

# ***OSSERVATORIO PERMANENTE*** ***SULLE PROPOSTE DI VIAGGIO*** ***FORMULATE DAI TOUR OPERATOR***

**Analisi degli aspetti tariffari  
nelle località estere e italiane - anno 2012**



**Ente Bilaterale  
Nazionale Turismo**



**FEDERCONSUMATORI**



# ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO

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

ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' ESTERE E ITALIANE

Coordinamento generale: Mauro Zanini - Vicepresidente nazionale Federconsumatori

Gruppo di lavoro:

Stefano Cipolli - Federconsumatori

Laura Morando - Ente Bilaterale Nazionale Turismo



### Ente Bilaterale Nazionale del Turismo

Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

E-mail: [info@ebnt.it](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 invece, 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 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 ad operatori turistici e cittadini, con il corredo della dimensione tariffaria, collocata in un quadro macroe-economico del settore turistico.*

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

Il Curatore del Rapporto:

*Stefano Cipolli*



## Ente Bilaterale Nazionale Turismo

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

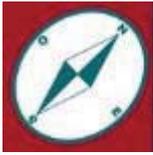
EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

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.

*Il Presidente  
Alfredo Zini*

*Il Vice Presidente  
Lucia Anile*



# FEDERCONSUMATORI

## ASSOCIAZIONE NAZIONALE DI CONSUMATORI E UTENTI

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

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

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

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

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

*Il Presidente  
Rosario Trefiletti*

*Il Vice Presidente  
Mauro Zanini*



## Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai tour operator – anno 2012

*Quarta edizione*



**FEDERCONSUMATORI**

### Indice:

L' osservatorio.....	Pag.	11
Oggetto dello studio.....	"	17
Analisi degli aspetti tariffari monitorati..	"	19
Il turismo nelle località balneari italiane.	"	21
Il turismo nelle località balneari estere...	"	28
Il turismo nelle città d'arte .....	"	36
Il turismo di crociera .....	"	39



## L'OSSERVATORIO

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

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

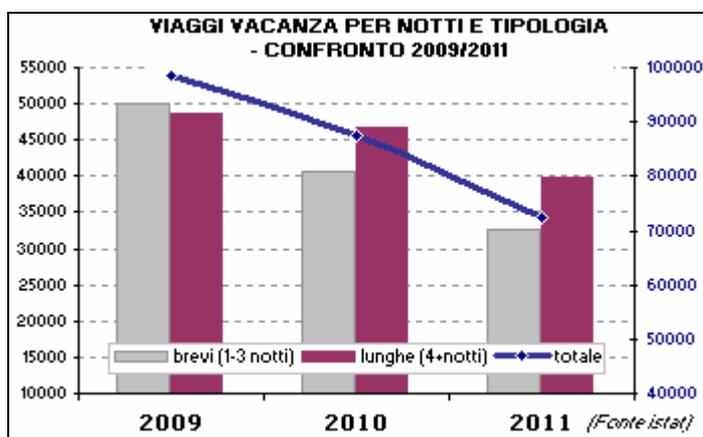
Come nelle precedenti edizioni, anche per quella del 2012 si è cercato di perfezionare la metodologia d'indagine attraverso l'uso dei dati raccolti, integrati con informazioni provenienti dalle diverse fonti del settore.

## IL QUADRO GENERALE

La contrazione del potere d'acquisto delle famiglie, il poco consolante quadro economico e l'incertezza in termini di occupazione e redditi, continuano a segnare per il comparto turistico definito "bene non di prima necessità", un ennesimo segnale di crisi per il 2012.

Dalla lettura dei dati Istat, si è ulteriormente ridotto nel 2011, il numero dei viaggi vacanza con pernottamento (72milioni e 558 mila, in flessione del -17% rispetto al 2010 e -26,5% nell'ultimo biennio.) effettuati dalla popolazione residente. In relazione alla durata, essi 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 divisione, nel panorama dei viaggi per vacanza 2011, il 54,8% è stato effettuato per "vacanze lunghe" e il 45,2% per "vacanze brevi". Il trimestre di maggior fruizione è stato luglio-settembre. Rispetto al 2010, nel periodo estivo l'ammontare complessivo di turisti per vacanza breve si è mantenuto stabile, mentre è risultato ridotto il numero degli stessi per vacanza lunga (-8,8%).

### Tav.1 – Viaggi per tipologia del viaggio e trimestre – anni 2010 e 2011

(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.%				
<b>2010</b>										
Gennaio-Marzo	10.762	52,3	6.474	31,5	17.237	83,8	3.334	16,2	20.571	100,0
Aprile-Giugno	11.327	50,8	7.640	34,2	18.968	85,0	3.338	15,0	22.306	100,0
Luglio-Settembre	10.723	25,6	28.728	68,4	39.451	94,0	2.527	6,0	41.978	100,0
Ottobre-Dicembre	7.884	51,9	3.910	25,8	11.795	77,7	3.391	22,3	15.186	100,0
<b>TOTALE</b>	<b>40.696</b>	<b>40,7</b>	<b>46.754</b>	<b>46,7</b>	<b>87.450</b>	<b>87,4</b>	<b>12.590</b>	<b>12,6</b>	<b>100.040</b>	<b>100,0</b>
<b>2011</b>										
Gennaio-Marzo	6.920	43,2	5.683	35,5	12.603	78,7	3.402	21,3	16.006	100,0
Aprile-Giugno	9.690	55,0	5.360	30,4	15.050	85,4	2.576	14,6	17.626	100,0
Luglio-Settembre	9.169	25,1	25.691	70,4	34.860	95,5	1.636	4,5	36.496	100,0
Ottobre-Dicembre	6.990	52,3	3.055	22,8	10.045	75,1	3.332	24,9	13.377	100,0
<b>TOTALE</b>	<b>32.769</b>	<b>39,2</b>	<b>39.789</b>	<b>47,7</b>	<b>72.558</b>	<b>86,9</b>	<b>10.947</b>	<b>13,1</b>	<b>83.504</b>	<b>100,0</b>

Dai dati delle imprese nazionali (fonte Isnart) nel periodo di massima concentrazione vacanziera, risulta in aumento rispetto allo stesso periodo 2010, il numero complessivo di camere occupate, 63,6% a luglio (+3,7% rispetto luglio 2010), 74,4% ad agosto (+5,4% rispetto agosto 2010).

**Tav.2 – Occupazione camere Luglio-agosto 2010-2011 per tipologia ricettiva %**

	2010		2011		VAR 2011-2010	
	Luglio	Agosto	Luglio	Agosto	Luglio	Agosto
Alberghiero	60,1	68,4	64,3	73,0	4,2	4,6
Extralberghiero	59,7	69,6	62,7	76,1	3,0	6,5
Italia	59,9	69,0	63,6	74,4	3,7	5,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Dopo quanto sopra analizzato e dai dati sulle presenze registrati dagli operatori a Pasqua 2012, le prospettive per il turismo 2012, risultano decisamente poco incoraggianti, in modo particolare per il crollo della domanda italiana, strettamente collegato alla crisi economia del paese.

L'indagine Fiavet (*Associazione delle Agenzie di Viaggio Emilia R. e Marche*) relativa all'andamento delle prenotazioni e delle vendite durante le festività pasquali, svolta su un campione di 20 agenzie, conferma il trend negativo già registrato con un -15% rispetto al 2011.

Inoltre, dalle interviste (*fonte federalberghi*) condotte da ACS Marketing Solutions dal 23 al 27 aprile, con il sistema C.A.T.I. (interviste telefoniche) su un campione di 3.001 persone, rappresentative degli oltre 50 milioni di italiani maggiorenni, risulta, raffrontando i dati turistici dell'ultimo ponte con l'ultimo caduto in un giorno infrasettimanale, un crollo della domanda del -20%. I dati dei primi tre mesi del 2012 sempre secondo Federalberghi hanno registrato un calo del 3,5% rispetto allo stesso periodo del 2011. Il saldo complessivo resta negativo malgrado la forte crescita degli stranieri (+9,1%) nei pernottamenti.

Anche secondo Istat, attraverso l'indagine sulla fiducia delle imprese, servizi e commercio, nel mese di aprile, l'indice destagionalizzato del clima di fiducia scende nelle imprese dei servizi. In particolare, l'indice subisce una diminuzione rilevante nei servizi di mercato, dove peggiorano lievemente i giudizi sugli ordini mentre, le attese registrano un leggero incremento.

**Tav 3 - Clima di fiducia dei servizi turistici**

Dicembre 2011-Aprile 2012, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2011			2012	
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
<b>SERVIZI TURISTICI</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	82,7	71,6	77,9	81,5	69,5
Giudizi ordini	-18	-27	-31	-21	-27
Attese ordini	-7	-17	-8	-7	-14
Attese economia	-30	-45	-31	-32	-54

*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.

Un ultimo indicatore sulle previsioni per l'anno in corso, e' fornito da Enit, attraverso un'indagine eseguita presso i maggiori tour operator internazionali. Il 65% dei 112 operatori intervistati, indica una contrazione del mercato interno rispetto alle prospettive della stagione, in aumento invece le vendite dei pacchetti vacanza con destinazione Italia.

La fonte dei dati, raccolti tramite consultazione dall' osservatorio, e' l'universo delle possibili mete di destinazione dei flussi turistici costituiti dalle offerte contemplate nei cataloghi messi a disposizione dai maggiori tour operator che attraverso le agenzie di viaggio, operano sul mercato nazionale come: Costa crociere, MSC crociere, Royal Caribbean, Alpitour word (Alpitour, Francorosso, Volando, Karambola, Villaggi Bravo), Eden viaggi, Welltour, Turchese, Inviaggi, Olympia Viaggi, Margò, Viaggi by Virus, Turisanda, Volando viaggi, Marevero.

I Tour operator risultano essere 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 ai diversi e continui cambiamenti sui comportamenti d'acquisto e consumo delle vacanze (crisi economica, utilizzo della rete internet, ecc. ecc.).

Risulta in ulteriore crescita il numero dei consumatori che utilizzano la rete internet per la pianificazione dei viaggi vacanza. Fenomeno che ha reso necessario da parte dei Tour operator, una modifica alle strategie di commercializzazione dei propri prodotti.

Oltre otto imprese su 10 (*Fonte Isnart "impresa turismo 2012"*) sono ormai presenti sulla rete e di queste, quasi la meta' permette le prenotazioni attraverso sistemi di booking online.

Con riferimento alla clientela presente nelle strutture ricettive nazionali, nel 2011 il 41% (35,2% nel 2010), ha utilizzato internet per l'organizzazione e prenotazione del soggiorno. Le imprese ricettive che consentono il booking online, ottengono una media di occupazione camere superiore, rispetto alle altre.

Il rimanente comparto delle imprese non online, utilizza la rete come semplice e superato strumento di visibilita' senza affiancarlo alla possibilita' di acquisto e prenotazione.

