

OSSERVATORIO PERMANENTE

SULLE PROPOSTE DI VIAGGIO
FORMULATE DAI TOUR OPERATOR



ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO

Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai Tour Operator

ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' BALNEARI
ITALIANE, ESTERE E NELLE CROCIERE - VI EDIZIONE

Coordinamento generale: Mauro Zanini – Vicepresidente nazionale Federconsumatori

Gruppo di lavoro:

Stefano Cipolli - Federconsumatori C.R.E.E.F. – *Centro Ricerche Economiche Educazione e Formazione*

Silvia Saracino - Federconsumatori C.R.E.E.F. – *Centro Ricerche Economiche Educazione e Formazione*



Ente Bilaterale Nazionale del Turismo

Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

e-mail: info@ebnt.it

Internet: www.ebnt.it



Federconsumatori

Via Palestro 11, 00185 Roma

Tel. +39 06 42020755

Fax. +39 06 47424809

e-mail: federconsumatori@federconsumatori.it

Internet: www.federconsumatori.it



FEDERCONSUMATORI



Indice osservatorio 2014:

1 - L' osservatorio.....	Pag.	13
- Viaggi vacanza nel 2013.....	"	13
- Viaggi vacanza nel 2014.....	"	17
- Internet e il ruolo della rete nelle strutture ricettive.....	"	18
- I tour operator e le agenzie viaggio.....	"	21
2 - Oggetto dello studio.....	"	22
- Analisi degli aspetti tariffari nelle località monitorate.....	"	24
- Il campione e la tipologia dei dati.....	"	24
3 - Il turismo nelle località balneari italiane.....	"	27
4 - Il turismo nelle località balneari estere.....	"	38
5 - Il turismo nelle capitali nelle città d'arte europee.....	"	46
6 - Il turismo di crociera	"	50

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, richiederebbe un costante monitoraggio sul complesso dei fenomeni che lo caratterizzano.

Diversi sono i dati statistici ufficiali che puntualmente vengono diffusi dai singoli organi, i quali nonostante siano oggetto di continue revisioni che meglio rappresentano il risultato, limitano tuttavia l'analisi alle sole dimensioni che caratterizzano quel settore. La mancanza di una visione d'insieme ne determina la parzialità nella copertura informativa.

Tale fenomeno si ripercuote sulla capacità di rappresentare un valido supporto per i decisori nella fase di programmazione a medio – lungo termine in settori, come quello turistico, nel quale risulta fondamentale attuare iniziative idonee alle esigenze di chi opera 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 diversi anni cerca di colmare alcune di queste lacune informative, svolgendo indagini mirate a valutare le dinamiche dei prezzi praticati nelle strutture ricettive sia nazionali che internazionali 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 proprio costituire un Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio, relativo alle destinazioni turistiche sia estere che 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 a cittadini ed operatori turistici, con il corredo della dimensione tariffaria, collocata in un quadro macro-economico del settore turistico.

L'intento è quello di suscitare un interesse tale da permettere la continuità del lavoro e l'ampliamento delle tematiche di indagine, al fine di raggiungere un livello di rilevazione e di analisi quanto più possibile esauriente per le esigenze degli Operatori del settore e degli utenti che usufruiscono dei servizi offerti.

Il Curatore del Rapporto:

Stefano Cipolli

Il turismo è una delle maggiori 'risorse naturali' del mondo in grado di produrre un'enorme ricchezza economica, culturale e sociale. È per questo un fenomeno dalle mille sfaccettature legato a molteplici aspetti, quello personale di coloro che vanno in vacanza, legato alle tradizioni popolari, al territorio e alla sua storia.

Gli innumerevoli eventi verificatisi in questi ultimi anni, dalla crisi economico-finanziaria mondiale alle calamità ambientali, hanno inevitabilmente avuto ripercussioni profonde nel settore turistico, contribuendo a modificare le tipologie e i comportamenti di consumo dei turisti.

Il WTO ha definito una destinazione o meta turistica locale come uno spazio fisico in cui il visitatore trascorre almeno una notte, essa comprende i servizi che un territorio offre, attrazioni e risorse turistiche nel raggio di un'escursione di una giornata e oltre.

L'Unione Europea rappresenta ancora la 'regione' con la maggiore domanda turistica e l'Italia è da sempre tra i paesi più visitati al mondo seppur negli ultimi anni, come dimostrano i dati dell'Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai tour operator, le richieste si stanno diversificando e sta perdendo posizioni nella classifica mondiale.

E' in questo scenario che la competitività diventa un fattore rilevante, e i dati che emergono da questo studio non fanno altro che evidenziare quanto il nostro paese possa far di più proprio in termini di competitività, investendo in infrastrutture, promozione e formazione professionale.

In considerazione del fatto che il settore non può certo essere considerato un bene di prima necessità e che l'incertezza economica è un fattore molto rilevante in questo ambito, assistiamo a previsioni per questa stagione molto preoccupanti, sia per i viaggiatori che per gli imprenditori del settore, così come analizzate in dettaglio dall'Osservatorio realizzato dall'Ente Bilaterale Nazionale Turismo e Federconsumatori.

Premesso ciò, riteniamo che i dati emersi dal lavoro prodotto, siano un valido punto di partenza per analizzare gli scenari attuali e futuri ed un valido strumento per gli operatori del settore e per coloro che si occupano di promozione, sviluppo e formazione in Italia e all'estero.

Il Vicepresidente
Lucia Anile

Il Presidente
Alfredo Zini

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, Fisascat - 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.



Ente Bilaterale Nazionale del Turismo

Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

e-mail: info@ebnt.it

Internet: www.ebnt.it



FEDERCONSUMATORI
FEDERAZIONE NAZIONALE CONSUMATORI E UTENTI

Anche quest'anno si prevede che solo un italiano su tre riuscirà ad andare in vacanza, è la prova di quanto le vacanze siano diventate un lusso. Sono molto lontani gli anni sessanta, quando le famiglie facevano anche venti giorni di vacanza al mare o in montagna: oggi, a fronte di una situazione drammatica legata alla perdita di potere d'acquisto, le vacanze sono diventate un bene di gran lunga secondario rispetto ai generi alimentari.

Il consumatore che vuole andare in vacanza deve dunque ingegnarsi per risparmiare: per questo il turismo è sempre più mordi e fuggi, vacanze brevissime che durano il tempo di un week end o poco più, prendono piede il turismo low-cost, organizzato su internet e forme di risparmio ottenute grazie allo scambio di case per le vacanze. In questo contesto di crisi, la promozione turistica del nostro Paese non può che far bene all'economia ma anche al consumatore. Il rapporto qualità prezzo del nostro turismo ci vede sofferenti rispetto ad altri Paesi confinanti che sono molto più competitivi di noi. È importante ricordare che il turismo è il nostro 'petrolio', una risorsa che va valorizzata e per farlo serve una strategia di promozione e comunicazione unitaria: l'Italia deve far conoscere all'estero non solo le grandi città ma anche i centri minori ricchi di beni storici, artistici e naturali.

Ogni anno circa 50 milioni di turisti vengono a visitare l'Italia, se incrementiamo questa potenzialità riusciremo a guadagnare la distanza che ci separa da altri Paesi più competitivi di noi. E di questa strategia ne beneficeranno anche le agenzie di viaggio e i tour operator italiani, in forte crisi. La strada giusta è di unire le forze evitando la eccessiva frammentazione di interventi di promozione turistica con una nuova collaborazione e gioco di squadra tra Stato e Regioni, anche per la valorizzazione e salvaguardia del patrimonio artistico e paesaggistico del nostro Paese avvalendosi anche del concorso dei soggetti privati.

Anche la proposta di direttiva sui pacchetti di viaggio, con l'estensione delle tutele per quanto riguarda le 'vacanze fai da te', rappresenta uno stimolo a migliorare la qualità ed efficienza dell'offerta della filiera turistica con il rafforzamento della tutela dei turisti viaggiatori. Ricordiamo che in Europa il 54% dei turisti organizza le proprie vacanze da solo acquistando singoli servizi offerti on line da diversi fornitori che vengono 'assemblati' da un fornitore principale, sempre su internet.

Il Presidente
Rosario Trefiletti

Il vice Presidente
Mauro Zanini

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 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.

Federconsumatori da oltre 25 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 fa parte del CNCU (Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti) 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.



Federconsumatori

Via Palestro 11, 00185 Roma

Tel. +39 06 42020755

Fax. +39 06 47424809

e-mail: federconsumatori@federconsumatori.it

Internet: www.federconsumatori.it

1 - L'OSSERVATORIO

L'osservatorio permanente sulle proposte di viaggio, formulate dai tour operator, è nato dalla collaborazione tra Ente bilaterale nazionale del turismo (Ebnt) e Federconsumatori come strumento di monitoraggio sulla competitività del sistema "turismo Italia".

L'intento di questo strumento è quello di mettere a disposizione agli interessati, riferimenti e informazioni sui principali segmenti dell'offerta turistica.

Come nelle precedenti edizioni, anche per quella del 2014 si è cercato di perfezionare la metodologia d'indagine attraverso l'uso dei dati raccolti, integrati con informazioni provenienti dalle diverse fonti del settore.

I VIAGGI VACANZA NEL 2013

L'anno 2013 i viaggi vacanza degli italiani hanno subito le conseguenze del perdurare di una profonda crisi della domanda interna, con flussi attestati ai livelli minimi.

Il quadro generale ha registrato una diminuzione del numero dei connazionali in vacanza -16,4% (valore equivalente in termini di pernottamento a quasi 70 milioni di notti in meno). Tendenze confermate anche dal confronto con la permanenza media nelle strutture ricettive in calo dal 4,21 nel 2012 al 3,67 nel 2013.

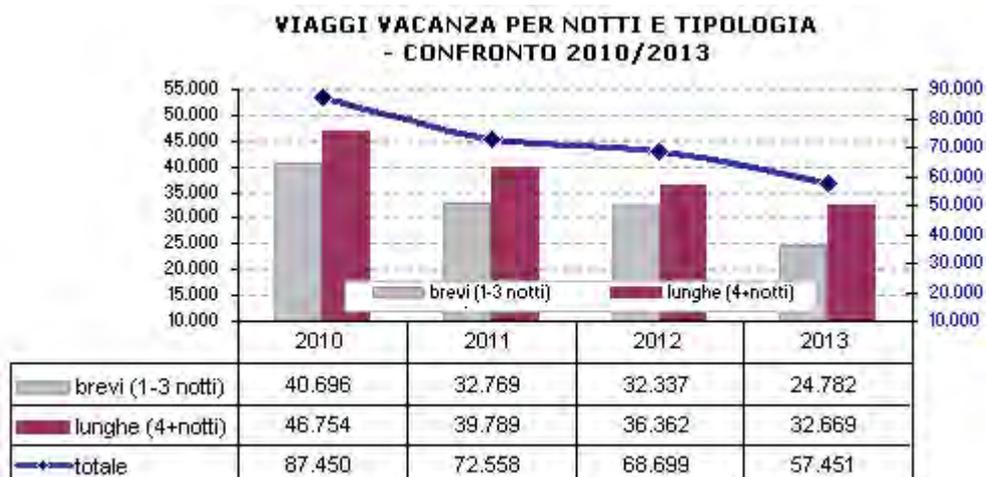
Nel 2013 (fonte I'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori), solo 1 italiano su 3 si è potuto permettere la "tradizionale" vacanza estiva. Nell'estate 2008 erano 29,4 milioni gli italiani che andavano in vacanza (pari al 49% della popolazione), nel 2013 tale dato è sceso ad appena 20 milioni (ovvero il 33% della popolazione).

Una conferma a quanto sopra, deriva dalla lettura dei dati Istat che certificano per il 2013, il numero dei viaggi vacanza con pernottamento (57 milioni e 451 mila, in flessione del 16,4% rispetto al 2012 e -20,8% nell'ultimo biennio), effettuati dalla popolazione residente.

I viaggi vacanza in relazione alla durata, si dividono in:

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

Con riferimento a questa suddivisione, nel panorama dei viaggi 2013 per svago, le brevi sono quelle che registrano rispetto al 2012 il calo più marcato -23,4% e -8,6% per le lunghe.



(Fonte Istat)

Le vacanze lunghe hanno continuato a rappresentare con una durata media di 10,8 giorni (erano 11,3 nel 2012), la maggior parte dei soggiorni, mentre le brevi si sono mantenute mediamente stabili su 2 notti.

DURATA MEDIA DEI SOGGIORNI VACANZA		
ANNO	1-3 NOTTI	4 o più NOTTI
2011	2,0	10,8
2012	1,9	11,3
2013	2,0	10,8

Le vacanze per svago e riposo hanno rappresentato nel 2013 con il 91,0% la maggioranza sul totale dei viaggi.

Il 56,9% hanno riguardato le vacanze lunghe, con una durata media di 10,8 giorni (erano 11,3 nel 2012) mentre il 43,1% ha interessato le brevi, la cui durata si è mantenuta stabile su 2 notti. In entrambi i casi, sono state trascorse prevalentemente in strutture ricettive collettive, rispetto agli alloggi privati.

Tav. 1 - Viaggi di riposo, piacere e svago per tipo di luogo e destinazione principale. - Anno 2013, dati per 100 viaggi nella stessa destinazione.

Tipo di viaggio	Italia	Estero	Totale
Mare – crociera	50,5	40,2	48,0
Montagna, collina, altipiani	28,6	6,8	23,3
Visita a città	29,1	63,5	37,3
Campagna, laghi, fiumi	11,3	6,3	10,1
Altro	3,5	7,0	4,3

I dati della tavola fanno riferimento a risposte multiple che permettono di descrivere al meglio il tipo di vacanza. Nell'informazione rilevata si è data la possibilità di indicare più caratteristiche, Es. una vacanza può essere contemporaneamente sia al mare che una vacanza sportiva.

Al generale calo delle presenze-partenze dei turisti italiani, si è contrapposto (salvando in parte la stagione 2013), un aumento dei turisti provenienti dall'estero.

Il periodo di maggior fruizione (malgrado prezzi e servizi costino di più), ha continuato ad essere il trimestre luglio-settembre. Rispetto al 2012, anche per questo intervallo di tempo, l'ammontare complessivo di turisti risulta in contrazione per tutte le tipologie: per vacanza lunga si è leggermente ridotto (-4,5%), mentre più marcato è stato il calo per vacanza corta (-27,7%).

Tav.2 – Viaggi per tipologia del viaggio e trimestre – anni 2012 e 2013

(Valori in migliaia e composizioni % - Fonte Istat)

TRIMESTRE	VACANZA						LAVORO		TOTALE VIAGGI	
	1-3 NOTTI		4 o più NOTTI		TOTALE VACANZE		Numero	Comp.%	Numero	Comp.%
	Numero	Comp.%	Numero	Comp.%	Numero	Comp.%				
2012										
Gennaio-Marzo	6.724	53,6	3.916	31,2	10.640	84,8	1.899	15,2	12.539	100,0
Aprile-Giugno	11.439	56,5	5.137	25,4	16.576	81,9	3.676	18,1	20.252	100,0
Luglio-Settembre	7.604	22,5	23.854	70,5	31.458	93,0	2.360	7,0	33.818	100,0
Ottobre-Dicembre	6.570	54,3	3.455	28,6	10.025	82,9	2.069	17,1	12.094	100,0
TOTALE	32.337	41,1	36.362	46,2	68.699	87,3	10.004	12,7	78.703	100,0
2013										
Gennaio-Marzo	5.869	55,3	2.949	27,8	8.818	83,1	1.797	16,9	10.615	100,0
Aprile-Giugno	7.565	57,5	4.440	33,8	12.005	91,3	1.142	8,7	13.147	100,0
Luglio-Settembre	5.495	18,7	22.779	77,6	28.274	96,3	1.093	3,7	29.367	100,0
Ottobre-Dicembre	5.853	58,4	2.501	24,9	8.354	83,3	1.671	16,7	10.025	100,0
TOTALE	24.782	39,2	32.669	51,8	57.541	91,0	5703	9,0	63.154	100,0

In controtendenza (fonte ONT – dati Unioncamere) rispetto a quanto sopra analizzato nel trimestre estivo, risulta in leggera crescita il dato relativo al numero di camere occupate nel settore alberghiero, rispettivamente: a giugno 48,7% (+1,4% rispetto giugno 2012); 63,8% a luglio (+2,3% rispetto luglio 2012); 72,3% ad agosto (+3,6% rispetto agosto 2012).

In diminuzione l'occupazione di camere registrata per le strutture quali: villaggi turistici, rifugi, ostelli e agriturismo.

