraviglie del Tirreno, dello Jonio e del canale di Sicilia;
- la permanenza media dei turisti italiani per la vacanza principale nel 2015 si è allungata, quella dei turisti internazionali, secondo le rilevazioni di metà agosto, continua invece a contrarsi. Questo dato dovrà comunque essere verificato con attenzione alla fine della stagione estiva;
- è ormai superfluo citare il rapporto qualità-prezzo come motivo di scelta, in quanto la qualità e il prezzo sono elementi soggettivi della vacanza. Basti dire che 2/3 degli italiani scelgono luglio e agosto per le loro vacanze *"quando tutto costa di più"*, per cui è evidente che il rapporto qualità-prezzo non è affatto il cardine della scelta. Lo è semmai per una quota di turisti che fanno brevi vacanze in periodi di bassa stagione. Quasi l'80% delle "vacanze balneari italiane" si svolge in luglio e agosto, poco più del

20% in altri mesi estivi. La vacanza si sceglie o si conferma in base a variabili quasi proverbiali (tipo di spiaggia, distanza, pensione completa ... ) anche se OTA e metacomparatori di prezzi, es. Trivago investono moltissimo per farsi spazio nel mercato delle vacanze puntando sul prezzo;

- In effetti per le generazioni under '50 si dice sia decisivo il prezzo (che però è determinante solo per short break e brevi soggiorni di bassa e media stagione);
- Nei mesi di luglio e agosto tutto costa quasi il doppio, il prezzo perde di peso ed emergono le valutazioni personali sulla qualità, e sulla disponibilità locale di servizi turistici. E' una delicata combinazione di variabili spesso strettamente personale.

In sintesi, i fattori di scelta della destinazione di vacanza sono numerosi: la durata del viaggio, la distanza dalla propria residenza, i collegamenti, i trasporti, la sicurezza, l'entertainment, il gossip, le presenze vip, etc.. Forse per queste ragioni nel 2015:

- il mercato degli **under '50** si dirige sulle destinazioni a robusta animazione anche di seconda serata;
- le famiglie con bambini scelgono (quasi obbligatoriamente) le coste sabbiose e gli alberghi dove la pensione completa si serve "sportivamente", senza vincoli di forma;
- le coppie di **over '50** alloggiano in hotel tradizionali e appartamenti turistici dove il riposo è garantito e non ci sono "scorriere" quotidiane di bambini;
- gli **over '65** (e i *veterans* - nati prima del '46), che rappresentano quasi un terzo del movimento turistico nazionale, optano per le spiagge di sempre e per le coste "buone" e rassicuranti dell'Italia balneare.
- Una quota sostanziosa di italiani di tutte le generazioni per le proprie vacanze evita le località urbanizzate, simili a quelle nelle quali risiedono, e che potrebbero risultare inquiete, trasgressive e rumorose.

## LA CONGIUNTURA DEL PERIODO MAGGIO-AGOSTO IN ER

Nel periodo maggio-agosto si è celebrato il ritorno dell'ottimismo, che a fine luglio ha raggiunto il suo apice in concomitanza con l'arrivo del grande caldo che ha convinto tutti ad abbandonare per qualche giorno le città roventi. In luglio tra l'altro sui media nazionali è apparsa la faticosa notizia del turismo che cresce del venti per cento (mare, montagna, laghi, città ed EXPO) una cifra che, se realmente realizzata, farebbe esplodere il ricettivo nazionale.

E' pur vero che il meteo favorevole, il mare trasparente, i servizi collaudati sono componenti formidabili per regalare risultati eccellenti agli operatori stagionali. In effetti gli albergatori già danno un voto positivo alla stagione 2015 e parlano di risultati economici soddisfacenti per la Riviera. Anche i risultati del sondaggio che segue confermano che la Riviera emiliano-romagnola ha visto aumentare arrivi e presenze ma l'Osservatorio, sentiti gli operatori, avverte che, certamente, i consuntivi dell'estate saranno positivi ma meno esaltanti di quelli che appaiono sulle cronache locali e nazionali.

Il positivo mese di luglio per la Riviera dell'Emilia-Romagna di solito rappresenta un affidabile indicatore anche per la performance di agosto, quando tutte le coste italiane registrano i record di carico antropico, di fatturato e di presenze. In attesa del consuntivo stagionale il mese di agosto si conferma "eccellente", con la massima occupazione letti e con il massimo dei ricavi per il settore ricettivo. Il carico turistico della 4° settimana del mese risulta superiore a quello del 2014 e anche le prenotazioni per la prima settimana di settembre portano il segno più.

Combinando le migliori variabili dell'estate, il dato che emerge dall'indagine dell'Osservatorio Turistico Regionale, è sicuramente positivo, superiore a quello dell'estate 2014.

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

Nessun aumento raggiunge le due cifre, in Emilia-Romagna si viaggia tra il +3% e il +5%, ma si tratta di aumenti significativi visti i numeri. Consideriamo che la Riviera dell'Emilia-Romagna registra stagionalmente oltre 4 milioni di arrivi e circa 33 milioni di presenze, un incremento del 3-5% di *room nights* diventa in termini di volumi e di ricavi un risultato eccezionale.

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

#### **DISPONIBILITÀ RICETTIVA SULLA RIVIERA**

<b>RIVIERA EMILIA ROMAGNA</b>	<b>Estate 2015</b>
<b>Alberghi</b>	3.100
<b>Posti letto alberghieri</b>	230.000
<b>Posti letto extralberghieri</b>	460.400
<b>TOTALE Posti letto</b>	<b>690.400</b>

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Per quanto riguarda l'offerta di ristorazione, la Riviera dispone di oltre 2.200 tra ristoranti, pizzerie e trattorie, e 3.700 pubblici esercizi tra bar, caffetterie, birrerie/pub, enoteche, e in sistema di distribuzione di alimenti e bevande che nessuno può vantare. L'animazione è garantita da 145 locali di ritrovo, tra discoteche, dancing e disco-bar al servizio degli ospiti della Riviera.

#### **PUBBLICI ESERCIZI E LOCALI DI INTRATTENIMENTO DELLA RIVIERA ROMAGNOLA**

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

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

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

## LE ATTIVITÀ DI SPIAGGIA SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

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

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

L'offerta regionale può contare anche sui **15 parchi di divertimento della Riviera** (di cui 6 acquatici), che, con il loro formidabile *appeal* sulle famiglie e sui giovani, hanno acquisito il ruolo di "magneti" autonomi di movimento turistico. Si tratta di strutture, che a regime impiegano oltre 2.500 addetti e che nel 2014 hanno ospitato oltre 3,3 milioni di visitatori.

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

### I VISITATORI DEI PARCHI DELLA RIVIERA NEL 2014

<b>PARCO</b>	<b>Visitatori</b>
Mirabilandia, Ravenna	1.610.000
Aquafan, Riccione	405.000
Italia in Miniatura, Rimini	315.000
Acquario Le Navi, Cattolica	270.000
Oltremare-Imax, Riccione	210.000
Fiabilandia, Rimini	160.000
Beach Village, Riccione	110.000
Atlantica, Cesenatico	95.000
Safari Adventure, Ravenna	90.000
Altri 6 parchi *	85.000
<b>TOTALE</b>	<b>3.350.000</b>

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

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Realizzato col contributo di Trademark Italia

## L'ANDAMENTO METEO 2015

La **componente meteo** ha influito positivamente sul bilancio complessivo dell'estate 2015. Afa, temperature superiori alla media e città roventi hanno spinto numerosi vacanzieri, escursionisti e pendolari residenti nei centri urbani del centro-nord Italia verso il mare. Il clima complessivamente favorevole tra maggio e agosto (99 giornate di sole sulle 123 disponibili), ha contribuito a rafforzare ulteriormente la percezione di una stagione generosa in termini di arrivi e presenze. Il mese di luglio, in particolare, si è rivelato il più caldo degli ultimi 50 anni, con 29 giornate di sole contro le 25-27 registrate in media nelle ultime stagioni. In linea con le medie stagionali il mese di agosto che, nella sostanza, ha fatto registrare il medesimo andamento dello scorso anno con 22 giornate di sole.