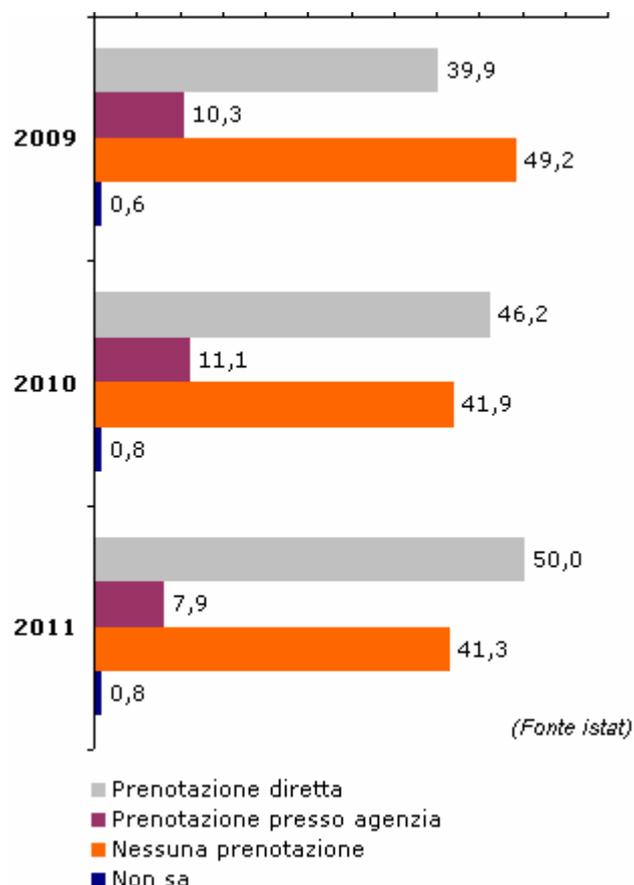
Internet nel panorama del mercato delle vacanze, riveste una funzione conoscitiva dei viaggi, determina una logica in continua evoluzione del mercato vacanze, consente al turista consumatore di spaziare e sperimentare virtualmente una grande quantita' di soluzioni e prezzi. La "fascia giovane" fino a 40 anni, utilizza internet per prestazioni dirette, in particolare per viaggi semplici (pacchetti), viaggi low cost e last minute, dove rispetto a quello di catalogo, il prezzo ne risulta piu' conveniente.

Nel 2011 la prenotazione diretta (*fonte Istat*) ovvero, quella fatta direttamente presso la struttura ricettiva o la compagnia di viaggio, si conferma con una percentuale del 50,0% dei viaggi per tipologia, la modalita' preferita di organizzazione delle vacanze. Fa parte di questa modalita', l'utilizzo di internet con una quota di prenotazioni passate dal 27,8% del 2010, al 34,3% nel 2011.

Mentre scende a 7,9% nel 2011 (11,1% nel 2010) la percentuale di chi fa ricorso alla prenotazione tramite tour operator o agenzia. Infine i viaggi vacanza senza prenotazione risultano sostanzialmente stabili con il 41,3% di utilizzo nel corso del 2011.

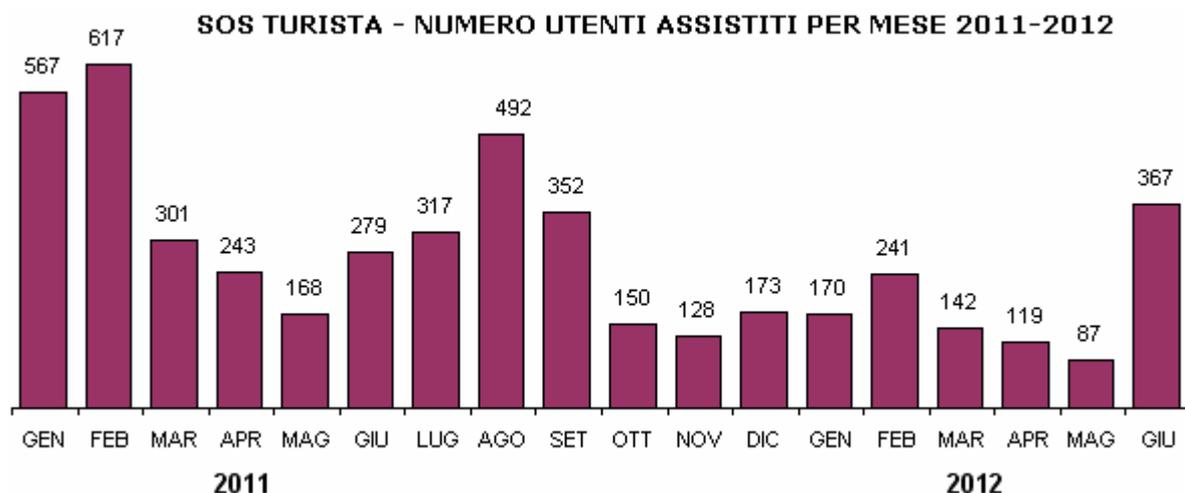
**Tav. 4 - Tavola e grafico vacanze per organizzazione del viaggio  
Dati in percentuale – Anni 2009/2011**

ORGANIZZAZIONE DEL VIAGGIO	Vacanza 1-3 notti	Vacanza 4 o +notti	Vacanza
<b>2009</b>			
Prenotazione diretta	35,1	44,8	39,9
<i>di cui tramite internet</i>	18,8	25,4	22,1
Prenotazione presso agenzia	4,7	16,0	10,3
Nessuna prenotazione	59,9	38,5	49,2
Non sa/non risponde	0,5	0,7	0,6
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>2010</b>			
Prenotazione diretta	40,2	51,3	46,2
<i>di cui tramite internet</i>	22,5	32,3	27,8
Prenotazione presso agenzia	5,0	16,4	11,1
Nessuna prenotazione	53,9	31,5	41,9
Non sa/non risponde	0,9	0,8	0,8
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>2011</b>			
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
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



La quantità di informazioni reperibile sul web continua a far nascere e crescere, aggregati di notizie (blog, siti specializzati), che sempre più vengono utilizzati sia dai viaggiatori, anche attraverso il loro contributo informativo diretto, consentono di migliorare o peggiorare la reputazione turistica dei luoghi e delle stesse strutture di ospitalità, che dagli operatori turistici posti in un'ottica di ascolto verso i propri e potenziali clienti.

Crescono anche, ad opera dei turisti, le segnalazioni riguardo disagi e disservizi subiti in vacanza. Nel 2011 le segnalazioni raccolte dallo Sportello Nazionale SOS Turista sono state oltre 3.700 e 1.127 quelle nei primi 6 mesi del 2012. Le segnalazioni più ricorrenti hanno riguardato il "pacchetti tutto compreso" (il 43% dei casi), seguiti da "Trasporto aereo" (23%), "reclami alberghieri (13%), "affitto appartamenti e residence (4%), "trasporti marittimi e terrestri", "agenzie viaggio" (3/5%).



## IL RUOLO DELLE AGENZIE VIAGGIO

Le agenzie viaggi rivestono un ruolo importante per quanto riguarda il settore turistico. Scopo principale delle agenzie viaggio è vendere attraverso, la stipulazione di un contratto, i pacchetti turistici per conto dei tour operators.

Le agenzie di viaggio dotate di regolare licenza (*fonte Anuario Agenzia viaggi 2012*) ammontano 9.600 in tutta Italia. Possono presentarsi in diverse tipologie di aggregazione:

- franchising: agenzie affiliate a un "network" che comprende altri punti vendita e 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 viaggio 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 di agenzie locali ("corrispondenti") per le attività ricettive.
- 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.

L'operato delle agenzie viaggi si svolge in due momenti fondamentali: in primo luogo il front office, dove attraverso la consulenza dell'agente di viaggio vengono create e soddisfatte con professionalità, competenza, le proposte di viaggio con le caratteristiche richieste dal cliente. Esso 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, e cioè il pagamento ai tour operators dell'importo per il pacchetto turistico venduto, nonché la cura del rapporto post vendita, rappresentato da: attività di gestione reclami, 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, stabilita di volta in volta dai tour operator.

Tuttavia, la riduzione della quota di prenotazioni (vedi tav. 4) e l'evoluzione del mercato turistico, hanno imposto alle agenzie l'adozione di soluzioni o strategie volte ad integrare il lavoro di intermediazione, con quello di gestione e vendita di altri servizi: 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.

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.



## OGGETTO DELLO STUDIO

Oggetto principale dello studio, supportato da un opportuno piano di campionamento, e' l'analisi della spesa media, non comprensiva di agevolazioni e promozioni, sostenuta nel periodo di ferragosto 2012, da un individuo per l'acquisto di un **pacchetto vacanza tutto compreso**. Il soggiorno settimanale (7 notti), generalmente composto dalle voci quali: pernottamenti alberghieri, viaggio di trasferimento, polizze assicurative, tasse e altri servizi in loco, e' relativo ad una meta turistica marina, sia nazionale che estera tra le piu' 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 2002-2012



(fonte Istat)

La base delle informazioni utilizzata nello studio, e' la raccolta dei dati attraverso la consultazione dei cataloghi dei maggior tour operator, la stessa che l' Istituto nazionale di statistica (Istat) utilizza per il calcolo dell' indice dei prezzi in rappresentanza della voce "pacchetti vacanza". Mensilmente l'Istituto rileva i dati su un campione di 236 pacchetti proposti da n. 22 tour operator, stratificati per 45 destinazioni riferite a 14 macroaree nazionali ed estere.

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

Dal 2012 la voce "Pacchetti Vacanza" e' stata disaggregata in "pacchetti vacanza nazionali" e "Pacchetti vacanza internazionali".

Non vengono considerate nello studio le agevolazioni, comuni a tutti i tour operator, proposte attraverso soluzioni o combinazioni di risparmio all'interno dei pacchetti vacanza. Le scontistiche che nella maggior parte dei casi non vengono applicate nel mese di Agosto (ovvero nel periodo di piu' alta stagione turistica), riguardano: l'acquisto anticipato del viaggio, agevolazioni per la clientela ultrasessantacinquenne, per gruppi o minigruppi, per genitori con figli, single, clienti neosposi (operatori propongono speciali cataloghi ad hoc per i viaggi di nozze). Altra caratteristica e' la limitata disponibilita' 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-fedelta' con l'accumulo di punti....).

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

a) trasporto;

b) alloggio;

c) servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio (omissis) ... che costituiscano parte significativa del «pacchetto turistico»" (art. 84 Cod. Cons.). Il consumatore ha diritto di ricevere copia del contratto di vendita di pacchetto turistico (ai sensi degli artt. 85 e 86 Cod. Cons.), che è anche documento per accedere eventualmente al Fondo di Garanzia di cui all'art. 20 delle presenti Condizioni Generali di Contratto."

