

ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO

Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai Tour Operator

ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' ESTERE

Coordinamento generale: Mauro Zanini— Vicepresidente nazionale Federconsumatori

Gruppo di lavoro:

Stefano Cipolli - Federconsumatori

Laura Morando - Ente Bilaterale Nazionale Turismo



Ente Bilaterale Nazionale del Turismo

Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

E- mail: info@ebnt.it

<http://www.ebnt.it>



Federconsumatori

Via Palestro 11, 00185 Roma

Tel. +39 06 42020755

Fax. +39 06 47424809

E-Mail: federconsumatori@federconsumatori.it

<http://www.federconsumatori.it>

PRESENTAZIONE

Il comparto turistico rappresenta, per il Sistema Italia, uno dei principali settori produttivi. La molteplicità dei fattori, interni ed esterni, che determinano la spiccata dinamicità del settore nel suo insieme, richiederebbe un costante monitoraggio sul complesso dei fenomeni che lo caratterizzano.

La statistica ufficiale mostra, invece, evidenti lacune informative, limitandosi ad analizzare soltanto alcune delle principali dimensioni che caratterizzano il settore nel suo complesso: la capacità degli esercizi ricettivi, il movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, la bilancia dei pagamenti turistica, i viaggi e le notti degli italiani all'estero e degli stranieri in Italia.

La parzialità nella copertura informativa del fenomeno complessivo si ripercuote sulla capacità, da parte della statistica ufficiale, di rappresentare sempre un valido strumento di supporto per i decisori nella fase di programmazione a medio – lungo termine in un settore, come quello turistico, nel quale risulta fondamentale attuare iniziative organiche idonee alle effettive esigenze delle componenti che operano nel comparto.

In tal senso, a livello nazionale, risulta evidente l'assenza di valutazioni strutturate sui livelli tariffari, sulla competitività dei sistemi locali, sulle pratiche di sostenibilità del turismo e su altre importanti dimensioni d'analisi.

Federconsumatori da alcuni anni, grazie ad una consolidata metodologia di analisi statistica, cerca di colmare alcune di queste lacune informative svolgendo indagini mirate a valutare le dinamiche dei prezzi praticati nelle strutture ricettive nazionali e in questa sede, grazie alla lodevole iniziativa dell'Ente Nazionale Bilaterale del Turismo, estende tale indagine ai principali competitors del Sistema Italia.

Lo scopo della presente indagine è appunto, quello con il secondo anno, di costituire un Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio, relative alle destinazioni turistiche estere in concorrenza con quelle italiane, formulate da un numero rilevante fra i maggiori Tour Operator che operano nel mercato nazionale.

La pubblicazione dell'Osservatorio permanente mette a disposizione dati ed analisi funzionali ad operatori turistici e cittadini, con il corredo della dimensione tariffaria, collocata in un quadro macroeconomico del settore turistico.

L'auspicio è quello di raccogliere il dovuto interesse che permetta la continuità del lavoro e l'ampliamento delle tematiche di indagine, allo scopo di raggiungere un livello di rilevazione e di analisi quanto più possibile esauriente e soddisfacente per le esigenze degli Operatori del settore e degli utenti che usufruiscono dei servizi offerti.

Il Curatore del Rapporto:

Stefano Cipolli



Ente Bilaterale Nazionale Turismo

L'ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO (EBNT), è un organismo paritetico costituito nel 1991 dalle organizzazioni sindacali nazionali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative nel settore Turismo: Federalberghi, Fipe, Fiavet, Faita, Federreti, Filcams - CGIL, Fisascac - CISL, Uiltucs - UIL.

EBNT, è un ente senza fini di lucro e costituisce uno strumento per lo svolgimento delle attività individuate dalle parti stipulanti il CCNL Turismo in materia di occupazione, mercato del lavoro, formazione e qualificazione professionali.

EBNT svolge e promuove attività di studio e ricerca, sperimentazione, documentazione, informazione e valutazione. Fornisce un supporto tecnico- scientifico e alla rete degli Enti Bilaterali Territoriali sulle politiche e sui sistemi della formazione e dell'apprendimento continuo, del mercato del lavoro e dell'inclusione sociale, ne coordina il lavoro e ne definisce le linee operative di indirizzo.

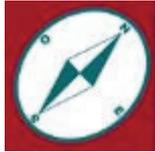
EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

L'impegno di EBNT, inoltre, è quello di offrire risposte alle situazioni di crisi congiunturali che si manifestano sul territorio nazionale, intervenendo con forme di sostegno al reddito a favore dei lavoratori dipendenti, salvaguardando l'occupazione e la professionalità degli addetti.

EBNT ha investito sul valore della bilateralità, interpretando le relazioni tra l'impresa e il sindacato come una risorsa.

*Il Presidente
Gabriele Guglielmi*

*Il Vice Presidente
Giuseppe Cassarà*



FEDERCONSUMATORI

ASSOCIAZIONE NAZIONALE DI CONSUMATORI E UTENTI

Federconsumatori, costituita nel 1988 con il sostegno della Cgil, è un'associazione senza scopo di lucro che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti. Alla sua costituzione hanno contribuito anche esperti di consumerismo operanti nell'ambito dell'Università, dell'informazione e del Parlamento, impegnati da anni in difesa dei diritti dei consumatori.

Federconsumatori è presente su tutto il territorio nazionale con una rete capillare di sportelli per fornire assistenza e consulenza a tutti i cittadini. Possono accedere agli sportelli e alle sedi dell'associazione tutti i consumatori indistintamente. Gli operatori degli sportelli svolgono soprattutto un'attività di informazione dei consumatori, dei loro diritti, delle leggi vigenti e delle azioni da intraprendere per risolvere i loro problemi.