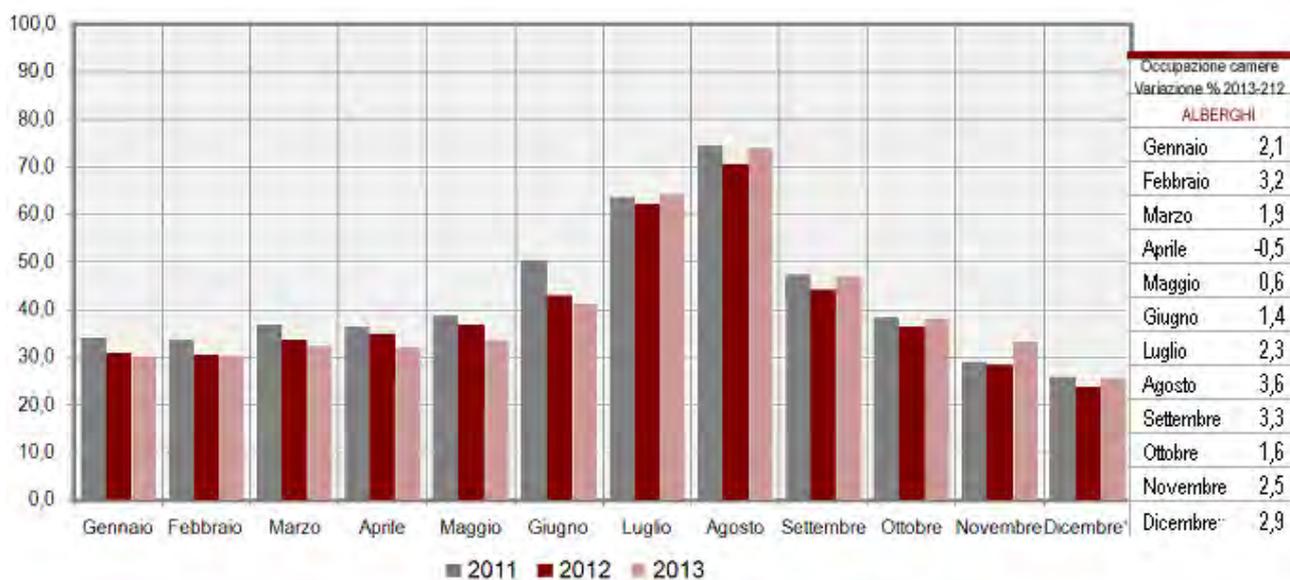
Tav.3 – Occupazione camere per tipologia ricettiva % - confronto 2010-2013
Occupazione camere per tipologia ricettiva (%)

confronto 2010-2013

	2010			2011			2012			2013		
	Alb.	Extra.	Totale									
Gennaio	37,8	27,2	33,9	39,5	25,1	34,2	32,0	29,5	31,0	34,1	25,8	30,1
Febbraio	39,4	26,7	34,6	39,7	23,3	33,2	32,3	28,0	30,5	35,5	24,6	30,3
Marzo	41,4	29,7	36,9	42,8	27,6	36,8	35,7	30,9	33,6	37,6	26,8	32,4
Aprile	42,7	27,5	36,1	43,3	26,4	36,4	40,9	28,2	35,1	40,4	21,8	31,9
Maggio	45,0	33,3	39,7	45,3	31,0	38,8	42,0	31,4	36,8	42,6	23,4	33,6
Giugno	51,9	41,9	47,5	53,8	46,3	50,4	47,3	38,3	42,9	48,7	32,6	41,2
Luglio	60,1	59,7	59,9	64,3	62,7	63,6	61,5	63,0	62,2	63,8	65,2	64,4
Agosto	68,4	69,6	69,0	73,0	76,1	74,4	68,7	72,8	70,7	72,3	75,9	74,0
Settembre	50,4	38,4	45,6	54,7	39,3	47,5	51,1	36,4	44,3	54,4	38,6	47,0
Ottobre	45,4	28,5	38,5	48,0	27,1	38,4	45,3	26,1	36,5	46,9	28,1	38,1
Novembre	36,9	28,1	34,0	36,2	18,9	29,1	36,3	18,8	28,4	38,8	25,7	33,2
Dicembre*	31,7	30,6	31,4	32,0	20,3	25,8	27,8	19,2	23,8	30,7	18,9	25,7

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Grafico occupazione camere per tipologia ricettiva % - confronto 2010-2013



I vacanzieri italiani nel 2013 hanno preferito per l' 80,2% località nazionali e per il restante 19,8% destinazioni estere.

Le principali destinazioni vacanza in ordine di graduatoria sono state:

- ITALIA: Toscana, Lombardia, Emilia-Romagna, Lazio, Puglia, Trentino Alto A., Sicilia.
- ESTERO: Francia, Spagna, Germania, Regno Unito, Austria, Croazia, Usa, Tunisia.

In relazione ai prezzi degli hotel in Italia (con riferimento all'intero anno solare), il rapporto qualità/prezzo risulta essere ancora troppo alto, se confrontato con altri Paesi che offrono strutture con gli stessi servizi. Complice la riduzione del potere d'acquisto e il pronunciato calo del numero delle vacanze, le strutture alberghiere sono state interessate nel corso del 2013, a riduzioni tariffarie nell'ordine del 1-6% a seconda della categoria alberghiera.

In diminuzione anche il prezzo medio pagato per i viaggi nelle grandi capitali europee, in modo particolare per i paesi dell'est. In flessione del 6% i prezzi di Croazia e Turchia. (fonte Trivago)

I VIAGGI VACANZA NEL 2014

Per il 2014 secondo l'Omt (Organizzazione mondiale del turismo) vengono confermati i segnali di crescita del mercato turistico internazionale, con valori che oscilleranno tra il +3/4%, e che vedono l'Italia tra le destinazioni prescelte.

Nonostante il nostro patrimonio artistico-culturale e gastronomico, che si traduce in una grande opportunità economica, i prezzi elevati delle strutture turistiche nazionali, poco competitivi con la forte concorrenza di altri paesi mediterranei (Spagna, Grecia, Turchia), nonché una mancanza di strategia turistico-promozionale, possono rallentare la potenzialità dei flussi in arrivo.

Sul fronte del mercato interno, il basso reddito disponibile, l'incertezza in termini di occupazione e il debole potere d'acquisto delle famiglie, non facilitano il turismo domestico. Definito "bene non di prima necessità", le prospettive turistiche degli italiani per il 2014, rimangono incerte sia in tema di prenotazioni che di durata vacanze, presagendo o lanciando l'ennesimo segnale di crisi.

Secondo le rilevazioni a campione dell'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori, quest'anno, **solo il 31% degli italiani partirà per le tradizionali vacanze estive** (di almeno una settimana), pari a circa 18,6 milioni di cittadini. In calo anche il numero dei turisti italiani che si recherà all'estero, in particolare nelle destinazioni extraeuropee. In controtendenza, continuano a fare eccezione le prenotazioni per Spagna e Grecia, preferite dai nostri connazionali, per i prezzi vantaggiosi.

Anche il clima di fiducia (*Indagine Istat -fiducia delle imprese, servizi e commercio*) delle imprese dei servizi turistici, nel mese di maggio scende da 94,7 a 68,1 (base 2005=100). La causa del sensibile peggioramento di tutte le componenti del clima: i giudizi e le attese sugli ordini e quelle sull'andamento dell'economia in generale. L'analisi per aree, vede invece crescere l'indicatore nel Nord-ovest (da 97,6 a 105,2) e nel Centro (da 83,9 a 84,9), diminuire invece nel Nord-est (da 89,2 a 81,8) e nel Mezzogiorno (da 103,3 a 89,6).

Tav. 4 - Clima di fiducia dei servizi turistici*

Gennaio-Aprile 2014, indice e saldi destagionalizzati (base 2005=100)

	2014				
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag
SERVIZI TURISTICI					
Clima di fiducia	72,7	74,4	89,2	94,7	68,1
Giudizi ordini	-26	-32	-26	-17	-33
Attese ordini	-19	-10	1	-8	-33
Attese economia	-38	-42	-15	2	-39

Fonte Istat

(*) *Servizi turistici*: dove sono considerati Alloggio, Attività dei servizi di ristorazione, attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse.

INTERNET E IL RUOLO DELLA RETE NELLE STRUTTURE RICETTIVE

Si consolida il ruolo della rete internet per la pianificazione dei viaggi vacanza. Un aumento a due cifre degli italiani che acquistano viaggi utilizzando strumenti tecnologici sia fissi che mobili (computer desktop, tablet, e smartphone con le specifiche applicazioni wap).

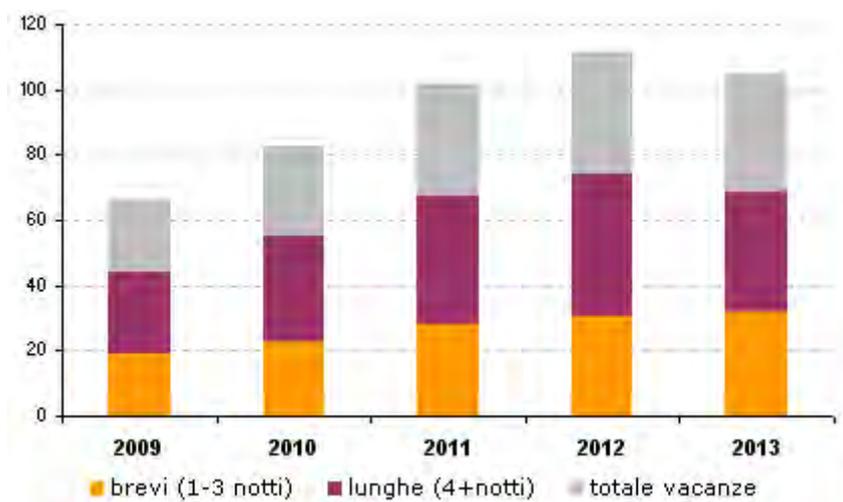
Evolvendosi anno dopo anno, soprattutto nel settore turistico, internet attraverso siti OLTA (online travel agencies), ha coperto quasi la metà dei servizi venduti, bypassando non solo le agenzie turistiche tradizionali, ma anche il contatto con gli stessi alberghi.

Sostituendosi sempre più ai canali tradizionali di informazione turistica, internet ha radicalmente cambiato il modo di viaggiare, trasformando l'organizzazione della vacanza, diminuendo i costi, favorendo le relazioni interpersonali e permettendo al consumatore in piena autonomia e senza vincoli, la ricerca di soluzioni a basso prezzo anche nell'ottica della filosofia "low coast".

La flessione del numero dei viaggi vacanza nel 2013 (-16,4% rispetto al 2012), ha interessato tutte le modalità di organizzazione. Analizzando la composizione percentuale sul totale dei viaggi (*fonte Istat*), diminuisce, pur rimanendo la modalità di organizzazione preferita, la quota delle prenotazioni dirette (incluso internet), tramite agenzia o tour operator. In controtendenza risulta in aumento la percentuale dei viaggi senza prenotazione.

La quota riferita all'organizzazione del viaggio attraverso internet scende nel 2013 a 35,7% rispetto al 37,1% del 2012, la fascia di età che maggiormente utilizza la rete per le prenotazioni dirette, rimane quella definita "fascia giovane" ovvero fino a 40 anni di età.

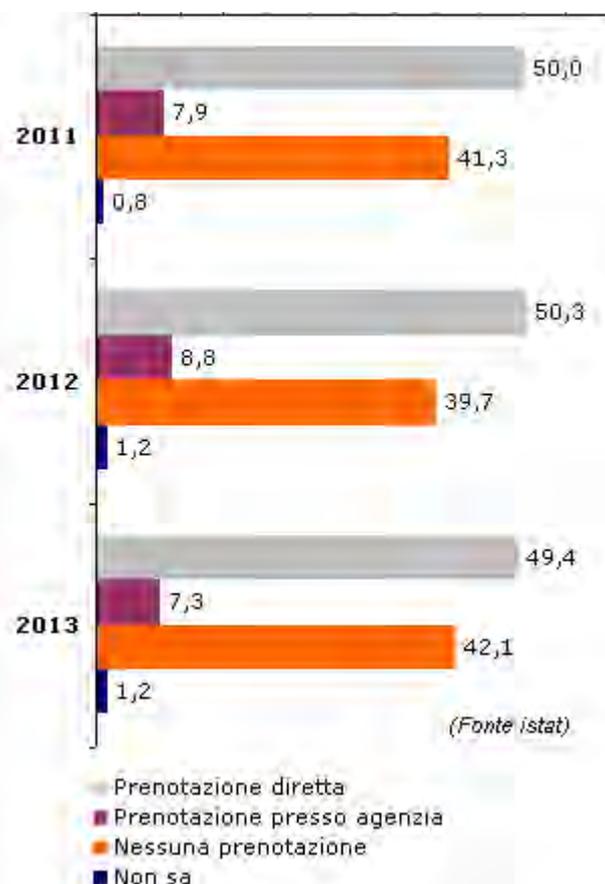
Grafico prenotazione viaggi vacanza tramite internet - Dati % 2009/2013



Connessi come mai è stato prima, i dispositivi mobili quali smartphone e tablet sono risultati, nel corso del 2013, gli strumenti più utilizzati dalla fascia giovane di utenti per reperire informazioni turistiche, mentre, per quanto riguarda l'acquisto, i viaggiatori preferiscono fare le verifiche del caso da un computer, prima di prendere la decisione

**Tav. 5 - Tavola e grafico vacanze per organizzazione del viaggio
Dati in percentuale – Anni 2011/2013**

ORGANIZZAZIONE DEL VIAGGIO	Vacanza 1-3 notti	Vacanza 4 o +notti	Vacanza
2011			
Prenotazione diretta	42,7	55,9	50,0
<i>di cui tramite internet</i>	28,4	39,2	34,3
Prenotazione presso agenzia	5,2	10,1	7,9
Nessuna prenotazione	51,5	33,0	41,3
Non sa/non risponde	0,6	1,0	0,8
TOTALE	100,0	100,0	100,0
2012			
Prenotazione diretta	44,8	55,2	50,3
<i>di cui tramite internet</i>	30,7	43,4	37,4
Prenotazione presso agenzia	4,4	12,7	8,8
Nessuna prenotazione	49,7	30,9	39,7
Non sa/non risponde	1,1	1,2	1,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0
2013			
Prenotazione diretta	45,5	52,3	49,4
<i>di cui tramite internet</i>	31,9	38,6	35,7
Prenotazione presso agenzia	3,9	9,9	7,3
Nessuna prenotazione	49,2	36,8	42,1
Non sa/non risponde	1,4	1,0	1,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0



Molteplici e in continuo aumento è il numero di siti specializzati e social network (blog, facebook, portali di comparazione prezzi ecc. ecc.) utilizzati nel comparto turistico. Le informazioni reperibili in rete risultano determinanti per la scelta del tipo e destinazione del viaggio vacanza, all'insegna del miglior rapporto qualità/prezzo. Il 58,1% degli acquisti in ambito turistico, viene influenzato dalla lettura delle valutazioni sugli stessi prodotti d'interesse (*ricerca eBay*).

Tuttavia come segnalato anche nelle precedenti edizioni dell'indagine, risultano in crescita le polemiche di gestori ed albergatori da una parte ed utenti dall'altra sulle cosiddette "false recensioni", ovvero sulla credibilità delle informazioni e delle valutazioni assegnate ad una struttura alberghiera e pubblicate in rete.

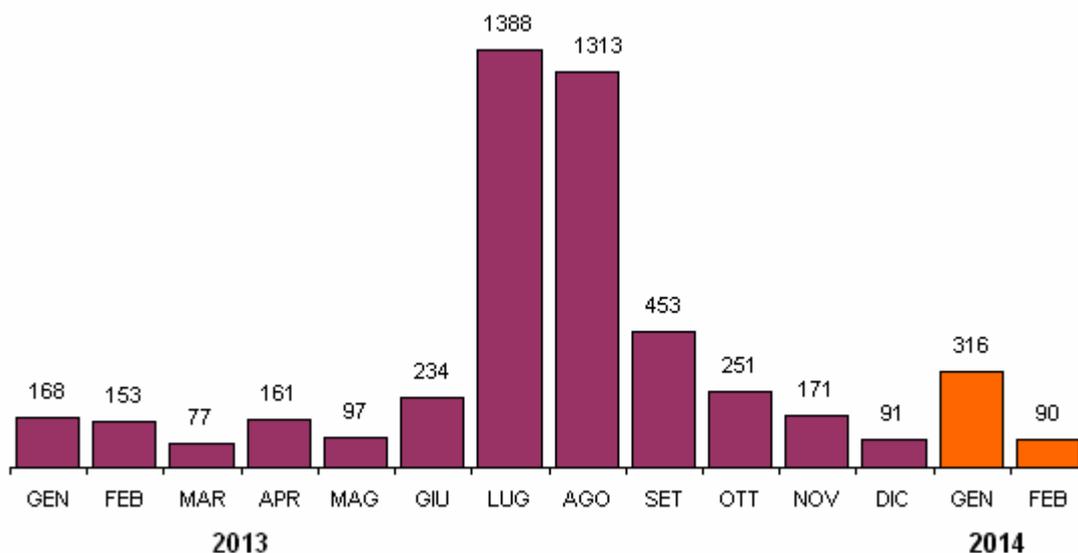
Tali recensioni se favorevoli, esaltano struttura e ricettività con un positivo riscontro economico (*Fonte Trivago*) sui prezzi, con rialzi che possono raddoppiare il costo della prenotazione, al contrario se negative, mettono a rischio l'immagine stessa dell'impresa, con conseguenti gravi danni economici.

In crescita sul fronte della tutela dei turisti, le segnalazioni da parte degli stessi, riguardo disagi e disservizi subiti in vacanza.

Nel 2013 attraverso lo sportello SOS Turista, ne sono state raccolte 4.557 e 406 nei primi due mesi del 2014.

Le segnalazioni più ricorrenti hanno riguardato i "pacchetti vacanza" (il 63,4% dei casi), per gli annullamenti dei viaggi verso l'Egitto seguiti agli eventi socio-economici in quel Paese; "Trasporto aereo" (22,5%) in modo particolare per il protrarsi della crisi della compagnia Wind Jet; "reclami alberghieri (4,7%), "agenzie viaggio" (1,7%), "trasporto ferroviario" (0,8%).

Grafico – Sos Turista: numero utenti assistiti per mese 2013-2014



I TOUR OPERATOR E LE AGENZIE VIAGGIO

I tour operator sono il cardine della progettazione e costruzione dei pacchetti vacanze e le agenzie di viaggio dell'intermediazione turistica. Entrambe in grado di adattare le proprie politiche attraverso accorpamenti di sigle e rimescolamenti, ai diversi e continui cambiamenti sui comportamenti d'acquisto e consumo delle vacanze.

Le agenzie viaggi rivestono un ruolo importante per quanto riguarda il settore turistico e il loro scopo principale è vendere, attraverso la stipulazione di un contratto, i pacchetti turistici per conto dei tour operator. Ad esse e' richiesta massima professionalità e competenza per far fronte ad un cliente sempre piu' esigente ed informato che si rivolge alle agenzie per avere la garanzia di una vacanza sicura.

Le agenzie dotate di regolare licenza ammontavano nel 2012 ad oltre 9.000 in tutta Italia. Numeri in calo per effetto della crisi in atto e della forte concorrenza (da ultimo la vendita dei pacchetti vacanza all'interno della grande distribuzione attraverso politiche di prezzo aggressive, mirate al risparmio). Le agenzie viaggio possono presentarsi in diverse tipologie di aggregazione⁽¹⁾.

