

# OSSERVATORIO PERMANENTE SULLE PROPOSTE DI VIAGGIO FORMULATE DAI TOUR OPERATOR

*Parte II - Analisi degli aspetti tariffari  
nelle località estere*



*Maggio 2009*



**Ente Bilaterale  
Nazionale Turismo**



**FEDERCONSUMATORI**

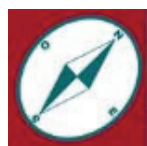




## **Ente Bilaterale Nazionale Turismo**

### **Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai Tour Operator**

PARTE II - ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' ESTERE



## **FEDERCONSUMATORI**

**ASSOCIAZIONE NAZIONALE DI CONSUMATORI E UTENTI**

Maggio 2009

# ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO

## Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai Tour Operator

### PARTE II - ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' ESTERE

Coordinamento generale: Mauro Zanini— Vicepresidente nazionale Federconsumatori

Gruppo di lavoro:

Massimiliano Vigarani, Giuseppe Sandro Dima — Federconsumatori

Roberta Telesca — Ente Bilaterale Nazionale del Turismo



#### **Ente Bilaterale Nazionale del Turismo**

Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

E- mail: [info@ebnt.it](mailto:info@ebnt.it)

<http://www.ebnt.it>



#### **Federconsumatori**

Via Palestro 11, 00185 Roma

Tel. +39 06 42020755

Fax. +39 06 47424809

E-Mail: [federconsumatori@federconsumatori.it](mailto:federconsumatori@federconsumatori.it)

<http://www.federconsumatori.it>

## PRESENTAZIONE

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

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

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

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

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

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

*La pubblicazione di questo lavoro mette a disposizione dati ed analisi funzionali allo start-up dell'Osservatorio e propone, a corredo della dimensione tariffaria, un quadro macroeconomico di analisi del settore turistico e una sezione dedicata alla sostenibilità del turismo, con alcuni primi elementi di riflessione per la costruzione di un sistema per la sua valutazione e la sua misurazione. La prima parte del Rapporto è stata dedicata alla presentazione di un quadro conoscitivo macroeconomico di sintesi del comparto turistico e all'illustrazione di una gamma di primi elementi conoscitivi in materia di sostenibilità del turismo. **La parte II del rapporto** (presentata nelle pagine che seguono) è **dedicata alla dimensione tariffaria.***

*L'auspicio è quello di raccogliere la dovuta attenzione che permetta la continuità del lavoro e l'ampliamento dei tematismi di indagine, allo scopo di raggiungere un livello di rilevanza e di analisi quanto più possibile esauriente e soddisfacente per le esigenze degli Operatori del settore e degli utenti che usufruiscono dei servizi offerti.*

I curatori del Rapporto:

Giuseppe Sandro Dima, Massimiliano Vigarani



## Ente Bilaterale Nazionale Turismo

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

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

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

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

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

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

*Il Presidente  
Gabriele Guglielmi*

*Il Vice Presidente  
Giuseppe Cassarà*



# FEDERCONSUMATORI

## ASSOCIAZIONE NAZIONALE DI CONSUMATORI E UTENTI

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

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

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

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

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

*Il Presidente  
Rosario Trefiletti*

*Il Vice Presidente  
Mauro Zanini*





# INDICE

<b>Introduzione</b>	<b>9</b>
<b>Il quadro tariffario di riferimento: un indagine nelle principali località turistiche</b>	<b>11</b>
Il turismo nelle località balneari	13
Il turismo nelle capitali e nelle città d'arte	21
<b>Bibliografia</b>	<b>23</b>



## Introduzione

### *I numeri del turismo*

Il comparto economico “Viaggi e Turismo”, comprende importanti settori industriali e commerciali della struttura produttiva italiana e di numerosi Paesi, tanto **da poter essere considerato uno dei principali volani dell'economia mondiale**. I trasporti, le strutture ricettive e ristorazione, i servizi di assicurazione per il viaggiatore, l'intrattenimento, l'intermediazione turistica, sono solo alcune delle principali attività che costituiscono il comparto.

Si tratta di un settore il cui volume d'affari è in costante crescita e costituisce, in modo strutturale, una delle principali branche dell'economia italiana. L'apporto nella composizione complessiva del Prodotto Interno Lordo (PIL) del Paese è stimato intorno ai 10 punti percentuali, occupa circa 2,5 milioni di persone, corrispondenti ad oltre il 10% del complesso degli occupati. Cifre, quest'ultime, utili a farci comprendere a pieno l'impatto del comparto e la necessità di comprendere a pieno le dinamiche evolutive del settore.

### *La descrizione del progetto*

Il presente lavoro, si propone di raccogliere ed analizzare i principali indicatori disponibili, da fonti ufficiali ed autorevoli, al fine di descrivere lo stato attuale del comparto turismo, inteso sia come sistema ricettivo di turisti Italiani e stranieri sul territorio Italiano sia come flussi di residenti nel nostro Paese che si recano all'estero per trascorrere i periodi di vacanza.

Obiettivo dichiarato del progetto è quello di sviluppare un sistema di raccolta ed analisi di dati che consente di **“misurare” e “monitorare” la competitività del sistema “Turismo Italia”** con gli altri paesi Europei e del bacino del Mediterraneo. Costituire, quindi, un “Osservatorio permanente” sull'offerta turistica in ambito nazionale.

Come anticipato nella presentazione, in questa prima fase di start-up del progetto, si è pensato di strutturare l'Osservatorio in due parti (I e II) dedicate a tematismi differenti che concorrono a descrivere il *macro-tema Turismo*:

- **Parte I - Analisi del comparto turistico e primi elementi conoscitivi in materia di turismo sostenibile**: la prima parte è dedicata alla illustrazione di un quadro conoscitivo macro-economico di sintesi sul comparto turistico e alla descrizione di alcuni elementi di analisi in materia di sostenibilità del turismo. Il tema relativo alla Sostenibilità del turismo è stato affrontato sulla base delle pratiche dichiarate dai Tour Operator<sup>1</sup> nei rispettivi siti internet e nei cataloghi promozionali.

- **Parte II - Analisi degli aspetti tariffari nelle località estere**: la seconda parte (presentata nelle pagine che seguono) è dedicata all'analisi della dimensione tariffaria e alla presentazione di un'indagine condotta sulle proposte di viaggio formalizzate dai principali Tour Operator che operano nel mercato Italiano. A livello nazionale sono attive diverse tipologie di segmenti turistici, fra i quali la statistica ufficiale (Istat) individua: il turismo balneare, il turismo lacuale, il turismo termale e del benessere, il turismo rurale e collinare, il turismo d'affari e congressuale, il turismo nelle città d'arte e il turismo montano. Ogni segmento è caratterizzato da dinamiche specifiche correlate da una offerta diversificata e proveniente da differenti tipologie di operatori oltre che da fattori riconducibili a contesti congiunturali e temporali.