Positive per il turismo balneare le temperature superiori alla media del periodo (10 le giornate "bollenti" oltre i 36°C).

Dalla tabella risulta particolarmente evidente il miglioramento delle condizioni meteo di luglio 2015 (14 giornate di sole in più rispetto allo stesso mese del 2014).

Nel 2014 il mese di agosto era stato premiato dal sereno-soleggiato per un identico numero di giornate.

### ANDAMENTO METEO DEL TRIMESTRE MAGGIO-AGOSTO 2015

MESE			
Maggio	24 gg. (+2)	1 g. (=)	6 gg. (-2)
Giugno	24 gg. (=)	3 gg. (+1)	3 gg. (-1)
Luglio	29 gg. (+14)	2 gg. (-7)	0 gg. (-7)
Agosto	22 gg. (=)	2 gg. (-1)	7 gg. (+1)
<b>ESTATE 2015</b>	<b>99 gg.</b>	<b>8 gg.</b>	<b>16 gg.</b>
ESTATE 2014	83 gg.	15 gg.	25 gg.
<b>Diff. 2015/2014</b>	<b>+16 gg.</b>	<b>-7 gg.</b>	<b>-9 gg.</b>
<b>Var. % 15/14</b>	<b>+19,3%</b>	<b>-46,7%</b>	<b>-36,0%</b>

Osservazioni Trademark Italia

La scomparsa della "variabilità" ha cancellato le incertezze che in passato

rallentavano le prenotazioni e penalizzavano il sistema turistico della Riviera Romagnola, propiziando il movimento.

Nel complesso quel **20% circa di giornate di sole in più** ha condizionato in maniera positiva l'andamento complessivo dell'estate 2015.

## LE USCITE AI CASELLI AUTOSTRADALI

Il movimento degli autoveicoli in uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna nel periodo **maggio-agosto 2015** registra una crescita complessiva del **+3,2%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Nell'estate 2015 si conferma dunque il trend di crescita del traffico in arrivo sulla Riviera, un dato che peraltro aveva contraddistinto anche l'estate 2014.

### ARRIVI AUTOSTRADALI MAGGIO-AGOSTO

MAGGIO-AGOSTO	2014	2015	% 15/14
FERRARA SUD	1.070.970	1.083.294	+1,2%
RAVENNA	996.308	1.006.584	+1,0%
FORLI'	881.180	922.262	+4,7%
CESENA NORD	971.519	995.994	+2,5%
CESENA	786.892	790.168	+0,4%
VALLE RUBICONE	409.408	451.704	+10,3%
RIMINI NORD	1.053.430	1.071.282	+1,7%
RIMINI SUD	1.505.242	1.556.301	+3,4%
RICCIONE	1.019.351	1.073.333	+5,3%
CATTOLICA	992.456	1.045.173	+5,3%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>9.686.756</b>	<b>9.996.095</b>	<b>+3,2%</b>

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

Come emerge dai dati di uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna, si sono distinte Riccione (+5,3%) e Cattolica (+5,3%), seguite da Gatteo Mare (uscita Valle Rubicone), Cesenatico, Cervia-Milano Marittima, Bellaria-Igea Marina, Rimini e i Lidi di Ravenna e di Comacchio.

Questo è il dettaglio dell'andamento mensile delle uscite ai caselli autostradali a supporto delle locali performance nei diversi periodi dell'estate.

### LE USCITE AUTOSTRADALI 2015 IN RIVIERA

<b>Maggio 2015</b>	<b>+6,8%</b>
<b>Giugno 2015</b>	<b>+3,1%</b>
<b>Luglio 2015</b>	<b>+3,0%</b>
<b>Agosto 2015</b>	<b>+0,3%</b>
<b>Maggio-Agosto 2015</b>	<b>+3,2%</b>

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

La crescita del movimento autostradale, che i tecnici considerano emblematica di “ripresa economica” è un dato stabile e rassicurante ed avvalora gli altri indicatori positivi.

## PRE CONSUNTIVO DI SETTEMBRE

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

In settembre l'offerta alberghiera tende a compattarsi e ridurre l'operatività. Dopo il 13 settembre, finito il movimento turistico del MOTOGP, pochi hotel full service (con ristorante e spiaggia) sono rimasti aperti.

Una stima affidabile indica che solo il 20% del ricettivo della Riviera Romagnola, nonostante le 19 giornate di sole, ha resistito con la formula full service fino al 24 settembre. Questo accade perché la maggioranza degli albergatori della Riviera emiliano-romagnola progetta già ad inizio stagione di tenere aperte le attività fino all'apertura delle scuole ovvero di chiudere con l'inizio delle lezioni. Sarebbe utile riflettere sui turisti che frequentano la Riviera che solo in parte sono famiglie con bambini in età scolare. La quota maggiore di turisti balneari è composta di coppie over 50 senza figli.

Considerato che l'obiettivo storico degli albergatori della Riviera sono però le “famiglie” (camere multiple) e che l'inseguimento di questo target continuerà anche nel 2016, un settembre *sottotono* è diventato lo standard dell'estate. Si tratta di un tema delicato perché le famiglie possono garantire il pieno di alberghi, resort e appartamenti per circa 60 giorni, troppo pochi per realizzare almeno 120 giorni di stagione balneare a carico medio-alto.

Protagonisti del mese di settembre sono stati i turisti, gli escursionisti e i *visitors* presenti ai grandi eventi sportivi, fieristici ed enogastronomici con il MotoGP di Misano Adriatico (dati dell'Osservatorio nella pagina seguente) e la fiera Macfrut che con oltre mille espositori ha richiamato 40.000 visitatori e *buyers*. A mese non ancora concluso aumentano i flussi internazionali rispetto al 2014 grazie ai gruppi in arrivo dai mercati di lingua tedesca e dai paesi dell'est europeo più vicini ai confini italiani. Per gli europei settembre è

un ottimo momento per visitare l'Italia e fare "touring around" ed è il mese ideale anche per le vacanze dei cicloturisti internazionali provenienti non solo dall'Europa ma anche da Paesi oltreoceano come Australia, Canada, USA e Brasile. Il consuntivo provvisorio del mese risulta positivo.

## MOTOGP 2015

Il movimento in uscita ai caselli autostradali della Riviera durante il week-end del MotoGP di Misano Adriatico (11-13 settembre), ha registrato un vero e proprio boom, con un incremento medio del +10,0% rispetto alle giornate dello stesso evento del 2014.

### USCITE AUTOSTRADALI AI CASELLI DELLA RIVIERA NEL WEEK-END MOTOGP (11-13 settembre 2015/12-14 settembre 2014)

W.-E. MOTOGP	12/14-9-14	11/13-9-15	% 15/14
FERRARA SUD	27.087	27.159	+0,3%
RAVENNA	25.058	24.629	-1,7%
FORLI'	22.165	23.532	+6,2%
CESENA NORD	25.863	27.343	+5,7%
CESENA	17.829	18.561	+4,1%
VALLE RUBICONE	9.754	11.730	+20,3%
RIMINI NORD	23.639	26.193	+10,8%
RIMINI SUD	37.166	42.588	+14,6%
RICCIONE	30.116	36.028	+19,6%
CATTOLICA	29.529	35.182	+19,1%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>248.206</b>	<b>272.945</b>	<b>+10,0%</b>

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

Il dettaglio dei caselli oggettivamente coinvolti dal movimento diretto verso l'autodromo di Misano Adriatico, evidenzia un incremento del 17,5%, con un picco a Riccione (+19,6%) ed anche un sorprendente +13,6% riscontrato sommando le uscite ai caselli di Rimini Nord e Valle del Rubicone.

