

Nota per la Stampa

Roma, 4 agosto 2007

FIPE: TORNANO LE VACANZE AGOSTANE

L'esodo estivo annunciato sulle principali strade e autostrade italiane è pienamente confermato dall'indagine estiva realizzata come ogni anno dal centro studi di Fipe-Confcommercio sui comportamenti dei turisti. Secondo la ricerca, il mese di agosto torna ad essere quello in cui si concentrano le vacanze di italiani e turisti. In una stagione che si preannuncia in calo, quello di agosto è l'unico mese fra i quattro esaminati a far registrare un aumento di presenze. Se giugno e luglio hanno già fatto registrare in termini di consuntivo una flessione di turisti superiore addirittura al 3%, la stima per settembre è ancora peggiore: il calo previsto è infatti del 4,5%. Sembra dunque rispolverata la vecchia abitudine della pausa estiva concentrata in un solo mese dell'anno.

"Questo dato – afferma Lino Enrico Stoppani, presidente di Fipe – ci preoccupa molto. Anziché andare verso un allungamento della stagione, sembra che si torni indietro. Tutti auspichiamo una destagionalizzazione per sfruttare al meglio le potenzialità dell'Italia, ma per realizzarla bisogna soddisfare almeno tre condizioni: l'orientamento verso una domanda più organizzata fatta da gruppi e pacchetti viaggio; la realizzazione di un sistema a rete sul fronte dell'offerta; il coordinamento delle politiche di promozione".

Se le tendenze dovessero essere confermate, a consuntivo la stagione farà registrare perdite reali per oltre 800 milioni di euro (-2,4% sul totale). La colpa, almeno questa volta, non può ricadere sul carovita. Per la stragrande maggioranza degli intervistati (81,3%) i prezzi sono rimasti invariati rispetto al 2006. Il settore invece continua a dare il suo contributo a livello di impiego. Nei soli pubblici esercizi, il mese di agosto dà lavoro a 813.000 persone (53% donne e 47% uomini) di cui 512.000 dipendenti e 301.000 autonomi.

A soffrire in particolare sono le località di montagna considerate troppo care, seguite a ruota da quelle marine ritenute troppo classiche come genere di vacanza. Nel primo caso la flessione dei pernottamenti tocca addirittura il 4,6%, mentre il mare potrebbe perdere il 2,4% delle presenze. Tale flessione però non sembra ripercuotersi sugli stabilimenti balneari i cui ingressi rimangono stabili rispetto a quelli della stagione precedente. I turisti, nella maggior parte stranieri, sembrano preferire le città d'arte e i centri minori, premiando le politiche culturali attuate dai relativi comuni.

Dal punto di vista territoriale, il centro Nord tiene un andamento stabile a differenza del Sud e delle Isole dove il calo di presenze è più sentito.

In fatto di consumi, invece, la domanda sembra orientarsi sugli stili salutistici, ma non troppo dispendiosi. Oltre all'intramontabile pizza e birra, vanno di moda anche piatti di pesce, gelati e acqua a volontà. Male, invece, il morde e fuggi di tramezzini e panini. In calo i pasti al ristorante e quello di superalcolici. I consumi si stanno polarizzando sull'eccellenza e sull'essenzialità, che lascerebbe pensare ad un assottigliamento della fascia media di reddito.

"Il consumatore – conclude Stoppani - sembra soffrire per il potere di acquisto che non cresce. Non rinuncia alla vacanza, ma riduce le spese all'essenziale. In questo contesto per le imprese turistiche è alto il rischio di una banalizzazione dell'offerta di servizi turistici, di una progressiva perdita di identità del settore e di una concorrenza aggressiva da parte dell'offerta proveniente dalle mete straniere. Si deve lavorare ancora molto per migliorare la comunicazione e l'immagine del Paese, magari con un'azione di marketing strategico dove l'impegno del pubblico deve essere significativo".



Ufficio Studi

FOCUS TURISMO

La stagione estiva 2007

Roma, 3 agosto 2007

Nota metodologica

L'indagine è stata condotta nel periodo 10-27 luglio su un campione di 382 imprese tra ristoranti, bar, gelaterie, discoteche, stabilimenti balneari e rifugi alpini attivi nelle più importanti aree turistiche del Paese.