Il loro operato si svolge in due momenti fondamentali: in primo luogo il front office dove, attraverso la consulenza dell'agente di viaggio, vengono create con professionalità e competenza, le proposte di viaggio con le caratteristiche richieste dal cliente. Il front office si conclude con la vendita del pacchetto e la stipula del contratto.

La seconda fase del lavoro delle agenzie di viaggi è il back office, cioè il pagamento ai tour operator dell'importo per il pacchetto turistico venduto, nonché la cura del rapporto post vendita rappresentato da attività di gestione reclami e attività di fidelizzazione del cliente.

Le pratiche di pagamento ai tour operator permettono all'agenzia di viaggio un guadagno corrispondente alla percentuale sul prezzo del viaggio. La percentuale viene stabilita di volta in volta dai tour operator.

Dal punto di vista giuridico: *Sono agenzie di viaggi e turismo le imprese che esercitano attività di produzione, organizzazione di viaggi e soggiorni, intermediazione nei predetti servizi o anche entrambe le attività, ivi compresi i compiti di assistenza e di accoglienza ai turisti.* (Rif. art. 9 legge quadro 17/1983) integrato con D.lgs. del 23/5/2011 n.79, il quale con il nuovo codice del turismo, equipara le agenzie on-line a quelle tradizionali.

L'evoluzione del mercato turistico e la crisi economica in atto hanno imposto per quanto riguarda i tour operator, **una generale riduzione dell'offerta, con prodotti più flessibili a favore di una minor capacità di spesa delle famiglie.** Con riferimento invece alle agenzie, l'attività di intermediazione, viene integrata da quella di gestione e vendita di altri servizi come: l'accoglienza dei clienti nei viaggi all'estero, vendita di biglietti ferroviari ed aerei, assicurazioni di viaggio, organizzazione di viaggi per gruppi precostituiti (associazioni, scuole, ecc.), produzione di cataloghi personalizzati.

(1)

franchising: agenzie affiliate a un "network" che comprende altri punti vendita. Ha una sede centrale che effettua i contratti con i fornitori di servizi.

individuali: agenzie in contatto diretto con i tour operator e con i fornitori di servizi.

in networking: forma organizzativa che, attraverso la stipula centralizzata di contratti con i tour operator, fornisce agli associati agevolazioni su pagamenti, contratti con alberghi, società finanziarie e assicurative, associazioni di categoria. Le agenzie affiliate ad un network, al contrario di quelle in franchising, sono totalmente autonome con una propria licenza e direzione tecnica.

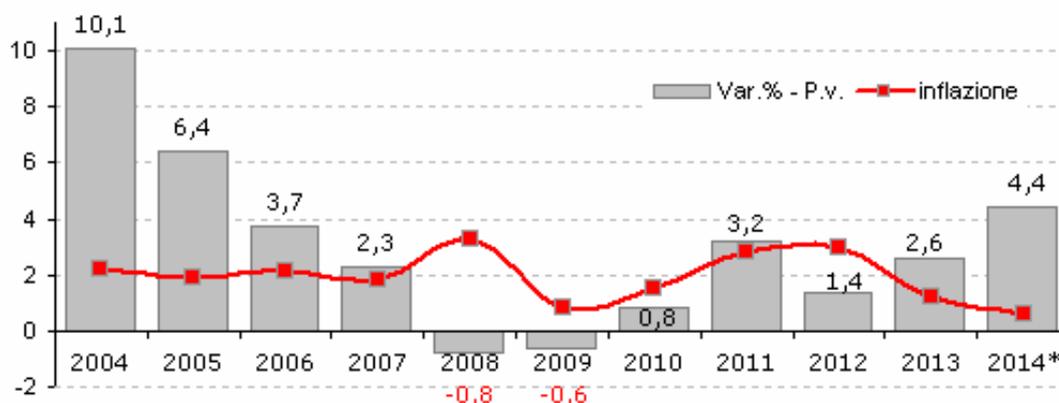
corrispondenti: sono agenzie ubicate in località diverse, in rapporto di corrispondenza, collaborano sulla base di un accordo. Ne sono esempio le agenzie multinazionali che hanno filiali e succursali in ogni continente, ma nell'impossibilità di avere agenzie in tutte le località, si avvalgono per le attività, di agenzie locali ("corrispondenti").

dettaglianti: (travel agent) dietro licenza regionale, sono intermediarie nella vendita dei servizi turistici, costituiscono la maggioranza delle agenzie operanti. L'attività di intermediazione delle Adv ha le caratteristiche dell'attività commerciale: mette a disposizione degli eventuali acquirenti, beni e servizi in nome e per conto di terze persone in località distanti.

2 - OGGETTO DELLO STUDIO

Oggetto principale dello studio, supportato da un opportuno piano di campionamento, è l'analisi della spesa media, non comprensiva di agevolazioni e promozioni, sostenuta nel periodo di ferragosto 2014, da un individuo per l'acquisto di un **pacchetto vacanza tutto compreso**⁽¹⁾. Il soggiorno settimanale (7 notti), generalmente composto dalle seguenti voci: pernottamenti alberghieri, viaggio di trasferimento, polizze assicurative, tasse e altri servizi in loco, è relativo ad una meta turistica marina, sia nazionale (con l'esclusione delle spese di viaggio) che estera tra le più richieste; una vacanza crocieristica (la scelta ha riguardato i paesi che si affacciano sul bacino del mediterraneo); infine una vacanza di 4giorni/3notti in una capitale europea.

Grafico variazione dei pacchetti vacanza rilevati dall' Istat e confronto con inflazione Italia - anni 2004-2013



(fonte Istat - *aprile 2014)

I dati sono stati raccolti attraverso la consultazione dei cataloghi dei maggiori tour operator, la stessa modalità che l'Istituto nazionale di statistica (Istat) utilizza per il calcolo dell'indice dei prezzi in rappresentanza della voce "pacchetti vacanza".

Nel 2014 mensilmente, l'Istituto rileva i dati su un campione di 365 pacchetti proposti da 21 tour operator, con riferimento a 14 macroaree nazionali ed estere, così disaggregati:

- "pacchetti vacanza nazionali":

n. 110 pacchetti rilevati
n. 4 T.O.
n. 4 Macroaree.

- "pacchetti vacanza internazionali":

n. 255 pacchetti rilevati
n. 17 T.O.
n. 12 Macroaree.

La procedura di estrazione del paniere dei pacchetti vacanza e la stima dei pesi utilizzati per il calcolo degli indici utilizzano le indicazioni provenienti da Astoi (*Associazione T.O. italiani*)

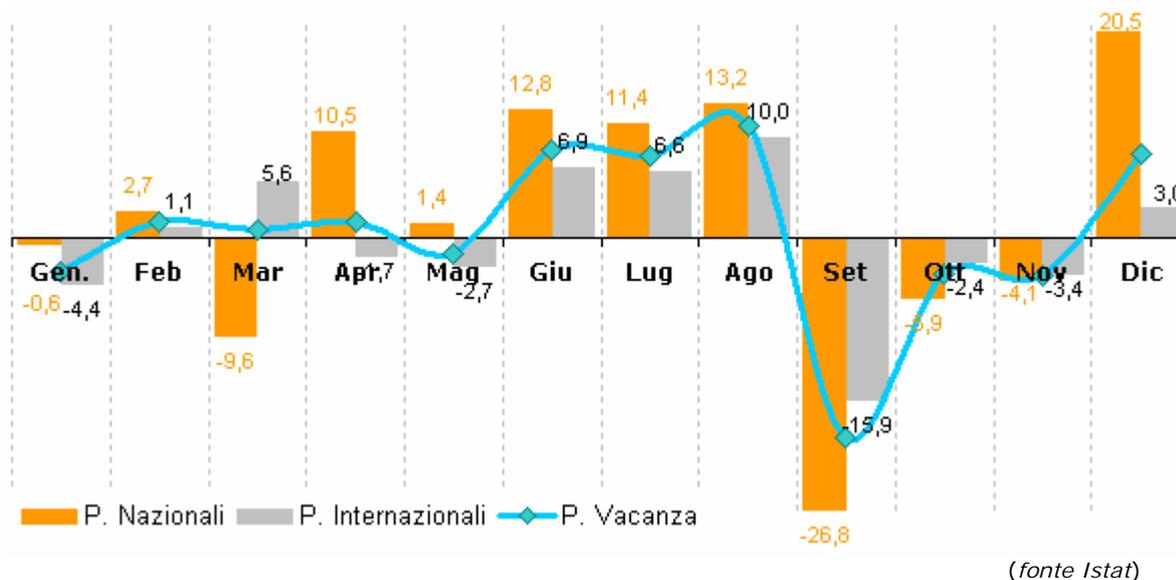
(1) La normativa sui pacchetti vacanza prevede che "La nozione di pacchetto turistico è la seguente: "I pacchetti turistici hanno ad oggetto i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso», risultanti dalla prefissata combinazione di almeno due degli elementi di seguito indicati, venduti od offerti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

Grafico confronto pacchetti vacanza nazionali e internazionali, dati congiunturali - anno 2013



Dall'analisi del grafico risulta interessante il confronto su base congiunturale, tra le diverse tipologie di pacchetti vacanza. A fronte di dati altalenanti legati a fattori di natura stagionale, il segmento nazionale risulta, rispetto al valore medio, recepirne le variazioni maggiori.

Nello studio non vengono considerate le agevolazioni, comuni a tutti i tour operator, proposte attraverso soluzioni o combinazioni di risparmio all'interno dei pacchetti vacanza. Le scontistiche che in molti casi non vengono applicate nel mese di Agosto (periodo di più alta stagione turistica), riguardano: l'acquisto anticipato del viaggio, agevolazioni per la clientela ultrasessantacinquenne, per gruppi o minigruppi, per genitori con figli, single, clienti neospesi (operatori propongono speciali cataloghi ad hoc per i viaggi di nozze). Altra caratteristica è la limitata disponibilità dei posti e non cumulabili tra di loro. Inoltre, alcune imprese attuano politiche di fidelizzazione del cliente con scontistiche progressive per chi ha già acquistato prodotti (utilizzo di carte-fedeltà con l'accumulo di punti....).

La decisione di prendere in esame le tariffe di 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.

ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' MONITORATE

L'Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio, prosegue come già avvenuto nelle precedenti edizioni, il lavoro di monitoraggio sulla competitività del sistema "turismo Italia" per la stagione 2013.

I dati raccolti si basano sull'universo delle possibili mete di destinazione dei flussi turistici, costituiti dalle offerte contemplate nei cataloghi messi a disposizione dai maggiori tour operator che operano sul mercato nazionale attraverso le agenzie di viaggio: Costa crociere, MSC crociere, Royal Caribbean, Norwegian cruise line, Alpitour, Francorosso, Karambola, Villaggi Bravo, Eden viaggi, Eden Margò, Viaggi del Turchese, Inviaggi, Olympia Viaggi, Turisanda, Settemari.

- IL CAMPIONE E LA TIPOLOGIA DEI DATI

Da un campione composto da 1.782 quotazioni ed opportunamente suddiviso in quattro tipologie di turismo, distinte a loro volta da altrettanti percorsi di campionamento (vedi tav. 7), si è sviluppata l'analisi riferita ad un unico arco temporale (*soggiorno nella settimana del ferragosto 2014*):

turismo balneare nelle località italiane: con destinazioni nelle maggiori località marine italiane, attraverso la raccolta dei prezzi dichiarati e pubblicizzati dai siti internet dei singoli alberghi.

turismo balneare nelle località estere: con destinazioni nelle località dei seguenti Paesi europei o del bacino del Mediterraneo: Slovenia, Croazia, Grecia, Spagna, Tunisia, Egitto, Turchia per un soggiorno con trattamento a pensione completa o mezza pensione, presso un villaggio o albergo, in camera doppia/unità abitativa di tipo standard.

turismo nelle città d'arte/capitali: dove per tale tipologia turistica vengono analizzate le offerte con destinazione nelle principali città/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 più diffusa in quanto associa al suo interno sia una parte delle peculiarità dei prodotti balneari, che del turismo nelle capitali/città d'arte (spesso incluse come tappa negli itinerari di navigazione).

Per i quattro segmenti turistici, dove è stata possibile la ricostruzione del prezzo medio 2013, si è provveduto ad un confronto con le tariffe dell'anno in corso. Le tariffe rilevate nei cataloghi dei tour operator o attraverso le pagine internet delle singole strutture alberghiere, fanno riferimento al periodo primavera-estate 2014.

Molte sono state le difficoltà intervenute in fase di raccolta dei dati che hanno costretto i rilevatori a sostituzioni forzate del campione, sia in termini di destinazione, per il perdurare dei tumulti socio-politici in diversi Paesi dell'area Mediterranea, sia per la sostituzione delle strutture ricettive non più in catalogo, a seguito della difficile crisi economica.

Tav. 5 - Il campionamento per l' analisi dei prezzi – anno 2014

TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ITALIANE	TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ESTERE	TURISMO NELLE CAPITALI/CITTA' D'ARTE	TURISMO DI CROCIERA
<p>↓</p> <p><u>Oggetto dello studio:</u></p> <p>Prezzo di un soggiorno (quota individuale non comprensiva di spese accessorie)</p>	<p>↓</p> <p><u>Oggetto dello studio:</u></p> <p>Prezzo di un soggiorno (quota individuale comprensiva di volo, tasse e spese accessorie)</p>	<p>↓</p> <p><u>Oggetto dello studio:</u></p> <p>Prezzo di un soggiorno (quota individuale comprensiva di volo, tasse e spese accessorie in una capitale/citta' d'arte)</p>	<p>↓</p> <p><u>Oggetto dello studio:</u></p> <p>Prezzo di una crociera all' interno del bacino del Mediterraneo (quota individuale con sistemazione in cabina doppia)</p>
<p>↓</p> <p><u>Ambito temporale:</u></p> <p>Ferragosto 2014 – soggiorno settimanale (7 notti)</p>	<p>↓</p> <p><u>Ambito temporale:</u></p> <p>Ferragosto 2014 – soggiorno settimanale (7 notti)</p>	<p>↓</p> <p><u>Ambito temporale:</u></p> <p>Ferragosto 2014 – soggiorno della durata di 4giorni/3notti</p>	<p>↓</p> <p><u>Ambito temporale</u></p> <p>Ferragosto 2014 – durata della crociera 7/8giorni</p>
<p>↓</p> <p><u>Ambiti territoriali:</u></p> <p>Maggiori località turistiche balneari italiane (n. 139 Località camp.)</p>	<p>↓</p> <p><u>Ambiti territoriali:</u></p> <p>Località turistiche balneari delle nazioni: Grecia,Spagna, Egitto, Tunisia, Turchia, Slovenia, Croazia (n. 194 Località' camp.)</p>	<p>↓</p> <p><u>Ambiti territoriali:</u></p> <p>Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam, Londra, Instambul, Parigi, Praga, Vienna, Mosca, Sanpietroburgo (n. 12 Unita' primarie)</p>	<p>↓</p> <p><u>Ambiti territoriali:</u></p> <p>Itinerari del bacino del Mediterraneo: Spagna, Francia, Malta, Grecia, Turchia, Croazia (n. 9 Itinerari)</p>
<p>↓</p> <p><u>strutture ricettive:</u></p> <p>Hotel (n. 780 quotazioni tariffarie campionate)</p>	<p>↓</p> <p><u>strutture ricettive:</u></p> <p>Hotel e villaggi turistici (n. 673 quotazioni tariffarie campionate)</p>	<p>↓</p> <p><u>strutture ricettive:</u></p> <p>Hotel (n. 313 quotazioni tariffarie campionate)</p>	<p>↓</p> <p>(n. 16 quotazioni tariffarie campionate)</p>
<p>↓</p> <p>↓</p>	<p>↓</p> <p><u>Aeroporti di partenza:</u></p> <p>Roma, Milano</p>	<p>↓</p> <p><u>Aeroporti di partenza:</u></p> <p>Roma, Milano</p>	<p>↓</p> <p><u>Porti di partenza:</u></p> <p>Venezia, Savona, Genova, Civitavecchia, Livorno</p>
<p>↓</p> <p><u>trattamento:</u></p> <p>Sistemazione in camera doppia/unità abitativa di tipo standard – pensione completa</p>	<p>↓</p> <p><u>trattamento:</u></p> <p>Sistemazione in camera doppia/unità abitativa di tipo standard – pensione completa o mezza pensione</p>	<p>↓</p> <p><u>trattamento:</u></p> <p>Sistemazione in camera doppia tipo standard – pernottamento e prima colazione</p>	<p>↓</p> <p><u>trattamento:</u></p> <p>Sistemazione in cabina doppia/unità tipo standard</p>

3 - IL TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ITALIANE

L'Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio 2014 presenta un campione di 780 quotazioni tariffarie rilevate in 139 località marittime nazionali. L'indagine ha ricavato stime dei prezzi medi sulle tariffe dichiarate e pubblicizzate dai siti internet dei singoli alberghi, o rilevate attraverso i sistemi di booking online presenti nelle strutture, nonché dal contatto diretto con le direzioni alberghiere.

L'Italia con gli oltre 7000 chilometri di costa (di cui il 96,6% con acque marine balneabili) è il Paese europeo che vanta il maggior numero di aree di balneazione (circa 5.500) con una in continuo miglioramento (+4,6 rispetto all'anno 2012).

Un riconoscimento che diventa un valore aggiunto e ne fa il prodotto turistico nazionale più gettonato. Nel 2013 il soggiorno al mare e' stato scelto dal 50,5% dei vacanzieri, in modo particolare per le famiglie composte da 3-4 persone.



Nel 2014 il 95% degli italiani in vacanza non cambierà destinazione rispetto all'anno precedente. I cambiamenti riguarderanno invece l'ammontare delle spese, la riduzione dei giorni vacanza e la scelta del periodo stagionale.