### CASELLI DELL'AREA SUD (11-13 settembre 2015/12-14 settembre 2014)

W.-E. MOTOGP	12/14-9-14	11/13-9-15	% 15/14
RIMINI SUD	37.166	42.588	+14,6%
RICCIONE	30.116	36.028	+19,6%
CATTOLICA	29.529	35.182	+19,1%
<b>TOTALE AREA</b>	<b>96.811</b>	<b>113.798</b>	<b>+17,5%</b>

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

L'andamento del movimento in uscita dai caselli dell'area sud nella singola giornata della gara di MotoGP (domenica 13 settembre) evidenzia un'accentuazione ancora maggiore ai caselli di Rimini Sud (+15,7%) e Riccione (+20,2%), ma non a Cattolica (+9,6%).

**USCITE AUTOSTRADALI AI CASELLI DELL'AREA SUD PER IL MOTOGP DAY  
(13 settembre 2015/14 settembre 2014)**

MOTOGP DAY	14/09/14	13/09/15	% 15/14
RIMINI SUD	10.444	12.084	+15,7%
RICCIONE	9.265	11.132	+20,2%
CATTOLICA	9.260	10.147	+9,6%
<b>TOTALE AREA</b>	<b>28.969</b>	<b>33.363</b>	<b>+15,2%</b>

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

Questi dati accompagnano le dichiarazioni degli organizzatori relative ad una affluenza record all'Autodromo "Marco Simoncelli" di Santamonica di oltre 92 mila spettatori nella sola giornata di domenica, superiore agli 88.665 spettatori registrati nei 3 giorni di gare dell'edizione 2014.

## INDICATORI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

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

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

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

Accertato il positivo andamento del movimento nazionale, emergono dati che condizionano negativamente le cifre relative ai flussi internazionali

specialmente nell'area sud della Riviera. Il pesantissimo calo del mercato russo (la contrazione supera il cinquanta per cento) è tuttavia mitigato dalla:

- a. ripresa del mercato tedesco (+3,5%);
- b. punte del +9% di domanda extralberghiera di lingua tedesca per i centri vacanza dei Lidi Ravennati e di Comacchio;
- c. la crescita degli arrivi dalla Svizzera (+4,9%) grazie anche al rafforzamento del franco svizzero;
- d. visibile aumento dei turisti in arrivo dalla Francia (+2,3%);
- e. trend molto positivo (+ 7%) della domanda di alberghi *upscale* e *upper-upscale* (4 e 5 stelle ad alto valore aggiunto) riguardante alcune nazioni dell'Est Europa come Ungheria e Repubblica Ceca;
- f. un previsto ma positivo movimento di turisti polacchi (in attesa di consuntivo stagionale + 4,5%);
- g. l'aumento-diminuzione dei turisti cinesi, australiani, giapponesi, brasiliani, non appare quantitativamente significativo rispetto ai numeri provvisori di *crescita-diminuzione* degli arrivi di turisti scandinavi e del Benelux.

L'aumento della componente straniera è complessivamente stimabile tra il +4% e il +6% (a fine agosto) ma al momento dell'indagine non basta a tamponare la pesante perdita di almeno la metà del turismo russo.

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

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

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

## CONCLUSIONI

Il periodo maggio-agosto 2015 ha portato con sé un aumento di arrivi (+5% circa) e di presenze che provvisoriamente stimiamo tra il + 2,5 e il +3%.

Un eccellente incremento se si pensa ai volumi coinvolti.

Sono stati in parte recuperati i punti perduti nel 2014 e le percentuali di fiducia che gli operatori avevano perso nel corso del quinquennio 2009-2013.

I prezzi di alta stagione sono aumentati, anche se solo 3 operatori su 10 lo ammettono. Quelli di bassa stagione sono invece mediamente fermi da circa 3 anni.

A verifica delle stime, a fine stagione (ottobre 2015) l'Osservatorio effettuerà ulteriori valutazioni delle diverse componenti del sistema.

Saranno interpellate le aziende che si occupano di distribuzione e vendita all'ingrosso di prodotti alimentari, di frutta e verdura, i distributori di bevande, gli istituti di credito, i commercianti stagionali e con la collaborazione di HERA ed SGR saranno "stimati" gli andamenti della raccolta rifiuti e dei consumi energetici. Verranno verificati i numeri ufficiali (ISTAT) alla luce di indicatori "riservati" accessibili all'Osservatorio Turistico Regionale.

Quanto ai ricavi, tra aumenti delle presenze, effetti dell'ottimismo e prezzi aumentati nell'agosto 2015, il giro d'affari dell'industria dell'ospitalità italiana ed emiliano-romagnola miglioreranno di almeno il 5%, tanto da superare l'aumento di costi ed imposte scattate nel 2014 e assicurare una discreta marginalità.

## Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

- *Andamento maggio-agosto e proiezioni per settembre 2015* -

E' il momento dei primi consuntivi della stagione balneare. Dopo un maggio positivo, pochi ponti festivi e annunci di fine della crisi, con giugno e luglio roventi ed i temporali di agosto che non hanno ancora sancito la fine dell'estate, l'ottimismo ha contagiato il settore turistico della Riviera – Sono circa 7 milioni i turisti e gli escursionisti italiani e stranieri che hanno favorito le località della Riviera dell'Emilia-Romagna dai Lidi di Comacchio a Cattolica, un sistema turistico costellato di parchi di divertimento, eventi musicali, offerte enogastronomiche di eccellenza e manifestazioni sportive. La crescita del bimestre maggio-giugno appare “strutturale”, mentre quella di luglio può considerarsi congiunturale (meteo).

### **Outlook nazionale**

Dopo anni di flessione e stagnazione la stagione estiva, quella balneare specialmente, riprende a tirare. Ovviamente questo significa il recupero della componente domestica del turismo italiano che, a seguito dei segnali positivi dei primi mesi del 2015 (*la crisi è finita, il PIL torna in positivo, 500 euro di acconto sulle pensioni tagliate da Monti...*), è ripartito.

La domanda europea al contempo è condizionata dalle notizie legate al terrorismo islamico e “impaurita” dagli attentati che funestano le nazioni costiere del nord Africa. Gli europei pertanto, clienti abituali del Mar Rosso, Tunisia, Marocco, Kenya, Turchia, hanno ricominciato a prenotare l'Italia, le isole della Grecia, la Spagna e il Portogallo.

In questo contesto si possono annunciare aumenti anche a due cifre di alcuni mercati stranieri, **ma mediamente a fine estate le presenze balneari internazionali cresceranno di circa il 3-4% rispetto al 2014**, questo perché il mare italiano non è (per ragioni culturali, infrastrutturali e commerciali) tra le mete preferite dei tour operator. Il movimento internazionale del lato adriatico della penisola dal 1990 è prevalentemente “automobilistico” (auto e pullman). Nel 2015 ci sono sorprese positive. Senza aver realizzato progetti speciali di

promozione l'Italia beneficia infatti di una crescita dei flussi turistici dagli Stati Uniti e dall'Europa centrale (turisti abbienti da Ungheria e Repubblica Ceca) e di un aumento degli arrivi internazionali in genere grazie a delegazioni commerciali e politiche in visita obbligata ai rispettivi padiglioni di EXPO 2015 (l'Expo è poi occasione per visitare altre città, Venezia soprattutto ma senza effetti sulle vacanze balneari).