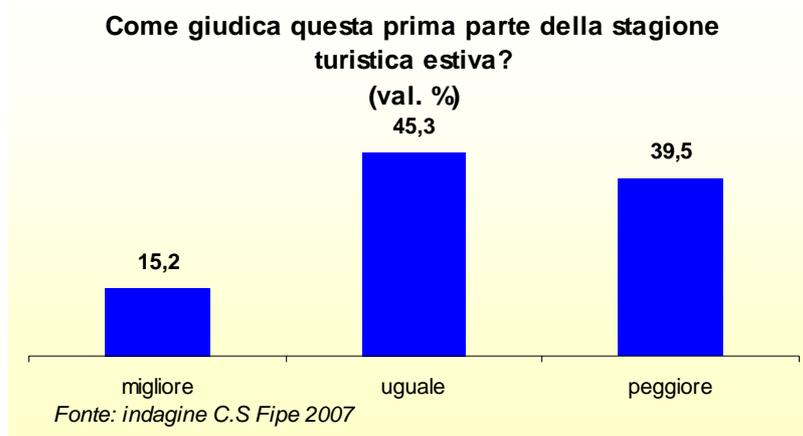
Ciò ha permesso di considerare anche quella rilevante quota di turismo che non transita per luoghi di pernottamento come alberghi, residence, campeggi, ecc. e che per questo mai viene contabilizzata dalle statistiche ufficiali.

La disponibilità di un osservatorio costituito da imprese turistiche "essenziali" per la vita quotidiana del turista a prescindere dalla soluzione alloggiativa scelta, permette di *captare*, con buona affidabilità, i veri trend del turismo.

I RISULTATI

Calano presenze e fatturato

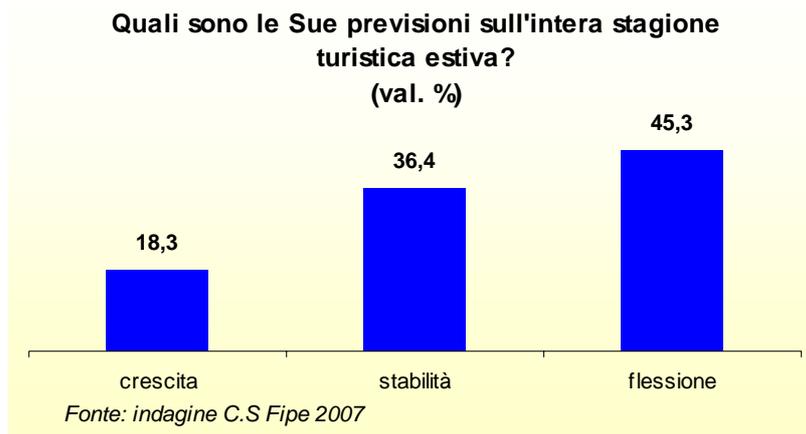
Per il 39,5% degli intervistati la prima parte della stagione estiva (giugno e luglio) è sicuramente peggiore di quella dello scorso anno.



Il 45,3% ritiene che i risultati siano più o meno sugli stessi livelli, mentre sono migliori solo per il 15,2%.

Il quadro peggiora se la valutazione viene allargata all'intera stagione attraverso la sintesi tra consuntivo (giugno-luglio) e aspettative (agosto-settembre).

Cresce il gruppo dei pessimisti (dal 39,5% al 45,3%), mentre rimane pressoché invariata la quota di coloro che ritengono che la stagione 2007 sarà, alla fine, migliore dell'anno precedente.



Luglio male, agosto tutto esaurito

Secondo le indicazioni degli intervistati la stagione estiva 2007 si chiuderà con una flessione del movimento turistico del 2,3%. La perdita, tradotta in presenze sulla base dell'indicatore di permanenza media, ammonterà a 14milioni di pernottamenti. Un risultato che sarebbe stato ancor più pesante senza i buoni risultati attesi nel mese di agosto con presenze in crescita di mezzo punto percentuale.

Presenze per mese	
	<i>var. %</i>
giugno	-3,1
luglio	-3,9
agosto	0,5
settembre	-4,5
totale	-2,3

Fonte: indagine C. S. Fipe, 2007

La stima, a consuntivo, per giugno e luglio dà una flessione delle presenze superiore al -3%, mentre la previsione per il mese di settembre arriva al -4,5%.

Se tali tendenze dovessero essere confermate a consuntivo la stagione estiva farà registrare perdite reali per oltre **800milioni di euro** (-2,4% sul totale).