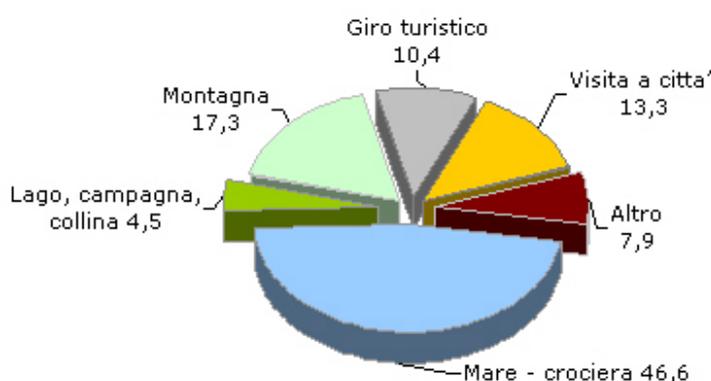
La decisione di prendere in esame le tariffe facenti capo ad una singola persona interessata all'acquisto di un pacchetto vacanza, non rappresenta quasi sicuramente il tipo di utente medio vacanziero, ma ne risulta l'unico strumento di analisi e comparazione.

Sarebbe risultato altresì impossibile (confermato dagli stessi operatori del settore), stabilire un impianto osservatorio relativo alle proposte di viaggio pre-partenza, diverso da quello preso in esame.

Nonostante la crisi e la conseguente diminuzione dei soggiorni, (-18,8% differenziale 2011 su 2010) le vacanze per svago e riposto ne rappresentano la maggioranza sul totale dei viaggi, del 77,0% per le vacanze lunghe e 61,3% per quelle brevi (totale media vacanze 69,9% trascorse prevalentemente in strutture ricettive collettive, rispetto agli alloggi privati).

**Tav. 5 - Viaggi di riposo, piacere e svago per tipologia. Anno 2011, composizione %.**

Tipo di viaggio	%
Mare - crociera	46,6
Lago, campagna, collina	4,5
Montagna	17,3
Giro turistico	10,4
Visita a citta'	13,3
Altro: vacanze e sport, parchi tematici, mostre, spettacoli..	7,9



Sensibile il calo di turisti di chi si recherà all'estero, in particolare per le destinazioni extraeuropee, mentre per l'Europa fanno eccezione Spagna e Grecia dove, vengono proposti prezzi vantaggiosi, o come città Londra, per lo svolgimento dei giochi Olimpici. Stabili invece gli arrivi degli stranieri.

Il sondaggio Tredemark Italia - Ipsos (interviste a 804 famiglie dal 30/3/2012 al 04/04/2012), nel 2012 conferma per gli italiani una generale riduzione dei soggiorni sia in termini economici che temporali.

Per una parte di vacanzieri che alla vacanza non intendono rinunciare, sarà il portafoglio ad influenzare la destinazione turistica. Le cause che hanno portato la popolazione turistica alla ricerca del risparmio sul costo delle vacanze, sono in modo particolare, la contrazione dei consumi provocata dal perdurare stato di incertezza e di difficoltà economica.

In diminuzione anche il ricorso a prestiti per le vacanze, (fonte Assofin) ritenendoli in questo particolare momento, una spesa accessoria non indispensabile.

Al rischio di tramutare un relax settimanale in un sacrificio da sostenere per il resto dell'anno, nel 2011 vi avevano fatto ricorso oltre 35.000 italiani, con una spesa media di 7/8mila euro e con piani di rimborso fino a 39 mesi.

Per chi anche nel 2012 non volesse rinunciare a partire, tante sono le finanziarie: Agos rataweb - Credito vacanze; Findomestic - Credito vacanze; Fidelity; Santander per citarne alcune, ognuna con tassi e piani di rimborso diversi.

## **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 2012.

Da un campione composto da 1.865 quotazioni ed opportunamente suddiviso in quattro tipologie di turismo, distinte a loro volta da altrettanti percorsi di campionamento (vedi tav. 6), si è sviluppata l'analisi riferita ad un unico arco temporale (*soggiorno nella settimana del ferragosto 2012*):

**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 tutti i quattro segmenti turistici, dove è stata possibile la ricostruzione del prezzo medio 2011, 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 2012.

Molte sono state le difficoltà intervenute in fase di raccolta ed elaborazione dei dati che hanno costretto i rilevatori a sostituzioni forzate del campione, sia in termini di destinazione (a causa del perdurare dei tumulti socio-politici in diversi Paesi dell'area Mediterranea), che per la sostituzione delle singole strutture ricettive non più in catalogo.

I tour operator campionati, selezionati in base alla tipologia di mete turistiche inserite nelle proprie offerte, sono: Costa crociere, MSC crociere, Royal Caribbean, Alpitour word (Alpitour, Francorosso, Volando, Karambola, Villaggi Bravo), Eden viaggi, Welltour, Turchese, Inviaggi, Olympia Viaggi, Margò, Viaggi by Virus, Turisanda, Volando viaggi, Marevero.

**Tav. 6 - Il campionamento per l' analisi dei prezzi – anno 2012**

<b>TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ITALIANE</b>	<b>TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ESTERE</b>	<b>TURISMO NELLE CAPITALI/CITTA' D'ARTE</b>	<b>TURISMO DI CROCIERA</b>
↓	↓	↓	↓
<b><u>Oggetto dello studio:</u></b> Prezzo di un soggiorno (quota individuale non comprensiva di spese accessorie)	<b><u>Oggetto dello studio:</u></b> Prezzo di un soggiorno (quota individuale comprensiva di volo, tasse e spese accessorie)	<b><u>Oggetto dello studio:</u></b> Prezzo di un soggiorno (quota individuale comprensiva di volo, tasse e spese accessorie in una capitale/citta' d'arte)	<b><u>Oggetto dello studio:</u></b> Prezzo di una crociera all' interno del bacino del Mediterraneo (quota individuale con sistemazione in cabina doppia)
↓	↓	↓	↓
<b><u>Ambito temporale:</u></b> Ferragosto 2012 – soggiorno settimanale ( 7 notti)	<b><u>Ambito temporale:</u></b> Ferragosto 2012 – soggiorno settimanale ( 7 notti)	<b><u>Ambito temporale:</u></b> Ferragosto 2012 – soggiorno della durata di 4giorni/3notti	<b><u>Ambito temporale:</u></b> Ferragosto 2012 – durata della crociera 7/8giorni
↓	↓	↓	↓
<b><u>Ambiti territoriali:</u></b> Maggiori località turistiche balneari italiane (n. 137 Località camp.)	<b><u>Ambiti territoriali:</u></b> Località turistiche balneari delle nazioni: Grecia, Spagna, Egitto, Tunisia, Turchia, Slovenia, Croazia (n. 190 Località' camp.)	<b><u>Ambiti territoriali:</u></b> Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam, Londra, Budapest, Parigi, Praga, Vienna, Mosca, Sanpietroburgo (n. 12 Unita' primarie)	<b><u>Ambiti territoriali:</u></b> Itinerari del bacino del Mediterraneo: Spagna, Francia, Malta, Grecia, Turchia, Croazia (n. 13 Itinerari)
↓	↓	↓	↓
<b><u>strutture ricettive:</u></b> Hotel (n. 781 quotazioni tariffarie campionate)	<b><u>strutture ricettive:</u></b> Hotel e villaggi turistici (n. 731 quotazioni tariffarie campionate)	<b><u>strutture ricettive:</u></b> Hotel (n. 333 quotazioni tariffarie campionate)	(n. 20 quotazioni tariffarie campionate)
↓	↓	↓	↓
↓ ↓	<b><u>Aeroporti di partenza:</u></b> Roma, Milano	<b><u>Aeroporti di partenza:</u></b> Roma, Milano	<b><u>Porti di partenza:</u></b> Venezia, Savona, Genova, Civitavecchia, Livorno
↓	↓	↓	↓
<b><u>trattamento:</u></b> Sistemazione in camera doppia/unità abitativa di tipo standard – pensione completa	<b><u>trattamento:</u></b> Sistemazione in camera doppia/unità abitativa di tipo standard – pensione completa o mezza pensione	<b><u>trattamento:</u></b> Sistemazione in camera doppia tipo standard – pernottamento e prima colazione	<b><u>trattamento:</u></b> Sistemazione in cabina doppia/unità' tipo standard

## IL TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ITALIANE

L'Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio 2012, presenta per il secondo anno, il capitolo rappresentato da un campione n. 781 quotazioni tariffarie rilevate in 137 localita', dedicato alla costruzione delle 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 alberghiere.

Il mare italiano con gli oltre 7000 chilometri di coste (di cui il 91,3% balneabili), rimane il prodotto turistico nazionale piu' gettonato. il modello culturale della vacanza estiva per gli italiani continua a essere quello degli anni '80. In modo particolare per le famiglie composte da 3-4 persone, la scelta ricade sul soggiorno al mare (46,6% nel 2011), con una particolare fedelta' legata a quelle localita' dove hanno radici, memorie familiari o socio-culturali.

Diversa invece e' per i giovani la modalita' di organizzazione del viaggio. Sempre piu' legati all'utilizzo della rete internet, la pianificazione delle vacanze passa attraverso aggregati di notizie quali: siti specializzati, blog, ecc., dove anche la ricerca della convenienza influenza la scelta della localita' e il tipo di alloggio vacanza.

**Tav. 7 - Viaggi vacanza per tipo e alloggio (composizione %) – Anni 2010-2011**

TIPO DI ALLOGGIO	VACANZA	VACANZA	VACANZA	VACANZA	VACANZA	VACANZA
	1-3 NOTTI	4 O PIU' NOTTI	VACANZA	1-3 NOTTI	4 O PIU' NOTTI	VACANZA
	2010			2011		
<b>Strutture ricettive collettive</b>	<b>43,5</b>	<b>49,3</b>	<b>46,6</b>	<b>45,1</b>	<b>47,7</b>	<b>46,5</b>
Albergo (a)	37,2	33,2	35,0	38,5	33,9	36,0
Altre strutture collettive (b)	6,3	16,1	11,6	6,6	13,8	10,5
<b>Alloggi privati</b>	<b>56,5</b>	<b>50,7</b>	<b>53,4</b>	<b>54,9</b>	<b>52,3</b>	<b>53,5</b>
Abitazione/stanze in affitto (c)	3,9	11,8	8,1	6,0	11,8	9,2
Abitazione di proprietà	13,1	11,8	12,4	12,1	9,5	10,7
Abitazioni di parenti e/o amici	37,8	25,5	31,3	35,8	30,1	32,6
Altri alloggi privati	1,7	1,6	1,6	1,0	0,9	1,0
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(fonte istat - anno 2011 dati provvisori)

(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.

Per l'analisi del capitolo si e' volutamente mantenuta la reportistica utilizzata nelle precedenti cinque approfondite edizioni che dal 2006 (anno nel quale e' stato costituito l'Osservatorio nazionale sul turismo di Federconsumatori), rilevano all' inizio di ogni stagione turistica i prezzi nel segmento turistico balneare italiano.

Attraverso questo monitoraggio, si intende fornire una stima della quota che potrebbe essere, l'ipotetica spesa a carico delle famiglie italiane per le vacanze estive.