I servizi di informazione, consulenza ed assistenza sono espletati da esperti qualificati. Il consumatore che lo desidera può associarsi alla Federconsumatori ed usufruire del relativo servizio di sportello versando una quota fissa annua. Per specifici interventi di natura tecnico-legale dovranno essere corrisposte spese ed onorari di spettanza dei professionisti indicati dalla Federconsumatori, che applicheranno gli onorari minimi previsti dai rispettivi ordini professionali.

La Federconsumatori che già da venti anni opera con competenza e professionalità nella difesa dei diritti dei consumatori, ha promosso molteplici iniziative, incontri, dibattiti, conferenze, ricerche e campagne informative, a diversi livelli: locale, nazionale ed europeo.

L'associazione collabora con istituzioni comunitarie e nazionali: Commissione Europea per le politiche dei consumatori, Parlamento Europeo, il Comitato economico e sociale, i Ministeri, il CNEL, la Commissione di garanzia legge n. 146/90, le Regioni, le Province, i Comuni e le Camere di Commercio.

*Il Presidente
Rosario Trefiletti*

*Il Vice Presidente
Mauro Zanini*



Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai tour operator – anno 2010

indice:

L' osservatorio.....	Pag.	11
Oggetto dello studio.....	"	13
Analisi degli aspetti tariffari nelle località estere.....	"	15
Il turismo nelle località balneari.....	"	17
Il turismo nelle città d'arte.....	"	23
Il turismo di crociera.....	"	25
Bibliografia.....	"	27

L' OSSERVATORIO

L'osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai tour operator prosegue anche per l'anno 2010, il lavoro di monitoraggio sulla competitività del sistema "Turismo Italia". La piena crisi economica in atto rivela dati per cui, la tenuta del comparto turistico rispetto ai dati pessimi del 2009, sarebbe già un enorme successo. Se da una parte i mesi di febbraio – marzo avevano indicato segnali di un' inversione di tendenza, il secondo trimestre 2010 testimonia un ulteriore calo rispetto alle presenze 2009.

Tuttavia, la quota dei vacanzieri che si sono rivolti alle agenzie ed ai tour operator, cresce rispetto alla significativa inversione di tendenza del turismo registrata nello scorso anno, dove i viaggi vacanza distinti da Istat in relazione alla durata in:

- *Vacanze brevi*: durata di un soggiorno inferiore a quattro pernottamenti.
- *Vacanze lunghe*: durata del soggiorno e' di oltre quattro notti.

hanno subito per i primi una consistente diminuzione (-11,6%), mentre stabili sono risultati le seconde, così come gli spostamenti verso l'estero.

Nel corso del 2009 gli italiani hanno fatto 94,2 milioni di vacanze, di cui 71,7 all'interno del territorio italiano e 22,5 milioni all'estero. (fonte ISNART).

Tav. 1 - Persone che nel corso del 2009 hanno effettuato almeno un viaggio, distinte per trimestre, tipologia e sesso, valori % per 100 residenti.

	GENNAIO-MARZO			APRILE -GIUGNO			LUGLIO-SETTEMBRE			OTTOBRE-DICEMBRE		
	Almeno una vacanza	Almeno un viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	Almeno una vacanza	Almeno un viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	Almeno una vacanza	Almeno un viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	Almeno una vacanza	Almeno un viaggio di lavoro	Almeno un viaggio
	SESSO											
Maschi	17,5	4,3	20,3	25,4	4,7	28,3	46,9	5,3	48,2	16,4	4,5	19,3
Femmine	16,4	1,3	17,4	26,0	2,0	26,6	46,7	1,7	47,0	15,4	1,4	16,2
TOTALE	16,9	2,8	18,8	25,7	3,3	27,4	46,8	3,4	47,5	15,9	2,9	17,7

(Fonte Istat)

La fonte dei dati, raccolti tramite consultazione, e' l'universo delle possibili mete di destinazione dei flussi turistici costituiti dalle offerte contemplate nei cataloghi messi a disposizione dai maggiori tour operator che attraverso le agenzie di viaggio, operano sul mercato nazionale come: Costa crociere, Alpitour word (Alpitour, Francorosso, Viaggidea, Volando, Carambola, Villaggi Bravo), MSC crociere, Valtur, Eden viaggi, Boscolo Tours, Veratour, Settemari, I grandi Viaggi.

I Tour operator risultano essere il cardine della progettazione e costruzione dei pacchetti vacanze e le agenzie di viaggio dell' intermediazione turistica, anche attraverso il processo di adattamento e modificazione intervenuto con l'avvento di internet.

L'utilizzo della rete da parte dei consumatori sempre più attenti alla valorizzazione delle offerte, ha reso necessario una modificazione di quello che e' stata da parte dei tour operator l'intermediazione turistica in senso tradizionale, caratterizzandosi con vendite dirette su internet, con offerte combinabili ed aggregazioni in grado di svolgere una promozione più efficace, rappresentandone uno strumento di interazione tra utente ed agenzia.

L'avvento di internet ha determinato una nuova logica del mercato vacanze, favorendo da un lato la diffusione delle politiche low cost, last minute e dall'altro consentendo al turista consumatore di sperimentare virtualmente una grande quantità di soluzioni.

L'incremento esponenziale di questa nuova forma di interazione tra domanda e offerta, ha visto di pari passo il proliferarsi di agenzie ed operatori turistici ad esclusiva gestione virtuale, che spesso finiscono sotto la lente dell'antitrust (su segnalazione o denuncia degli stessi clienti), per pratiche commerciali scorrette, mancanza di trasparenza e modalità di promozione offerte.