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

- gli italiani sono meno pessimisti e quelli occupati, accertato il diritto ad un numero di giornate di ferie, nel 2015 non le hanno risparmiate. Una settimana in più, secondo i sondaggi. Ecco perché si è registrato un aumento delle giornate fuori casa;
- sono stati 32,5 milioni gli italiani in vacanza in Italia tra luglio e agosto. Poco meno del 70% di loro ha scelto le spiagge dell'Adriatico, e circa il 25% quelle liguri, toscane, laziali, campane e calabresi. La concentrazione delle presenze turistiche balneari dipende, infatti, dai letti disponibili nelle diverse località costiere e il lato adriatico dell'Italia è il più ricco di ricettivo e il più facilmente accessibile da chi risiede nelle aree industriali settentrionali;
- circa il 10% degli italiani hanno scelto le isole: Sardegna, Sicilia, Elba e arcipelago toscano su tutte. Piccole quote di movimento per le altre meraviglie del Tirreno, dello Jonio e del canale di Sicilia;
- la permanenza media dei turisti italiani per la vacanza principale nel 2015 si è allungata, quella dei turisti internazionali, secondo le rilevazioni di metà agosto, continua invece a contrarsi. Questo dato dovrà comunque essere verificato con attenzione alla fine della stagione estiva;
- è ormai superfluo citare il rapporto qualità-prezzo come motivo di scelta, in quanto la qualità e il prezzo sono elementi soggettivi della vacanza. Basti dire che 2/3 degli italiani scelgono luglio e agosto per le loro vacanze "quando tutto costa di più", per cui è evidente che il rapporto qualità-prezzo non è affatto il cardine della scelta. Lo è semmai per una quota di turisti che fanno brevi vacanze in periodi di bassa stagione. Quasi l'80% delle "vacanze balneari italiane" si svolge in luglio e agosto, poco più del

20% in altri mesi estivi. La vacanza si sceglie o si conferma in base a variabili quasi proverbiali (tipo di spiaggia, distanza, pensione completa...) anche se OTA e metacomparatori di prezzi, es. Trivago investono moltissimo per farsi spazio nel mercato delle vacanze puntando sul prezzo.

- In effetti per le generazioni under 50 si dice sia decisivo il prezzo (che però è determinante solo per *short break* e brevi soggiorni di bassa e media stagione)
- Nei mesi di luglio e agosto tutto costa quasi il doppio, il prezzo perde di peso ed emergono le valutazioni personali sulla qualità, e sulla disponibilità locale di servizi turistici. E' una delicata combinazione di variabili spesso strettamente personale.

In sintesi, i fattori di scelta della destinazione di vacanza sono numerosi: la durata del viaggio, la distanza dalla propria residenza, i collegamenti, i trasporti, la sicurezza, l'*entertainment*, il *gossip*, le presenze vip, etc... Forse per queste ragioni nel 2015:

- il mercato degli **under 50** si dirige sulle destinazioni a robusta animazione anche di seconda serata;
- le famiglie con bambini scelgono (quasi obbligatoriamente) le coste sabbiose e gli alberghi dove la pensione completa si serve "sportivamente", senza vincoli di forma;
- le coppie di **over 50** alloggiano in hotel tradizionali e appartamenti turistici dove il riposo è garantito e non ci sono "scorriere" quotidiane di bambini;
- gli **over 65** (e i *veterans* - nati prima del '46), che rappresentano quasi un terzo del movimento turistico nazionale, optano per le spiagge di sempre e per le coste "buone" e rassicuranti dell'Italia balneare;
- una quota sostanziosa di italiani di tutte le generazioni per le proprie vacanze evita le località urbanizzate, simili a quelle nelle quali risiedono, e che potrebbero risultare inquiete, trasgressive e rumorose.

## LA CONGIUNTURA DEL PERIODO MAGGIO-AGOSTO IN ER

Nel periodo maggio-agosto si è celebrato il ritorno dell'ottimismo, che a fine luglio ha raggiunto il suo apice in concomitanza con l'arrivo del grande caldo che ha convinto tutti ad abbandonare per qualche giorno le città roventi. In luglio tra l'altro sui media nazionali è apparsa la faticosa notizia del turismo che cresce del venti per cento (mare, montagna, laghi, città ed EXPO) una cifra che, se realmente realizzata, farebbe esplodere il ricettivo nazionale.

E' pur vero che il meteo favorevole, il mare trasparente, i servizi collaudati sono componenti formidabili per regalare risultati eccellenti agli operatori stagionali. In effetti gli albergatori già danno un voto positivo alla stagione 2015 e parlano di risultati economici soddisfacenti per la Riviera. Anche i risultati del sondaggio che segue confermano che la Riviera emiliano-romagnola ha visto aumentare arrivi e presenze ma l'Osservatorio, sentiti gli operatori, avverte che, certamente, i consuntivi dell'estate saranno positivi ma meno esaltanti di quelli che appaiono sulle cronache locali e nazionali.

Il positivo mese di luglio per la Riviera dell'Emilia-Romagna di solito rappresenta un affidabile indicatore anche per la performance di agosto, quando tutte le coste italiane registrano i record di carico antropico, di fatturato e di presenze. In attesa del consuntivo stagionale il mese di agosto si conferma "eccellente", con la massima occupazione letti e con il massimo dei ricavi per il settore ricettivo. Il carico turistico della 4° settimana del mese risulta superiore a quello del 2014 e anche le prenotazioni per la prima settimana di settembre portano il segno più.

Combinando le migliori variabili dell'estate, il dato che emerge dall'indagine dell'Osservatorio Turistico Regionale, è sicuramente positivo, superiore a quello dell'estate 2014.

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

Nessun aumento raggiunge le due cifre, in Emilia-Romagna si viaggia tra il +3% e il +5%, ma si tratta di aumenti significativi visti i valori assoluti. Consideriamo che la Riviera dell'Emilia-Romagna registra stagionalmente oltre 4 milioni di arrivi e circa 33 milioni di presenze, un incremento del 3-5% di *room nights* diventa in termini di volumi e di ricavi un risultato eccezionale.

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

#### **DISPONIBILITÀ RICETTIVA SULLA RIVIERA**

<b>RIVIERA EMILIA ROMAGNA</b>	<b>Estate 2015</b>
<b>Alberghi</b>	3.100
<b>Posti letto alberghieri</b>	230.000
<b>Posti letto extralberghieri</b>	460.400
<b>TOTALE Posti letto</b>	<b>690.400</b>

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

Per quanto riguarda l'offerta di ristorazione, la Riviera dispone di oltre 2.200 tra ristoranti, pizzerie e trattorie, e 3.700 pubblici esercizi tra bar, caffetterie, birrerie/pub, enoteche, e in sistema di distribuzione di alimenti e bevande che nessuno può vantare. L'animazione è garantita da 145 locali di ritrovo, tra discoteche, dancing e disco-bar al servizio degli ospiti della Riviera.

#### **PUBBLICI ESERCIZI E LOCALI DI INTRATTENIMENTO DELLA RIVIERA ROMAGNOLA**

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

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

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

#### **LE ATTIVITÀ DI SPIAGGIA SULLA RIVIERA DELL'EMILIA-ROMAGNA**

Realizzato col contributo di Trademark Italia

5

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

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

L'offerta regionale può contare anche sui **15 parchi di divertimento della Riviera** (di cui 6 acquatici), che, con il loro formidabile *appeal* sulle famiglie e sui giovani, hanno acquisito il ruolo di "magneti" autonomi di movimento turistico. Si tratta di strutture, che a regime impiegano oltre 2.500 addetti e che nel 2014 hanno ospitato oltre 3,3 milioni di visitatori.

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

#### **I VISITATORI DEI PARCHI DELLA RIVIERA NEL 2014**

<b>PARCO</b>	<b>Visitatori</b>
Mirabilandia, Ravenna	1.610.000
Aquafan, Riccione	405.000
Italia in Miniatura, Rimini	315.000
Acquario Le Navi, Cattolica	270.000
Oltremare-Imax, Riccione	210.000
Fiabilandia, Rimini	160.000
Beach Village, Riccione	110.000
Atlantica, Cesenatico	95.000
Safari Adventure, Ravenna	90.000
Altri 6 parchi *	85.000
<b>TOTALE</b>	<b>3.350.000</b>

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

Fonte: Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

## L'ANDAMENTO METEO 2015

La **componente meteo** ha influito positivamente sul bilancio complessivo dell'estate 2015. Afa, temperature superiori alla media e città roventi hanno spinto numerosi vacanzieri, escursionisti e pendolari residenti nei centri urbani del centro-nord Italia verso il mare. Il clima complessivamente favorevole tra maggio e agosto (99 giornate di sole sulle 123 disponibili), ha contribuito a rafforzare ulteriormente la percezione di una stagione generosa in termini di arrivi e presenze. Il mese di luglio, in particolare, si è rivelato il più caldo degli ultimi 50 anni, con 29 giornate di sole contro le 25-27 registrate in media nelle ultime stagioni. In linea con le medie stagionali il mese di agosto che, nella sostanza, ha fatto registrare il medesimo andamento dello scorso anno con 22 giornate di sole.