Sono tre i periodi considerati per la rilevazione tariffaria:

- Bassa stagione: 09-16 giugno 2012
- Media stagione: 14-21 luglio 2012
- Alta stagione: 08-15 agosto 2012

I dati elaborati evidenziano a livello nazionale, una tariffa alberghiera media pro-capite (2, 3, 4 stelle), in camera doppia, per un trattamento di pensione completa, variare dai 67 €/giorno della bassa stagione ai 93 €/giorno di Ferragosto, seguendo le specificità territoriali (v. Tav. 8)

**Tav. 8 – Tariffe medie giornaliere, suddivise per aree territoriali e loro variazione rispetto all'anno precedente**

AREE TERRITORIALI	Tariffe in E.					
	Bassa stagione (1)		Media stagione (2)		Alta stagione (3)	
<b>Nord Italia</b>	<b>60</b>	<b>+2,5</b>	<b>67</b>	<b>+3,2</b>	<b>78</b>	<b>+2,5</b>
Veneto	70	+3,8	77	+4,7	84	+3,7
Friuli Venezia Giulia	73	+2,1	80	+2,7	88	+2,5
Liguria	77	+2,6	84	+2,8	93	+1,9
Emilia Romagna	53	+2,4	60	+3,1	73	+2,4
<b>Centro Italia</b>	<b>72</b>	<b>+1,6</b>	<b>85</b>	<b>+3,8</b>	<b>103</b>	<b>+2,5</b>
Toscana	84	+1,6	98	+2,9	115	+2,6
Marche	58	+2,0	69	+5,5	85	+2,8
Lazio	91	+0,4	110	+3,5	129	+2,7
Abruzzo	57	+1,5	70	+3,6	92	+1,8
Molise	64	+3,4	71	+2,3	92	+1,8
<b>Sud Italia e isole</b>	<b>82</b>	<b>+2,8</b>	<b>95</b>	<b>+4,2</b>	<b>121</b>	<b>+3,1</b>
Campania	86	+1,2	89	+1,5	108	+3,6
Puglia	83	+0,7	102	+4,9	137	+3,2
Basilicata	70	+4,2	82	+2,5	107	+1,0
Calabria	59	+1,7	73	+5,3	101	+1,9
Sicilia	93	+2,3	102	+4,8	126	+2,8
Sardegna	89	+3,6	110	+3,4	138	+1,3
<b>Italia</b>	<b>67</b>	<b>+2,7</b>	<b>77</b>	<b>+4,0</b>	<b>93</b>	<b>+3,1</b>

(1) Bassa stagione: 9-16 giu. 2012 (2) Media stagione: 14-21 lug. 2012 (3) Alta stagione: 8-15 Ago. 2012

**Tav. 9 – Tariffe medie stagionali 2012: confronto tra stagionalità e aree territoriali.**

AREE TERRITORIALI	Variazioni % tariffe		
	Media stagione/ Bassa stagione	Alta stagione/ Bassa stagione	Alta stagione/ Media stagione
Nord Italia	+11,9%	+30,5%	+16,6%
Centro Italia	+18,9%	+43,7%	+20,9%
Sud Italia e isole	+15,8%	+47,2%	+27,1%
<b>Italia</b>	<b>+14,5%</b>	<b>+38,0%</b>	<b>20,4%</b>



**Tav. 10 – Tariffe medie stagionali 2012: confronto tra aree territoriali sulla spesa media giornaliera.**

AREE TERRITORIALI	Tariffe (dato Italia=100)		
	Bassa stagione (1)	Media stagione (2)	Alta stagione (3)
Nord Italia	89,6	87,0	83,9
Centro Italia	107,5	110,4	110,8
Sud Italia e isole	122,4	123,4	130,1
<b>Italia</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(1) Bassa stagione: 9-16 giu. 2012 (2) Media stagione: 14-21 lug. 2012 (3) Alta stagione: 8-15 Ago. 2012

I prezzi riportati escludono, nella maggior parte dei casi, i costi per bevande ed extra, parcheggi, servizi spiaggia, tassa di soggiorno(\*\*). E' importante segnalare (come specificato in molti dei oltre 700 siti consultati), che i prezzi riportati nei listini online, possono essere suscettibili di variazioni tariffarie senza preavviso.

(\*\*) 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 facolta di applicare un'imposta che varia da € 0,5 fino a € 5 a notte, variabile in funzione della citta' 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 Maggio 2012 sono 480 i Comuni che hanno applicato la tassa di soggiorno, in particolare nei territori a forte vocazione turistica. In mancanza di una regolamentazione nazionale in materia, la facolta' di applicazione dell'imposta ha creato concorrenza tra quegli operatori costretti ad applicarla e quelli no.

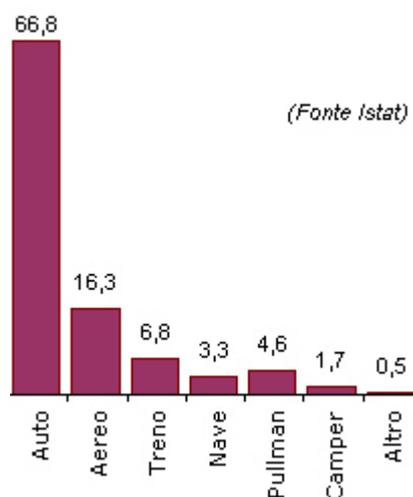
E' diventato un caso il Comune di Cattolica (Rn) dove, tutte le categorie del settore turistico locale, si sono autotassate, versando un contributo volontario al Comune, in cambio del blocco per il 2012 dell'imposta sui turisti.

Oltre alla congiuntura economica nazionale e agli aumenti tariffari alberghieri – sicuramente non incentivanti per il rilancio delle località turistiche italiane - (nel valore medio generale - vedi tav.8 - non hanno superato il 4% annuo), occorre aggiungere al costo finale della vacanza, le componenti legate ad elementi di vivibilità o fruibilità quali: servizi, logistica, intrattenimento ecc.

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

L'automobile resta per il 66,8% (dato Istat 2011) il mezzo più utilizzato per i viaggi vacanza, seguito da aereo (16,3%), treno (6,8%) nave (3,3%), altri (pullman, camper, ecc.) 6,8%.

#### VIAGGI VACANZE PER MEZZO DI TRASPORTO –anno 2011



**Tav. 11 – Variazioni tendenziali indice costo vita per classi di prodotto, Aprile 2011/aprile 2012 (Fonte Istat)**

CLASSE PRODOTTO	Indici Istat		
	Aprile 2011	Aprile 2012	Var.%
Carburanti e lubrificanti:	115,0	136,8	+ 20,0
- Gasolio	118,6	142,9	+ 20,5
- Benzina	112,7	136,2	+ 20,9
- Altri Carburanti	120,1	135,1	+ 12,5
Trasporto passeggeri su rotaia	105,8	110,3	+ 4,3
Trasporti marittimi e vie d'acqua	142,4	140,0	- 1,7
Trasporto passeggeri su pullman	102,4	108,6	+ 6,1
Voli nazionali passeggeri	115,4	137,5	+ 19,2
Pedaggi e parchimetri	106,7	111,8	+ 4,8
Stabilimento balneare	98,7	103,1	+ 4,5
<b>Variazione indice Istat N.I.C.</b>			<b>+ 3,3</b>

Di seguito abbiamo voluto simulare la presunta spesa sostenuta sia da un singolo vacanziero, che quella di una famiglia tipo (n. 3 persone: n. 2 adulti+n.1 ragazzo), del il 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: utilitaria di piccola cilindrata e una berlina, classica tre volumi di media cilindrata. Entrambe le automobili sono alimentate sia a gasolio che a benzina, utilizzano per il raggiungimento della destinazione, un percorso autostradale. Per il viaggio in treno è stata considerata la tariffa per un biglietto in 2<sup>a</sup> classe su linea Eurostar e Regionale.

**Tav. 12 – Spesa presunta per il raggiungimento di alcune localita' turistiche per tipo di mezzo.**

Tragitto			Automobile A/R					Treno 2^ classe		
			Pedaggio (1)	Utilitaria (2)	Totale (1+2)	Berlina (3)	Totale (1+3)	Eurostar Freccia rossa	Eurostar Freccia bianca/argento	IC
MILANO RIMINI (Rn)	Km. 330	Benzina	41,80	84,96	126,76	99,88	141,68	123,00	83,00	63,00
		Gasolio		60,56	102,36	72,96	114,76			
MILANO PIETRASANTA (Lu)	Km. 249	Benzina	42,60	68,44	110,04	79,60	122,20	--	76,20	53,00
		Gasolio		48,28	90,88	58,76	101,36			
MILANO VIESTE (Fg)	Km. 803	Benzina	92,40	211,50	303,90	246,14	338,54	205,00	153,00	110,00
		Gasolio		149,18	241,58	181,80	274,20			
ROMA RIMINI (Rn)	Km. 400	Benzina	55,00	107,94	162,94	125,46	180,46	157,00	144,00	--
		Gasolio		75,70	130,70	92,08	147,08			
ROMA PIETRASANTA (Lu)	Km. 391	Benzina	48,40	104,40	152,80	124,08	172,48	107,80	96,40	69,40
		Gasolio		75,26	123,66	90,16	165,42			
ROMA VIESTE (Fg)	Km. 424	Benzina	51,20	114,04	165,24	132,96	184,16	--	90,00	67,00
		Gasolio		81,08	132,28	98,24	149,44			

I prezzi indicati nella tabella sono stati calcolati utilizzando il sito: [www.viamichelin.it](http://www.viamichelin.it).

La spesa tragitto e' elaborata ad aprile 2012: p. medio nazionale carburanti = Benzina verde € 1,850 lt. Gasolio € 1,735 lt.

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

Sono previsti inoltre adeguamenti tariffari legati a fattori di natura stagionale, su prodotti e servizi riguardanti l'attivita' turistica quali: stabilimenti balneari (+ 7,7% Agosto 2011), trasporti per vie d'acqua (+ 61,4% Agosto 2011), Campeggi, agriturismi (+ 1,9% Agosto 2011), Ingressi parchi divertimento (+ 11,8% Agosto 2011)

Una nota particolare e' rivolta agli aumenti medi stimati a +15% sulle tariffe per i traghetti, praticati dalla varie compagnie di navigazione, inferiori rispetto a quelli registrati nel 2011. Nella scorsa stagione turistica infatti, i collegamenti da e per la Sardegna, hanno subito rincari del 60%, con tariffe piu' che raddoppiate rispetto al 2010.