Infine, la quantità di informazioni reperibile sul web ha contribuito a far nascere degli aggregati di notizie (blog, siti specializzati), che sempre più vengono utilizzati dai viaggiatori, che attraverso il contributo informativo diretto consentono di migliorare o peggiorare la reputazione turistica dei luoghi e delle stesse strutture di ospitalità.

E' proprio per l'accresciuta informazione e la voglia di partire "sicuri", che molti turisti scelgono di stipulare un contratto di viaggio presso professionisti come le agenzie di viaggio. Agenzie passate dalle 11.000 nel 2007, alle 13.000 nel 2009.

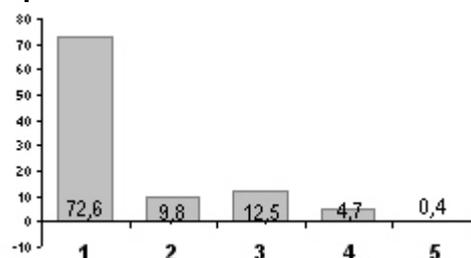
L'aumento del numero delle agenzie ha però prodotto un calo del fatturato medio per le stesse, accrescendone in alcuni casi, il rischio sopravvivenza, costringendole ad aggregarsi in network di settore ed agire come gruppi di acquisto, ottenendo così dai fornitori (tour operator), condizioni più favorevoli.

OGGETTO DELLO STUDIO

Oggetto principale dello studio, supportato da un opportuno piano di campionamento, e' l'analisi della spesa media, non comprensiva di agevolazioni e promozioni, sostenuta da un individuo per l'acquisto di un **pacchetto vacanza tutto compreso**¹, (generalmente comprensivo delle voci quali: pernottamenti alberghieri, viaggio di trasferimento, polizze assicurative, tasse e altri servizi in loco), relativo ad un soggiorno della durata di 8giorni/7notti, in una meta turistica estera tra le piu' richieste (la scelta ha riguardato le localita' che si affacciano sul bacino del mediterraneo), nel periodo di ferragosto 2010.

Tav. 2: la domanda turistica italiana 2010 per destinazione :

Paese estero di destinazione:	
1 - Europa	72,6
2 - Americhe	9,8
3 - Africa	12,5
4 - Asia	4,7
5 - Oceania	0,4



Tav. 3: Tavola previsione di vendita dei Tour operator europei 2010 :

Citta' d'arte	62,7	Montagna estiva	16,1
Mare	38,5	Sport	14,2
Itinerari	27,6	Agriturismo	13,9
Laghi	25,2	Terme	13,6
Montagna	24,8	Montagna invernale	13,0
Siti Archeologici	20,0	Eventi	12,7
Turismo responsabile	20,0	Business	11,8
Enogastronomia	17,3	Religioso	10,6
		Altri (Meeting, Charter...)	13,7

Dati % sul totale Tour Operator - fonte Isnart

¹ *Da ricordare che la normativa sui pacchetti vacanza prevede che "La nozione di pacchetto turistico è la seguente: "I pacchetti turistici hanno ad oggetto i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso», risultanti dalla prefissata combinazione di almeno due degli elementi di seguito indicati, venduti od offerti in vendita ad un prezzo forfetario, e di durata superiore alle 24 ore ovvero estendentesi per un periodo di tempo comprendente almeno una notte:

a) trasporto;

b) alloggio;

c) servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio (omissis) ... che costituiscano parte significativa del «pacchetto turistico»" (art. 84 Cod. Cons.).

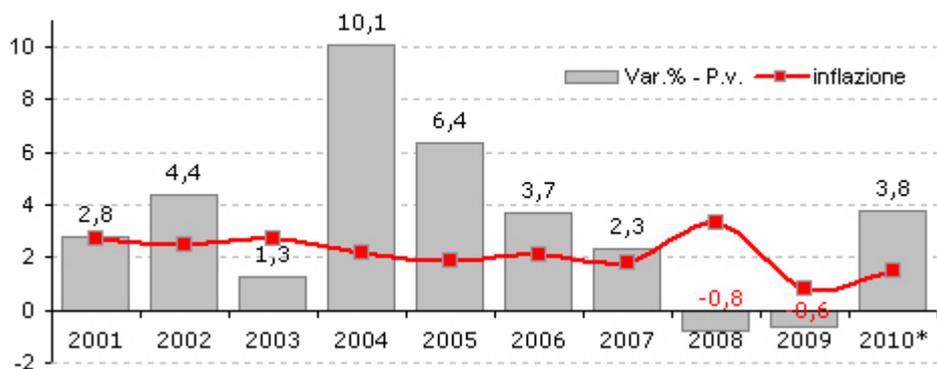
Il consumatore ha diritto di ricevere copia del contratto di vendita di pacchetto turistico (ai sensi degli artt. 85 e 86 Cod. Cons.), che è anche documento per accedere eventualmente al Fondo di Garanzia di cui all'art. 20 delle presenti Condizioni Generali di Contratto."

La decisione quindi di prendere in esame le tariffe facenti capo ad una singola persona interessata all'acquisto di un pacchetto vacanza, non rappresenta quasi sicuramente il tipo di utente medio vacanziero, ma ne risulta l'unico strumento di analisi e comparazione.

Sarebbe risultato altresì impossibile (dagli stessi operatori del settore), stabilire un impianto osservatorio relativo alle proposte di viaggio pre-partenza, diverso da quello preso in esame, in quanto se da una parte risulta in crescita la domanda presso i tour operator dei vacanzieri, dall'altra cresce la tenenza a spendere meno.