Bene città d'arte e centri minori, faticano mare e montagna

Nella tabella vengono riportate le previsioni relative alle presenze per tipologia di destinazione turistica.

trend	località	var. % presenze
↓	Mare	-2,4
↓↓	Montagna	-4,6
=	Laghi	-0,1
↑	Città d'arte	1,5
↑	Centri minori	1,8
↓↓	Altre destinazioni	-3,1

Il turismo nelle città d'arte tiene ed è addirittura previsto un incremento delle presenze nell'ordine di un punto e mezzo percentuale. Anche nei centri minori le presenze dovrebbero risultare in crescita mentre una certa sofferenza viene rilevata nelle località marine e soprattutto in quelle montane dove i flussi turistici dovrebbero calare, nel bilancio di fine stagione, rispettivamente del 2,4% e del 4,6%. Invariate le performance nelle destinazioni lacuali.

In aumento i turisti dell'est Europa, in calo tedeschi e francesi

Le indicazioni provenienti dalle imprese fanno prevedere per questa stagione un andamento divergente tra turismo endogeno e turismo internazionale. Calano i flussi di italiani, aumentano quelli degli stranieri.

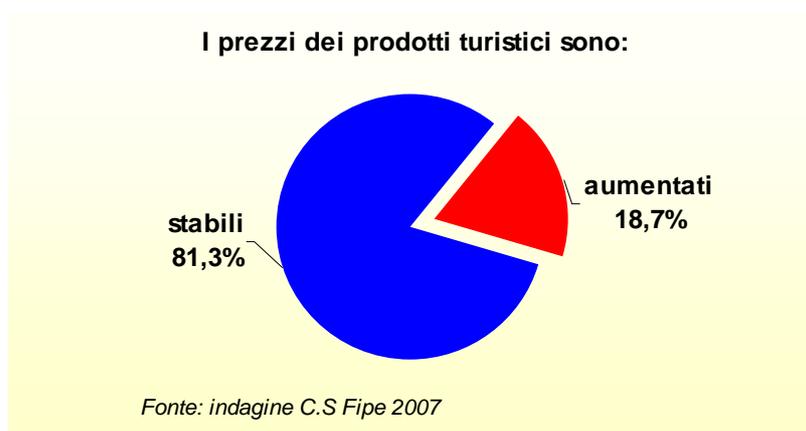
trend	nazionalità	var. % presenze
↓	Italiani	-2,9
↑	Stranieri	0,9

Entrando nel dettaglio sono dati in aumento i turisti dei Paesi dell'est Europa, russi in testa, e quelli del nord Europa, olandesi esclusi. In calo tedeschi e francesi, mentre tengono i flussi provenienti da Stati Uniti, Giappone e Cina.

↑↑	russi, altri Paesi est-Europa
↑	Paesi del nord-Europa
=	cinesi, americani, giapponesi
↓	olandesi
↓↓	tedeschi, francesi

Prezzi stabili

Per l'81,3% degli intervistati i prezzi dei servizi turistici (dall'albergo al campeggio, dal ristorante al bar, dallo stabilimento balneare alla discoteca) sono rimasti sui livelli della stagione 2006. Per un imprenditore su cinque sono, invece, aumentati.



Buoni affari per pizzerie, gelaterie e locali di intrattenimento

La stagione turistica 2007 si conferma positiva per pizzerie, gelaterie e locali di intrattenimento, mentre gli affari non vanno altrettanto bene per ristoranti e bar.

Gli stabilimenti balneari non sembrano soffrire le conseguenze del calo di presenze nel segmento mare a conferma dell'apprezzamento che questa tipologia di servizi incontra tra i turisti. Situazione critica per i rifugi alpini.

↑	Pizzerie, gelaterie, loc. intrattenimento
=	Stabilimenti balneari
↓	Bar, ristoranti
↓↓	Rifugi alpini

Pizza, birra e tanta acqua minerale

L'estate 2007 sembra avere tre prodotti simbolo: pizza, birra e acqua minerale. Ognuno di essi può essere assunto come chiave per interpretare i comportamenti dei consumatori-turisti. Pizza e birra rappresentano la voglia, economicamente sostenibile, di "fuori casa". L'altra faccia della medaglia sta nelle difficoltà che, invece, incontra la ristorazione tradizionale.