Positive per il turismo balneare le temperature superiori alla media del periodo (10 le giornate "bollenti" oltre i 36°C).

Dalla tabella risulta particolarmente evidente il miglioramento delle condizioni meteo di luglio 2015 (14 giornate di sole in più rispetto allo stesso mese del 2014).

Nel 2014 il mese di agosto era stato premiato dal sereno-soleggiato per un identico numero di giornate.

### ANDAMENTO METEO DEL TRIMESTRE MAGGIO-AGOSTO 2015

MESE			
Maggio	24 gg. (+2)	1 g. (=)	6 gg. (-2)
Giugno	24 gg. (=)	3 gg. (+1)	3 gg. (-1)
Luglio	29 gg. (+14)	2 gg. (-7)	0 gg. (-7)
Agosto	22 gg. (=)	2 gg. (-1)	7 gg. (+1)
<b>ESTATE 2015</b>	<b>99 gg.</b>	<b>8 gg.</b>	<b>16 gg.</b>
ESTATE 2014	83 gg.	15 gg.	25 gg.
<b>Diff. 2015/2014</b>	<b>+16 gg.</b>	<b>-7 gg.</b>	<b>-9 gg.</b>
<b>Var. % 15/14</b>	<b>+19,3%</b>	<b>-46,7%</b>	<b>-36,0%</b>

Osservazioni Trademark Italia

La scomparsa della "variabilità" ha cancellato le incertezze che in passato rallentavano le prenotazioni e penalizzavano il sistema turistico della Riviera

Romagnola, propiziando il movimento.

Nel complesso quel **20% circa di giornate di sole in più** ha condizionato in maniera positiva l'andamento complessivo dell'estate 2015.

## LE USCITE AI CASELLI AUTOSTRADALI

Il movimento degli autoveicoli in uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia Romagna nel periodo **maggio-agosto 2015** registra una crescita complessiva del **+3,2%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Nell'estate 2015 si conferma dunque il trend di crescita del traffico in arrivo sulla Riviera, un dato che peraltro aveva contraddistinto anche l'estate 2014.

### ARRIVI AUTOSTRADALI MAGGIO-AGOSTO

MAGGIO-AGOSTO	2014	2015	% 15/14
FERRARA SUD	1.070.970	1.083.294	+1,2%
RAVENNA	996.308	1.006.584	+1,0%
FORLI'	881.180	922.262	+4,7%
CESENA NORD	971.519	995.994	+2,5%
CESENA	786.892	790.168	+0,4%
VALLE RUBICONE	409.408	451.704	+10,3%
RIMINI NORD	1.053.430	1.071.282	+1,7%
RIMINI SUD	1.505.242	1.556.301	+3,4%
RICCIONE	1.019.351	1.073.333	+5,3%
CATTOLICA	992.456	1.045.173	+5,3%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>9.686.756</b>	<b>9.996.095</b>	<b>+3,2%</b>

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

Come emerge dai dati di uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna, si sono distinte Riccione (+5,3%) e Cattolica (+5,3%), seguite da Gatteo Mare (uscita Valle Rubicone), Cesenatico, Cervia-Milano Marittima, Bellaria-Igea Marina, Rimini e i Lidi di Ravenna e di Comacchio.

Questo è il dettaglio dell'andamento mensile delle uscite ai caselli autostradali a supporto delle locali performance nei diversi periodi dell'estate.

### LE USCITE AUTOSTRADALI 2015 IN RIVIERA

<b>Maggio 2015</b>	<b>+6,8%</b>
<b>Giugno 2015</b>	<b>+3,1%</b>
<b>Luglio 2015</b>	<b>+3,0%</b>
<b>Agosto 2015</b>	<b>+0,3%</b>
<b>Maggio-Agosto 2015</b>	<b>+3,2%</b>

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

La crescita del movimento autostradale, che i tecnici considerano emblematica di “ripresa economica” è un dato stabile e rassicurante ed avvalora gli altri indicatori positivi.

## **PRE CONSUNTIVO DI SETTEMBRE**

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

In settembre l'offerta alberghiera tende a compattarsi e ridurre l'operatività. Dopo il 13 settembre, finito il movimento turistico del MotoGP di Misano Adriatico, pochi hotel *full service* (con ristorante e spiaggia) sono rimasti aperti. Una stima affidabile indica che solo il 20% del ricettivo della Riviera Romagnola, nonostante le 19 giornate di sole, ha resistito con la formula *full service* fino al 24 settembre. Questo accade perché la maggioranza degli albergatori della Riviera emiliano-romagnola progetta già ad inizio stagione di tenere aperte le attività fino all'apertura delle scuole, ovvero di chiudere con l'inizio delle lezioni. Sarebbe utile riflettere sulle quote dei turisti che frequentano la Riviera che solo in parte sono famiglie con bambini in età scolare. La quota maggiore di turisti balneari in questo periodo è composta di coppie over 50 senza figli.

Considerato che l'obiettivo storico degli albergatori della Riviera sono però le “famiglie” (camere multiple) e che l'inseguimento di questo target continuerà anche nel 2016, un settembre *sottotono* è diventato lo standard dell'estate. Si tratta di un tema delicato perché le famiglie possono garantire il pieno di alberghi, resort e appartamenti per circa 60 giorni, troppo pochi per realizzare almeno 120 giorni di stagione balneare a carico medio-alto.

Protagonisti del mese di settembre sono stati i turisti, gli escursionisti e i *visitor* presenti ai grandi eventi sportivi, fieristici ed enogastronomici con il MotoGP di Misano Adriatico (dati dell'Osservatorio nella pagina seguente) e la fiera Macfrut che con oltre mille espositori ha richiamato 40.000 visitatori e buyers. A mese non ancora concluso aumentano i flussi internazionali rispetto al 2014 grazie ai gruppi in arrivo dai mercati di lingua tedesca ed ai

paesi dell'est europeo più vicini ai confini italiani. Per gli europei settembre è un ottimo momento per visitare l'Italia e fare "touring around" ed è il mese ideale anche per le vacanze dei cicloturisti internazionali provenienti non solo dall'Europa ma anche da Paesi d'oltreoceano come Australia, Canada, USA e Brasile. Il consuntivo provvisorio del mese risulta positivo.

## MOTOGP 2015

Il movimento in uscita ai caselli autostradali della Riviera durante il week-end del MotoGP di Misano Adriatico (11-13 settembre), ha registrato un vero e proprio boom, con un incremento medio del +10,0% rispetto alle giornate dello stesso evento del 2014.

### USCITE AUTOSTRADALI AI CASELLI DELLA RIVIERA NEL WEEK-END MOTOGP (11-13 settembre 2015/12-14 settembre 2014)

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

W.-E. MOTOGP	12/14-9-14	11/13-9-15	% 15/14
FERRARA SUD	27.087	27.159	+0,3%
RAVENNA	25.058	24.629	-1,7%
FORLI'	22.165	23.532	+6,2%
CESENA NORD	25.863	27.343	+5,7%
CESENA	17.829	18.561	+4,1%
VALLE RUBICONE	9.754	11.730	+20,3%
RIMINI NORD	23.639	26.193	+10,8%
RIMINI SUD	37.166	42.588	+14,6%
RICCIONE	30.116	36.028	+19,6%
CATTOLICA	29.529	35.182	+19,1%
<b>TOTALE RIVIERA</b>	<b>248.206</b>	<b>272.945</b>	<b>+10,0%</b>

Il dettaglio dei caselli oggettivamente coinvolti dal movimento diretto verso l'autodromo di Misano Adriatico, evidenzia un incremento del 17,5%, con un picco a Riccione (+19,6%) ed anche un sorprendente +13,6% riscontrato sommando le uscite ai caselli di Rimini Nord e Valle del Rubicone.