Risultano innumerevoli le possibilità di risparmio, proposte dai tour operator, attraverso soluzioni o combinazioni all'interno dello stesso pacchetto viaggio, con scontistiche che riguardano: l'acquisto anticipato del viaggio, agevolazioni per la clientela ultrasessantacinquenne, per gruppi o minigruppi, per genitori con figli, single, clienti neo-sposi (alcuni operatori propongono speciali cataloghi ad hoc per i viaggi di nozze). Inoltre, alcune imprese attuano politiche di fidelizzazione del cliente con scoutistiche progressive per chi ha già acquistato prodotti (anche tramite l'utilizzo di carte-fedeltà con l'accumulo di punti).

Graf. 1 - Variazione dei pacchetti vacanza rilevati dall'Istat e confronto con inflazione – anni 2001-2010



2010* dato tendenziale mese di Aprile

Anche l'Istituto nazionale di statistica (Istat) utilizza per il calcolo dell'indice dei prezzi in rappresentanza della voce "pacchetti vacanza" i dati provenienti dalla consultazione mensile dei cataloghi. La rilevazione dei dati avviene su un campione di 236 proposte, provenienti da n. 25 tour operator, mentre il sistema di ponderazione è basato sui dati relativi ai pacchetti venduti per destinazione.

Per il calcolo dell'indice, viene infine utilizzato come prezzo mensile di riferimento, la media aritmetica dei prezzi in vigore nel mese, ponderata con il numero di giorni di validità.

ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' ESTERE

Per dare continuita' alla precedente edizione anche se non ne e' possibile il confronto, a causa di fattori oltre a quelli riportati precedentemente, che hanno influenzato le scelte di destinazione quali: la crisi economica, particolari condizioni atmosferiche, calamita' naturali, crisi politiche locali e per ultimo la disponibilita' economica del cliente che ne pregiudica sia la meta che il tipo di vacanza.

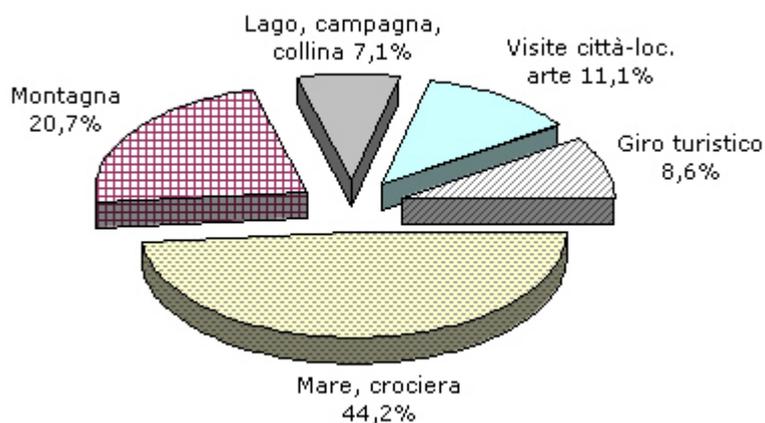
Il campione e' stato opportunamente suddiviso nei tre tipologie di turismo, per le quali sono stati definiti altrettanti distinti percorsi di campionamento (vedi Tav.4) concentrando l'analisi su un unico arco temporale (soggiorno nella settimana del ferragosto 2010):

turismo balneare: con destinazioni nelle localita' dei seguenti Paesi europei o del bacino del Mediterraneo: Slovenia, Croazia, Grecia, Spagna, Marocco, Tunisia, Egitto Turchia e un soggiorno con trattamento a pensione completa in villaggio o albergo, in camera doppia/unita' abitativa di tipo standard.

turismo nelle citta' d'arte/capitali: dove per tale tipologia turistica vengono analizzate le offerte con destinazione nelle principali citta'/capitali europee, con trattamento di pernottamento e colazione, in albergo, camera doppia di tipo standard.

turismo di crociera all'interno del bacino del mediterraneo: per questa tipologia di vacanza sempre piu' diffusa in quanto associa al suo interno sia una parte delle peculiarita' dei prodotti balneari, che del turismo nelle capitali/citta' d'arte (spesso incluse come tappa negli itinerari di navigazione).

Graf. 2 – Vacanze di riposo/piacere/svago per tipologia. Valori % anno 2009



Fonte Istat

I tour operator campionati, selezionati in base alla tipologia di mete turistiche inserite nelle proprie offerte, sono: Costa crociere, Alpitour word (Alpitour, Francorosso, Viaggidea, Volando, Carambola, Villaggi Bravo), MSC crociere, Valtur, Eden viaggi, Veratour, Boscolo Tours, Settemari, I grandi Viaggi. Le tariffe rilevate nei cataloghi dei Tour operator, fanno riferimento al periodo primavera-estate 2010.

Tav. 4 Il campionamento per l' analisi dei prezzi – anno 2010



IL TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI

L'analisi ha preso in considerazione i maggiori flussi turistici in partenza dall'Italia, dove la diffusione dei pacchetti all-inclusive, ha reso possibile scoprire destinazioni competitive per prezzo e qualità.

Le mete oggetto di analisi hanno riguardato le nazioni straniere interne o che si affacciano nel bacino del mediterraneo quali: Spagna, Grecia, Croazia, Slovenia, Tunisia, Turchia, Egitto.



A livello territoriale, come nella precedente edizione dell' Osservatorio, i dati sono stati organizzati in quattro livelli gerarchici:

Livello A:	livello nazionale (es. Spagna)
Livello B:	macro area (es. Spagna → Isole Baleari)
Livello C:	Raggrup. Località turistiche balneari (es. Spagna → Isole Baleari → Ibiza)
Livello D:	Località turistica balneare (es. Spagna → Isole Baleari → Ibiza → S. Antonio)

Le località inserite nel livello massimo di disaggregazione (Livello D), ammontano complessivamente a n. 237 unità, mentre con riferimento alle strutture ricettive, sono state rilevate nel totale delle località balneari n. 1.187 quotazioni tariffarie.