Continua a ridursi il ricorso all'agenzia di viaggi o al tour operator per l'organizzazione della vacanza, mentre risulta sempre più diffuso l'utilizzo della rete internet, seppur in modo diverso a seconda delle fasce d'età. Per la famiglia tipo (genitori con figli) la prenotazione on line avviene in base alla località e al budget, con particolare attenzione alle destinazioni fidelizzate, turisticamente rodiate e prive di sorprese. La scelta della struttura è quasi sempre legata a quelle che sono le aspettative del soggiorno: livello dei servizi rapporto qualità/prezzo. La prenotazione diretta rimane la modalità preferita.

Per quanto riguarda i giovani la vacanza viene organizzata attraverso siti internet specializzati, blog sul turismo, passaparola, dove, oltre alla ricerca della tariffa più conveniente e del tipo di alloggio, la scelta è influenzata dalla 'moda' del momento.

Tav. 6 - Viaggi vacanza per tipo e alloggio (composizione %) – Anni 2012-2013

TIPO DI ALLOGGIO	2012			2013		
	VACANZA 1-3 NOTTI	VACANZA 4 O PIU' NOTTI	VACANZA	VACANZA 1-3 NOTTI	VACANZA 4 O PIU' NOTTI	VACANZA
Strutture ricettive collettive	48,0	47,4	47,7	49,7	48,3	48,9
Albergo (a)	40,5	30,8	35,4	39,9	31,6	35,2
Altre strutture collettive (b)	7,5	16,6	12,3	9,8	16,7	13,7
Alloggi privati	52,0	52,6	52,3	50,3	51,7	51,1
Abitazione/stanze in affitto (c)	5,2	13,3	9,5	4,3	11,3	8,2
Abitazione di proprietà	9,3	9,0	9,1	8,7	8,8	8,8
Abitazioni di parenti e/o amici	36,0	27,6	31,6	37,0	30,4	33,3
Altri alloggi privati	1,5	2,7	2,1	0,3	1,2	0,8
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(fonte Istat - anno 2013 dati provvisori)

Per l'analisi del capitolo viene mantenuto il metodo utilizzato nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio nazionale sul turismo di Federconsumatori ed Ente bilaterale, la rilevazione all'inizio di ogni stagione dei prezzi nel segmento turistico balneare italiano.

Attraverso questo monitoraggio si intende fornire una stima dell'ipotetica spesa delle famiglie italiane per le vacanze estive.

Per la rilevazione tariffaria sono stati presi in considerazione tre distinti periodi:

- Bassa stagione: 07-14 giugno 2014 (7 notti)
- Media stagione: 12-19 luglio 2014 (7 notti)
- Alta stagione: 09-16 agosto 2014 (7 notti)

I dati 2014 evidenziano a livello nazionale una tariffa alberghiera media pro-capite (per categorie 2, 3, 4 stelle), in camera doppia con un trattamento di pensione completa, varia dai 65,00 €/giorno della bassa stagione ai 92,00 €/giorno di Ferragosto. (vedi tavola 9 riepilogativa delle specificità territoriali)

Tav. 7 – Tariffe medie giornaliere 2014, suddivise per aree territoriali e loro variazione rispetto all'anno precedente

AREE TERRITORIALI	Tariffe in Euro					
	Bassa stagione (1)		Media stagione (2)		Alta stagione (3)	
Nord Italia	60	+1,6	69	+1,6	80	+1,4
Veneto	74	+2,9	82	+2,2	89	+2,4
Friuli Venezia Giulia	73	+2,8	81	+1,5	89	+1,0
Liguria	77	+1,4	85	+1,0	95	+1,0
Emilia Romagna	52	+1,2	62	+1,7	75	+1,4
Centro Italia	68	+0,2	82	+1,0	100	+0,6
Toscana	77	-1,5	95	+1,3	112	+0,1
Marche	57	+1,5	71	+1,1	87	+1,2
Lazio	72	+1,7	89	-0,3	110	+0,2
Abruzzo	57	+1,4	72	+1,1	94	+1,3
Molise	64	-	73	-0,5	94	-
Sud Italia e isole	78	+1,3	90	+1,5	114	+1,4
Campania	88	+1,3	91	+1,4	105	+2,0
Puglia	79	+2,3	94	+1,5	129	+1,0
Basilicata	69	+2,5	79	+1,3	102	+1,5
Calabria	63	+0,5	75	+0,8	102	+0,5
Sicilia	89	+0,4	97	+0,7	119	+0,8
Sardegna	71	+1,5	93	+2,7	119	+2,0
Italia	65	+1,2	76	+1,5	92	+1,2

(1) Bassa stagione: 7-14 giu. 2014 (2) Media stagione: 12-19 lug. 2014 (3) Alta stagione: 9-16 Ago. 2014

Tavola 6 –

(a) Include alberghi, motel, pensioni e istituti religiosi.

(b) Residenza per cure fisiche/estetiche, campo lavoro e vacanza, sistemazione in mezzo pubblico di trasporto (cucette, vagoni letto, ecc.), centro congressi e conferenze, villaggio vacanza, campeggio, agriturismo, ecc.

(c) Include bed&breakfast.

Tav. 8 – Prospetto riepilogativo delle variazioni tariffarie suddivise per area territoriale e stagionalità, anni 2012 – 2014.

AREE TERRITORIALI	Anno 2012			Anno 2013			Anno 2014		
	Stagione			Stagione			Stagione		
	Bassa	Media	Alta	Bassa	Media	Alta	Bassa	Media	Alta
Nord Italia	+2,5	+3,2	+2,5	- 0,5	+1,9	+1,5	+1,6	+1,6	+1,4
Veneto	+3,8	+4,7	+3,7	+1,3	+3,6	+2,9	+2,9	+2,2	+2,4
Friuli Venezia Giulia	+2,1	+2,7	+2,5	+0,5	+2,6	+1,7	+2,8	+1,5	+1,0
Liguria	+2,6	+2,8	+1,9	- 0,4	+1,4	+1,2	+1,4	+1,0	+1,0
Emilia Romagna	+2,4	+3,1	+2,4	- 1,0	+1,6	+1,3	+1,2	+1,7	+1,4
Centro Italia	+1,6	+3,8	+2,5	- 0,7	+0,7	+0,4	+0,2	+1,0	+0,6
Toscana	+1,6	+2,9	+2,6	- 2,4	- 0,3	-	-1,5	+1,3	+0,1
Marche	+2,0	+5,5	+2,8	+0,3	+1,6	+1,3	+1,5	+1,1	+1,2
Lazio	+0,4	+3,5	+2,7	+1,6	+0,8	+2,8	+1,7	-0,3	+0,2
Abruzzo	+1,5	+3,6	+1,8	+0,2	+1,1	+1,0	+1,4	+1,1	+1,3
Molise	+3,4	+2,3	+1,8	0,8	+2,8	+2,7	-	-0,5	-
Sud Italia e isole	+2,8	+4,2	+3,1	+1,0	+0,1	+0,4	+1,3	+1,5	+1,4
Campania	+1,2	+1,5	+3,6	+1,0	- 0,9	- 0,3	+1,3	+1,4	+2,0
Puglia	+0,7	+4,9	+3,2	+1,6	+0,4	+1,6	+2,3	+1,5	+1,0
Basilicata	+4,2	+2,5	+1,0	- 0,1	+1,0	- 1,3	+2,5	+1,3	+1,5
Calabria	+1,7	+5,3	+1,9	+0,6	-0,7	+0,1	+0,5	+0,8	+0,5
Sicilia	+2,3	+4,8	+2,8	+0,7	+1,0	+0,8	+0,4	+0,7	+0,8
Sardegna	+3,6	+3,4	+1,3	+1,6	+0,4	+0,9	+1,5	2,7	+2,0
Italia	+2,7	+4,0	+3,1	- 0,2	+1,2	+1,1	+1,2	+1,5	+1,2
<i>Inflazione</i>	<i>Anno 2011: 2,8</i>			<i>Anno 2012: 3,0</i>			<i>Anno 2013: 1,2</i>		

In generale, gli aumenti tariffari rilevati nel triennio hanno seguito le variazioni del tasso d'inflazione nazionale corrispondente all'anno precedente. Fa eccezione l'anno 2013 in quanto, con l'aggravarsi della crisi turistica, le tariffe hanno subito un aumento inferiore al livello d'inflazione (+3,0%) riducendone la propria marginalità.

Le quotazioni rilevate nel 2014, come negli anni precedenti, escludono, nella maggior parte dei casi i costi per bevande ed extra come parcheggi e servizi spiaggia (la tassa di soggiorno(**) se specificata nei singoli listini, è stata sommata alle voci che compongono la tariffa complessiva alberghiera).

E' importante segnalare, come specificato in numerosi siti degli oltre 700 consultati, che i prezzi riportati nei listini online possono essere suscettibili di variazioni tariffarie senza preavviso. Le tariffe rilevate attraverso il contatto diretto con le direzioni alberghiere risultano invece suscettibili, da parte della stessa struttura, di un ampio margine di contrattazione.

L'indagine 2014 ha rilevato che sempre più alberghi hanno introdotto la modalità di preventivo e prenotazione on line, adottando una piattaforma software spesso uguale nelle strutture. Il principio utilizzato è quello della tariffa dinamica in sostituzione della tariffa statica: al posto di tabelle con prezzi fissi divisi per stagione, i siti internet degli alberghi offrono la possibilità di prenotare con la migliore tariffa disponibile in quel preciso momento perchè dovuta a fattori variabili, come la quantità di camere libere. Prima si prenota e più si possono trovare prezzi vantaggiosi, un metodo con cui gli alberghi invogliano il cliente a prenotare per tempo garantendosi così le entrate.

Tav. 9 – Tariffe medie stagionali 2014: confronto tra stagionalità e aree territoriali.

AREE TERRITORIALI	Variazioni % tariffe		
	Media stagione/ Bassa stagione	Alta stagione/ Bassa stagione	Alta stagione/ Media stagione
Nord Italia	+15,0	+33,3	+15,9
Centro Italia	+24,2	+51,5	+22,0
Sud Italia e isole	+15,4	+46,2	+26,7
Italia	+16,9	+41,5	+21,0



Il confronto tra stagionalità e aree territoriali rimane pressochè invariato rispetto al dato nazionale, con variazioni differenziate tra media/bassa stagione, alta/bassa stagione. Modeste riduzioni si sono registrate nel confronto tra Alta/media stagione.

(**) La tassa di soggiorno (introdotta per la prima volta nel 1931 ed abolita nel 1989) e' un'imposta che tutti i turisti dovranno pagare pro-capite, per ogni notte di pernottamento in hotel, agriturismi, affittacamere, ostelli, camping ecc. ecc.

Con la tassa introdotta nel 2011 con la legge sul federalismo fiscale, i Comuni hanno la facoltà di applicare un'imposta che varia da € 0,5 fino a € 5 a notte, variabile in funzione della città e del tipo di alloggio.

I proventi della tassa dovranno essere reinvestiti nel turismo o per servizi pubblici locali. Viene pagata direttamente dall'utente all'interno della struttura ricettiva, per essere versata successivamente dai gestori al Comune di appartenenza.

Sono previsti particolari casi di esenzione: persone che soggiornano per terapie o ricoveri, loro accompagnatori, minori di 14 anni e per gli appartenenti alle forze dell'ordine.

A dicembre 2013 l'importo medio della tassa è stato di 1,5 euro. Sono 470 i Comuni che hanno introdotto la tassa di soggiorno e 22 quelli che in alternativa, applicano l'imposta di sbarco, in particolare nei territori a forte vocazione turistica, mentre altre 20 Amministrazioni sono in fase di deliberazione. In mancanza di una regolamentazione nazionale in materia, la facoltà di applicazione dell'imposta ha creato concorrenza tra quegli operatori costretti ad applicarla e quelli no.

Tav. 10 – Tariffe medie stagionali 2014: confronto tra aree territoriali e spesa media.

AREE TERRITORIALI	Tariffe (dato Italia=100)		
	Bassa stagione (1)	Media stagione (2)	Alta stagione (3)
Nord Italia	92,3	90,8	90,0
Centro Italia	104,6	107,9	108,7
Sud Italia e isole	120,0	118,4	123,9
Italia	100,0	100,0	100,0

(1) Bassa stagione: 7-14 giu. 2014 (2) Media stagione: 12-19 lug. 2014 (3) Alta stagione: 9-16 Ago. 2014

Tav. 11 – Tariffe medie giornaliere 2014, suddivise per aree territoriali e classificazione alberghiera

AREE TERRITORIALI	Stelle	Tariffe in Euro		
		Bassa stagione (1)	Media stagione (2)	Alta stagione (3)
NORD ITALIA	2	45,00	52,00	63,00
	3	57,00	66,00	77,00
	4	88,00	103,00	114,00
Veneto	2	53,00	58,00	66,00
	3	69,00	76,00	84,00
	4	111,00	123,00	129,00
Friuli Venezia Giulia	2	45,00	50,00	58,00
	3	69,00	75,00	83,00
	4	93,00	104,00	112,00
Liguria	2	55,00	61,00	68,00
	3	73,00	80,00	91,00
	4	127,00	149,00	153,00
Emilia Romagna	2	42,00	50,00	62,00
	3	50,00	60,00	72,00
	4	74,00	89,00	103,00
CENTRO ITALIA	2	55,00	67,00	80,00
	3	64,00	79,00	96,00
	4	83,00	104,00	128,00
Toscana	2	66,00	77,00	90,00
	3	73,00	89,00	105,00
	4	105,00	139,00	165,00
Marche	2	47,00	54,00	69,00
	3	55,00	69,00	85,00
	4	74,00	90,00	108,00
Lazio	2	60,00	81,00	83,00
	3	73,00	89,00	109,00
	4	76,00	93,00	124,00
Abruzzo	2	42,00	56,00	75,00
	3	52,00	68,00	90,00
	4	73,00	88,00	111,00
Molise	2	-	-	-
	3	64,00	73,00	94,00
	4	-	-	-
SUD ITALIA E ISOLE	2	63,00	72,00	90,00
	3	66,00	77,00	97,00
	4	91,00	103,00	132,00
Campania	2	70,00	70,00	70,00
	3	77,00	81,00	96,00
	4	101,00	104,00	123,00
Puglia	2	53,00	66,00	92,00
	3	60,00	78,00	108,00
	4	102,00	115,00	157,00
Basilicata	2	-	-	-
	3	64,00	73,00	87,00
	4	74,00	84,00	116,00

Segue tav. 13

Tav. 11 segue – Tariffe medie giornaliere 2014, suddivise per aree territoriali e classificazione alberghiera

AREE TERRITORIALI	Stelle	Tariffe in Euro		
		Bassa stagione (1)	Media stagione (2)	Alta stagione (3)
Calabria	2	-	-	-
	3	58,00	70,00	94,00
	4	70,00	81,00	111,00
Sicilia	2	63,00	74,00	96,00
	3	80,00	91,00	111,00
	4	102,00	107,00	130,00
Sardegna	2	-	-	-
	3	55,00	69,00	87,00
	4	86,00	116,00	149,00
ITALIA	2	48,00	56,00	68,00
	3	60,00	71,00	85,00
	4	88,00	104,00	125,00

(1) Bassa stagione: 7-14 giu. 2014 (2) Media stagione: 12-19 lug. 2014 (3) Alta stagione: 9-16 Ago. 2014

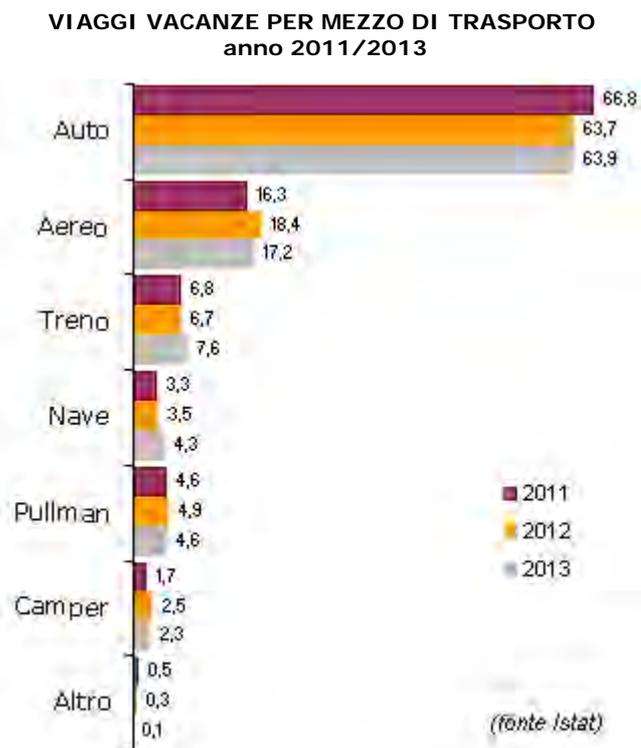
L'analisi delle tariffe suddivise per classificazione alberghiera riportate nella tavola evidenzia la forte variabilità presente anche all'interno della stessa tipologia di camera. La differenziazione tariffaria, risulta giustificata dalla qualità dei servizi offerti all'interno di una struttura alberghiera.

Qualità e offerta dei servizi rivestono un peso determinante in un soggiorno che riguardi tanto una vacanza breve (fino a 3 notti) quanto una vacanza lunga (oltre 4 notti). Al contrario, tali requisiti non sono determinanti per un soggiorno di una sola giornata.

In aggiunta alla congiuntura economica nazionale le variazioni tariffarie alberghiere, seppur contenute (non hanno superato l'1,5% annuo, vedi tav.9) non incentivano il rilancio delle località turistiche italiane. Inoltre occorre aggiungere al costo finale della vacanza le componenti legate ad elementi di vivibilità o fruibilità del soggiorno quali servizi, logistica, intrattenimento ecc.

A questi vanno altresì aggiunte le spese per il raggiungimento delle mete: carburanti, autostrade, trasporti.

Ancora una volta malgrado la crisi, l'automobile resta per il 63,9% (dato Istat 2013 in aumento di 0,2 p.percentuali sul 2012) il mezzo più utilizzato per i viaggi vacanza, seguito da aereo (17,2%), treno (7,6%) nave (4,3%), altri (pulman, camper, ecc.) 7,0%.