In questa fase di start-up ci si concentra su due segmenti dell'offerta turistica, limitatamente ad un solo arco temporale, per ciascuna tipologia, con soggiorno in albergo o villaggio turistico:

- ◆ **Turismo balneare**, con destinazioni nelle località dei seguenti Paesi europei e del bacino del Mediterraneo: Slovenia, Croazia, Grecia, Spagna, Marocco, Tunisia, Egitto e Turchia. Il periodo di riferimento è Ferragosto 2009 (settimana che va dal 10 al 16 agosto) con un soggiorno con trattamento a pensione completa, in camera doppia/unità abitativa di tipo

<sup>1</sup> Imprese commerciali che vendono, creano o “assemblano” pacchetti turistici, generalmente inclusivi di pernottamenti alberghieri e/o trasferimenti (per esempio biglietti aerei), polizze assicurative, pernottamenti, e altri servizi in loco. I Tour Operator campionati, selezionati in base al fatturato e alla tipologia di mete turistiche inserite nelle proprie offerte, sono: Costa Crociere, Alpitour World (Alpitour, Francorosso, Viaggidea, Volando, Karambola, Villaggi Bravo), Gruppo Ventaglio (Ventaglio, Columbus, Caleidoscopio, Best Tours, 105 travel), MSC Crociere, Teorema, Valtour, Eden Viaggi, Eurotravel, Veratour, Boscolo Tours, CTS, Settemari, I Grandi Viaggi.

standard.

- ◆ **Turismo nelle città d'arte/capitali.** Per tale tipologia turistica sono state analizzate le offerte con destinazione nelle principali città/capitali europee. Il periodo di riferimento va dal 30 maggio al 2 giugno. Periodo che comprende il ponte previsto per la festività nazionale della Festa della Repubblica, con trattamento di pernottamento e colazione in camera doppia di tipo standard.

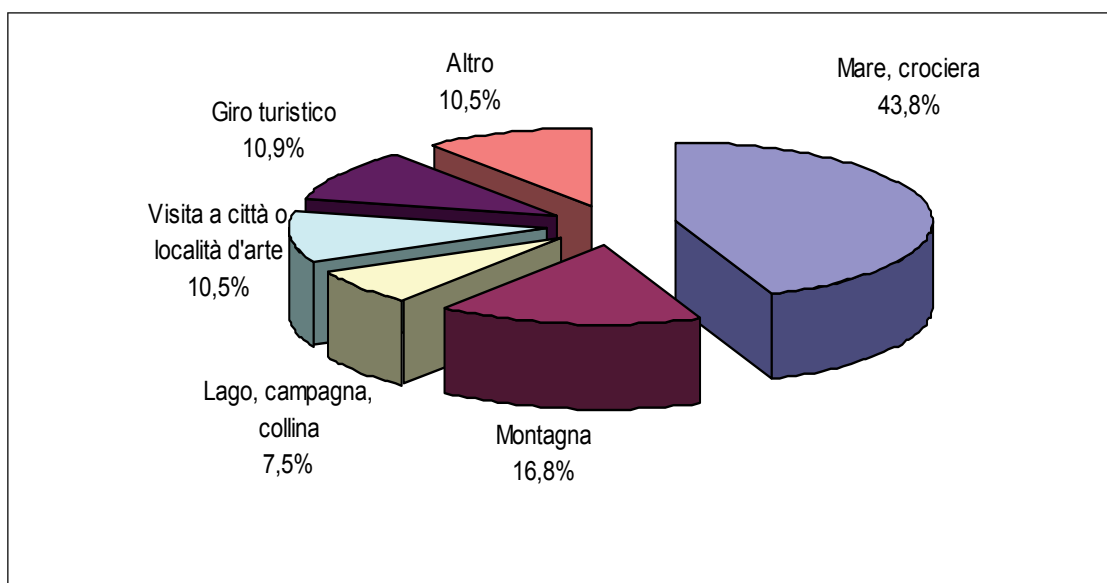
In entrambi i casi, i pacchetti vacanza presi in esame sono comprensivi di viaggio aereo di andata e ritorno con partenza dagli aeroporti con sede nelle città di Milano e Roma.

D'altra parte, **dati Istat evidenziano che nel corso del 2008, il 43,8% delle vacanze effettuate per riposo, piacere o svago è stato trascorso in una località di mare e nel 10,9% dei casi in una città/località d'arte.** Inoltre, la maggior incidenza di residenti in Italia che dichiarano di aver effettuato almeno un viaggio si registrano nei periodi di aprile-giugno (24,6 Italiani su 100) e luglio-settembre (48,2 Italiani su 100). Infine, l'aereo è il secondo mezzo, dopo l'automobile, utilizzato dagli Italiani per recarsi in vacanza.

Sempre con riferimento alla Parte II, l'indagine è corredata dai dati relativi alla gamma di agevolazioni tariffarie e di servizi offerti dai Tour Operator campionati, ossia l'offerta di servizi aggiuntivi a quello dell'acquisto del pacchetto vacanza. L'indagine è stata condotta nel periodo marzo-aprile 2009.

Graf. 1 – Vacanze di riposo/piacere/svago per tipologia. Valori % anno 2008.

Fonte: Istat. Dati provvisori



Tab. 1 — Persone che, nel corso del 2008, hanno effettuato almeno un viaggio distinte per trimestre, tipologia del viaggio e sesso. Valori % per 100 residenti.

Fonte: Istat. Dati provvisori

Sesso	Periodo dell'anno e tipologia di viaggio											
	Gennaio — marzo			Aprile — giugno			Luglio — settembre			Ottobre — dicembre		
	vacanza	viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	vacanza	viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	vacanza	viaggio di lavoro	Almeno un viaggio	vacanza	viaggio di lavoro	Almeno un viaggio
Maschi	22,9	5,3	26,1	24,6	4,5	27,0	49,5	51,0	51,2	20,1	6,4	24,1
Femmine	21,4	1,5	22,1	24,6	1,9	25,4	47,0	1,7	47,3	19,4	1,8	20,4
Totale	22,2	3,3	24,1	24,6	3,2	26,2	48,2	3,3	49,2	19,8	4,1	22,2

## Il Quadro tariffario di riferimento: un'indagine nelle principali località turistiche

La valutazione del prezzo medio che un turista italiano si troverà a pagare per una vacanza in una delle località estere, dirette concorrenti di quelle nazionali, passa attraverso la costruzione di una articolata struttura di scelte strategiche sulle variabili oggetto di studio; scelte correlate ad un opportuno piano di campionamento.