### CASELLI DELL'AREA SUD (11-13 settembre 2015/12-14 settembre 2014)

W.-E. MOTOGP	12/14-9-14	11/13-9-15	% 15/14
RIMINI SUD	37.166	42.588	+14,6%
RICCIONE	30.116	36.028	+19,6%
CATTOLICA	29.529	35.182	+19,1%
<b>TOTALE AREA</b>	<b>96.811</b>	<b>113.798</b>	<b>+17,5%</b>

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

L'andamento del movimento in uscita dai caselli dell'area sud nella **singola giornata della gara di MotoGP** (domenica 13 settembre) evidenzia un'accentuazione ancora maggiore ai caselli di Rimini Sud (+15,7%) e Riccione (+20,2%), ma non a Cattolica (+9,6%).

**USCITE AUTOSTRADALI AI CASELLI DELL'AREA SUD PER IL MOTOGP DAY**  
(13 settembre 2015/14 settembre 2014)

MOTOGP DAY	14/09/14	13/09/15	% 15/14
RIMINI SUD	10.444	12.084	+15,7%
RICCIONE	9.265	11.132	+20,2%
CATTOLICA	9.260	10.147	+9,6%
<b>TOTALE AREA</b>	<b>28.969</b>	<b>33.363</b>	<b>+15,2%</b>

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

Questi dati accompagnano le dichiarazioni degli organizzatori relative ad una affluenza record all'Autodromo "Marco Simoncelli" di Santa Monica di oltre 92 mila spettatori nella sola giornata di domenica, superiore agli 88.665 spettatori registrati nei 3 giorni di gare dell'edizione 2014.

## INDICATORI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

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

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

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

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

- a. ripresa del mercato tedesco (+3,5%);
- b. punte del +9% di domanda extralberghiera di lingua tedesca per i centri vacanza dei Lidi Ravennati e di Comacchio;
- c. la crescita degli arrivi dalla Svizzera (+4,9%) grazie anche al rafforzamento del franco svizzero;
- d. visibile aumento dei turisti in arrivo dalla Francia (+2,3%);
- e. trend molto positivo (+7%) della domanda di alberghi *upscale* e *upper-upscale* (4 e 5 stelle ad alto valore aggiunto) riguardante alcune nazioni dell'Est Europa come Ungheria e Repubblica Ceca;
- f. un previsto ma positivo movimento di turisti polacchi (in attesa di consuntivo stagionale +4,5%);
- g. l'aumento-diminuzione dei turisti cinesi, australiani, giapponesi, brasiliani, non appare quantitativamente significativo rispetto ai numeri provvisori di *crescita-diminuzione* degli arrivi di turisti scandinavi e del Benelux.

L'aumento della componente straniera è complessivamente stimabile tra il +4% e il +6% (a fine agosto) ma al momento dell'indagine non basta a tamponare la pesante perdita di almeno la metà del turismo russo.

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

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

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

## CONCLUSIONI

Il periodo maggio-agosto 2015 ha portato con sé un aumento di arrivi (+5% circa) e di presenze che provvisoriamente stimiamo tra il +2,5 e il +3%.

Un eccellente incremento se si pensa ai volumi coinvolti.

Sono stati in parte recuperati i punti perduti nel 2014 e le percentuali di fiducia che gli operatori avevano perso nel corso del quinquennio 2009-2013.

I prezzi di alta stagione sono aumentati, anche se solo 3 operatori su 10 lo ammettono. Quelli di bassa stagione sono invece mediamente fermi da circa 3 anni.

A verifica delle stime, a fine stagione (ottobre 2015) l'Osservatorio effettuerà ulteriori valutazioni delle diverse componenti del sistema.

Saranno interpellate le aziende che si occupano di distribuzione e vendita all'ingrosso di prodotti alimentari, di frutta e verdura, i distributori di bevande, gli istituti di credito, i commercianti stagionali e con la collaborazione di HERA ed SGR saranno "stimati" gli andamenti della raccolta rifiuti e dei consumi energetici. Verranno verificati i numeri ufficiali (ISTAT) alla luce di indicatori "riservati" accessibili all'Osservatorio turistico regionale.

Quanto ai ricavi, tra aumenti delle presenze, effetti dell'ottimismo e prezzi aumentati nell'agosto 2015, il giro d'affari dell'industria dell'ospitalità italiana ed emiliano-romagnola miglioreranno di almeno il 5%, tanto da superare l'aumento di costi ed imposte scattate nel 2014 e assicurare una discreta marginalità.

## Osservatorio sul turismo dell'Emilia-Romagna

### *L'Estate 2015 sulla Riviera dell'Emilia-Romagna*

Dopo un maggio positivo, pochi ponti festivi e annunci di fine della crisi, con giugno e luglio roventi, i temporali di agosto che non hanno sancito la fine dell'estate ed un settembre positivo, l'ottimismo ha contagiato il settore turistico della Riviera – Sono circa 7 milioni i turisti e gli escursionisti italiani e stranieri che hanno favorito le località della Riviera dell'Emilia-Romagna dai Lidi di Comacchio a Cattolica, un sistema turistico costellato di parchi di divertimento, eventi musicali, offerte enogastronomiche di eccellenza e manifestazioni sportive – La crescita del bimestre maggio-giugno appare “strutturale”, mentre quella di luglio può considerarsi “congiunturale” (andamento meteo), il mese di agosto si conferma sui consueti livelli di occupazione. Infine un ottimo settembre chiude una stagione soddisfacente.

#### ***Outlook nazionale***

Dopo anni di flessione e stagnazione la stagione estiva, quella balneare specialmente, riprende a tirare. Ovviamente questo significa il recupero della componente domestica del turismo italiano che, a seguito dei segnali positivi dei primi mesi del 2015 (*la crisi è finita, il PIL torna in positivo, 500 euro di acconto sulle pensioni tagliate da Monti...*), è ripartito.

La domanda europea al contempo è condizionata dalle notizie legate al terrorismo islamico e “impaurita” dagli attentati che funestano le nazioni costiere del nord Africa. Gli europei pertanto, clienti abituali del Mar Rosso, Tunisia, Marocco, Kenya, Turchia, hanno ricominciato a prenotare l'Italia, le isole della Grecia, la Spagna e il Portogallo.

In questo contesto si possono annunciare aumenti anche a due cifre di alcuni mercati stranieri, **ma mediamente a fine estate il movimento balneare internazionale cresce del +3,6% in termini di arrivi e del +1,4% in termini di presenze rispetto al 2014**, questo perché il mare italiano non è (per ragioni culturali, infrastrutturali e commerciali) tra le mete preferite dei tour operator e, dunque, il movimento internazionale del lato adriatico della

penisola dal 1990 è una destinazione di vacanza prevalentemente “automobilistica” (auto e pullman).

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

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

- gli italiani sono meno pessimisti e quelli occupati, accertato il diritto ad un numero di giornate di ferie, nel 2015 non le hanno risparmiate. Una settimana in più, secondo i sondaggi. Ecco perché si è registrato un aumento delle giornate fuori casa;
- sono stati 32,5 milioni gli italiani in vacanza in Italia tra luglio e agosto. Poco meno del 70% di loro ha scelto le spiagge dell'Adriatico, circa il 25% quelle liguri, toscane, laziali, campane e calabresi. La concentrazione delle presenze turistiche balneari dipende, infatti, dai letti disponibili nelle diverse località, e il lato adriatico dell'Italia è il più ricco di ricettivo ed il più facilmente accessibile da chi risiede nelle aree industriali settentrionali;
- circa il 10% degli italiani hanno scelto le isole: Sardegna, Sicilia, Elba e arcipelago toscano su tutte. Piccole quote di movimento per le altre meraviglie del Tirreno, dello Jonio e del canale di Sicilia;
- la permanenza media dei turisti italiani per la vacanza principale nel 2015 si è accorciata a causa di un'accentuazione della frammentazione delle vacanze a fronte di un maggior numero di giornate: più volte in vacanza, ma per meno giorni. Quella dei turisti internazionali continua a contrarsi;
- è ormai superfluo citare il rapporto qualità-prezzo come motivo di scelta, in quanto la qualità e il prezzo sono elementi soggettivi della vacanza. Basti dire che 2/3 degli italiani scelgono luglio e agosto per le loro vacanze “quando tutto costa di più”, per cui è evidente che il rapporto qualità-

prezzo non è affatto il cardine della scelta. Lo è semmai per una quota di turisti che fanno brevi vacanze in periodi di bassa stagione. Quasi l'80% delle "vacanze balneari italiane" si svolge in luglio e agosto, poco più del 20% in altri mesi estivi. La vacanza si sceglie in base a variabili tradizionali (tipo di spiaggia, distanza, pensione completa...) anche se OTA e metacomparatori di prezzi (es. Trivago) investono moltissimo per farsi spazio nel mercato delle vacanze puntando sul prezzo;

- in effetti per le generazioni under 50 si dice sia decisivo il prezzo (che però è determinante solo per short break e brevi soggiorni di bassa e media stagione);
- nei mesi di luglio e agosto tutto costa quasi il doppio, il prezzo perde di peso ed emergono le valutazioni personali sulla qualità, e sulla disponibilità locale di servizi turistici. E' una delicata combinazione di variabili spesso strettamente personale.