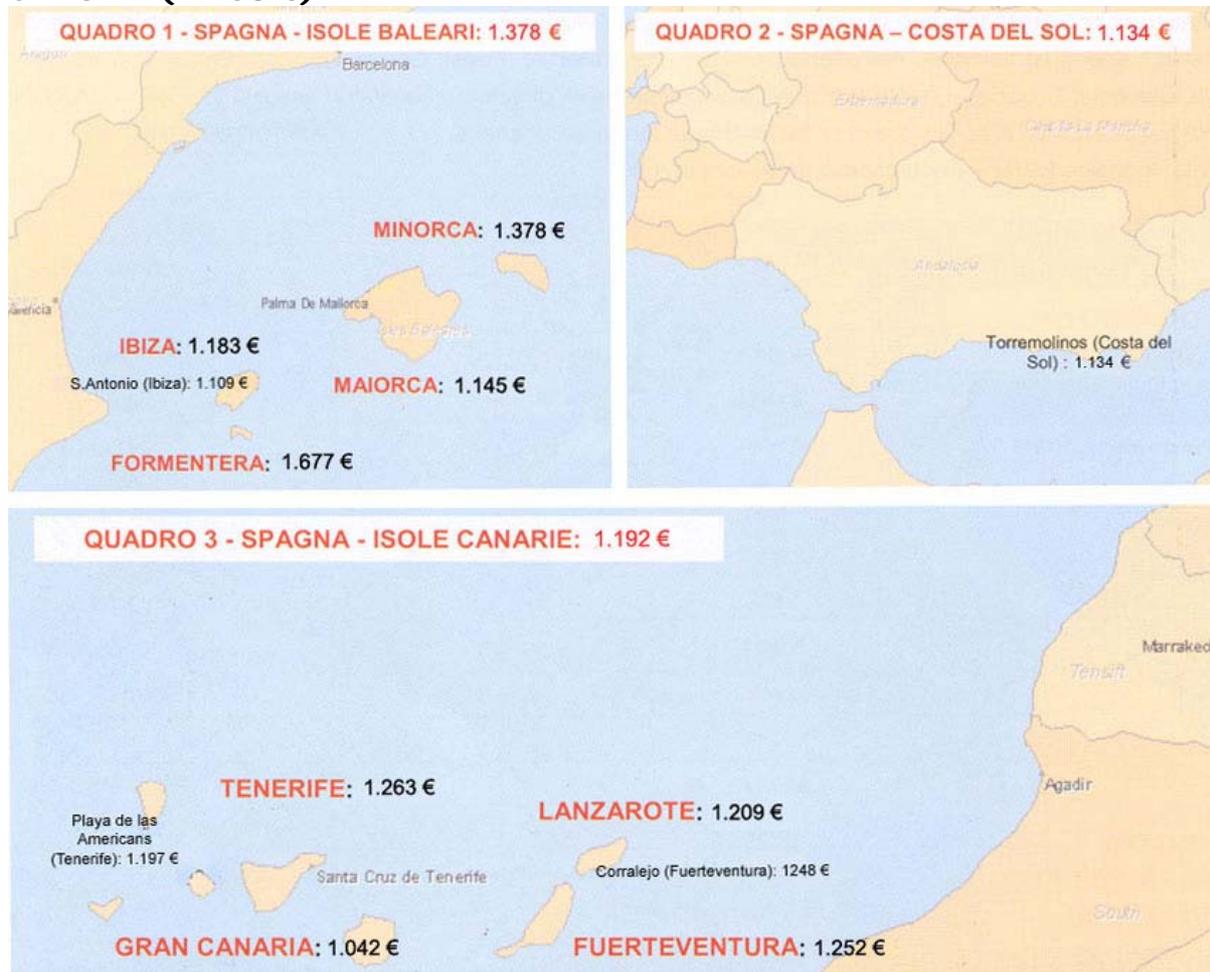
Lo scopo dell'indagine è la stima del prezzo medio da corrispondere per un soggiorno (camera doppia/unità abitativa di tipo standard con trattamento di pensione completa) di 8giorni/7notti, in hotel o villaggio, da un turista adulto nel periodo di ferragosto 2010.

La spesa media per tale soggiorno ammonta nel complesso delle n. 237 localita' a € 1.283,00, come dal quadro di sintesi dei singoli ambiti territoriali sotto riportato.