Tav. 12 – Variazioni tendenziali indice costo vita per classi di prodotto, Aprile 2013/Aprile 2014 (Fonte Istat)

CLASSE PRODOTTO	Indici Istat		
	Aprile 2013	Aprile 2014	Var.%
Carburanti e lubrificanti:	131,2	128,0	- 2,4
- Gasolio	130,8	135,3	- 1,7
- Benzina	128,7	127,9	- 2,2
- Altri Carburanti	125,9	117,9	- 6,4
Trasporto passeggeri su rotaia	111,7	110,2	- 1,3
Trasporti marittimi e vie d'acqua	140,3	138,7	- 1,1
Trasporto passeggeri extraurb. su pullman	111,8	115,2	+ 3,0
Voli nazionali passeggeri	114,5	151,8	+ 32,6
Pedaggi e parchimetri	116,3	121,4	+ 4,4
Variazione indice Istat N.I.C.			+ 0,6

Nonostante si sia registrata una diminuzione, in termini complessivi rispetto al 2013 del costo dei trasporti e in particolare dei carburanti, un altro segnale della crisi congiunturale che attraversa il nostro Paese si evince dai dati sugli spostamenti registrati attraverso la rete autostradale.

A fronte di un trend negativo iniziato nel 2012 e tuttora in atto (-1,5% nel 2013; -7,5% nel 2012 [*dati AISCAT*]) della domanda di mobilità sulla rete autostradale per il traffico leggero, si e' ugualmente contrapposta una revisione al rialzo dei pedaggi sulla rete autostradale in concessione.

Nel 2013 la rete autostradale nazionale è stata interessata da aumenti tariffari applicati rispettivamente nei mesi di gennaio ed aprile. Gli aumenti dei pedaggi, in base alle disposizioni del ministero dei Trasporti sono stati applicati sia alla rete Autostrade per l'Italia, sia alle reti minori. Alle nuove tariffe infine, è stato applicato dal 01/10/2013, l'aumento di 1 punto percentuale dell'Iva, imposta passata dal 21 al 22%. Il trend è proseguito anche per il 2014.

Per quantificare l'incidenza del costo viaggio nel complesso della vacanze abbiamo voluto simulare la spesa presunta sostenuta sia da un singolo vacanziero sia da una famiglia tipo (n. 3 persone: n. 2 adulti+n.1 ragazzo), del viaggio andata/ritorno in auto o in treno, per il raggiungimento di alcune località turistiche.

Le città di partenza sono Milano e Roma, le auto considerate sono una utilitaria di piccola cilindrata e una berlina classica tre volumi di media cilindrata. Entrambe le automobili sono alimentate sia a gasolio che a benzina e utilizzano per il raggiungimento della destinazione un percorso autostradale. Per il viaggio in treno è stata considerata la tariffa per un biglietto in 2^a classe sulle linee Freccia e Regionali di Trenitalia.

Tav. 13 – Spesa presunta per il viaggio di andata e ritorno in alcune località turistiche per tipo di mezzo.

Tragitto			Automobile A/R					Treno 2 ^a classe		
			Pedaggio (1)	Utilitaria (2)	Totale (1+2)	Berlina (3)	Totale (1+3)	Freccia rossa	Freccia bianca/argento	IC
MILANO RIMINI (Rn)	Km. 329	Benzina	45,20	81,80	127,00	95,16	140,36	100,00	86,00	71,00
		Gasolio		57,46	102,66	69,98				
MILANO M. MASSA (Lu)	Km. 237	Benzina	45,00	62,96	107,96	73,22	118,22	--	79,00	59,00
		Gasolio		44,22	89,22	53,84				
MILANO ROSETO ABRUZZI (Te)	Km. 549	Benzina	75,20	138,02	213,22	160,50	235,70	198,00	125,80	95,90
		Gasolio		96,98	172,18	118,02				
ROMA RIMINI (Rn)	Km. 479	Benzina	76,60	103,88	180,48	120,76	197,36	147,00	152,00	--
		Gasolio		72,98	149,58	88,78				
ROMA M.MASSA (Lu)	Km. 401	Benzina	56,40	102,08	158,48	118,70	175,10	104,00	99,00	75,00
		Gasolio		71,72	128,12	87,28				
ROMA ROSETO ABRUZZI (Te)	Km. 229	Benzina	43,00	54,18	97,18	63,02	106,02	--	--	78,80
		Gasolio		38,06	81,06	46,34				

I prezzi indicati nella tabella sono stati calcolati utilizzando il sito: www.viamichelin.it.

La spesa tragitto e' elaborata con valori: p. medio nazionale carburanti = Benzina verde € 1,738 lt. Gasolio € 1,633 lt. rilevati alla data del 28/4/2014. Fonte Min. Sviluppo Economico/dip. Energia su "Prezzo Italia" (prezzo medio di vendita delle compagnie che operano in Italia, compreso le principali 'pompe bianche').

Non sono stati considerati per la temporaneità dell'iniziativa, i benefit a favore dei consumatori, relativi agli sconti applicati ai prezzi dei carburanti da alcune compagnie, in alcuni giorni della settimana.

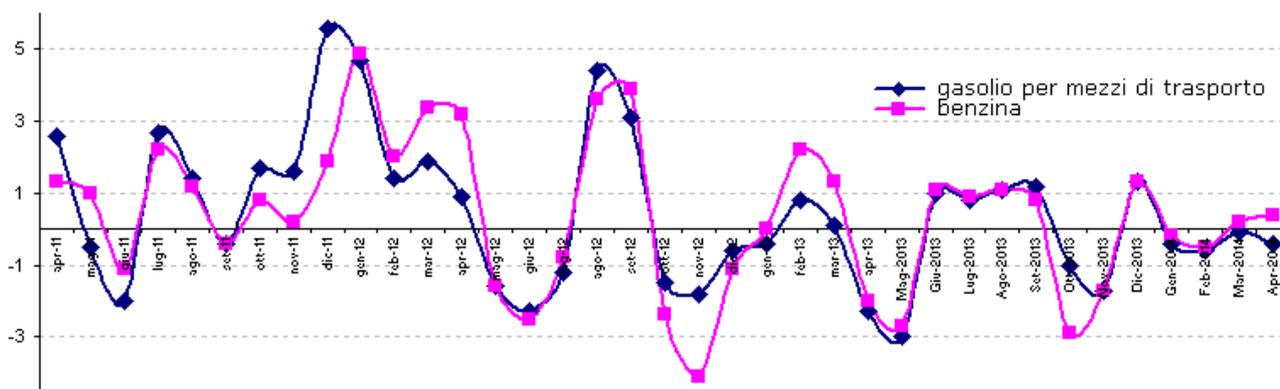
(**) Treni Regionali.

Nonostante l'auto risulti il mezzo più usato, la spesa presunta per il viaggio di andata/ritorno nelle località turistiche è maggiore rispetto ai mezzi di trasporto collettivi. Tale onere si è lievemente ridotto grazie alla minor spesa per l'acquisto dei carburanti.

Tuttavia occorre ricordare che come ogni anno in coincidenza con le partenze per le ferie estive, anche per il 2014 è previsto un aumento dei carburanti alla pompa.

Ulteriori adeguamenti tariffari legati invece a fattori di natura stagionale saranno applicati su prodotti e servizi riguardanti l'attività turistica nei luoghi di villeggiatura quali: stabilimenti balneari (+3,6% Agosto 2013), campeggi, agriturismi (+3,3% Agosto 2013), ingressi parchi divertimento (+2,3% Agosto 2013), musei-gallerie (+2,4 Agosto 2013).

Graf. variazioni congiunturali prezzo carburanti alla pompa, aprile 2011–aprile 2014



Tav. 14 - Stima pro capite del costo complessivo di una settimana in alcune località turistiche - ferragosto 2014.

Tragitto	ALBERGO (1)		Automobile A/R				Treno 2^ classe					
			Utilit. (2)	TOTALE (1+2)	Berlina (3)	TOTALE (1+3)	Freccia rossa Base (4)	TOTALE (1+4)	Freccia bianca/argento Base (5)	TOTALE (1+5)	IC Base (6)	TOTALE (1+6)
MILANO RIMINI	458,00	Ben.	127,00	585,00	140,36	598,36	100,00	558,00	86,00	544,00	71,00	529,00
		Gas.	102,66	560,66	115,18	573,18						
MILANO M.MASSA	586,00	Ben.	107,96	693,96	118,22	704,22	--	--	79,00	665,00	59,00	645,00
		Gas.	89,22	675,22	98,84	684,84						
MILANO ROSETO ABRUZZI	605,00	Ben.	213,22	818,22	235,70	840,70	198,00	803,00	125,80	703,80	95,90	700,90
		Gas.	172,18	777,18	193,22	798,22						
ROMA RIMINI	458,00	Ben.	180,48	638,48	197,36	656,36	147,00	605,00	152,00	610,00	--	--
		Gas.	149,58	607,58	165,38	623,38						
ROMA M.MASSA	586,00	Ben.	158,48	744,48	175,10	761,10	104,00	690,00	99,00	685,00	75,00	661,00
		Gas.	128,12	714,12	143,68	729,68						
ROMA ROSETO ABRUZZI	605,00	Ben.	97,18	702,18	106,02	711,02	--	--	--	--	78,80	683,80
		Gas.	81,06	686,06	89,34	694,34						

Tav. 15 - Stima del costo complessivo per una famiglia di n. 3 componenti, per una settimana in alcune località turistiche a ferragosto 2014.

Tragitto	ALBERGO (1)		Automobile A/R				Treno 2 [^] classe					
			Utilit. (2)	TOTALE (1+2)	Berlina (3)	TOTALE (1+3)	Freccia rossa Base (4)	TOTALE (1+4)	Freccia bianca/argento Base (5)	TOTALE (1+5)	IC ** Base (6)	TOTALE (1+6)
MILANO RIMINI	1305,30	Ben.	127,00	1432,50	140,36	1409,66	300,00	1605,30	215,00	1520,30	96,00	1401,30
		Gas.	102,66	1407,96	115,18	1420,48						
MILANO M.MASSA	1670,10	Ben.	107,96	1778,06	118,22	1788,32	--	--	173,30	1843,40	147,60	1817,60
		Gas.	89,22	1759,32	98,84	1768,94						
MILANO ROSETO ABRUZZI	1724,25	Ben.	213,22	1937,47	235,70	1959,95	445,20	2169,45	314,50	2038,75	239,90	1964,15
		Gas.	172,18	1896,43	193,22	1917,47						
ROMA RIMINI	1305,30	Ben.	180,48	1485,78	197,36	1502,66	380,00	1685,30	380,00	1685,30	100,50	1405,80
		Gas.	149,58	1454,88	165,38	1470,68						
ROMA M.MASSA	1670,10	Ben.	158,48	1828,58	175,10	1845,20	269,00	1939,10	247,60	1917,70	187,60	1857,70
		Gas.	128,12	1798,22	143,68	1813,78						
ROMA ROSETO ABRUZZI	1724,25	Ben.	97,18	1821,43	106,02	1830,27	--	--	--	--	197,10	1921,35
		Gas.	81,06	1805,31	89,34	1813,59						

- Le tariffe alberghiere sono comprensive dello sconto 15% calcolato sul "terzo letto".

- Treno: biglietto "base" 2 Adulti+1ragazzo, escluso agevolazioni quali: last minute, Economy, Bimbi gratis, Famila.

** IC notte - Regionali

Tav. 16 - Stima pro capite del costo complessivo di una settimana in una località turistiche a ferragosto 2014 – dati per tipologia alberghiera.
Tragitto MILANO-RIMINI

Tipologia alberghiera	ALBERGO (1)		Automobile A/R				Treno 2 [^] classe					
			Utilit. (2)	TOTALE (1+2)	Berlina (3)	TOTALE (1+3)	Freccia rossa Base (4)	TOTALE (1+4)	Freccia bianca/argento Base (5)	TOTALE (1+5)	IC Base (6)	TOTALE (1+6)
2	390,00	Ben.	127,00	517,00	140,36	530,36	100,00	490,00	86,00	476,00	71,00	461,00
		Gas.	102,66	492,66	115,18	505,18						
3	469,00	Ben.	127,00	596,00	140,36	609,36	100,00	569,00	86,00	555,00	71,00	540,00
		Gas.	102,66	517,66	115,18	584,18						
4	621,00	Ben.	127,00	748,00	140,36	761,36	100,00	721,00	86,00	707,00	71,00	692,00
		Gas.	102,66	723,66	115,18	736,18						
Media	458,00	Ben.	127,00	585,00	140,36	598,36	100,00	558,00	86,00	544,00	71,00	529,00
		Gas.	102,66	560,66	115,18	573,18						

4 - IL TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ESTERE

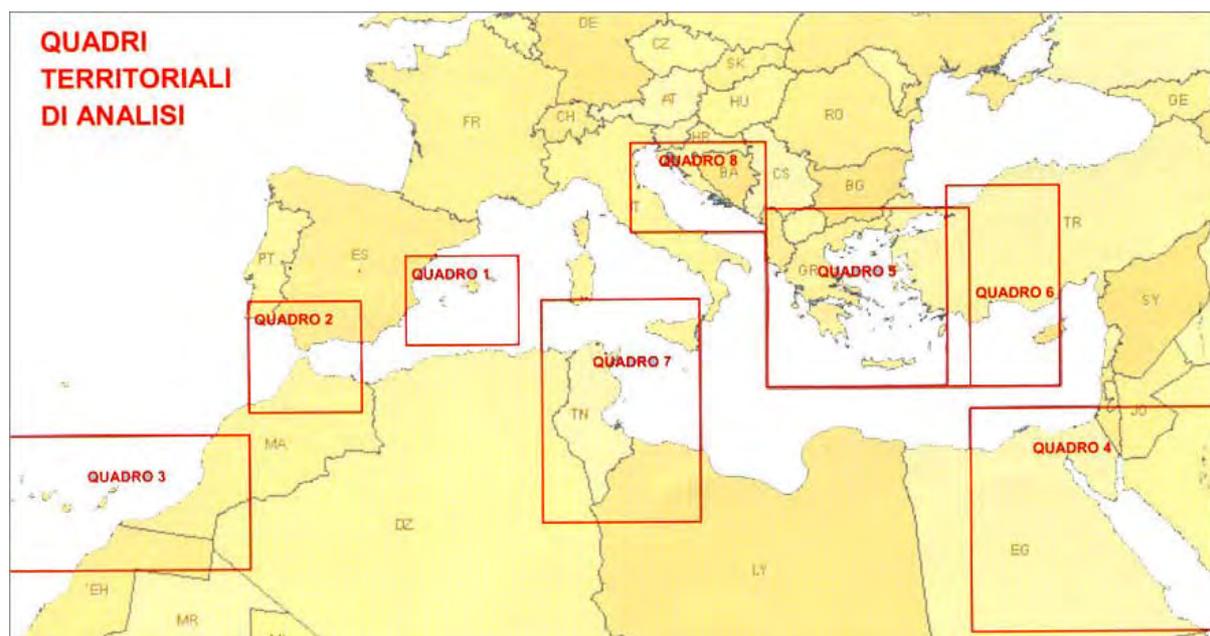
Il capitolo sul turismo nelle località balneari estere fa riferimento ai maggiori flussi turistici in partenza dall'Italia. Le mete oggetto di analisi hanno interessato, come nelle precedenti edizioni, le località più rinomate dei Paesi che si affacciano nel bacino del Mediterraneo: Spagna, Grecia, Croazia, Slovenia, Tunisia, Turchia, Egitto.

Nell'area mediterranea, di forte competitività, il settore mostra una grande eterogeneità e redistribuzione dei flussi turistici. In particolar modo per alcuni Paesi, occorre segnalare come la presenza di conflitti sociali, economici, e religiosi influenzino fortemente la scelta dei turisti. Al fine di evitare un'ulteriore dispersione del flusso vacanziero nel bacino Mediterraneo, in particolare nelle sopracitate aree, e per combattere la crisi alcuni di questi Paesi hanno cercato di incentivare il settore mediante il ricorso a politiche di prezzo particolarmente agevolanti.

Secondo le previsioni degli operatori del settore, supportate anche dai risultati di alcuni sondaggi sulle prospettive di prenotazione, rimangono incerte le previsioni per l'anno in corso, dopo un biennio 2012-2013 che ha registrato una contrazione della domanda dei viaggi vacanza verso le destinazioni balneari estere.

Il protrarsi della crisi economica nazionale degli ultimi anni condiziona, per chi ha deciso di partire nel corso dell'estate, la scelta turistica, portando a privilegiare mete nazionali o estere meno costose come Grecia, Spagna e Portogallo, particolarmente convenienti per prezzi e servizi.

Durante la rilevazione dei dati, sono state notevoli le difficoltà riscontrate nel costruire il campione d'indagine: da segnalare la vendita e l'acquisto ad opera degli stessi tour operator di villaggi ed alberghi con conseguente ridimensionamento delle tariffe (spesso più convenienti) rispetto alle originali. Il confronto con l'anno 2013 si è ridotto ai soli punti comuni dei due periodi, per mantenerne la rappresentatività sono stati introdotti nuovi punti di monitoraggio, in sostituzione di quelli non più presenti.



A livello territoriale, come nelle precedenti edizioni, i dati dell'Osservatorio sono stati

organizzati in quattro segmenti 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 194 mentre con riferimento alle strutture ricettive, sono state rilevate nel totale delle località balneari 673 quotazioni tariffarie.

Lo scopo dell'indagine è la stima del prezzo medio per un pacchetto vacanze all-inclusive, desunto dai cataloghi dei maggior tour operator distribuiti nelle agenzie di viaggio e da una quota rilevata attraverso prenotazione internet. La tariffa corrisponde ad un viaggio+soggiorno (camera doppia/unità abitativa di tipo standard con trattamento di pensione completa o mezza pensione) di 8giorni/7notti, in hotel o villaggio, per un turista adulto nel periodo di ferragosto 2014.