In sintesi, i fattori di scelta della destinazione di vacanza sono numerosi: la durata del viaggio, la distanza dalla propria residenza, i collegamenti, i trasporti, la sicurezza, l'entertainment, il gossip, le presenze vip, etc.. Forse per queste ragioni nel 2015

- il mercato degli **Under 50** si dirige sulle destinazioni a robusta animazione, anche di seconda serata;
- le famiglie con bambini scelgono (quasi obbligatoriamente) le coste sabbiose e gli alberghi dove la pensione completa si serve "sportivamente", senza vincoli di forma;
- le coppie di **Over 50** alloggiano in hotel tradizionali e appartamenti turistici dove il riposo è garantito e non ci sono "scorriere" quotidiane di bambini;
- gli **Over 65** (e i *veterans* - nati prima del '46), che rappresentano quasi un terzo del movimento turistico nazionale, optano per le spiagge di sempre e per le coste "buone" e rassicuranti dell'Italia balneare;
- una quota sostanziosa di italiani di tutte le generazioni per le proprie vacanze evita le località urbanizzate, simili a quelle nelle quali risiedono, e che potrebbero risultare inquiete, trasgressive e rumorose.

## IL SONDAGGIO DI MEZZA ESTATE (maggio-luglio) DEL PANEL DI OPERATORI DELLA RIVIERA

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

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

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

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

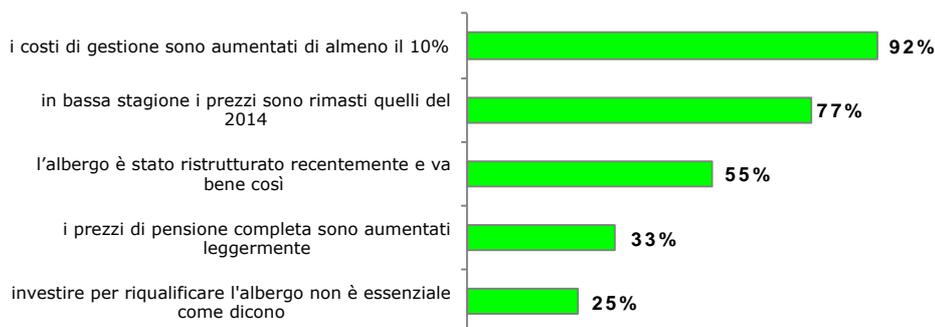
### L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE ESTIVA 2015



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

pensione completa sono leggermente aumentati (le nostre verifiche confermano che le tariffe alberghiere di luglio e agosto sono state visibilmente e generalmente ritoccate).

### ASPETTI DI CARATTERE GESTIONALE



L'aspetto più "inquietante" del sondaggio è rappresentato dalle affermazioni relative al prodotto. Nonostante diverse stagioni di difficoltà e di progressiva erosione di arrivi e presenze:

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

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

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

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

- a. è un'estate migliore dal punto di vista meteo (96%);
  - b. c'è un generale apprezzamento da parte della clientela per la qualità della ristorazione alberghiera e del servizio di pensione completa (95%);
  - c. la qualità del mare è buona, il 72% degli operatori conferma il gradimento da parte della maggioranza della clientela (*fanno il bagno volentieri*).
- Ma che dire del 28% che il bagno non lo fa volentieri ?

### ASPETTI CONGIUNTURALI



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

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

Sono stati in parte recuperati i punti perduti nel 2014 e le percentuali di fiducia che gli operatori avevano perso nel corso del quinquennio 2009-2013. I prezzi di alta stagione sono aumentati, anche se solo 3 operatori su 10 lo ammettono; quelli di bassa stagione sono invece mediamente fermi da circa 3 anni.

Quanto ai ricavi, tra aumenti delle presenze, dell'ottimismo e dei prezzi di agosto 2015, il giro d'affari dell'industria dell'ospitalità migliorerà tanto da superare l'aumento di costi ed imposte scattate nel 2014.

#### NOTA METODOLOGICA

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

• Lidi di Comacchio	5%
• Lidi di Ravenna	3%
• Cervia - M. Marittima	12%
• Cesenatico	10%
• Gatteo Mare - San Mauro Pascoli	4%
• Bellaria Igea Marina	9%
• Rimini	27%
• Riccione	16%
• Misano Adriatico	6%
• Cattolica	8%

La composizione percentuale delle risposte per categoria:

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

## LA CONGIUNTURA DEL PERIODO MAGGIO-SETTEMBRE

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

Il positivo mese di luglio per la Riviera dell'Emilia-Romagna di solito rappresenta un affidabile indicatore anche per la performance di agosto, quando tutte le coste italiane registrano i record di carico antropico, di fatturato e di presenze. Il mese di agosto, infatti, si è confermato "eccellente",

con la massima occupazione letti e con il massimo dei ricavi per il settore ricettivo, con un carico turistico nella 3° e 4° settimana del mese superiore a quello del 2014.

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

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

Considerato che l'obiettivo storico degli albergatori della Riviera sono però le "famiglie" (camere multiple) e che l'inseguimento di questo target continuerà anche nel 2016, un settembre *sottotono* è diventato lo standard dell'estate. Si tratta di un tema delicato, perché le famiglie possono garantire il pieno di alberghi, resort e appartamenti per circa 60 giorni, troppo pochi per realizzare almeno 120 giorni di stagione balneare a carico medio-alto.

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

fare “*touring around*” ed è il mese ideale anche per le vacanze dei cicloturisti internazionali provenienti non solo dall’Europa ma anche da Paesi d’oltreoceano come Australia, Canada, USA e Brasile.

### ANDAMENTO TURISTICO DELLA RIVIERA NELL’ESTATE 2015 (maggio-settembre)

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

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

Combinando le migliori variabili dell’estate, il dato che emerge dalle elaborazioni dell’Osservatorio sul turismo dell’Emilia-Romagna, è positivo, superiore a quello dell’estate 2014.

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

Solo l’incremento degli arrivi italiani si avvicina alla doppia cifra, ma visti i valori assoluti si tratta comunque di aumenti significativi. Considerando che la Riviera dell’Emilia-Romagna registra stagionalmente oltre 4 milioni di arrivi ed oltre 30 milioni di presenze, un incremento del 4-5% di *room nights* diventa in termini di volumi e di ricavi un risultato eccezionale.

### INDICATORI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

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

Gli italiani in questa caldissima estate 2015 sono tornati a frequentare in massa le spiagge dell’Adriatico sulle quali si trova oltre il 60% dell’offerta ricettiva peninsulare, favorendo quelle romagnole più attrezzate che però nei mesi di luglio e agosto possono tradizionalmente contare su elevate

percentuali di occupazione alberghiera. Questo dato tende ad escludere le crescite a due cifre di turisti nei mesi centrali della stagione balneare.