Occorre, quindi, prima di tutto individuare quelli che sono gli elementi essenziali per la definizione dei percorsi di analisi (oggetto principale dello studio, ambiti territoriali e temporali di indagine, tipologie di strutture ricettive ed altri elementi). In particolare è necessario identificare l'ottica nella quale si sviluppa l'intero impianto di indagine: **nel caso presentato ci si pone nei panni di un turista interessato all'acquisto, presso un Tour Operator attivo sul territorio nazionale, di un pacchetto vacanza con destinazione una località estera.**

*L'ottica di sviluppo dell'impianto di indagine*

Tale prospettiva impone quindi una prima scelta relativamente alla tipologia di vacanza e quindi della dimensione del turismo coinvolta (balneare, termale e del benessere, d'affari e congressuale, nelle capitali/città d'arte, montano, o altro). Nel caso in esame **si circoscrive l'analisi a due tipologie di turismo: quello nelle località di mare e quello nelle capitali/città d'arte.** Tali dimensioni definiranno due distinti percorsi di campionamento (Cfr. schema in Fig.1). Nell'ambito del primo percorso (turismo marittimo) viene, inoltre, presentato un breve focus riferito alle crociere; tipologia di vacanza che, pur nella sua specificità, contempla al suo interno sia parte delle peculiarità dei prodotti balneari, sia alcune caratteristiche proprie del turismo nelle capitali/città d'arte (spesso incluse come tappa negli itinerari di navigazione).

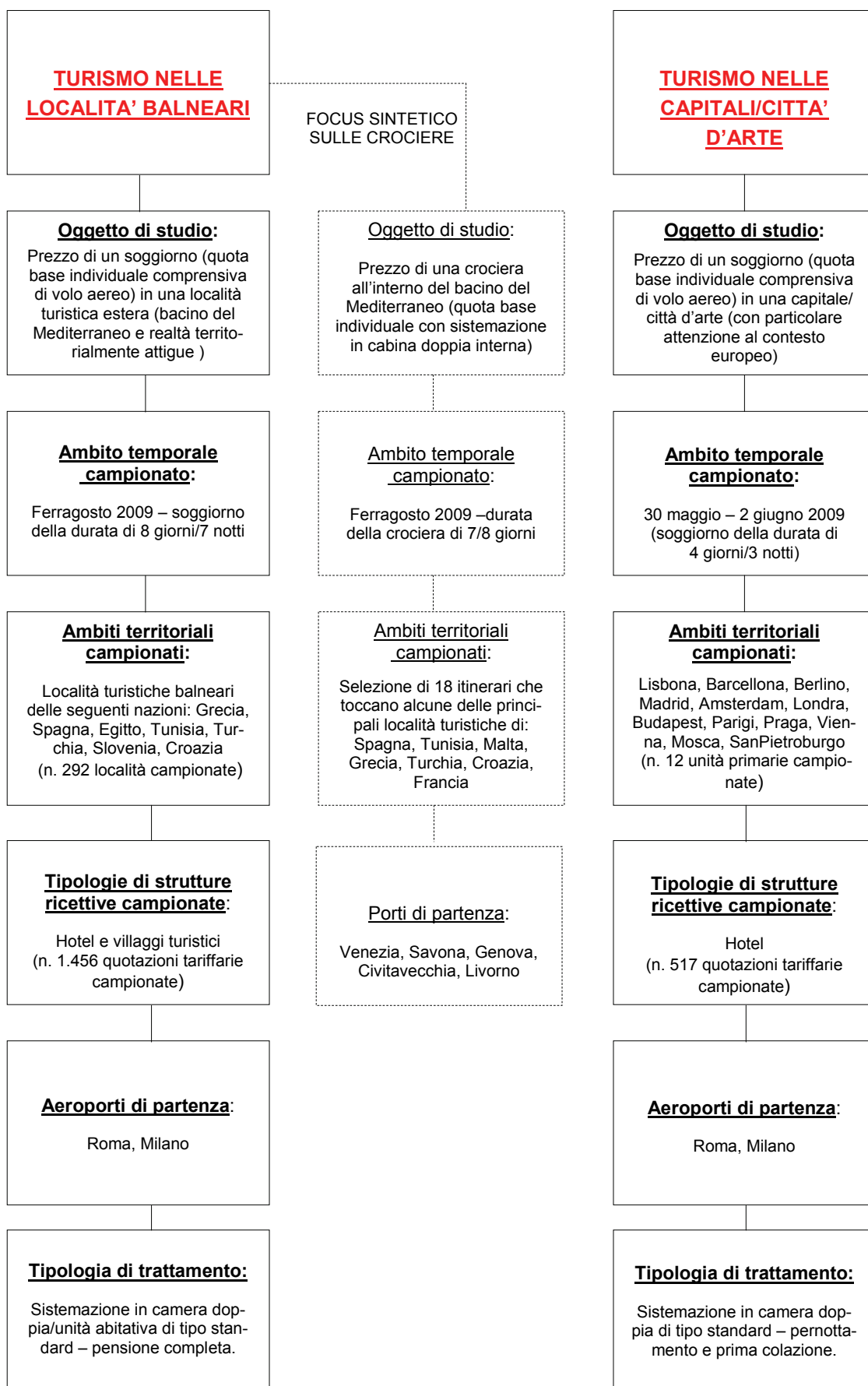
**L'universo delle possibili mete di destinazione dei flussi turistici viene letto attraverso la lente costituita dall'offerta contemplata nei cataloghi (stagione primavera – estate 2009) di alcuni dei principali Tour Operator attivi a livello nazionale. Ne consegue che il valore dell'indicatore sintetico (prezzo medio) individuato per una vacanza in una determinata località turistica costituisce la sintesi, ed è rappresentativo, dei prezzi delle offerte dei Tour Operator (che sono l'elemento della filiera turistica attraverso il quale, nell'ottica di sviluppo del presente impianto di indagine, indirettamente passano i turisti per l'acquisto dei propri pacchetti-vacanza). Il prezzo medio identificato per una determinata località turistica non è quindi rappresentativo di tutta l'offerta ricettiva presente, ma di quella quota intercettata nei cataloghi degli Operatori turistici.** Le strutture inserite nei cataloghi vengono censite e rientrano all'interno del percorso di calcolo ponderate con la propria potenzialità ricettiva.