Le voci di spesa che concorrono alla definizione del prezzo finale oltre a viaggio+soggiorno, sono: assicurazione obbligatoria, quota gestione pratica, supplemento obbligatorio "surcharge" per tariffe aeree, visto d'ingresso (dove richiesto), tessera club settimanale. Per il soggiorno nelle località della Croazia, sono state escluse le spese relative al viaggio, per il quale l'utilizzo dell'auto propria o del traghetto, viene preferito all'aereo.

I valori riportati nelle tavole seguenti costituiscono un indicatore su quello che è il livello dei prezzi di un pacchetto vacanza, ma come già più volte sottolineato negli altri capitoli, non ne rappresentano l'effettiva spesa a carico del turista. Come precisato anche all'interno dei cataloghi, le informazioni relative alle voci che compongono un pacchetto vacanza (soggiorno, volo, servizi..), sono suscettibili all'atto del contratto con l'agenzia, di variazioni dovute a: cambio della compagnia aerea, variazione del prezzo dei carburanti causato dalle fluttuazioni del costo del petrolio ("surcharge") ecc. ecc.

La spesa media stimata per un soggiorno nel complesso delle n. 194 località, ammonta a € 1.065,00, come dal quadro di sintesi dei singoli ambiti territoriali sotto riportato.



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

SPAGNA: (1.182 €)



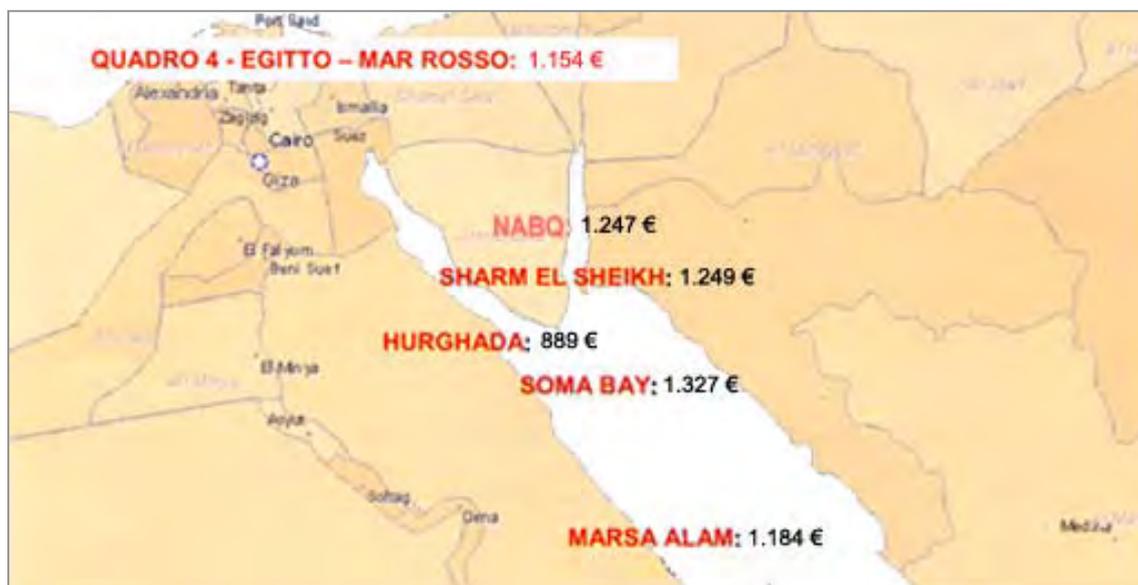
Con un totale di 3,25 milioni di turisti italiani nel 2013, l'Italia risulta essere il quarto mercato per turismo nella penisola iberica. Malgrado il calo dell'8% dei vacanzieri italiani, la Spagna resta dopo la Francia, la seconda destinazione internazionale per gli italiani (fonte Istat). Tour operator come Alpitour ed Eden Viaggi hanno aumentato la propria offerta per le isole e Canarie, cercando di recuperare alcune delle destinazioni che sono più richieste nel mercato italiano.

I prezzi rilevati nelle varie località risultano in generale diminuzione sia per macro area che nelle principali località turistiche spagnole, con la sola eccezione di Minorca, Tenerife, Costa del Sol dove il costo del soggiorno risulta in aumento rispetto allo stesso periodo del 2013.

La quota tariffaria risultante dal complesso delle località campionate per la Spagna, fa riferimento a tre macro aggregazioni (*Livello B*):

Isole canarie.....	€ 1.160 (-2,7%)	Tra cui:	
- Tenerife	€ 1.218	<i>Villaggi:</i> n.d.	<i>Alberghi:</i> € 1.218
- Gran Canaria	€ 1.142	<i>Villaggi:</i> € 1.280	<i>Alberghi:</i> € 1.132
- Lanzarote	€ 1.002	<i>Villaggi:</i> € 1.075	<i>Alberghi:</i> € 978
- Fuerteventura	€ 1.275	<i>Villaggi:</i> € 1.205	<i>Alberghi:</i> € 1.278
Costa del Sol.....	€ 1.007 (+0,3%)		
Isole Baleari.....	€ 1.227 (-0,2%)	Tra cui:	
- Minorca	€ 1.268	<i>Villaggi:</i> € 1.435	<i>Alberghi:</i> € 1.248
- Maiorca	€ 1.170	<i>Villaggi:</i> € 1.605	<i>Alberghi:</i> € 1.131
- Ibiza	€ 1.193	<i>Villaggi:</i> € 1.381	<i>Alberghi:</i> € 1.178
- Formentera	€ 1.454	<i>Villaggi:</i> € 1.729	<i>Alberghi:</i> € 1.414

EGITTO: (1.154 €)



L'Egitto, risulta con le sue località balneari, tra i Paesi scelti dai nostri connazionali per una vacanza all'estero.

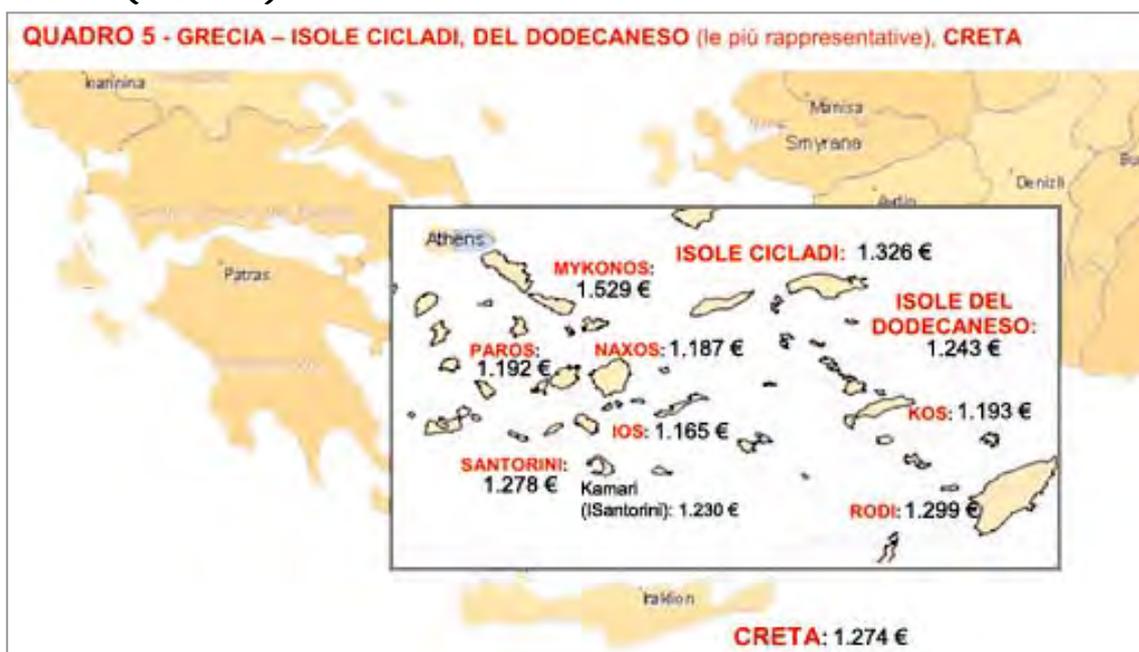
Il progressivo deterioramento del contesto politico e della sicurezza interna iniziato nel 2013 hanno avuto come conseguenza un drastico ridimensionamento del comparto turistico per l'anno in corso. La Farnesina a maggio 2014 sconsiglia i viaggi in tutte le località balneari di Sharm el-Sheik, Dahab, Nuweiba e Taba, evitando le località diverse dalle aree turistiche dell'alto Egitto.

Per far fronte alle prospettive incerte del turismo in Egitto, sette tra i principali operatori italiani - Alpitour, Hotelplan, Eden, Veratour, Settemari, Going e Swan Tour - con la partecipazione di Astoi, Ainet e in accordo con l'Ente del turismo egiziano stanno mettendo a punto iniziative di rilancio del turismo nel Mar Rosso.

Alla luce di quanto sopra, il quadro territoriale d'analisi che raggruppa sia località che si affacciano sulla riva del Mediterraneo, sia quelle nel Mar Rosso, registra sul fronte dei prezzi una diminuzione a livello nazionale di oltre 3 punti percentuali, in modo particolare per le località di Hurgada (-12,8%), Marsa Alam (-2,9%). Stabili le località Sharm El Sheikh e Soma Bay, in sensibile aumento Nabq (+5,9%).

- Sharm El Sheikh	€ 1.249	Villaggi:	€ 1.355	Alberghi:	€ 1.206
- Hurgada	€ 889	Villaggi:	n.d.	Alberghi:	€ 889
- Marsa Alam	€ 1.184	Villaggi:	€ 1.259	Alberghi:	€ 1.142
- Soma Bay	€ 1.327	Villaggi:	€ 1.748	Alberghi:	€ 1.222
- El Nabq	€ 1.147	Villaggi:	€ 1.194	Alberghi:	€ 1.283

GRECIA: (1.294 €)



La Grecia malgrado cinque anni di recessione, rimane una delle destinazioni più gettonate del Mediterraneo, definita "meta forte per le prenotazioni estive". Dopo un aumento dei flussi turistici rilevato nel corso del 2013, la Grecia prevede per l'estate 2014 un ulteriore incremento dei turisti grazie anche ad una politica di prezzi più competitivi rispetto alle altre mete mediterranee.

Causa la crisi Egiziana, Grecia e Turchia appaiono preferite al Paese arabo.

La quota tariffaria rilevata risulta nel complesso in aumento sia a livello nazionale (+0,5%), sia per macro aree (+2,2% Creta), (+0,6% Isole Cicladi), con variazioni assai differenziate registrate sulle singole località turistiche.

In controtendenza risultano in diminuzione le tariffe rilevate nelle isole del Dodecaneso (-0,5%).

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

Isole del Dodecaneso	€ 1.243 (-0,5%)	Tra cui:		
- Rodi	€ 1.299	Villaggi:	€ 1.585	Alberghi: € 1.041
- Kos	€ 1.193	Villaggi:	€ 1.504	Alberghi: € 1.004
Isola di Creta.....	€ 1.284 (+2,2%)	Villaggi:	€ 1.588	Alberghi: € 1.049
Isole Cicladi.....	€ 1.326 (+0,6%)	Tra cui:		
- Mykonos	€ 1.529	Villaggi:	€ 1.773	Alberghi: € 1.430
- Paros	€ 1.192	Villaggi:	-	Alberghi: € 1.192
- Los	€ 1.165	Villaggi:	-	Alberghi: € 1.165
- Naxos	€ 1.187	Villaggi:	€ 1.328	Alberghi: € 1.179
- Santorini	€ 1.278	Villaggi:	€ 1.419	Alberghi: € 1.245

TURCHIA: (1.062 €)

Continuano in questo Stato le politiche promozionali sul il turismo, in particolare quello balneare cresciuto negli ultimi 20 anni e divenuto per la Turchia una delle fonti di maggior reddito del Paese.

La Turchia è un Paese decisamente conveniente per una vacanza a costi contenuti, grazie anche ai progressi fatti nella ricettività turistica negli ultimi anni. Le località marittime sia della costa Egea (Bodrum) che Mediterranea (Antalya), sono protagoniste di un vero e proprio boom, grazie ad enormi investimenti effettuati nelle infrastrutture turistiche.

Nel 2012 la Turchia ha registrato 714mila presenze italiane, cresciute del 2,5% nel 2013, superando quota 730mila, con ulteriori previsioni di crescita anche nel 2014, grazie anche a nuovi collegamenti aerei diretti dall'Italia.

La quota tariffaria rilevata risulta nel complesso in aumento (+3,9%).



- Costa di Antalya... € 1.062
 - Villaggi:..... € 1.158
 - Alberghi:..... € 1.013

TUNISIA: (1.043 €)

La graduale ricomposizione del quadro socio-politico tunisino, e la ritrovata stabilità politica del Paese nordafricano, hanno contribuito ad un miglioramento della sicurezza a favore di un ritrovato interesse turistico. La conferma arriva anche dai tour operator italiani che segnalano una forte ripresa delle prenotazioni.

Nel 2012, il numero dei turisti italiani a causa della crisi nel Paese, era sceso a 216mila unità, per poi risalire l'anno successivo ad oltre 231mila collocando l'Italia al quinto posto della classifica per numero di arrivi.

I prezzi rilevati nel periodo marzo/aprile 2014 sono risultati mediamente nell'ordine di:



- | | | | |
|------------|---------|-------------------|-----------------|
| - Djerba | € 1.097 | Villaggi: € 1.243 | Alberghi: € 947 |
| - Hammamet | € 971 | Villaggi: € 1.170 | Alberghi: € 911 |

SLOVENIA E CROAZIA: (653 €)



E' continuata anche nel 2013, la flessione registrata già' dallo scorso anno, dei flussi turistici in partenza dall'Italia (Croazia -3,1%, Slovenia -16%) malgrado i prezzi competitivi (653 € di media), ne facciamo di queste destinazioni le mete turistiche tra le più convenienti.

Con riferimento alla Croazia, l'Ente nazionale per il Turismo ha iniziato una serie di politiche promozionali per uno sviluppo del settore attraverso nuove forme di comunicazione, collegamenti diretti e nuove strutture alberghiere.

La quota tariffaria rilevata risulta nel complesso stabile. Mentre variazioni diversificate si sono registrate dall'elaborazione delle tariffe nelle diverse località.

- Slovenia € 704
- Istria € 608
- Quarnaro € 637
- Dalmazia € 670

Per il soggiorno nelle località del quadro 8, sono state escluse le spese relative al viaggio, per il quale l'utilizzo dell'auto propria o del traghetto, viene preferito all'aereo.

Tav. 17 - Quadro tariffario riepilogativo dei prezzi nelle principali località balneari – Valori assoluti per area territoriale.

Area territoriale		Prezzo (€)	Var. %
SPAGNA		1.182	-1,5
	Isole Baleari di cui:	1.227	-0,2
	Minorca	1.268	+1,4
	Maiorca	1.170	-0,7
	Ibiza	1.193	-0,7
	Formentera	1.454	-1,9
	Costa del Sol	1.007	+0,3
	Isole Canarie di cui:	1.160	-2,7
	Tenerife	1.218	+1,5
	Gran Canaria	1.142	-0,2
	Lanzarote	1.002	-3,2
	Fuerteventura	1.275	-6,3
GRECIA		1.294	+0,5
	Creta	1.274	+2,2
	Isole del Dodecaneso	1.243	-0,5
	Rodi	1.299	-3,2
	Kos	1.193	+2,7
	Isole Cicladi	1.326	+0,6
	Myconos	1.529	+0,4
	Paros	1.192	+0,5
	Los	1.165	+0,2
	Naxos	1.187	-0,9
	Santorini	1.287	+1,9
EGITTO		1.154	-3,6
	Nabq	1.247	+5,9
	Sharm El Sheikh	1.249	+0,2
	Hurghada	889	-12,8
	Marsa Alam	1.184	-2,9
	Soma Bay	1.327	+0,3
SLOVENIA e CROAZIA		653	+0,2
	Slovenia	704	+0,9
	Istria	608	-1,3
	Quarnaro	637	+10,6
	Dalmazia	670	-2,4
TUNISIA di cui:		1.043	+1,0
	Djerba	1.097	+1,3
	Hammamet	971	-8,2
TURCHIA			
	Costa di Antalya	1.062	+3,9
Totale		1.065	

ATTENZIONE: le variazioni percentuali riportate fanno riferimento non all'universo delle quotazioni rilevate, ma solamente a quelle effettivamente confrontabili (anche mediante la ricostruzione del prezzo) con l'anno precedente.

5 - IL TURISMO NELLE CAPITALI E NELLE CITTA' D'ARTE EUROPEE

Il capitolo dell'osservatorio si occupa dell'analisi tariffaria relativa al costo di un pacchetto vacanza (comprensivo di volo aereo), per un soggiorno turistico di 4giorni/3notti, (vacanza breve), nella settimana del ferragosto (periodo 14/17 agosto 2014), in una capitale o città estera.

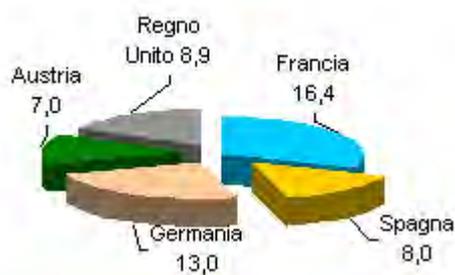
Malgrado anche nel 2013 i viaggi vacanza all'estero dei nostri connazionali, causa la crisi economica in atto, abbiano continuato a mostrare una flessione per numero e durata rispetto agli anni precedenti, questo tipo di vacanza rimane uno dei segmenti più ampi del turismo europeo. Grazie alla crescita culturale conseguente al processo d'integrazione europeo e all'aumento dei collegamenti low cost in Europa, esso ne rappresenta il maggior tasso di sviluppo dagli anni 2000. Il 16,9% dei viaggi vacanza complessivi effettuati all'estero nel 2013 (dati Istat), ha avuto come destinazione una località europea (14,8% per i paesi dell'Unione; 1,6% per altri paesi europei).