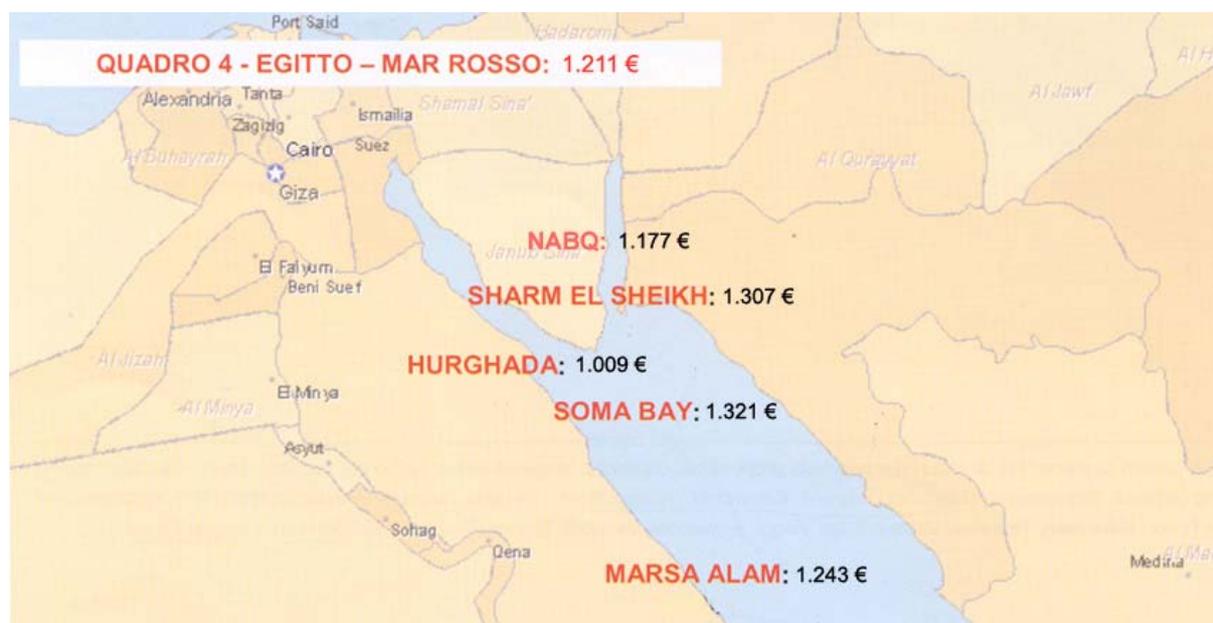


Segue ora, dal dettaglio geografico dei quadri territoriali campionati nell' impianto osservatorio, l'analisi delle singole aree corredate dalla relativa cartografia schematica. In alcuni casi ci si ferma alla rappresentazione a livello C (raggruppamento per localita' turistiche), mentre per altri si riporta anche una sezione di dati al livello D (singola localita').

SPAGNA: (1.268 €)



EGITTO: (1.211 €)



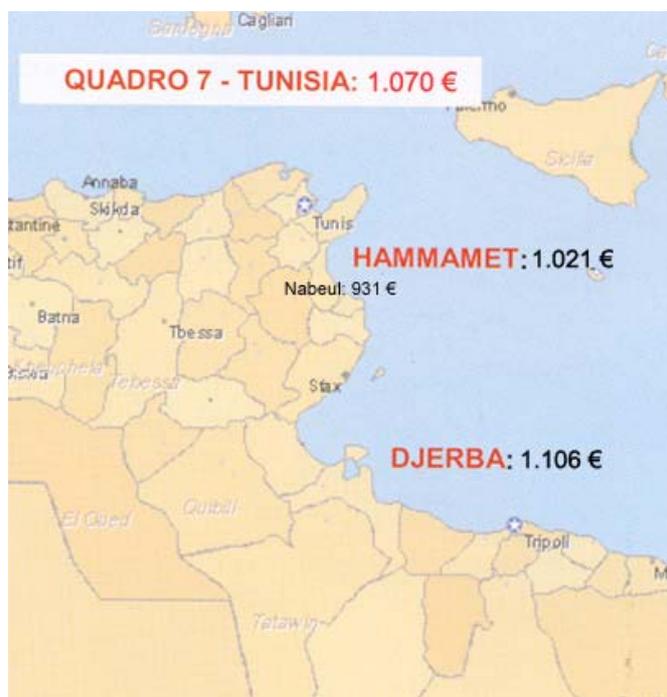
E' il quadro territoriale di analisi che raggruppa sia localita' che si affacciano sulla riva del Mediterraneo, sia quelle nel Mar Rosso come:

- Sharm El Sheikh (1.307 €),
- Hurgada (1.009 €),
- Marsa Alam (1.243 €).

TUNISIA: (1.070 €)

Anche quest'anno la Tunisia risulta essere il paese con il prezzo medio fra i più contenuti tra le nazioni osservate dall'indagine.

Si discostano dal valore medio località turistiche subnazionali come Nabeul (931 €).