*La chiave fondamentale di lettura dei risultati*

I Tour Operator campionati, selezionati in base al fatturato e alla tipologia di mete turistiche inserite nelle proprie offerte, sono: Costa Crociere, Alpitour World (Alpitour, Francorosso, Viaggidea, Volando, Karambola, Villaggi Bravo), Gruppo Ventaglio (Ventaglio, Columbus, Caleidoscopio, Best Tours, 105 travel), MSC Crociere, Teorema, Valtour, Eden Viaggi, Eurotravel, Veratour, Boscolo Tours, CTS, Settemari, I Grandi Viaggi.

La descrizione degli aspetti relativi ai prezzi è preceduta da una fase sintetica di analisi della gamma di agevolazioni tariffarie e di servizi offerta dai Tour Operator nei propri cataloghi per il periodo primavera – estate 2009. Quello che ne esce è un quadro informativo estremamente articolato e caratterizzato dal fatto che, anche per una stessa impresa, non tutte le agevolazioni/servizi sono validi su tutti i pacchetti turistici proposti. La stessa tipologia di agevolazione può, inoltre, avere una quantificazione monetaria differente a seconda del prodotto turistico offerto e dell'Operatore.

Fig. 1 – Percorsi di campionamento per l'analisi dei prezzi nelle località balneari e nelle capitali/città d'arte estere.



*Le agevolazioni  
e i servizi  
proposti dai Tour  
Operator*

Si tratta di una analisi chiaramente non esaustiva della carta dei servizi delle singole imprese (non comprensiva, fra l'altro, della gamma di dotazioni/servizi proprie delle singole strutture ricettive), ma che **costituisce un utile patrimonio informativo ad integrazione e a completamento del quadro tariffario**, nel quale vengono analizzate le *quote base* dei pacchetti, non comprensive di agevolazioni/promozioni.

Fra le agevolazioni tariffarie più praticate si annoverano le scontistiche legate all'acquisto anticipato del prodotto (prenotazione/acquisto entro una certa scadenza temporale), oppure agevolazioni sui pacchetti nel caso di clienti neo-sposi (alcuni Operatori propongono anche appositi cataloghi per i viaggi di nozze).

Si rilevano, poi, una serie di sconti ad hoc per alcune tipologie di clientela come quella ultrassessatacinquenne (alcuni Operatori abbassano tale soglia di età ai 55/60 anni) oppure agevolazioni per i nuclei familiari/gruppi con particolari strutture (single, genitore/adulto con bambino/i, genitori/due adulti con bambino/i, minigruppi)

Inoltre, alcune imprese, attuano politiche di fidelizzazione del cliente con scontistiche progressive per chi ha già acquistato prodotti (anche tramite l'utilizzo di carte-fedeltà per l'accumulo di punti).

Sempre in termini di agevolazioni, si segnalano le scontistiche attuate nel caso in cui il turista decida di partire da determinati aeroporti (contributo di avvicinamento).

La presenza del personale dell'impresa in aeroporto (per la consegna di documenti, per richieste di informazioni, o altri servizi) e nella struttura ricettiva meta del flusso turistico costituiscono altre tipologie di peculiarità evidenziate nei cataloghi analizzati. Sempre sul lato informativo, si offre la possibilità al cliente di avere informazioni sulla propria vacanza via telefono, sms., email.

Sul versante dei pagamenti risultano estremamente diffuse le possibilità di finanziamento e di rateizzazione dei pagamenti per l'acquisto dei vari pacchetti turistici.

In materia assicurativa si evidenzia l'ampia gamma di possibilità di ampliamento della polizza base (con particolare attenzione a quella medica).

Si evidenziano, infine, convenzioni con compagnie aeree, società di noleggio automezzi, parcheggi aeroportuali.

L'importanza di internet all'interno dell'attività dei Tour Operator e, più in generale per l'intero settore turistico, ha comportato **una continua evoluzione dei siti web delle singole imprese**, i quali rappresentano la vetrina virtuale con la quale si interagisce con le agenzie di viaggio e con l'utilizzatore finale.

In questa ottica, la gamma di funzionalità dei singoli siti si è ampliata includendo, ad esempio, oltre alla possibilità di visualizzare l'offerta contenuta nei cataloghi, anche la creazione di un preventivo on line relativo all'importo della vacanza (e in alcuni casi la prenotazione).

I siti web di alcuni Operatori prevedono, inoltre, dei tour virtuali delle località e delle strutture ricettive inserite nei pacchetti vacanza. Risultano, poi, particolarmente diffuse funzionalità informative sui voli, sull'attività dell'impresa, sulle offerte e sulle scontistiche (anche tramite newsletter) oltre alla possibilità di avere informazioni relative alle Agenzie di viaggio collegate al Tour Operator stesso.

## **Il turismo nelle località balneari**

L'analisi del turismo nelle località balneari è stata condotta mediante un piano di campionamento statistico che individua, al primo step, la gamma dei potenziali poli attrattori dei flussi turistici in partenza dall'Italia. Ci si è concentrati sulle **realità nazionali straniere interne al bacino del Mare Mediterraneo o ad esso territorialmente attigue**. In particolare l'analisi considera le località della Spagna, della Grecia, della Croazia e della Slovenia, della Tunisia,

della Turchia e dell'Egitto.

A livello territoriale i dati sono organizzati in quattro livelli gerarchici (in conformità alla struttura del corrispondente data base):

Livello A: livello nazionale (ad es: Spagna)

Livello B: macro Area (ad es: Spagna - Isole Baleari)

Livello C: raggruppamento di località turistiche balneari (ad es: Spagna -Isole Baleari -Ibiza)

Livello D: località turistica balneare (ad es: Spagna -Isole Baleari - Ibiza - San Antonio)

Le località inserite nel campione (Livello D) ammontano complessivamente a 292 unità. Con riferimento alle strutture ricettive attive, in tali realtà territoriali sono state rilevate 1.456 quotazioni tariffarie con le modalità specificate nello schema riportato in Fig. 1.

**L'obiettivo è la stima del prezzo medio che un turista dovrà corrispondere per un soggiorno di sette notti in hotel/villaggio turistico nel periodo principe degli italiani per le vacanze al mare, ovvero Ferragosto.**

Il campione costruito censendo l'offerta dei pacchetti proposti dai Tour Operator (quote basi inclusive di volo per un soggiorno in camera doppia/unità abitativa di tipo standard, trattamento di pensione completa) evidenzia, per il complesso delle 292 località analizzate, una spesa media di poco inferiore ai 1.200 euro (1.181 euro a persona adulta per 7 notti).