Con riferimento al contesto territoriale europeo, alle città più gettonate nel corso dell'anno precedente e alle stime di vendita dei tour operator sulle destinazioni maggiormente richieste dai turisti italiani per l'estate 2014, sono state oggetto di rilevazione: Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam, Londra, Istanbul, Parigi, Praga, Vienna, Mosca, San Pietroburgo.

Tav. 18 - Graduatoria delle principali destinazioni Europee 2013
(dati per 100 viaggi vacanza 1-3 notti effettuati)

	Totale viaggi vacanza
Europa	96,6
Francia	16,4
Germania	13,0
Regno Unito	8,9
Spagna	8,0
Slovenia	7,7
Austria	7,0
Resto del mondo	...

Grafico viaggi vacanza Europa permanenza 1-3 notti



Fonte Istat – Viaggi e vacanze in Italia e all'estero 2013

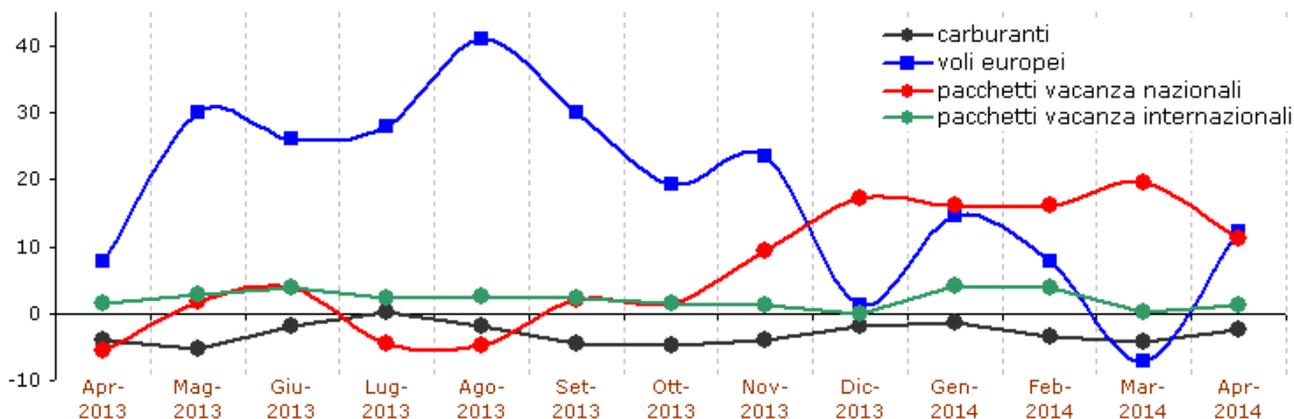
Nel 2013 e precisamente nel trimestre giugno-agosto, Francia e Spagna hanno rappresentato le destinazioni principali per le vacanze brevi (1-3 notti) nelle capitali europee. Le strutture ricettive collettive hanno caratterizzato la scelta dell'alloggio dove trascorrere il soggiorno.

L'indagine condotta fa riferimento ai prezzi desunti dai cataloghi 2014 messi a disposizione dalle agenzie di viaggio o rilevati attraverso i sistemi di booking online. Sono state rilevate 313 quotazioni tariffarie (comprensive di volo aereo) rappresentative delle città campionate e che riguardano la sistemazione in camera doppia di tipo standard, pernottamento e prima colazione, nella fascia di hotel da 3 a 5 stelle, nel periodo di riferimento, nonchè tutte le voci accessorie che concorrono alla formazione del prezzo finale.

Le singole quotazioni elaborate, tuttavia, rappresentano una stima approssimativa della vacanza, in quanto, al momento della prenotazione, possono essere oggetto di oscillazioni attribuibili ai diversi fattori che compongono il pacchetto: variazione costo albergo, volo, tasse aeroportuali, visti di ingresso (se richiesti), surcharge (supplemento obbligatorio sulle tariffe aeree, che rappresenta l'adeguamento al prezzo del carburante, calcolato come percentuale variabile sul costo del viaggio e applicato fino a 21 giorni prima della data di partenza).

Ad agosto 2013 (*vedi grafico*) il prezzo relativo ai voli europei, aveva raggiunto una variazione del 40%. I valori possono sicuramente non trovare corrispondenza tra, il prezzo del catalogo cartaceo con una validità di diversi mesi (e a cui questa indagine fa riferimento), e le tariffe calcolate on-line, dove diversamente a quanto sopra, oltre ad essere aggiornate quotidianamente, pubblicizzano in modo particolare valori civetta (nelle quali escludono commissioni amministrative, commissioni per transazioni, per assistenza telefonica ecc.) che ben difficilmente ne rispecchiano il reale prezzo finale.

Grafico variazioni tendenziali di alcuni prodotti Apr. 2013 – Apr. 2014.



Fonte Istat: rilevazione prezzi al consumo

Il dato medio individuale per un turista adulto, ammonta nel complesso a € 537,00.

Dalla disaggregazione di tale valore sono state individuate e suddivise le città in tre fasce tariffarie (vedi tav. 19): una al di sotto della media complessiva (ne fanno parte n. 4 località), una fascia intermedia (n. 4 località), e per ultimo, una fascia con prezzi superiori al dato medio complessivo (n. 4 Località) che comprende alcune realtà campionate più distanti dall'Italia.

Tav. 19 - Tavola riepilogativa per fasce tariffarie rilevate.

(valore medio individuale nelle 12 città = € 537,00)	
Citta' fascia inferiore:	Berlino, Praga, Madrid, Lisbona
Citta' fascia intermedia:	Vienna, Amsterdam, Parigi, Barcellona
Citta' fascia superiore:	Londra, San Pietroburgo, Mosca, Istanbul

Nello specifico, partendo dalla parte orientale europea:

Città'	P.Medio	+/- (*)	Valore minimo	Valore massimo
San Pietroburgo	937,00	n.d.	824,00	1.184,00
Mosca	930,00	+ 2,9	817,00	1.300,00
Berlino	430,00	- 3,0	247,00	558,00
Praga	409,00	- 5,6	280,00	612,00
Vienna	501,00	- 1,3	398,00	797,00
Istanbul	630,00	n.d.	549,00	675,00
Amsterdam	536,00	- 4,6	432,00	685,00
Londra	608,00	+ 1,0	448,00	934,00
Parigi	564,00	- 4,6	418,00	883,00
Madrid	435,00	- 0,5	228,00	833,00
Barcellona	506,00	+ 0,7	378,00	867,00
Lisbona	478,00	+ 2,1	329,00	649,00

* *Variazione stimata rispetto allo stesso periodo 2013, dove ne e' stata possibile la comparazione*

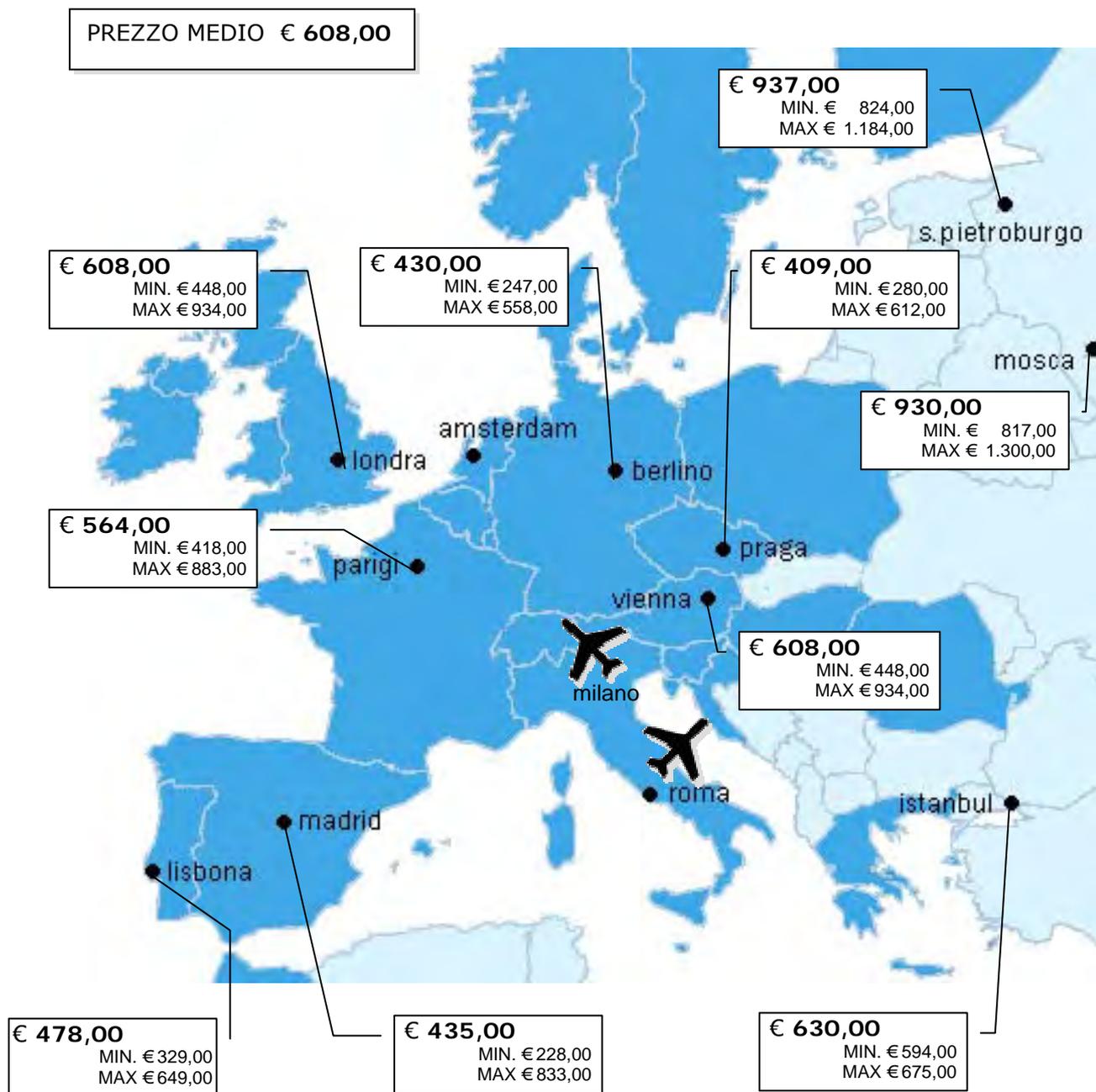
Nel complesso i prezzi dei pacchetti vacanza 2014, con destinazione le maggiori città internazionali, risultano avere in media un livello tariffario inferiore rispetto al precedente anno 2013.

Da segnalare in controtendenza, le variazioni in aumento per le città' di Mosca (+2,9%), Lisbona (+2,1%), Londra (+1,0%).

La città di Praga (-5,6%) tra le capitali europee, risulta offrire in un rapporto qualità/prezzo, i servizi migliori rispetto alla spesa sostenuta.

Stabili o invariate nella totalità delle destinazioni sopra analizzate (anche se soggette a possibili modificazioni sino alla conferma del contratto), le tariffe aeroportuali, i costi assicurativi e di gestione pratica legati al pacchetto vacanza.

Tav. 20 - Cartografia schematica riepilogativa.

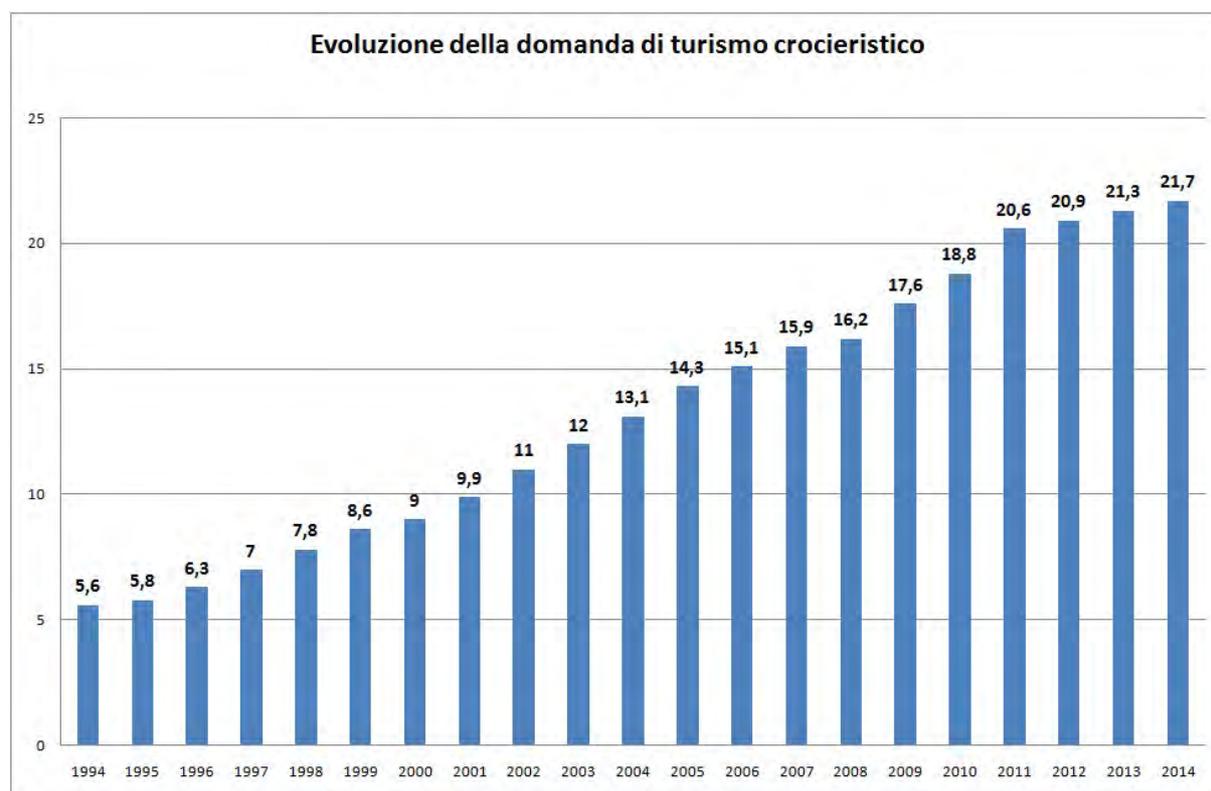


6 - IL TURISMO DI CROCIERA

La quarta parte dell'osservatorio sulle proposte di viaggio è dedicata al turismo di crociera. Segmento che, malgrado la sfavorevole contingenza economica cui soffrono altri comparti dell'industria turistica, conferma la propria solidità (+5,1% passeggeri movimentati negli scali italiani nel corso del 2013).

In meno di trent'anni la vacanza crocieristica ha subito una profonda evoluzione, passando da prodotto di lusso a prodotto di massa. Questa trasformazione che attrae molti investimenti, continua attraverso le strategie di espansione delle maggiori compagnie con la costruzione di navi sempre più grandi e accessoriate. A maggio 2014 MSC crociere ha affidato a Fincantieri una nuova commessa per la costruzione nell'ambito del progetto "seaside" di 2/3 navi, con caratteristiche all'avanguardia nonché uniche nel panorama delle navi da crociera.

Forte di un'ampia offerta tariffaria all'interno della filiale distributiva, con politiche di prezzo aggressive e un costante miglioramento che coinvolge le navi in termini di strutture e servizi offerti, la vacanza in crociera viene scelta da una clientela di qualsiasi età e disponibilità economica a svantaggio di quella dei villaggi turistici.



Fonte: OMT, nel 2020 il sistema muoverà circa 1 miliardo 500 mila persone.

Il mercato crocieristico, oltre ad evidenziare la solidità economica del settore, ne conferma la crescita nella domanda, passata dai 5,7milioni di turisti nel 1995 agli oltre 21,7milioni stimati globalmente per il 2014, divenendone uno dei fenomeni socio-economici di maggior rilevanza.

Dati 2013 – MONDO:

Num. navi da crociera: **292**; Capacità passeggeri: **21,3 milioni**; Stima fatturato: **31.8 miliardi \$**.

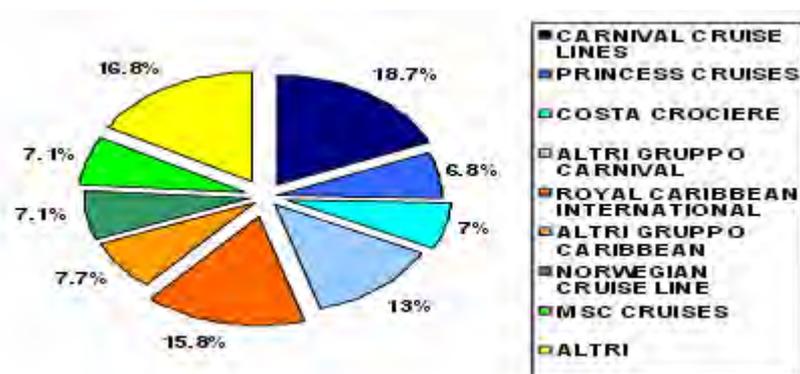


Grafico dei principali gruppi e società di navigazione per quota di mercato 2013 (*Cruise Industry News*)

A caratterizzare l'offerta nel settore è un'elevata concentrazione di grandi gruppi crocieristici multibrand. Circa l'83,2% della capacità ricettiva è in mano ai primi quattro soggetti economici:

- Carnival Corporation & PLC,
- Royal Caribbean Cruise Line
- MSC Crociere
- Norwegian Cruise Lines

- LA SITUAZIONE ITALIANA

Grafico mercato crocieristico italiano: passeggeri e tasso di crescita 2004-2013



Fonte: Elaborazioni Risposte Turismo – valori in milioni

Il movimento passeggeri nei porti italiani, inteso come somma degli imbarchi-sbarchi e transiti rilevati dai porti crocieristici, cresciuto senza sosta negli ultimi dieci anni ad

eccezione di una contrazione nel 2012. Nell'anno 2013, ha registrato una chiusura in crescita di +5,1% rispetto all'anno precedente con una movimentazione passeggeri, attestata a quota 11,44 milioni.