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

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

- a. ripresa del mercato tedesco (+3,5%);
- b. punte del +9% di domanda extralberghiera di lingua tedesca per i centri vacanza dei Lidi Ravennati e di Comacchio;
- c. la crescita degli arrivi dalla Svizzera (+4,9%) grazie anche al rafforzamento del franco svizzero;
- d. visibile aumento dei turisti in arrivo dalla Francia (+6,3%);
- e. trend molto positivo (+7%) della domanda di alberghi *upscale* e *upper-upscale* (4 e 5 stelle ad alto valore aggiunto) riguardante alcune nazioni dell'Est Europa come Ungheria e Repubblica Ceca;
- f. un positivo movimento di turisti polacchi (+4,5%);
- g. l'aumento-diminuzione dei turisti cinesi, australiani, giapponesi, brasiliani, non appare quantitativamente significativo rispetto ai numeri provvisori di *crescita-diminuzione* degli arrivi di turisti scandinavi e del Benelux.

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

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

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

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

In conclusione, nel periodo maggio-settembre 2015 la Riviera dell'Emilia-Romagna ha in parte recuperato i punti perduti nel 2014 e le percentuali di fiducia che gli operatori avevano perso nel corso del quinquennio 2009-2013. I prezzi di alta stagione sono aumentati, anche se solo 3 operatori su 10 lo ammettono; quelli di bassa stagione sono invece mediamente fermi da circa 3 anni. Quanto ai ricavi, tra aumenti delle presenze, effetti dell'ottimismo e incremento dei prezzi di alta stagione, il giro d'affari dell'industria dell'ospitalità emiliano-romagnola è migliorato di almeno il 5%, tanto da superare l'aumento di costi ed imposte ed assicurare una discreta marginalità.

## IL MOVIMENTO COMPLESSIVO 2015

La Riviera dell'Emilia-Romagna ha chiuso l'anno in bellezza. Per le festività di fine anno l'apparato alberghiero si è attivato in misura superiore rispetto al passato: erano aperti circa **700 alberghi** (600 solo nella provincia di Rimini), con una disponibilità ricettiva di circa 65.000 posti letto. Nessuna altra area turistica balneare italiana presenta in questo periodo un'offerta con queste dimensioni.

A Natale ed in particolare per Capodanno, è stato il calendario degli eventi a fare la differenza. Da Rimini a Riccione, da Bellaria a Cesenatico, fino a Cervia-Milano Marittima, gli appuntamenti organizzati per festeggiare il Natale ed il Nuovo Anno hanno assicurato un movimento turistico ed escursionistico superiore al 2014. Lo conferma il 45% degli operatori interpellati dall'Osservatorio Turistico Regionale; parla di stabilità (rispetto allo scorso anno) il 41% e di leggera diminuzione il 14%.

Archiviate le festività, l'elaborazione del bilancio annuale dell'intero anno 2015 per la Riviera è utile per stilare il consuntivo turistico complessivo della Regione Emilia-Romagna.

### ANDAMENTO TURISTICO DELLA RIVIERA NEL 2015 (gennaio-dicembre)

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

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

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

## IL SISTEMA TURISTICO DELLA RIVIERA

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

### DISPONIBILITÀ RICETTIVA SULLA RIVIERA

RIVIERA EMILIA ROMAGNA	Estate 2015
<b>Alberghi</b>	3.100
<b>Posti letto alberghieri</b>	230.000
<b>Posti letto extralberghieri</b>	460.400
<b>TOTALE Posti letto</b>	<b>690.400</b>

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

Per quanto riguarda l'offerta di ristorazione, la Riviera dispone di oltre 2.200 tra ristoranti, pizzerie e trattorie, e 3.700 pubblici esercizi tra bar, caffetterie, birrerie/pub, enoteche. L'animazione è garantita da 145 locali di ritrovo, tra discoteche, dancing e disco-bar al servizio degli ospiti della Riviera.

Realizzato col contributo di Trademark Italia

12

**PUBBLICI ESERCIZI E LOCALI DI INTRATTENIMENTO  
DELLA RIVIERA ROMAGNOLA**

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

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

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

**LE ATTIVITÀ DI SPIAGGIA SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA**

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

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

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

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

### I VISITATORI DEI PARCHI DELLA RIVIERA NEL 2015

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

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

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

## L'ANDAMENTO METEO 2015

La **componente meteo** ha influito positivamente sul bilancio complessivo dell'estate 2015. Afa, temperature superiori alla media e città roventi hanno spinto numerosi vacanzieri, escursionisti e pendolari residenti nei centri urbani del centro-nord Italia verso il mare. Il clima complessivamente favorevole tra maggio e agosto (99 giornate di sole sulle 123 disponibili), ha contribuito a rafforzare ulteriormente la percezione di una stagione generosa in termini di arrivi e presenze. Il mese di luglio, in particolare, si è rivelato il più caldo degli ultimi 50 anni, con 29 giornate di sole contro le 25-27 registrate in media nelle ultime stagioni. In linea con le medie stagionali il mese di agosto che, nella sostanza, ha fatto registrare il medesimo andamento dello scorso anno con 22 giornate di sole.

Positive per il turismo balneare le temperature superiori alla media del periodo (10 le giornate "bollenti" oltre i 36°C).

Dalla tabella risulta particolarmente evidente il miglioramento delle condizioni meteo di luglio 2015 (14 giornate di sole in più rispetto allo stesso mese del 2014). Nel 2014 il mese di agosto era stato premiato dal sereno-soleggiato

Realizzato col contributo di Trademark Italia

14

per un identico numero di giornate. Anche settembre ha beneficiato di un andamento meteo migliore (5 giornate di sole in più rispetto al 2014).

### ANDAMENTO METEO DELL'ESTATE 2015

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

Fonte: Osservazioni Trademark Italia

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

Nel complesso quel **21% circa di giornate di sole in più** ha condizionato in maniera positiva l'andamento dell'estate 2015.

### LE USCITE AI CASELLI AUTOSTRADALI

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

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

Nell'estate 2015 si conferma dunque il trend di crescita del traffico in arrivo sulla Riviera, un dato che peraltro aveva contraddistinto anche l'estate 2014.

### **ARRIVI AUTOSTRADALI MAGGIO-SETTEMBRE**

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

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

Come emerge dai dati di uscita ai caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna, si sono distinte Riccione (+5,4%) e Cattolica (+5,8%), seguite da Gatteo Mare (uscita Valle Rubicone), Cesenatico, Cervia-Milano Marittima, Rimini, Bellaria-Igea Marina, i Lidi di Ravenna e di Comacchio.

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

### **ARRIVI AUTOSTRADALI GENNAIO-DICEMBRE**

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

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

Per quanto riguarda l'andamento ai singoli caselli autostradali della Riviera dell'Emilia-Romagna, si sono distinte Riccione (+5,9%) e Cattolica (+6,0%), seguite da Cesenatico, Gatteo Mare e Bellaria-Igea Marina (uscita Valle del Rubicone).

Questo è il dettaglio dell'andamento mensile delle uscite ai caselli autostradali a supporto delle locali performance nei diversi periodi dell'anno:

**LE USCITE AUTOSTRADALI 2015 IN RIVIERA**

<b>Gennaio 2015</b>	<b>+4,6%</b>
<b>Febbraio 2015</b>	<b>+0,5%</b>
<b>Marzo 2015</b>	<b>+3,6%</b>
<b>Aprile 2015</b>	<b>+4,1%</b>
<b>Maggio 2015</b>	<b>+6,8%</b>
<b>Giugno 2015</b>	<b>+3,1%</b>
<b>Luglio 2015</b>	<b>+3,0%</b>
<b>Agosto 2015</b>	<b>+0,3%</b>
<b>Settembre 2015</b>	<b>+3,8%</b>
<b>Ottobre 2015</b>	<b>+0,6%</b>
<b>Novembre 2015</b>	<b>+3,6%</b>
<b>Dicembre 2015</b>	<b>+4,4%</b>
<b>Gennaio-Dicembre 2015</b>	<b>+3,2%</b>

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

La crescita del movimento autostradale, che i tecnici considerano emblematica di "ripresa economica" è un dato stabile e rassicurante ed avvalora gli altri indicatori positivi.