La disaggregazione territoriale delle informazioni, proposta in Tab. 1, costituisce una visione di sintesi dei dati campionati e rappresenta un quadro tariffario relativo ad alcune delle principali realtà balneari attive a livello internazionale. Entrando nel dettaglio dei singoli ambiti territoriali si evidenziano i seguenti aspetti:

*L'obiettivo dell'indagine*

**SPAGNA:** le località campionate, che nel complesso forniscono una stima tariffaria pari a 1.256 euro, sono relative a tre macro aggregazioni:

- Isole Baleari (Maiorca, Minorca, Ibiza e Formentera) per le quali si evidenzia un dato tariffario medio pari a 1.221 euro
- Costa del Sol (che include realtà quali Torremolinos, Marbella, Malaga) per la quale si stima un prezzo medio pari a 1.223 euro
- Isole Canarie (fra le quali Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote, Fuerteventura) dove si stima un costo medio, per il pacchetto individuale, che sfiora i 1.300 euro.

**EGITTO** (1.175 euro): realtà per la quale sono state campionate sia località collocate sulle rive del Mediterraneo, sia quelle che si affacciano sul Mar Rosso: come Sharm El Sheikh (1.148 euro), Hurghada (1.041 euro), Marsa Alam (1.124 euro).

**TUNISIA:** delle realtà nazionali rappresenta quella caratterizzata dai prezzi più contenuti (953 euro di media), con ambiti turistici subnazionali come l'isola di Djerba (1.016 euro) e Hammamet (871 euro).

**TURCHIA** (1.221 euro), dove spiccano le località del golfo di Antalya.

**GRECIA** (1.264 euro) dove il dato nazionale è sintesi dei valori relativi a località delle isole di Creta, delle Sporadi, del Dodecanneso (come Rodi, Kos, Kalymnos), di isole dell'Egeo settentrionale e delle Cicladi. Fra queste ultime si annoverano isole quali Mykonos (1.561 euro), Paros (1.530 euro), Santorini (1.352 euro), Ios (1.233 euro), Naxos (1.349 euro).

**SLOVENIA E CROAZIA** (1.012 euro), media dei valori calcolati per Slovenia (1.080 euro) e per le macro aree croate (Istria, 1.010 euro, Quarnaro, 973 euro, Dalmazia, 1.045 euro).

Il dettaglio geografico dei dati tariffari (proposto in Fig.2) è determinato dalla numerosità delle informazioni relative alla singola realtà territoriale. In alcuni casi ci si ferma alla rappresentazione afferente al Livello C (raggruppamento di località turistiche), mentre per altri si riporta anche una selezione di dati afferenti al Livello D (singola località).



Tab. 1 – **Prezzi medi per persona per un soggiorno di sette notti in hotel/villaggio turistico** (camera doppia/unità abitativa di tipo standard, trattamento di pensione completa) nel **periodo di Ferragosto 2009 nelle principali località balneari** contemplate nell'offerta dei Tour – Operator<sup>(1)</sup> – **Paesi: Grecia, Spagna, Egitto, Tunisia, Turchia, Slovenia, Croazia** – quote tariffarie base comprensive di volo aereo. Valori assoluti in euro. – TAVOLA DI SINTESI. Fonte: Indagine EBNT—Federconsumatori—anno 2009

AREA TERRITORIALE	PREZZO (€)
<b>Spagna</b>	<b>1.256 €</b>
di cui	
Isole Baleari	1.221 €
Minorca	1.415 €
Maiorca	1.105 €
Ibiza	1.205 €
Formentera	1.746 €
Costa del Sol	1.223 €
Isole Canarie	1.299 €
di cui	
Tenerife	1.297 €
Gran Canaria	1.278 €
Lanzarote	1.335 €
Fuerteventura	1.307 €
<b>Grecia</b>	<b>1.264 €</b>
di cui:	
Creta	1.236 €
Isole del Dodecaneso	1.221 €
di cui:	
Rodi	1.227 €
Kos	1.222 €
Isole Cicladi	1.431 €
di cui:	
Mykonos	1.561 €
Paros	1.530 €
Naxos	1.349 €
Ios	1.233 €
Santorini	1.352 €