**Tav. 13 - Stima pro capite del costo complessivo di una settimana in alcune localita' turistiche - ferragosto 2012.**

Tragitto	ALBERGO (1)		Automobile A/R				Treno 2^ classe **					
			Utilit. (2)	TOTALE (1+2)	Berlina (3)	TOTALE (1+3)	Eurostar Freccia rossa	TOTALE (1+3)	Eurostar Freccia bianca/argento	TOTALE (1+3)	IC	TOTALE (1+3)
MILANO RIMINI	453,00	Ben.	126,76	579,76	141,68	594,68	123,00	577,00	83,00	536,00	63,00	516,00
		Gas.	102,36	555,36	114,76	567,76						
MILANO PIETRAS.	747,00	Ben.	110,04	857,04	122,20	869,20	--	--	76,20	823,20	53,00	800,00
		Gas.	90,88	837,88	101,36	848,36						
MILANO VIESTE	815,00	Ben.	330,90	1180,90	338,54	1153,54	205,00	1020,00	153,00	968,00	110,00	925,00
		Gas.	241,58	1056,58	274,20	1089,20						
ROMA RIMINI	453,00	Ben.	162,94	615,94	180,46	633,46	157,00	610,00	144,00	597,00	--	--
		Gas.	130,70	583,70	147,08	600,08						
ROMA PIETRAS.	747,00	Ben.	152,80	899,80	172,48	919,48	107,80	854,80	96,40	843,40	69,40	816,40
		Gas.	123,66	870,66	138,56	885,56						
ROMA VIESTE	815,00	Ben.	165,24	980,24	184,16	999,16	--	--	90,00	905,00	67,00	882,00
		Gas.	132,28	947,28	149,44	964,44						

**Tav. 14 - Stima del costo complessivo per una famiglia di n. 3 componenti, per una settimana in alcune localita' turistiche a ferragosto 2012.**

Tragitto	ALBERGO (1)		Automobile A/R				Treno 2^ classe					
			Utilit. (2)	TOTALE (1+2)	Berlina (3)	TOTALE (1+3)	Eurostar Freccia rossa	TOTALE (1+3)	Eurostar Freccia bianca/argento	TOTALE (1+3)	IC	TOTALE (1+3)
MILANO RIMINI	1313,70	Ben.	126,76	1440,46	141,68	1455,38	246,00	1559,70	207,60	1521,30	146,60	1461,30
		Gas.	102,36	1416,06	114,76	1428,46						
MILANO PIETRAS.	2166,30	Ben.	110,04	2276,34	122,20	2288,50	--	--	162,10	2328,40	144,60	2310,90
		Gas.	90,88	2257,18	101,36	2267,66						
MILANO VIESTE	2363,50	Ben.	330,90	2667,40	338,54	2702,04	502,60	2866,10	382,60	2746,10	242,60*	2606,10
		Gas.	241,58	1056,58	274,20	1089,20						
ROMA RIMINI	1313,70	Ben.	162,94	1476,64	180,46	1494,16	377,60	1691,30	326,00	1639,70	--	--
		Gas.	130,70	1444,40	147,08	1460,78						
ROMA PIETRAS.	2166,30	Ben.	152,80	2319,10	172,48	2338,78	259,60	2425,90	241,20	2407,50	173,60	2339,90
		Gas.	123,66	2289,96	138,56	2304,86						
ROMA VIESTE	815,00	Ben.	165,24	2528,74	184,16	2547,66	--	--	225,00	2588,50	167,60	2531,10
		Gas.	132,28	2495,78	149,44	2512,94						

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

**Tav. 15 - Stima pro capite del costo complessivo di una settimana in una localita' turistiche a ferragosto 2012 – 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)	Eurostar Freccia rossa	TOTALE (1+3)	Eurostar Freccia bianca/argento	TOTALE (1+3)	IC	TOTALE (1+3)
2	412,00	Ben.	126,76	538,76	141,68	553,68	123,00	535,00	83,00	495,00	63,00	475,00
		Gas.	102,36	514,36	114,76	526,76						
3	451,00	Ben.	126,76	577,76	141,68	592,68	123,00	574,00	83,00	534,00	63,00	514,00
		Gas.	102,36	553,36	114,76	565,76						
4	658,00	Ben.	126,76	784,76	141,68	799,68	123,00	781,00	83,00	741,00	63,00	721,00
		Gas.	102,36	760,36	114,76	772,76						
Media	453,00	Ben.	126,76	579,76	141,68	594,68	123,00	577,00	83,00	536,00	63,00	516,00
		Gas.	102,36	555,36	114,76	567,76						

## IL TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ESTERE

L'analisi sul turismo nelle localita' balneari estere, fa riferimento ai maggiori flussi turistici in partenza dall'Italia. Le mete oggetto di analisi hanno interessato, come nelle precedenti edizioni, le localita' piu' rinomate delle nazioni straniere interne o che si affacciano nel bacino del Mediterraneo quali: Spagna, Grecia, Croazia, Slovenia, Tunisia, Turchia, Egitto.

Le previsioni degli operatori turistici, stimano per il 2012, una contrazione della richiesta per le vacanze balneari all'estero. Le cause risultano molteplici, tra le quali: il perdurare delle crisi socio-politiche in diversi paesi dell'area, in modo particolare nella sponda africana del Mediterraneo, la minore disponibilita' economica legata al momento congiunturale del nostro Paese, ecc.

Vengono tuttavia predilette dai connazionali che decidono di partire, le mete a breve o medio raggio.

Particolarmente convenienti per prezzi e servizi, risultano essere gli stati che, dopo la crisi del 2011 e pur permanendo l'incertezza politica, si stanno riorganizzando per un ritorno alla normalita' e all'accoglienza dei turisti, considerata una fonte economica tra le piu' importanti.

Notevoli durante la rilevazione dei dati, sono state le difficolta' riscontrate nel costruire il campione d'indagine. Per mantenerne la rappresentativita', sono stati introdotti nuovi punti di monitoraggio, in sostituzione di quelli non piu' presenti. Il confronto con l'anno 2011 si e' ridotto ai soli punti comuni dei due periodi.



A livello territoriale, come nelle precedenti edizioni, i dati dell'Osservatorio sono stati organizzati in quattro livelli gerarchici:

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

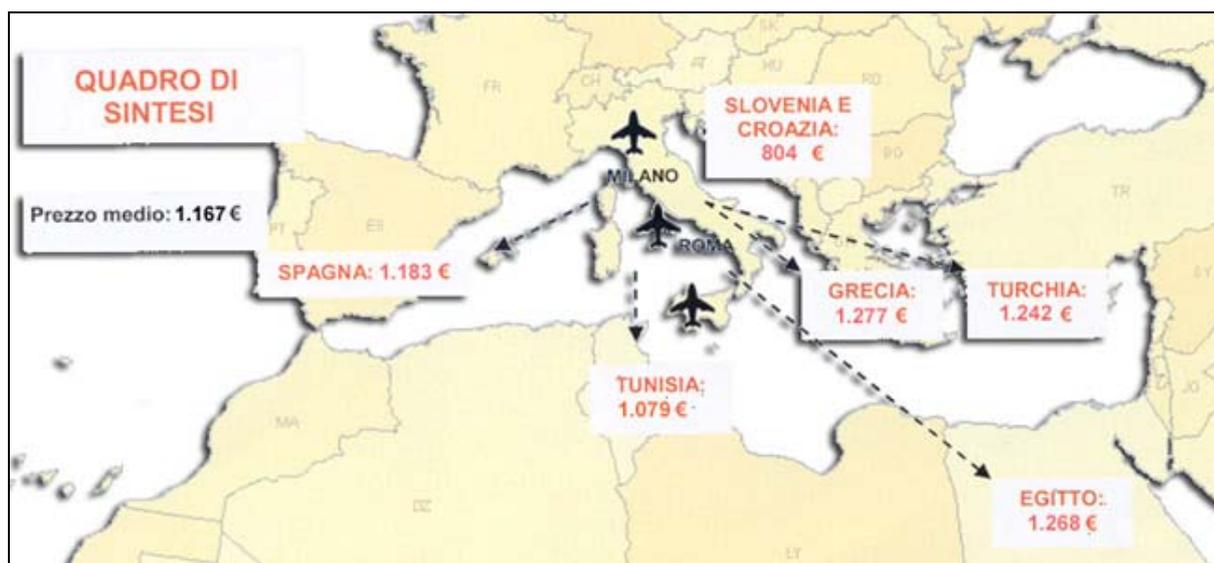
Le località inserite nel livello massimo di disaggregazione (Livello D), ammontano complessivamente a n. 190 mentre con riferimento alle strutture ricettive, sono state rilevate nel totale delle località balneari n. 731 quotazioni tariffarie.

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 viaggio. La tariffa corrisponde ad un soggiorno (camera doppia/unità abitativa di tipo standard con trattamento di pensione completa o mezza pensione) di 8giorni/7notti, in hotel o villaggio, da un turista adulto nel periodo di ferragosto 2012.

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.

I valori riportati nelle tavole seguenti costituiscono un indicatore su quello che è il livello dei prezzi di un pacchetto vacanza, ma 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 di variazioni all'atto del contratto con l'agenzia, variazioni dovute a: cambio della compagnia aerea, variazione del prezzo dei carburanti a causa delle fluttuazioni del costo del petrolio ("surcharge") ecc. ecc.

La spesa media stimata per un soggiorno nel complesso delle n. 190 località, ammonta a € 1.167,00, come dal quadro di sintesi dei singoli ambiti territoriali sotto riportato.



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

**SPAGNA: (1.183 €)**



Tra le mete piu' richieste, anche per il 2012 l'attivita' turistica della Spagna, anche se in calo rispetto alla scorsa stagione, stima valori positivi (fonte Hostelco), favoriti anche dal perdurare dell'instabilita' politica presente nei paesi dell'Africa Mediterranea, (principali concorrenti del turismo spagnolo).