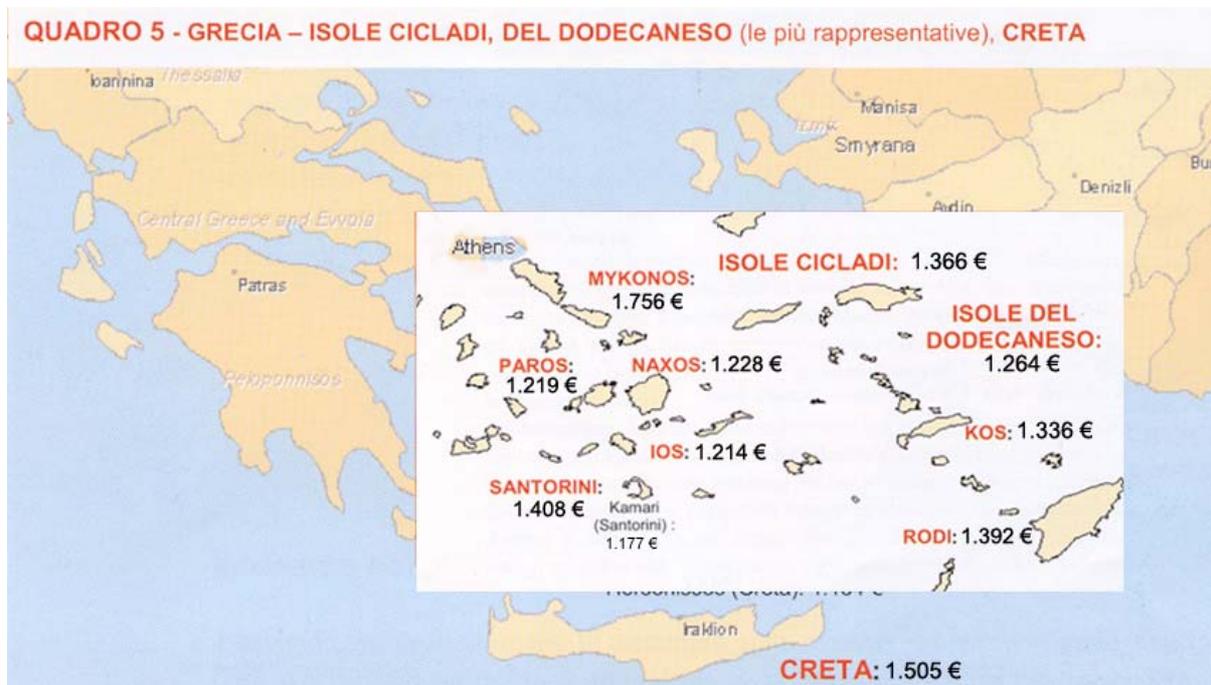


TURCHIA: (1.985 €)

Spiccano in particolare le località del golfo di Antalya.



GRECIA: (1.357 €)



La stima media tariffaria nazionale e' il risultato dell' aggregazione dei valori relativi alle localita' quali:

- Isola di Creta: (1.505 €),
- Isole del Dodecanneso (1.264 €),
- Isole Cicladi (1.366 €).

SLOVENIA E CROAZIA: (810 €)



Realta' che grazie all'organizzazione turistica, e i prezzi competitivi (810 € di media), risulta essere tra le destinazioni turistiche in forte espansione, con i prezzi piu' contenuti. Per Slovenia (818 €), per le macro aree croate (Istria: 834 €, Quarnaro 639 €, Dalmazia 948).

Tav. 5 Quadro tariffario riepilogativo dei prezzi nelle principali localita' balneari – Valori assoluti per area territoriale.

Area territoriale		Prezzo (€)	
SPAGNA		↔	1.268
Isole Baleari di cui:		↑	1.378
	Minorca	↑	1.508
	Maiorca	↔	1.145
	Ibiza	↓	1.183
	Formentera	↓	1.677
Costa del Sol		↓	1.134
Isole Canarie di cui:		↓	1.192
	Tenerife	↔	1.263
	Gran Canaria	↓	1.042
	Lanzarote	↓	1.209
	Fuerteventura	↓	1.252
GRECIA		↑	1.357
Creta		↑	1.505
Isole del Dodecaneso		↔	1.264
	Rodi	↑	1.392
	Kos	↓	1.136
Isole Cicladi		↓	1.366
	Myconos	↑	1.756
	Paros	↓	1.219
	Los	↔	1.214
	Naxos	↓	1.228
	Santorini	↑	1.408
EGITTO		↑	1.211
	Nabq	↔	1.177
	Sharm El Sheikh	↑	1.307
	Hurghada	↔	1.009
	Marsa Alam	↑	1.243
	Soma Bay	↓	1.321
SLOVENIA e CROAZIA		↓	810
	Slovenia	↓	818
	Istria	↓	834
	Quarnaro	↓	639
	Dalmazia	↑	948
TUNISIA di cui:		↑	1.070
	Djerba	↑	1.106
	Hammamet	↑	1.021
TURCHIA			
	Costa di Antalya	↑	1.986
Totale			1.283

↑ ↔ ↓ tendenza dei prezzi medi rispetto al 2009

I prezzi medi si riferiscono ad un soggiorno di 8 giorni/7notti in Hotel/villaggio (trattamento di pensione completa, in camera doppia/unita' abitativa tipo standard) nelle localita' riportate nella tavola. Quote comprensive di soggiorno e volo aereo.

IL TURISMO NELLE CAPITALI E NELLE CITTA' D'ARTE

La seconda parte dell' osservatorio si occupa dell' analisi tariffaria relativa al costo di un pacchetto vacanza (comprensivo di volo aereo), per un soggiorno turistico di 7giorni/6notti, nella settimana del ferragosto (periodo 12/18 agosto 2010), in una capitale o citta' estera.

Questo tipo di vacanza, e' uno dei segmenti piu' ampi del turismo europeo, che rappresenta il maggior tasso di sviluppo dagli anni 2000 e che solo la congiuntura economica negativa degli anni 2008/2009, ha solo temporaneamente rallentato.

Attraverso le stime di vendita dei Tour Operator nel primo quadrimestre 2010, le destinazioni maggiormente richieste (con riferimento sempre al contesto territoriale europeo), sono state individuate nelle citta' di: Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam, Londra, Budapest, Parigi, Praga, Vienna, Mosca, San Pietroburgo.

Sempre attraverso la lettura dei cataloghi delle agenzie di viaggio, sono state rilevate n. 516 quotazioni tariffarie (comprensive di volo aereo) rappresentative delle citta' campionate che riguardano precisamente, la sistemazione in camera doppia di tipo standard, pernottamento e prima colazione, nella fascia di hotel da 3 a 5 stelle, nella settimana di riferimento.

Il dato medio individuale per un turista adulto, ammonta nel complesso a € 764,00.

Dalla disaggregazione di tale valore sono state individuate e suddivise le citta' in tre fasce tariffarie: una al di sotto della media complessiva (ne fanno parte n. 5 localita'), una fascia intermedia (n. 3 localita'), e per ultimo, una fascia con prezzi superiori al dato medio complessivo (n. 4 Localita') che comprende alcune realta' campionate piu' distanti dall'Italia.

Tav. 6 Tavola riepilogativa per fasce tariffarie rilevate.