Il forte consumo di acqua minerale riflette le elevate temperature raggiunte dal termometro, ben al di sopra delle medie stagionali ma anche una rinnovata sensibilità al salutismo che trova ulteriore conferma nell'aumento dei consumi di verdura e succhi di frutta.

↑↑↑	acqua minerale
↑	succhi di frutta
=	bibite
↓	aperitivi

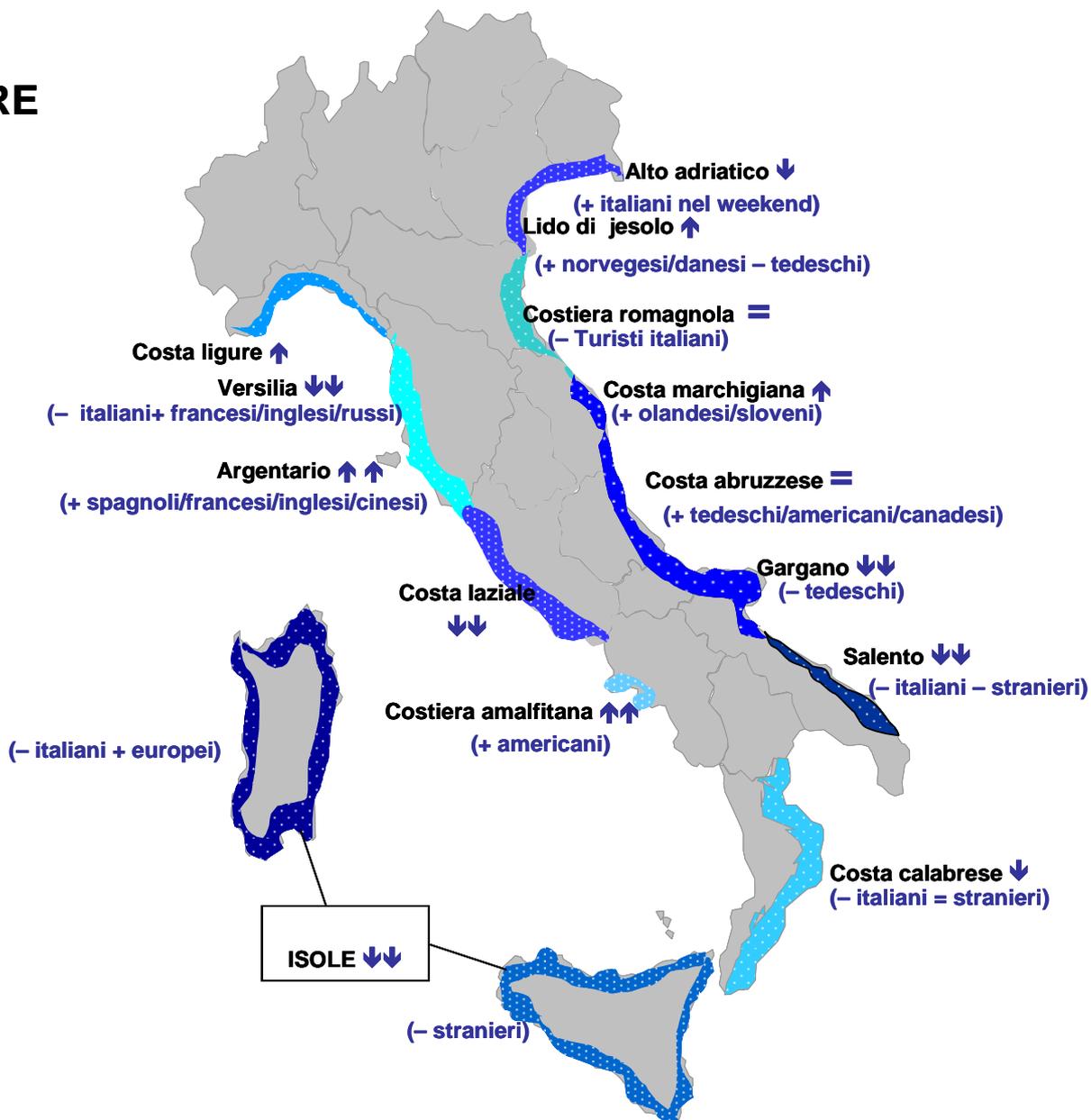
↑↑	birra
↓	vino
↓↓↓	Alcolici/superalcolici