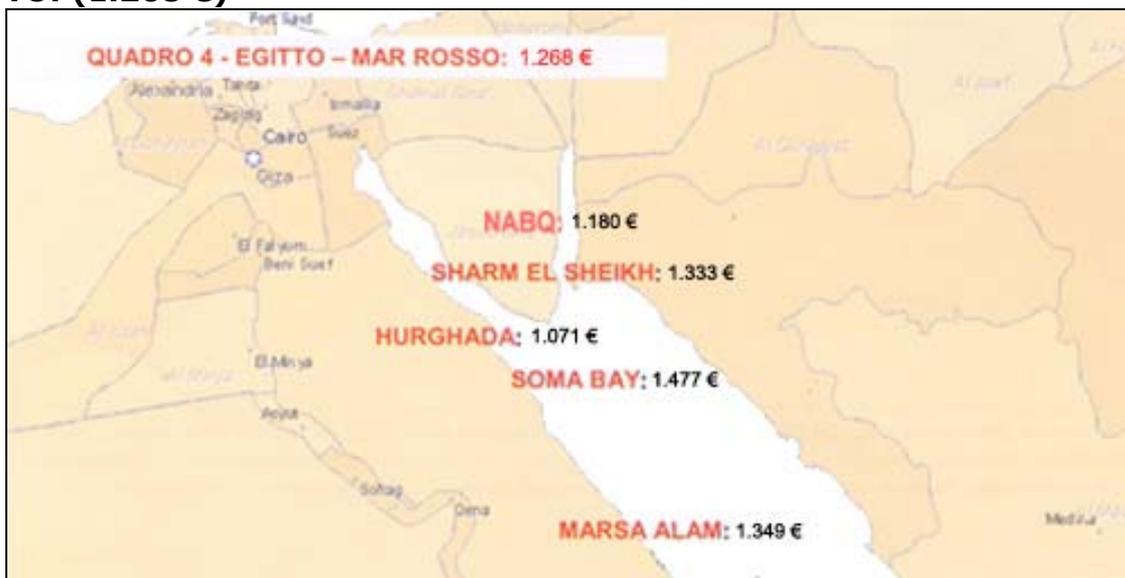
La quota tariffaria risultante dal complesso delle localita' campionate per la Spagna, fa riferimento a tre macro aggregazioni (Livello B):

<b>Isole canarie.....</b>	€ 1.165 (-2,5%)	Tra cui:		
- Tenerife	€ 1.242	Villaggi:	n.d.	Alberghi: € 1.233
- Gran Canaria	€ 1.095	Villaggi:	€ 1.045	Alberghi: € 1.098
- Lanzarote	€ 1.007	Villaggi:	€ 992	Alberghi: € 1.011
- Fuerteventura	€ 1.324	Villaggi:	€ 1.260	Alberghi: € 1.326

**Costa del Sol.....** € 984 (-0,3%)

<b>Isole Baleari.....</b>	€ 1.237 (+0,3%)	Tra cui:		
- Minorca	€ 1.290	Villaggi:	€ 1.445	Alberghi: € 1.274
- Maiorca	€ 1.146	Villaggi:	€ 1.474	Alberghi: € 1.117
- Ibiza	€ 1.198	Villaggi:	€ 1.481	Alberghi: € 1.173
- Formentera	€ 1.583	Villaggi:	€ 1.936	Alberghi: € 1.259

**EGITTO: (1.268 €)**

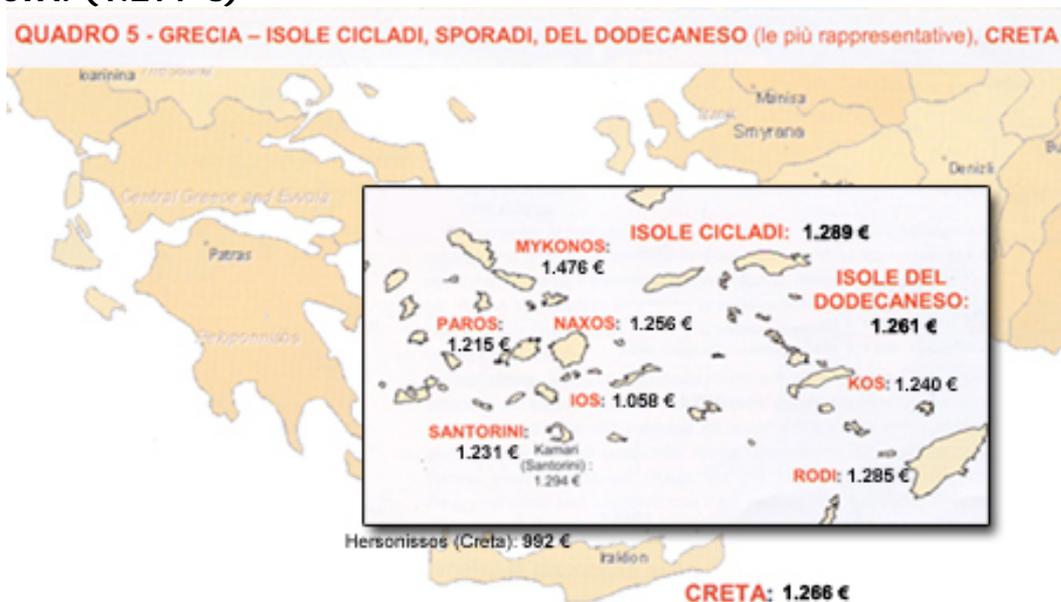


Dopo il crollo della domanda turistica registrato nel 2011 a causa delle rivolte scoppiate in alcune zone del Paese e in parte non ancora cessate, i dati provenienti dalle agenzie di viaggio, rilevano un rinnovato interesse per il paese egiziano, che trova conferma dall'incremento del numero delle prenotazioni.

Il quadro territoriale d'analisi che raggruppa sia localita' che si affacciano sulla riva del Mediterraneo, sia quelle nel Mar Rosso registra variazioni in aumento nella media generale, ma differite a seconda della destinazione:

- Sharm El Sheikh..... € 1.333    *Villaggi:* € 1.252    *Alberghi:* € 1.389
- Hurghada ..... € 1.071    *Villaggi:* € 930    *Alberghi:* € 1.082
- Marsa Alam ..... € 1.349    *Villaggi:* € 1.349    *Alberghi:* € 1.372
- Soma Bay ..... € 1.477    *Villaggi:* € 990    *Alberghi:* € 1.599
- El Nabq ..... € 1.180    *Villaggi:* € 1.239    *Alberghi:* € 1.160

**GRECIA: (1.277 €)**



La Grecia, da sempre una delle destinazioni più gettonate del Mediterraneo, definita "meta forte per le prenotazioni estive", causa il perdurare della crisi politico-economica, accusa notevoli ripercussioni nel campo del turismo, dovuti in parte anche a sopravvenuti motivi di sicurezza.

I pareri degli addetti ai lavori risultano assai diversi: chi scommette su una tenuta del comparto turistico, in quanto destinazione facile da raggiungere e con prezzi contenuti, chi invece, (dopo il calo di oltre il 30% registrato a seconda delle località nel mese di Maggio delle prenotazioni alberghiere), teme ulteriori ripercussioni sulla stagione turistica 2012.

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

<b>Isole di Creta</b> .....	€ 1.266	<i>Villaggi:</i> € 1.595	<i>Alberghi:</i> € 1.038
<b>Isole del Dodecaneso</b> ....	€ 1.261 (+3,1%)		
▪ Rodi .....	€ 1.285	<i>Villaggi:</i> € 1.567	<i>Alberghi:</i> € 1.042
▪ Kos .....	€ 1.240	<i>Villaggi:</i> € 1.434	<i>Alberghi:</i> € 1.122
<b>Isole Cicladi</b> .....	€ 1.289 (+0,5%)		
▪ Mykonos .....	€ 1.476	<i>Villaggi:</i> € 1.643	<i>Alberghi:</i> € 1.408
▪ Paros .....	€ 1.215	<i>Villaggi:</i> € 1.531	<i>Alberghi:</i> € 1.199
▪ Los.....	€ 1.058	<i>Villaggi:</i> n.d.	<i>Alberghi:</i> € 1.058
▪ Naxos .....	€ 1.256	<i>Villaggi:</i> € 1.481	<i>Alberghi:</i> € 1.244
▪ Santorini .....	€ 1.231	<i>Villaggi:</i> € 1.818	<i>Alberghi:</i> € 1.093

### **TURCHIA: (1.242 €)**

Pur attuando una politica promozionale del turismo balneare, supportata da prezzi concorrenziali e buone strutture d'accoglienza, la Turchia nel 2012, risulta essere per la clientela italiana poco richiesta.

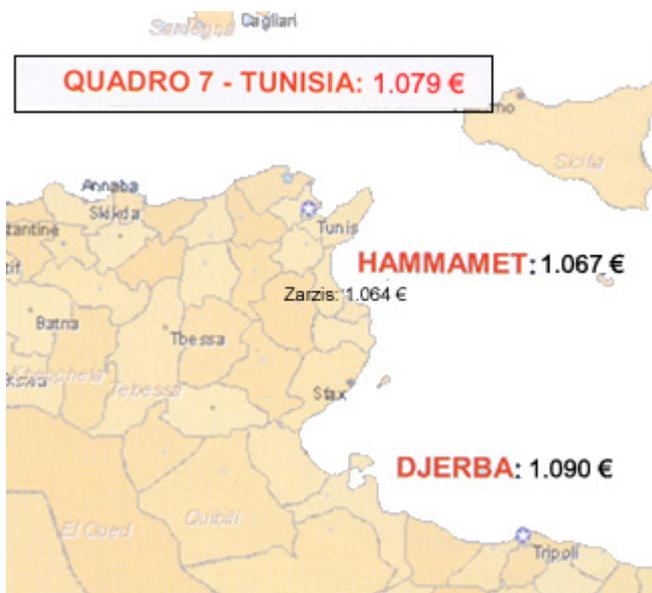


### **TUNISIA: (1.079 €)**

Dopo il forte calo dello scorso anno a seguito della "rivoluzione dei Gelsomini", permangono nel paese difficili condizioni socio-economiche.

Al un buon avvio di stagione 2012 supportato da un offerta a prezzi favorevoli rispetto ai paesi concorrenti, una nuova recrudescenza di eventi destabilizzatori, ha riportato la Tunisia in un clima di incertezza, che sta influenzando negativamente tutto il comparto turistico.

I prezzi rilevati nel periodo marzo/aprile 2012 sono risultati mediamente nell'ordine di:



- Djerba ..... € 1.090 Villaggi: € 1.067 Alberghi: € 1.108
- Hamamet..... € 1.067 Villaggi: € 1.022 Alberghi: € 1.015

## SLOVENIA E CROAZIA: (804 €)



Grazie ai prezzi competitivi (804 € di media), queste destinazioni risultano essere tra le mete turistiche piu' convenienti, grazie anche alla minor incidenza del costo del viaggio.

- Slovenia ..... € 928
- Istria ..... € 664
- Quarnaro ..... € 675
- Dalmazia ..... € 812

**Tav. 16 Quadro tariffario riepilogativo dei prezzi nelle principali localita' balneari – Valori assoluti per area territoriale.**

Area territoriale		Prezzo (€)	Var. %
<b>SPAGNA</b>		<b>1.183</b>	<b>-1,2</b>
	Isole Baleari di cui:	1.237	+0,3
	Minorca	1.290	+1,1
	Maiorca	1.146	--
	Ibiza	1.198	-0,6
	Formentera	1.583	+1,3
	Costa del Sol	984	-0,3
	Isole Canarie di cui:	1.165	-2,5
	Tenerife	1.242	-1,8
	Gran Canaria	1.095	-1,6
	Lanzarote	1.007	-8,4
	Fuerteventura	1.324	-0,4
<b>GRECIA</b>		<b>1.277</b>	<b>+1,2</b>
	Creta	1.266	+3,1
	Isole del Dodecaneso	1.261	+3,1
	Rodi	1.285	+2,2
	Kos	1.240	+3,9
	Isole Cicladi	1.289	+0,5
	Myconos	1.476	+1,3
	Paros	1.215	+3,6
	Los	1.058	+1,3
	Naxos	1.256	+0,8
	Santorini	1.231	-2,5
<b>EGITTO</b>		<b>1.268</b>	<b>+2,8</b>
	Nabq	1.180	-3,9
	Sharm El Sheikh	1.333	+1,6
	Hurghada	1.071	+9,0
	Marsa Alam	1.349	+2,1
	Soma Bay	1.477	+4,9
<b>SLOVENIA e CROAZIA</b>		<b>804</b>	<b>+8,5</b>
	Slovenia	928	+3,6
	Istria	664	-3,6
	Quarnaro	675	+1,4
	Dalmazia	812	+2,5
<b>TUNISIA di cui:</b>		<b>1.079</b>	<b>+5,7</b>
	Djerba	1.090	+6,1
	Hammamet	1.067	+2,3
<b>TURCHIA</b>			
	Costa di Antalya	1.242	n.d.
<b>Totale</b>		<b>1.167</b>	

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.