- Segue

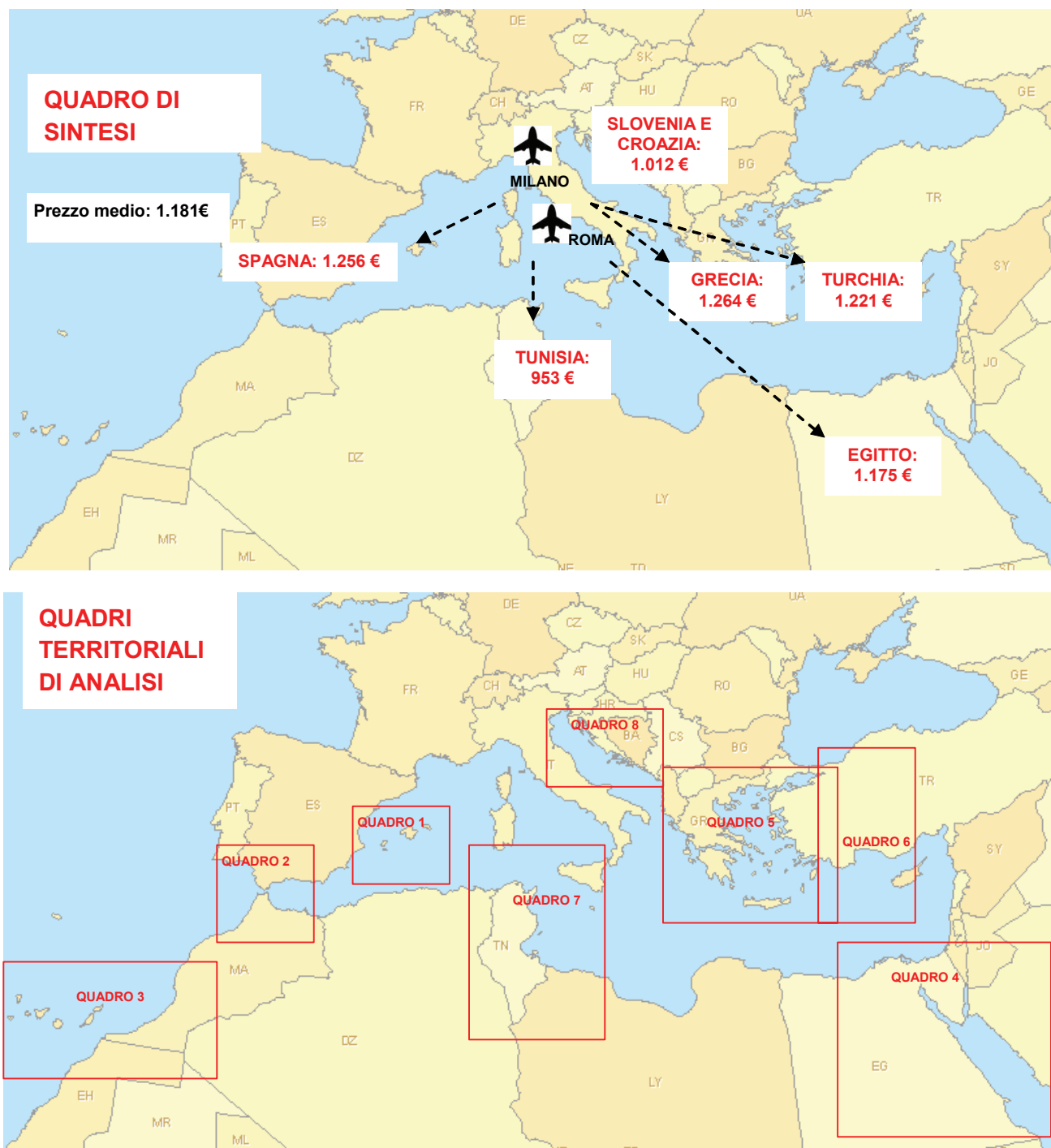
- Segue. Tab.1

AREA TERRITORIALE	PREZZO (€)
<b>Egitto</b>	<b>1.175 €</b>
di cui	
Area del Mar Rosso	1.169 €
di cui	
Sharm El Sheikh	1.148 €
Hurghada	1.041 €
Soma Bay	1.487 €
Marsa Alam	1.124 €
<b>Slovenia e Croazia</b>	<b>1.012 €</b>
Slovenia	1.080 €
Istria	1.010 €
Quarnaro	973 €
Dalmazia	1.045 €
<b>Tunisia</b>	<b>953 €</b>
di cui	
Djerba	1.016 €
Hammamet	871 €
<b>Turchia</b>	<b>1.221 €</b>
di cui	
Costa di Antalya	1.232 €
<b>Totale</b>	<b>1.181 €</b>

(1) I dati tariffari si riferiscono ai prezzi dei pacchetti proposti nei cataloghi (stagione estiva 2009) dei seguenti Tour Operator: Alpitour World (Alpitour, Francorosso, Viaggidea, Volando, Karambola, Villaggi Bravo), Gruppo Ventaglio (Ventaglio, Columbus, Caleidoscopio, Best Tours, 105 travel), Teorema, Valtour, Eden Viaggi, Eurotravel, Veratour, Boscolo Tours, CTS, Settemari, I Grandi Viaggi.

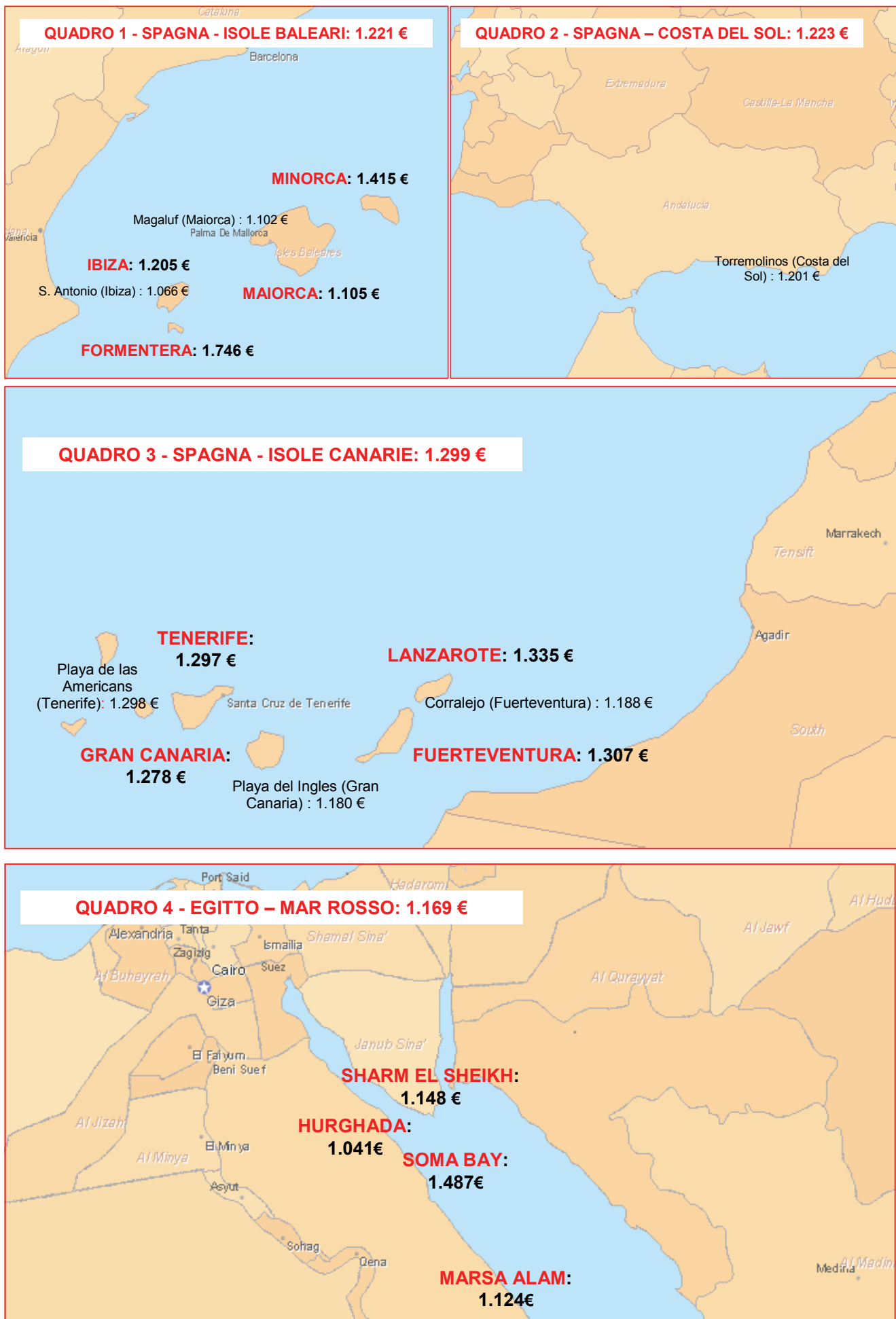
Fig. 2– Prezzi medi per persona per un soggiorno di sette notti in hotel/villaggio turistico (camera doppia/unità abitativa di tipo standard, trattamento di pensione completa) nel periodo di Ferragosto 2009 nelle principali località balneari contemplate nell'offerta dei Tour – operator<sup>2</sup> – Paesi: Grecia, Spagna, Egitto, Tunisia, Turchia, Slovenia, Croazia – quote tariffarie base comprensive di volo aereo. Valori assoluti in euro. – CARTOGRAFIA SCHEMATICA: Quadro di sintesi e Quadri territoriali di analisi.