Il "turismo di crociera" indicato come *"un viaggio multidestinazione a bordo di un impianto galleggiante che produce servizi tipicamente alberghieri"* è una forma di vacanza estivo-balneare all-inclusive che associa comodità, divertimento, cultura, relax, oltre alla possibilità di visitare con escursioni a terra, le destinazioni di approdo della nave. Una vacanza dunque, lungo un itinerario in mare, senza cambi di sistemazione alberghiera, dove sulla stessa nave convivono nazionalità diverse più che in qualsiasi albergo o villaggio del mondo.

Rappresentativa del "turismo di crociera" è la compagnia di navigazione, la quale (spesso proprietaria degli scafi) organizza, produce, gestisce e vende, direttamente, o mediante i canali classici dell'intermediazione turistica, il prodotto crociera. Un ruolo rilevante nel processo distributivo del prodotto viene gradualmente ricoperto dalle agenzie di viaggio, dal momento in cui il settore crocieristico ha perso i suoi connotati di esclusività per diventare alternativa di vacanza tradizionale.

La stagione crocieristica 2014, riconferma anche quest'anno, l'Italia come la più importante destinazione europea nel settore delle crociere. La nuova stagione dopo anni di crescita costante segnerà una contrazione del mercato crocieristico nazionale rispetto a quello della stagione 2013 archiviata in crescita. Se ne verranno confermate le stime, a fine anno il totale movimenti crocieristici sarà comunque intorno ai 10,5 milioni, mentre gli attracchi (toccate nave) torneranno a valori simili a quelli del 2009.

La minor movimentazione prevista, è dovuta a due fattori principali: il primo riguarda una riduzione sia del numero che degli itinerari di navigazione, la seconda il minor numero di navi, spostate in aree extraeuropee dalle principali compagnie del mercato.

Saranno 54 le compagnie di navigazione coinvolte nella nuova stagione (56 nel 2013) e 143 le navi da crociera (151 nel 2013). I porti presenti in 12 regioni italiane e coinvolti nell'attività crocieristica passano dai 63 del 2013 ai 70 nel 2014, nel rispetto delle normative legate al decreto "salva coste".

L'indagine e il campione 2014

Partendo dalla realtà emersa nel quadro precedentemente esposto, anche per il 2014 l'indagine prende in considerazione una gamma di tratte interne al bacino del Mediterraneo. Area che grazie a fattori quali: condizioni meteo e marine favorevoli, accessibilità ai porti, offerta turistica variegata, destagionalizzazione, diventa il principale bacino d'utenza della clientela.

Le tratte di navigazione considerate, partendo dai porti italiani di Genova, Savona, Livorno, Civitavecchia, Venezia, Bari, toccano le nazioni come Spagna, Tunisia, Malta, Turchia, Croazia, Grecia, Francia.

- Tavola crescita indicizzata del traffico passeggeri nei primi 15 porti italiani. 2004-2013

Anno	2004	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	2013
Porto	Val. assoluto	Valori indicizzati (anno 2004=1*)										Val. assoluto
Civitavecchia	659.277	1	1,5	1,9	2,4	2,8	2,7	3,0	3,9	3,6	3,9	2.538.258
Venezia	677.976	1	1,2	1,3	1,5	1,8	2,1	2,4	2,6	2,6	2,7	1.815.823
Napoli	773.223	1	1,1	1,3	1,5	1,6	1,7	1,5	1,7	1,6	1,5	1.175.018
Genova	310.000	1	1,2	1,5	1,7	1,8	2,2	2,8	2,6	2,6	3,4	1.050.085
Savona	530.057	1	1,2	1,1	1,4	1,5	1,3	1,5	1,8	1,5	1,8	939.038
Livorno	387.385	1	1,2	1,6	1,8	2,2	2,1	2,1	2,5	2,7	1,9	736.516
Bari	262.888	1	1,0	1,2	1,3	1,8	2,2	1,9	2,2	2,4	2,3	604.781
Messina	219.619	1	1,1	1,2	1,3	1,5	1,2	1,7	2,3	2,0	2,3	501.316
Palermo	193.197	1	1,7	1,7	2,4	2,8	2,5	2,0	2,9	1,8	2,1	410.999
Catania	58.348	1	1,2	1,5	1,9	1,7	3,1	4,3	4,0	5,0	4,0	231.765
La Spezia	24.876	1	1,4	2,5	3,2	2,0	1,2	1,8	3,6	1,7	8,3	205.640
Olbia	27.686	1	1,1	2,6	3,7	7,6	8,5	6,7	5,1	6,8	6,9	189.702
Cagliari	47.000	1	0,8	0,5	1,4	1,9	2,4	3,4	4,9	1,7	3,1	146.003
Salerno*	18.634 (07)	n.d.	n.d.	n.d.	1	1,7	2,0	5,3	5,3	6,1	6,5	121.919
Ancona*	39.638 (05)	0,1	1	0,5	1,2	1,5	1,9	3,4	3,7	2,8	2,8	109.492
Altri 15 porti	71.785*	1	1,5	1,7	2,2	3,3	2,5	4,5	6,9	6,5	6,3	455.036
Totale Italia**	4.248.266	1	1,23	1,43	1,74	2,01	2,08	2,27	2,70	2,53	2,64	11.231.391

Fonte: elaborazioni Risposte Turismo.

Nota (*): poiché il porto di Ancona ed il porto di Salerno hanno fatto registrare traffico marginale in transito sino al 2004 e 2006 si è scelto di considerare rispettivamente il 2005 e 2007 quale anno indice per effettuare calcoli ed addivenire a risultati interpretabili.

(**): il dato è riferito a 30 scali crocieristici nazionali per cui è possibile ricostruire l'intera serie storica.

Da segnalare che il porto di Civitavecchia si conferma il principale scalo crocieristico nazionale con oltre 2.500.000 passeggeri stimati per la stagione 2014, gestisce assieme a Venezia e Napoli, oltre il 50% del traffico crocieristico italiano.

TAVOLA previsioni 2014 per alcuni porti italiani

Porto	Valore 2013		Previsioni 2014		Var. % 2014/2013	
	Passeggeri movimentati	Toccate nave	Passeggeri movimentati	Toccate nave	Passeggeri movimentati	Toccate nave
<i>primi porti crocieristici italiani</i>						
Civitavecchia	2.538.258	959	2.146.175	843	-15,4%	-12,1%
Venezia	1.815.823	548	1.696.000	491	-6,6%	-10,4%
Napoli	1.175.018	440	1.150.000	440	-2,1%	stabile
Genova	1.050.085	298	890.000	200	-16,2%	-32,9%
Savona	939.038	241	1.000.000	293	6,5%	21,6%
Livorno	736.516	420	730.000	350	-0,9%	-16,7%
Bari	604.781	171	n.d.	150	n.d.	-12,3%
Messina	501.316	228	285.000	137	-43,2%	-39,9%
Palermo	410.999	189	490.000	201	19,2%	6,3%
Catania	231.765	102	69.000	60	-70,2%	-41,2%
<i>altri porti crocieristici</i>						
La Spezia	205.640	82	493.693	183	140,1%	123,2%
Olbia	189.702	89	n.d.	98	n.d.	10,1%
Cagliari	146.003	94	88.741	51	-39,2%	-45,7%
Salerno	121.919	78	n.d.	77	n.d.	-1,3%
Ancona	109.492	68	n.d.	23	n.d.	-66,2%
Ravenna	97.041	74	43.500	40	-55,2%	-45,9%
Trapani	71.000	88	144.000	95	102,8%	8,0%
Trieste	70.244	32	47.700	21	-32,1%	-34,4%
Giardini Naxos	39.520	102	35.000	95	-11,4%	-6,9%
Amalfi	20.091	60	20.640	64	2,7%	6,7%
Brindisi	4.628	15	20.000	23	332,2%	53,3%
Reggio Calabria	440	1	11.580	9	2.532%	800%
Previsione 2014: - 7,0% passeggeri movimentati -11,3% tocche nave (variazioni su 2013)						

Le rilevazioni fanno riferimento al prezzo individuale pagato per una crociera nel bacino del Mediterraneo, su una nave di una delle principali compagnie di navigazione, della durata di 8 giorni/7notti nella settimana del ferragosto 2014.

La riduzione di itinerari e navi da parte delle compagnie di navigazione nel bacino del Mediterraneo, ha avuto come ovvia conseguenza, una modifica del campione d'indagine, ridotto da 25 crociere raggruppate in 15 distinti itinerari del 2013, a 16 crociere su 9 itinerari per l'anno in corso.

Le principali compagnie in navigazione nel Mediterraneo rilevate nel campione sono:

- **MSC Crociere** (con le navi: Musica, Spendida, Lirica, Fantasia, Sinfonia, Preziosa)
- **COSTA Crociere** (con le navi: Fascinosa, Favolosa, Magica, Serena)
- **ROYAL Caribbean** (con le navi: Splendour of the Seas, Liberty of the Seas)
- **NCL – Norwegian c. Line** (con le navi: Norwegian jade, Norwegian Epic).

Non rientrano nel campione le compagnie Grandi Viaggi Veloci in quanto effettuano crociere con itinerari fino a 4 giorni e Easy Cruise Crociere, compagnia specializzata in navigazioni a basso costo.

Delle compagnie prese a campione, sono state analizzate n. 16 crociere raggruppate quest'ultime in 9 itinerari. I dati sono stati organizzati in due livelli gerarchici:

- 1 – Macro area:** Medit. occidentale (n. 9 crociere), Medit. Orientale (n. 7 crociere).
- 2 - Per itinerario**



Fra le principali tappe di navigazione in evidenza con partenze dai porti italiani di Genova, Civitavecchia, Livorno, Venezia:

per Mediterraneo Occidentale

- Italia: - Genova
- Livorno
- Savona
- Napoli
- Catania
- Palermo
- Olbia

- Francia: - Cannes
- Marsiglia
- Villafranche

- Spagna: - Barcellona
- Valencia
- Minorca
- Ibiza
- Palma de Maiorca

- Tunisia: - Tunisi

- Malta: - La Valletta

per Mediterraneo Orientale

- Italia: - Venezia
- Ancona
- Bari

- Croazia: - Dubrovnik
- Spalato

- Montenegro: - Kotor

- Grecia: - Argostoli
- Pireo
- Katakolon
- Santorini
- Mykonos
- Rodi
- Corfu'
- Zante

- Turchia: - Smirne (Izmir)
- Istanbul
- Kusadasi (Efeso)

- Creta: - Chania (Souda)

Per ogni singolo itinerario e' stato rilevato il prezzo medio di partenza, pagato da un turista per un soggiorno di una settimana nel mese di agosto in una cabina doppia. Il prezzo analizzato si riferisce alla media delle quotazioni proposte per le diverse tipologie di cabine (con l'esclusione delle suite), tariffe facoltative, escursioni, pacchetti bevande presenti in ogni singola nave.

Sono state inoltre escluse dal calcolo tutte le agevolazioni o scontistiche che in questo segmento turistico si possono trovare. Risultano innumerevoli le possibilità di risparmio che i tour operator offrono attraverso soluzioni o combinazioni all'interno dello stesso pacchetto crociera, scontistiche che riguardano: l'acquisto anticipato del viaggio, agevolazioni per gruppi o minigruppi, genitori con figli, single, anniversari o ricorrenze, per viaggi di nozze con specifici cataloghi dedicati, ecc.

L'applicabilità delle offerte e' soggetta a proroghe o deroghe, limitata nel numero di posti e alle disponibilità del momento.

I prezzi desunti dai cataloghi delle compagnie di crociera prese in esame, sono puramente indicativi. I prezzi pagati (come evidenziato sugli stessi opuscoli e confermato dai diversi operatori delle agenzie viaggio ai quali ci siamo rivolti), sono calcolati in base alle tariffe valide al momento della stampa dei cataloghi. Esse variano giornalmente a seguito di numerosi fattori: costo del carburante, variazione diritti e tasse portuali e/o assicurative, camere invendute o non prenotate, l'avvicinarsi della partenza ecc. ecc. In tutti i casi la tariffa finale viene ufficialmente definita al momento della formalizzazione della prenotazione o revisionata attraverso la quota di partecipazione fino a 20 giorni prima della partenza.

I risultati dell'indagine

Le informazioni rilevate evidenziano una tariffa individuale di partenza per una crociera nel bacino Mediterraneo della durata di 8 giorni/7notti, mediamente quantificata in € 1.955,57 (min. € 1.584,52 max. € 2.522,69) con una variazione (dove ne è stata possibile la comparazione) in contrazione rispetto ai valori dell'anno precedente di -4%.

I confronti tariffari eseguiti sugli itinerari e scali delle compagnie, sono stati possibili solo su una parte del campione per mancanza di omogeneità dello stesso.

La crisi economica, i costi del carburante e dei servizi portuali, il complessivo aumento delle tariffe, gli eventi socio-economici, risultano determinanti nella scelta delle rotte e degli scali attuate annualmente dalle compagnie.

Le tariffe 2014 risultano nel complesso in diminuzione di 4 p.percentuali, con variazioni differenziate tra i principali gruppi: -4,0% per la compagnia MSC*, +9,4% per Costa**, +6,7,e +7,8% NCL.

***MSC** nel programma 2014, ha assegnato navi diverse rispetto allo stesso itinerario dell'anno precedente. Ha anche modificato il proprio piano tariffario, riducendo il numero di tipologia cabine.

****COSTA crociere** ha ridotto a poche tratte le crociere nel mese di Agosto, sia per il mediterraneo occidentale che orientale.

Nell'impianto osservatorio, i dati tariffari elaborati per macro area risultano rispettivamente:

Area	Tariffa minima €	Tariffa massima €	Tariffa media €	Var. 2013-2014
Mediterraneo OCCIDENTALE	1.685,22	2.690,22	2.070,45	- 7,63%
Mediterraneo ORIENTALE	1.490,43	2.307,29	1.807,86	+ 0,33%

Tav. 22 - Quadro tariffario riepilogativo delle quote tariffarie nel complesso, per area e singoli itinerari di crociera.

	Tariffa minima €	Tariffa massima €	Tariffa media €	Var. 2013/14
Nel complesso	1.584,82	2.522,69	1.955,57	- 3,95%
Mediterraneo OCCIDENTALE	1.685,22	2.690,22	2.070,45	- 7,63%
1 Genova, Napoli, Palermo, Tunisi, Palma di Maiorca, Barcellona, Marsiglia	1.594,67	2.499,33	1.916,00	- 3,94%
2 Genova, Civitavecchia, Catania, Tunisi, Ibiza, Villefranche, Genova	1.644,00	2.618,00	1.920,00	-24,32%
3 Savona, Civitavecchia, Olbia, Ibiza, Palma, Marsiglia, Savona	1.910,00	3.165,00	2.417,50	- 2,22%
4 Civitavecchia, Genova, Ajaccio, Barcellona, Palma de M., (Tunisi o Cagliari)	1.558,67	2.558,67	2.043,67	(n . d .)
Mediterraneo ORIENTALE	1.490,43	2.307,29	1.807,86	+ 0,33%
1 Venezia, Bari, Olimpia, Izmir, Istanbul, Dubrovnik	3.020,00	3.667,00	2.617,50	+ 3,95%
2 Venezia, Bari, Olimpia, Santorini, Mykonos, Atene, Corfu', Dubrovnik	1.296,00	1.948,00	1.538,01	-20,39%
3 Venezia, Ancona, Kotor, Corfù, Gythion, Argostoli, Dubrovnik, Venezia	1.714,00	1.394,00	1.804,00	+10,34%
4 Venezia, Dubrovnik, Pireo, Izmir, Spalato, Venezia	1.088,00	1.748,00	1.381,00	+ 7,79%
5 Venezia, Bari, Corfu', Mykonos, Pireo, Dubrovnik	999,00	1.279,00	1.159,00	(n . d .)

I dati della tavola fanno riferimento al prezzo medio di partenza pagato per un soggiorno di una settimana nel mese di agosto in cabina doppia. Il prezzo analizzato si riferisce alla media delle quotazioni proposte per le diverse tipologie di cabine (con l'esclusione delle suite e di tutte le agevolazioni o scontistiche) presenti in ogni singola nave.

La tariffa individuale di partenza e' calcolata sommando al costo della cabina, gli oneri obbligatori quali: quota d'iscrizione, quota di servizio, assicurazione.

Il dato rilevato, risulta difficilmente confrontabile con quanto spesso pubblicizzato dalle compagnie che utilizzano a riferimento la minor tariffa, con partenza in bassa stagione e senza gli oneri obbligatori sopra descritti.

BIBLIOGRAFIA

- Istat, "Viaggi e vacanze in Italia e all' estero anno 2013"
- Istat, "indice dei prezzi al consumo N.I.C. – serie storiche"
- Istat, "Il sistema dei prezzi al consumo"
- Istat, "Andamento del turismo trimestrale"
- Istat, "I pacchetti vacanza nel paniere dei prezzi anno 2014"
- Istat, "fiducia delle imprese"
- World travel & tourism council, "L'economia del turismo in Italia"
- Isnart, "Impresa Turismo 2014"
- Ebnt - Ente bilaterale Naz.le Turismo, "Osservatorio su traffico delle crociere"
- Enit, "Il turismo straniero in Italia"
- Ministero del Turismo, "Rapporto sul Turismo italiano "
- Federturismo, " Il turismo in Italia"
- Turismo e finanza, "statistiche sul turismo".
- Cemar – Agency network – divisione crociere
- Osservatorio Nazionale Turismo, "Traffico croceristico in Italia 2013"
- Trademark Italia, "dove vanno in vacanza gli italiani"
- Unioncamere, "Comportamenti turistici degli italiani"
- BTO, "Rapporto sul turismo online"
- Federalberghi, "Rapporto su imposta di soggiorno"
- Federalberghi, "Andamento del turismo alberghiero"
- F. Angeli, "Turismo e territorio"

Un particolare ringraziamento alla Sig.ra Annamaria Veroni – Robintour Modena, per la disponibilità e consulenza prestata.