## 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 13/16 agosto 2012), in una capitale o citta' estera.

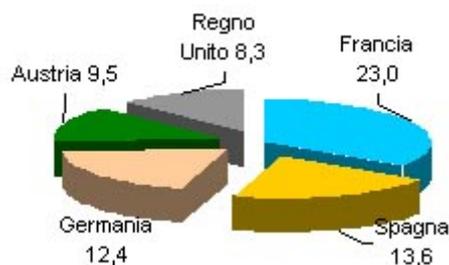
Questo tipo di vacanza, e' uno dei segmenti piu' ampi del turismo europeo, e rappresenta il maggior tasso di sviluppo dagli anni 2000. Il 15% dei viaggi vacanza effettuati nel 2011 (dati Istat), ha avuto come destinazione una localita' europea (12,6% per i paesi dell'Unione; 2,4% per altri paesi europei).

Sono diversi gli indicatori utilizzati: stime di vendita dei Tour operator; Istat; TripAdvisor (maggiori destinazioni dei propri utenti nel 2012). Quest'ultima attraverso un sondaggio condotto tra l' 11 e 18 maggio 2012 su un totale di n. 5.282 viaggiatori europei, dei quali n. 1.645 italiani, rivela che il 71% dei nostri connazionali ha dichiarato che viaggiera' in Europa. Con riferimento al contesto territoriale europeo le mete piu' gettonate dai turisti italiani per l'estate 2012 risultano essere nell'ordine: Spagna, Grecia, Francia, Germania, Regno Unito. Destinazioni maggiormente richieste, le citta' di: Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam, Londra, Budapest, Parigi, Praga, Vienna, Mosca, San Pietroburgo.

**Tav. 17 Graduatoria delle principali destinazioni Europee 2011**  
( dati per 100 viaggi effettuati)

	Totale viaggi vacanza
<b>Europa</b>	<b>85,2</b>
Francia	17,3
Spagna	14,1
Regno unito	8,0
Grecia	7,3
Germania	6,3
<b>Resto del mondo</b>	<b>14,8</b>

**Grafico viaggi vacanza Europa permanenza 1-3 notti**

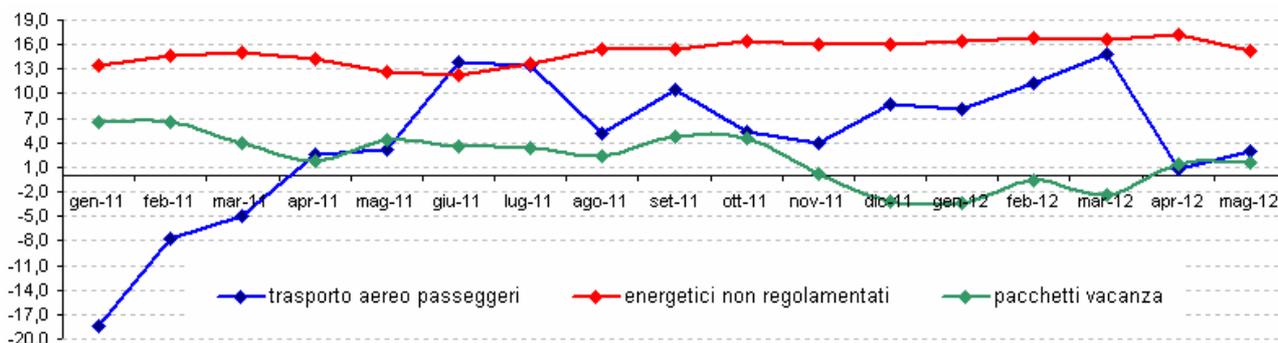


Fonte Istat – Viaggi e vacanze in Italia e all'estero 2011

L'indagine condotta fa riferimento ai prezzi desunti dai cataloghi messi a disposizione dalle agenzie di viaggio. Sono state rilevate n. 333 quotazioni tariffarie (comprensive di volo aereo) rappresentative delle citta' 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, nonche' tutte le voci accessorie che concorrono alla formazione del prezzo finale.

Le singole quotazioni 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*).

I valori, potrebbero inoltre non trovare corrispondenza tra il prezzo del catalogo cartaceo, con una validità di diversi mesi (e a cui questa indagine fa riferimento), con le tariffe calcolate on-line dove, diversamente a quanto sopra, vengono aggiornate quotidianamente.

**Tav. 18 Grafico variazioni tendenziali di alcuni prodotti gen. 2011 – apr. 2012.**


Fonte Istat: rilevazione prezzi al consumo

Il dato medio individuale per un turista adulto, ammonta nel complesso a € 529,00.

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 = € <b>529,00</b> )	
Città fascia inferiore:	Madrid, Berlino, Barcellona, Praga
Città fascia intermedia:	Lisbona, Budapest, Amsterdam, Parigi
Città fascia superiore:	Londra, Vienna, San Pietroburgo, Mosca

Nello specifico, partendo dalla parte orientale europea:

- San Pietroburgo (media **673,00 €** [ - 0,6%]\*) valore minimo 455 €, valore massimo 945 €
- Mosca..... (media **755,00 €** [+17,1%]\*) valore minimo 411 €, valore massimo 1.050 €
- Berlino..... (media **447,00 €** [- 11,7%]\*) valore minimo 399 €, valore massimo 540 €
- Praga.....(media **475,00 €** [- 3,7%]\*) valore minimo 328 €, valore massimo 868 €
- Vienna..... (media **607,00 €** [ + 8,9%]\*) valore minimo 551 €, valore massimo 730 €
- Budapest..... (media **544,00 €** [ + 8,3%]\*) valore minimo 498 €, valore massimo 597 €
- Amsterdam..... (media **548,00 €** [- 10,6%]\*) valore minimo 441 €, valore massimo 738 €
- Londra..... (media **596,00 €** [+ 2,7%]\*) valore minimo 447 €, valore massimo 829 €
- Parigi..... (media **555,00 €** [+ 7,9%]\*) valore minimo 435 €, valore massimo 837 €
- Madrid..... (media **379,00 €** [- 22,4%]\*) valore minimo 292 €, valore massimo 472 €
- Barcellona..... (media **467,00 €** [- 8,9%]\*) valore minimo 369 €, valore massimo 717 €
- Lisbona..... (media **529,00 €** [+ 6,0%]\*) valore minimo 396 €, valore massimo 708 €

\*[] Variazione stimata rispetto allo stesso periodo 2011, dove ne è stata possibile la comparazione

Per le città di: Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam e Praga, si registra una diminuzione delle tariffe alberghiere. In controtendenza le tariffe risultano in aumento nelle città di Mosca, Vienna, Parigi, Budapest, Lisbona.

Per città di Londra interessata dello svolgimento dei Giochi della XXX Olimpiade dal 27/7 al 12/8/2012, i dati desunti dalle elaborazioni dei cataloghi di viaggio, rilevano un aumento medio delle tariffe che non supera 3 punti percentuali, ma con variazioni assai disomogenee (da +19% a -13%) tra gli esercizi alberghieri e senza distinzioni di categoria.

Da segnalare infine l'incremento per quanto riguarda la maggioranza delle destinazioni (anche se oggetto di modificazioni sino alla conferma del contratto), per le tariffe aeroportuali e surcharge. Stabili i costi assicurativi.

**Tav. 20 - Cartografia schematica riepilogativa.**



Fonte indagine Ebnt – Federconsumatori, anno 2012

## IL TURISMO DI CROCIERA

La quarta ed ultima parte dell'osservatorio sulle proposte di viaggio, è dedicata al turismo da crociera. Segmento che oltre a confermare la propria solidità, malgrado gli incidenti occorsi negli ultimi mesi a Costa Concordia, Allegra e la sfavorevole contingenza economica cui soffrono altri comparti dell'industria turistica, e' previsto in "tenuta" per il 2012 e addirittura in ripresa nel 2013.

I dati presentati al Seatrede di Miami (appuntamento annuale delle maggiori compagnie Crocieristiche mondiali), stimano per l'Italia un decremento dello 0,76% sul precedente anno 2011.

Dati irrilevanti rispetto alla crescita di questo mercato registrata negli ultimi anni (da 5,7 milioni di turisti nel 1995 ai 19milioni del 2010). Nel 2011 e' stata pari al +17% di traffico croceristico.

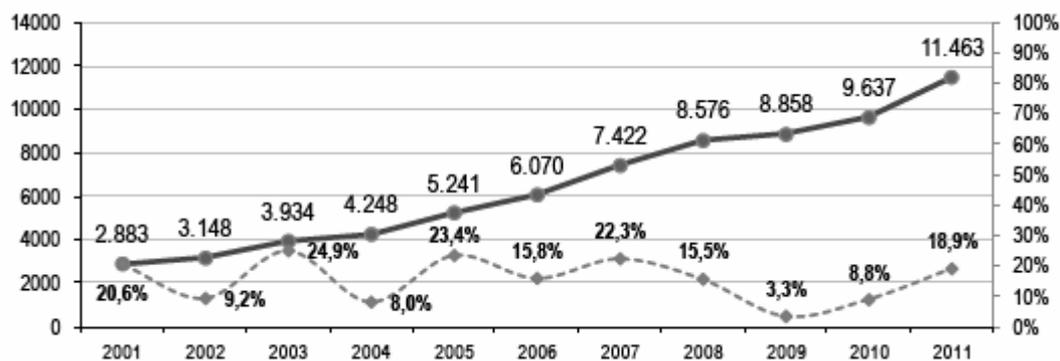
Tabella 1 - Crescita del mercato crocieristico mondiale: passeggeri 1970-2015.

Anno	Passeggeri
1970	500.000
1980	1.400.000
1990	4.495.000
2000	9.768.000
2004	13.378.000
2005	14.400.000
2010*	18.841.000
2015*	24.924.000

Fonte: CLIA 2006, Peisley 2003. \* Valori stimati dal 2010 al 2015.

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

Tav. 21 - Mercato crocieristico italiano: passeggeri e tasso di crescita 2001-2011



Fonte: Elaborazioni Risposte Turismo

Il "turismo di crociera" indicato nel rapporto sul turismo a cura del Ministero del Turismo come *"un viaggio multidestinazione a bordo di un impianto galleggiante che produce servizi tipicamente alberghieri"* e' una forma di vacanza estivo-balneare all-inclusive che associa divertimento, cultura, relax, escursioni a terra 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.