Fonte: Indagine EBNT—Federconsumatori—anno 2009



<sup>2</sup> I dati tariffari si riferiscono ai prezzi dei pacchetti proposti nei cataloghi (stagione estiva 2009) dei seguenti Tour – operator: Alpitour World (Alpitour, Francorosso, Viaggidea, Volando, Karambola, Villaggi Bravo), Gruppo Ventaglio (Ventaglio, Columbus, Caleidoscopio, Best Tours, 105 travel), Teorema, Valtour, Eden Viaggi, Eurotravel, Veratour, Boscolo Tours, CTS, Settemari, I Grandi Viaggi.

- Segue. Fig. 2

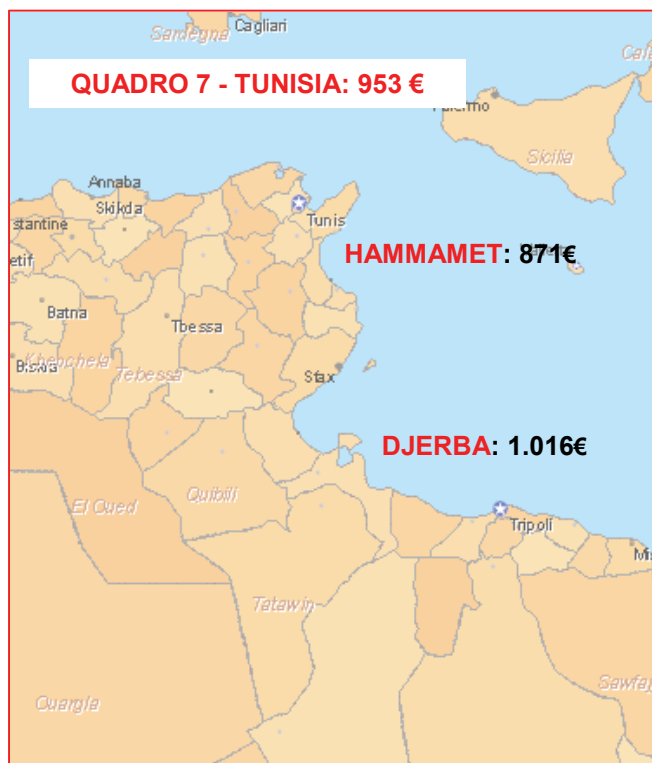


- Segue. Fig. 2



- Segue.

- Segue. Fig. 2



*Un breve focus sulle crociere* Come anticipato nella sezione introduttiva, è stato sviluppato **un focus di sintesi dedicato ai vacanzieri italiani che decideranno di trascorrere la settimana di Ferragosto 2009 su una nave da crociera**. Più in particolare è stata considerata una gamma di tratte interne al bacino del Mediterraneo (n. 18 itinerari) ed è stato valutato il prezzo medio per un pacchetto con soggiorno in cabina doppia interna. Le realtà nazionali coinvolte sono Spagna, Tunisia, Malta, Grecia, Turchia, Croazia, Francia. Fra le principali tappe di navigazione si evidenziano

- Atene, Corfù, Katacolon, Mykonos, Rodi, Santorini (Grecia)
- Barcellona, Madera, Malaga, Tenerife, Valencia, Palma (Spagna)
- Dubrovnik (Croazia)
- Istanbul, Izmir, Smirne (Turchia)
- Malta, La Valletta (Malta)
- Marsiglia, Montecarlo, Toulon (Francia)

Le informazioni rilevate evidenziano una **tariffa individuale di partenza, per una crociera di 7/8 giorni, mediamente quantificata in 1.388 euro**.

## **Il turismo nelle capitali e nelle città d'arte**

Il secondo percorso di analisi si concentra sulla dimensione tariffaria **nelle capitali e nelle città d'arte (con particolare attenzione al contesto territoriale europeo)**. Lo scopo di tale percorso è arrivare alla stima del costo di un pacchetto vacanza (comprensivo di volo aereo) per un turista che vuole trascorrere il ponte del 2 giugno 2009 in una capitale/città estera.

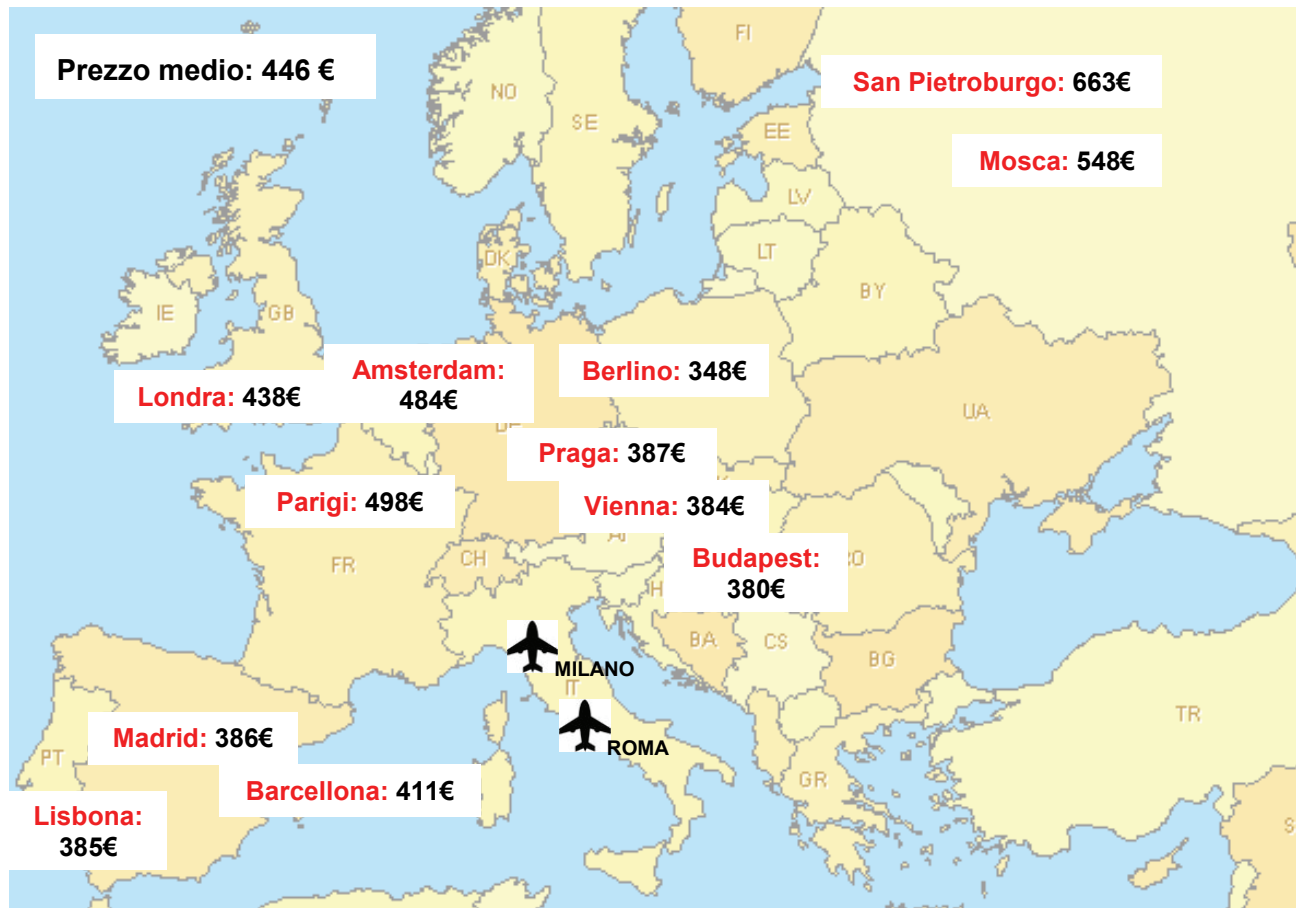
Con riferimento al sottoinsieme di operatori (elencati all'inizio del capitolo) che contemplan nella propria offerta tale tipologia di dimensione turistica, sono state individuate dodici mete classiche (Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam, Londra, Budapest, Parigi, Praga, Vienna, Mosca, San Pietroburgo), relativamente alle quali sono state rilevate 517 quotazioni tariffarie di struttura ricettiva (rappresentative, quindi, dell'offerta dei tour – operator per le città campionate).