↑↑	pizza, insalate/verdura
↑	gelati, pesce
=	dolci, frutta
↓	panini, tramezzini

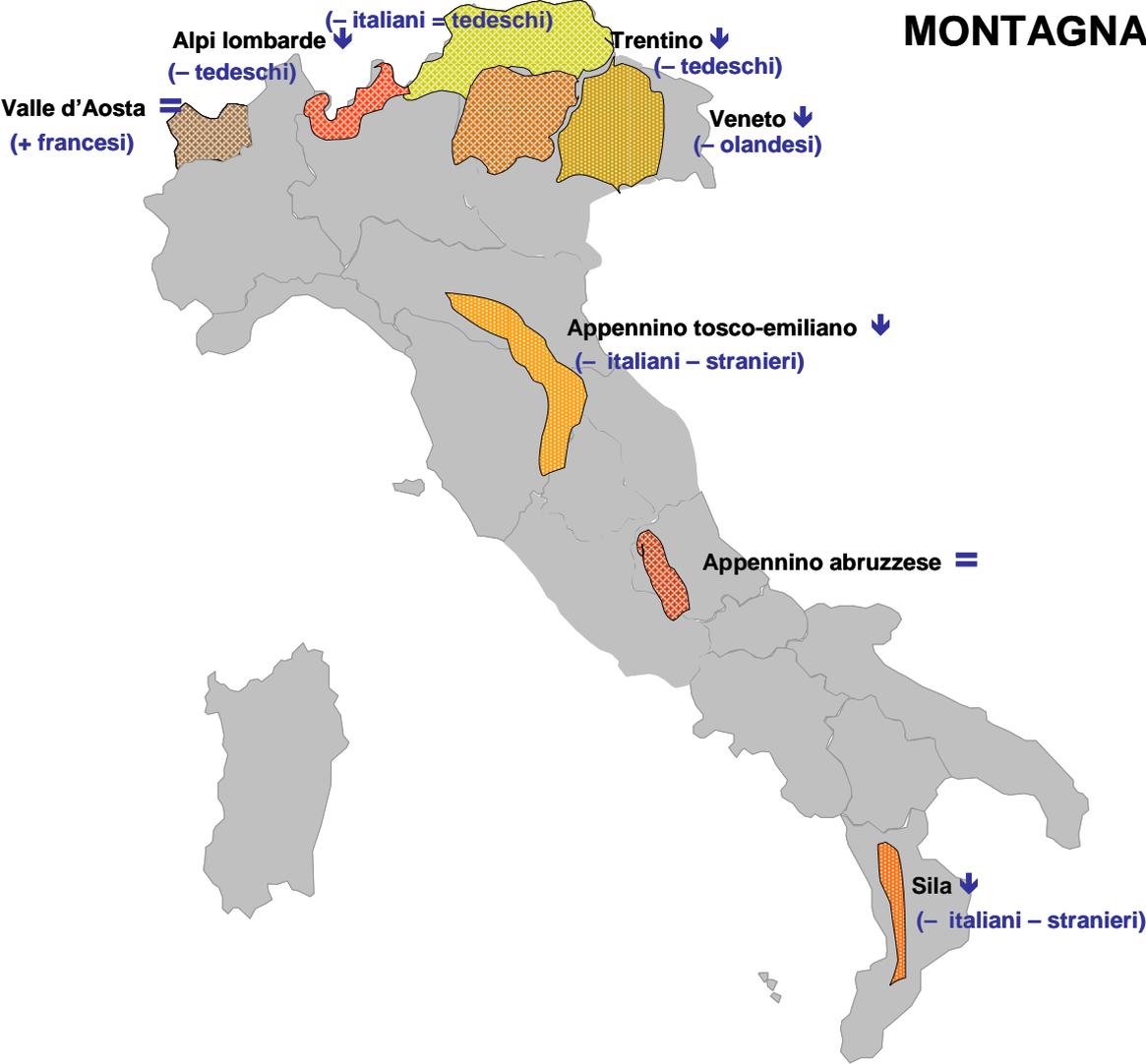
Si conferma la tendenza alla riduzione dei consumi di aperitivi e di alcolici, vino compreso, non solo per esigenze salutistiche ma anche per ragioni di budget.

LE MAPPE DELLA STAGIONE TURISTICA 2007

MARE



MONTAGNA



CITTA' D'ARTE E CENTRI MINORI