(valore medio individuale nelle 12 citta' = € 764,00)	
Citta' fascia inferiore:	Barcellona, Madrid, Budapest, Praga, Vienna
Citta' fascia intermedia:	Londra, Parigi, Lisbona
Citta' fascia superiore:	Mosca, San Pietroburgo, Berlino, Amsterdam

Nello specifico, partendo dalla parte orientale europea:

- San Pietroburgo (media **940,00** €) valore minimo 609 €, valore massimo 1.529 €
- Mosca..... (media **871,00** €) valore minimo 550 €, valore massimo 1.312 €
- Berlino..... (media **850,00** €) valore minimo 485 €, valore massimo 1.455 €
- Praga..... (media **672,00** €) valore minimo 395 €, valore massimo 1.140 €
- Vienna..... (media **721,00** €) valore minimo 579 €, valore massimo 939 €
- Budapest..... (media **635,00** €) valore minimo 491 €, valore massimo 904 €

Segue

- Amsterdam..... (media **862,00 €**) valore minimo 422 €, valore massimo 1.034 €
- Londra..... (media **802,00 €**) valore minimo 642 €, valore massimo 1.027 €
- Parigi..... (media **821,00 €**) valore minimo 606 €, valore massimo 1.271 €
- Madrid..... (media **655,00 €**) valore minimo 537 €, valore massimo 823 €
- Barcellona..... (media **607,00 €**) valore minimo 496 €, valore massimo 986 €
- Lisbona..... (media **749,00 €**) valore minimo 419 €, valore massimo 938 €

Tav. 7 Cartografia schematica riepilogativa.



Fonte indagine Ebnt – Federconsumatori, anno 2010

IL TURISMO DI CROCIERA

La terza ed ultima parte dell' osservatorio sulle proposte di viaggio – anno 2010, e' dedicata al turismo di crociera, prodotto vacanziero in rapida espansione, indicato nell'ultimo rapporto sul turismo a cura del Ministero del Turismo come "un viaggio multidestinazione a bordo di un impianto galleggiante che produce servizi tipicamente alberghieri", ovvero, una forma di vacanza estivo-balneare all-inclusive che associa divertimento, cultura, relax.

Con riferimento agli ultimi 12 anni, si e' passati da 5,7 milioni di turisti nel 1995 ai 17 milioni del 2007, con un tasso di sviluppo medio di quasi il 10%. In Europa l'incremento e' stato superiore al 12%. Tale aumento, al di la' dei valori assoluti, appare sorprendente proprio perche' senza sosta e capace di resistere a quei fenomeni congiunturali economici e sociali che ne soffrono altri comparti dell' industria turistica.

E' nel mediterraneo che si concentrano piu' della meta' delle crociere mondiali e proprio da questa realta' che parte la nostra analisi che ha preso in considerazione una gamma di tratte interne al bacino del mediterraneo, tratte che toccano nazioni quali: Spagna, Tunisia, Malta, Grecia, Turchia, Croazia, Francia.



Principali localita' mediterranee turismo di crociera

Fra le principali tappe di navigazione in evidenza:

- Atene, Corfu', Katacolon, Myconos, Rodi, Santorini (Grecia)
- Barcellona, Madera, Malaga, Tenerife, Valencia, Palma (Spagna)
- Dubrovnik (Croazia)
- Istambul, Izmor, Smirne (Turchia)
- Malta, La Valletta (Malta)
- Marsiglia, Montecarlo, Toulon (Francia).

Per questi itinerari e' stato rilevato il prezzo medio pagato per un pacchetto pagato da un turista per un soggiorno di una settimana in una cabina doppia. Il prezzo si riferisce alla media delle quotazioni proposte per le diverse tipologie di cabine (con esclusione delle suite e di tutte le agevolazioni o scontistiche sottodescritte).

Risultano infatti, innumerevoli, anche per questa forma di turismo, le possibilita' di risparmio proposte dai tour operator, attraverso soluzioni o combinazioni all' interno dello stesso pacchetto crociera, con scontistiche che riguardano: l'acquisto anticipato del viaggio, agevolazioni per la clientela ultrasessantacinquenne, per gruppi o minigruppi, per genitori con figli, single, crociere per clienti neo-sposi con cataloghi ad hoc per i viaggi di nozze.

Le informazioni rilevate evidenziano una tariffa individuale di partenza, per una crociera di 7/8 giorni, mediamente quantificata in 1.927 € e in particolare dall' analisi dei singoli itinerari:



BIBLIOGRAFIA

- Istat, "Viaggi e vacanze in Italia e all' estero anno 2009"
- Istat, "indice dei prezzi al consumo N.I.C. – serie storiche"
- Istat, "Il sistema dei prezzi al consumo"
- Istat, "I pacchetti vacanza nel paniere dei prezzi anno 2010"
- Maria Antonella Ferri, "Macro-trends del Turismo Italiano"
- World travel & tourism council, "L'economia del turismo in Italia"
- Isnart, "Capacita' di attrazione del prodotto turistico nel mondo"
- EBNT - Ente bilaterale Naz.le Turismo, "Osservatorio legislazione turistica italiana"
- EBNT - Ente bilaterale Naz.le Turismo, "Banche dati turismo sostenibile"
- Ministero del Turismo, "Rapporto sul Turismo italiano 2009"
- Federturismo, " Il turismo in Italia nel 2009-2010"
- Regione Emilia-Romagna, "bibliografia di studi sul turismo"
- Centro Nazionale Studi e Ricerche sul turismo, "turismo e web"
- Federalberghi, "internet e turismo - anno 2009"
- Turismo e finanza, "statistiche sul turismo".

Si ringraziano per la collaborazione alla raccolta ed inserimento dati:
Matteo Pellegrini, Alan Zanini