Nel complesso, il prezzo individuale medio per adulto (sistemazione in camera doppia di tipo standard con trattamento di pernottamento e prima colazione) ammonta a 446 euro.

L'analisi per singola città individua tre fasce tariffarie: una prima caratterizzata da prezzi significativamente al di sotto della media complessiva (ne fanno parte Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Budapest, Praga, Vienna). Una fascia intermedia (Londra, Amsterdam e Parigi) ed infine una caratterizzata da prezzi significativamente al di sopra del dato medio complessivo, determinata dai quadri tariffari rilevati a Mosca e a San Pietroburgo (che sono anche le realtà campionate più distanti dall'Italia).

Fig. 3 – **Prezzi medi per persona per un soggiorno di 4 giorni/3 notti in hotel** (camera doppia di tipo standard, trattamento di pernottamento e prima colazione) **nel periodo 30 maggio – 2 giugno 2009** in alcune città contemplate nell'offerta dei Tour – operator – quote tariffarie base comprensive di volo aereo. Valori assoluti in euro - CARTOGRAFIA SCHEMATICA.

Fonte: Indagine EBNT—Federconsumatori—anno 2009





---

## Bibliografia

- Agenzia Regionale Protezione Ambientale del Lazio, "Turismo sostenibile e turismo responsabile"
- A.A.V.V., L'iniziativa Visit, "Marchi ambientali nel turismo europeo – verso una maggiore sostenibilità del mercato", anno 2004
- Bollini Gabriele, Savini Simona, Assessorato Ambiente, Provincia di Bologna, Rivista ARPA "Come integrare le diverse dimensioni dello sviluppo?", Bologna, marzo 2004.
- Ciancarella Luisella, Enea - Ente per le nuove tecnologie, l'energia e l'ambiente. Rivista ARPA "Il versante economico e sociale: un approccio metodologico alla selezione di indicatori", marzo 2004.
- Comune di Monza, "Il dibattito sulla qualità della vita", Monza, agosto 2004
- EBNT - Ente Bilaterale Nazionale del Turismo, "La condizione lavorativa nel settore del Turismo", anno 2009
- EBNT, Federalberghi, Fipe—Confcommercio, "Osservatorio sul mercato del lavoro nel turismo", anno 2007
- EBNT, Federalberghi, "Mercato del lavoro nel settore turismo", anno 2006
- ENEA – Ente per le nuove tecnologie, l'energia e l'ambiente, Serie Ambiente, "Tour Operator, ambiente e sviluppo sostenibile", anno 2001
- Gruppo di coordinamento Agenda 21 "Terre di Siena" "Turismo Sostenibile: principi di base e possibili strategie per le Pubbliche Amministrazioni"
- Istat, "Viaggi e vacanze in Italia e all'estero", 2009
- Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, Ministero dell'Economia e delle Finanze- Task Force delle Autorità Ambientali, "Politiche e strumenti per la sostenibilità del settore turistico"
- R. Giacomozzi "Gestione delle problematiche ambientali all'interno dell'impresa: lo sviluppo sostenibile"
- Pietro Greco "La scienza economica applicata all'uomo, che cos'è il benessere delle nazioni", articolo pubblicato su "Tempo Medico" (n. 611 dell'11 novembre 1998)
- Sebastiano Maffetton "Il nobel per l'economia 1998: Sen, filosofo della qualità della vita", articolo pubblicato su "Il sole 24 ore" del 18 Ottobre 1998
- Provincia di Taranto "Le dimensioni della sostenibilità"
- Provincia di Rimini, "Guida alle buone pratiche di Turismo Sostenibile"
- Provincia di Rimini, Regione Emilia Romagna, "Atti della Seconda Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile", novembre 2008
- Provincia di Modena, "La valutazione della sostenibilità per la provincia di Modena. Indicatori sociali, economici ed ambientali di qualità della vita", Modena, 2008
- A. K. SEN, La disuguaglianza, ed. Il Mulino, Bologna 1994 di Renato Fagotto (Fondazione "Stefanini")
- Sen A, Lo sviluppo e libertà, 2000.
- Sesta conferenza nazionale di statistica, Roma 6-8 Novembre 2002
- TOI, Atti della Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile, Rimini 298 – 30 giugno 2001
- Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development, "Sustainable tourism: the Tour Operators' Contribution", 2003
- Touring Club Italiano, "Annuario del turismo e della cultura italiano", anno 2009
- Touring Club Italiano, Direzione Studi e Ricerche del TCI in collaborazione con CONAI, "Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico", anno 2005
- Vitali Omello, Italia Oggi, "Rapporto 2000 sulla qualità della vita in Italia", Gennaio 2001.
- Vitali Omello, Università di Roma La Sapienza, "Qualità della vita e sviluppo sostenibile", Roma, sesta Conferenza nazionale di Statistica, novembre 2002.
- World Economic Forum, "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009"
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, "Travel & Tourism Economic Impact"