In meno di trent'anni la vacanza crocieristica ha subito una profonda evoluzione, passando da prodotto di lusso a prodotto di massa. Detta trasformazione continua attraverso le strategie di espansione delle maggiori compagnie e permette di produrre all'interno della filiale distributiva, un'offerta straordinariamente dinamica e competitiva a favore di una clientela di qualsiasi età e disponibilità economica. (un esempio, l'annuncio di MSC per una nuova nave "Msc Preziosa" che nel 2013 si aggiungerà alla flotta con destinazione Mediterraneo).

Rappresentativa del "turismo di crociera" e' la Compagnia di navigazione, la quale spesso proprietaria degli scafi, organizza, produce, gestisce e vende, direttamente, o mediante i tour operator, 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 alla più ampia base di domanda.

La stagione crocieristica 2012 conferma anche per quest'anno, l'Italia come la più importante destinazione europea nel settore delle crociere. Coinvolgerà ben n. 47 compagnie di navigazione, n. 148 navi da crociera, interesserà 12 regioni e n. 66 porti italiani che, in alta stagione (periodo di riferimento della nostra indagine), riguarderanno una movimentazione passeggeri di oltre 75000 unità al giorno.

## **L'indagine e il campione 2012**

E' dalla realtà emersa nel quadro precedentemente esposto che, come nelle precedenti edizioni, anche per il 2012, 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, ne fanno 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 quali: Spagna, Tunisia, Malta, Turchia, Croazia, Grecia, Francia.

Da segnalare che il porto di Civitavecchia si conferma il principale scalo crocieristico nazionale che con 2.420.000 passeggeri stimati per la stagione 2012, gestisce assieme a Venezia e Napoli, oltre il 50% del traffico crocieristico italiano.

**Tav. 22 - Crescita indicizzata del traffico passeggeri nei primi 15 porti italiani. 2001-2011**

Anno	2001	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	2011
porto	v.a.	Valori indicizzati (anno 2001=1*)										v.a.
Civitavecchia	466.879	1,04	1,20	1,41	2,11	2,72	3,33	3,90	3,86	4,17	5,52	2.577.481
Venezia	526.436	0,96	1,31	1,29	1,55	1,68	1,91	2,31	2,70	3,07	3,39	1.786.416
Napoli	469.632	1,03	1,31	1,65	1,77	2,07	2,45	2,63	2,77	2,43	2,76	1.297.232
Livorno	263.657	1,13	1,38	1,47	1,75	2,31	2,70	3,22	3,02	3,12	3,73	982.928
Savona	109.633	0,96	1,78	4,83	5,77	5,40	6,94	7,03	6,47	7,12	8,65	948.459
Genova	471.245	1,20	1,31	0,66	0,77	1,00	1,10	1,16	1,42	1,83	1,69	798.521
Bari	145.781	1,40	1,47	1,80	1,86	2,08	2,41	3,19	3,90	3,48	4,03	586.848
Palermo	181.102	1,09	1,14	1,07	1,82	1,77	2,60	2,97	2,64	2,18	3,13	567.049
Messina	112.675	1,29	2,15	1,95	2,05	2,25	2,60	2,99	2,25	3,32	4,44	500.636
Catania	46.740	0,49	0,56	1,25	1,47	1,81	2,41	2,07	3,88	5,36	5,05	235.902
Cagliari	16.607	1,22	2,85	2,83	2,13	1,45	3,83	5,41	6,77	9,62	13,99	232.300
Ravenna	2.557	1,14	18,71	5,87	5,08	1,75	2,58	3,47	4,04	3,58	61,16	156.374
Ancona*	-	-	-	-	1,00	0,48	1,23	1,55	1,90	3,43	3,65	144.721
Olbia	42.437	1,02	0,93	0,65	0,72	1,67	2,40	4,94	5,54	4,35	3,34	141.632
Salerno*	-	-	-	-	-	-	1,00	1,75	2,02	5,30	5,33	99.274
<b>Totale Italia</b>	<b>2.883.252</b>	<b>1,09</b>	<b>1,36</b>	<b>1,47</b>	<b>1,82</b>	<b>2,11</b>	<b>2,57</b>	<b>2,97</b>	<b>3,07</b>	<b>3,34</b>	<b>3,98</b>	<b>11.462.747</b>

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

Le rilevazioni fanno riferimento al prezzo individuale (tariffa me dia categoria cabine), pag ato per una cr ociera nel bacino del Medi terraneo, su una nave delle principali c ompagnie d i navigazione, dura ta 8 giorni /7notti nella settimana del fe rragosto 2012. I prezzi so no comprensivi degli oneri obbligatori quali: quota iscrizione, quota servizio, assicurazione.

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

- **MSC Crociere** (con le navi: Spendida, Fantasia, Orchestra, Sinfonia, Divina, Musica, Armonia)
- **COSTA Crociere** (con le navi: Fascinosa, Favolosa, Classica, Magica, Serena, Allegra)
- **ROYAL Caribbean** (con le navi: Mariner e Navigator [classe Voyager] , Splendour [classe Vision])
- **TOP Cruise** (con le navi: Norwegian jade, Sovereign, Epic)

Non rientrano nel campione le compagnie Grandi Viaggi Veloci in quanto effettua 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. 20 crociere raggruppate quest'ultime in 13 itinerari. I dati sono stati organizzati in due livelli gerarchici:

**1 – Macro area:** Medit. occidentale (n. 11 crociere), Medit. Orientale (n. 9 crociere).

**2 - 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
- Messina
  
- Francia: - Cannes
- Marsiglia
- Villafranche
- Ajaccio
  
- Spagna: - Barcellona
- Valencia
- Minorca
- Ibiza
- Palma de Maiorca
  
- Tunisia: - Tunisi
  
- Malta: - La Valletta

**per Mediterraneo Orientale**

- Italia: - Venezia
- Ancona
- Bari
  
- Croazia: - Dubrovnik
- Spalato
  
- Grecia: - Argostoli
- Pireo
- Katakolon
- Santorini
- Mykonos
- Rodi
- Corfu'
  
- Turchia: - Smirne (Izmir)
- Istanbul

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) 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 possibilita' 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'applicabilita' delle offerte e' soggetta a proroghe o deroghe, limitata nel numero di posti e alle disponibilita' 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 € 1.771,78 (minimo € 1.408,05, massimo € 2.083,60) con una variazione (dove ne e' stata possibile la comparazione) in diminuzione rispetto ai valori dell'anno precedente di -2,42%.

I confronti tariffari eseguiti sugli stessi itinerari e scali delle compagnie, sono stati possibili solo su una parte del campione per mancanza di omogeneita' dello stesso. la crisi economica nel suo complesso, i costi del carburante, le tariffe e i servizi portuali elevati, risultano determinanti nella scelta delle rotte e degli scali attuate annualmente dalle compagnie.

Le tariffe 2012 sono risultate nel complesso in diminuzione, con riduzioni di oltre il 6% per le compagnie MSC e TOP Cruise, in controtendenza Costa Crociere in aumento di +1,17%.

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

Area	Tariffa minima €	Tariffa massima €	Tariffa media €	Var. 2011-2012
Mediterraneo OCCIDENTALE	1.393,45	2.060,09	1.759,43	-6,99%
Mediterraneo ORIENTALE	1.425,89	2.112,33	1.786,88	-1,62%

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

	Tariffa minima €	Tariffa massima €	Tariffa media €	Var. 2011/12
<b>Nel complesso</b>	1.408,05	2.083,60	1.771,78	-2,42%
<b>Mediterraneo OCCIDENTALE</b>	1.393,45	2.060,09	1.759,43	-6,99%
1 Savona, Barcellona, Palma de M., Malta, Catania, Napoli	1.658,50	2.516,50	2.122,34	-11,90%
2 Genova, Barcellona, Tunisi, Malta, Messina, Civitavecchia	1.353,00	2.125,00	1.825,00	-11,90%
3 Genova, Civitavecchia, Salerno, Tunisi, Ibiza, Palma de M., Marsiglia	1.123,00	1.719,00	1.468,00	-10,05%
4 Livorno, Villefranche, Valencia, Tunisi, Catania, Napoli	1.233,00	2.049,00	1.755,00	+7,54%
5 Livorno, Capri, Malta, Cagliari, Minorca, Barcellona, Villefranche	1.432,00	1.769,00	1.611,38	-7,28%
6 Savona, Civitavecchia, Olbia, Ibiza, Formentera, Palma de M., Marsiglia	1.964,00	2.838,00	2.376,18	( n . d . )
7 Civitavecchia, Livorno, Villefranche, Marsiglia, Barcellona, Napoli	939,00	1.329,00	1.169,00	-4,88%
8 Civitavecchia, Genova, Ajaccio, Barcellona, Palma de M., Tunisi	1.267,50	2.015,00	1.646,57	( n . d . )
<b>Mediterraneo ORIENTALE</b>	1.425,89	2.112,33	1.786,88	-1,6%
1 Venezia, Bari, Katakolon-Olimpia, Smirne, Istanbul, Dubrovnic	1.688,50	2.581,50	2.170,59	-0,3%
2 Venezia, Bari, Katakolon-Olimpia, Santorini, Rodi, Dubrovnic	1.375,00	2.023,00	1.712,35	-3,0%
3 Venezia, Ancona, Corfu', Santorini, Atene, Argostoli, Kotor	1.173,00	1.809,00	1.545,00	-5,3%
4 Venezia, Dubrovnic, Pireo, Izmir, Spalato	849,00	1.339,00	1.77,33	+6,3%
5 Trieste, Ancona, Dubrovnic, Corfu', Cefalonia, Kator, Spalato	1.934,00	2.608,00	2.269,00	(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.



## BIBLIOGRAFIA

- Istat, "Viaggi e vacanze in Italia e all' estero anno 2012"
- 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 2012"
- Maria Antonella Ferri, "Macro-trends del Turismo Italiano"
- World travel & tourism council, "L'economia del turismo in Italia"
- Isnart, "Impresa Turismo 2012"
- EBNT - Ente bilaterale Naz.le Turismo, "Osservatorio legislazione turistica italiana"
- Ministero del Turismo, "Rapporto sul Turismo italiano "
- Federturismo, " Il turismo in Italia"
- Centro Nazionale Studi e Ricerche sul turismo, "turismo e web"
- Federalberghi, "internet e turismo"
- Turismo e finanza, "statistiche sul turismo".
- Fiavet - associazione delle Agenzie Viaggio
- Cemar – Agency network – divisione crociere
- Osservatorio Nazionale Turismo, "Traffico crocieristico in Italia 2011"
- Trademark Italia, "dove vanno in vacanza gli italiani – 2012"

Hanno collaborato alla raccolta ed inserimento dati: Roberto Urso, Rita Mussi

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

