



Numero 2
Febbraio 2010



SOMMARIO:

- 1. Turismo enogastronomico**
- 2. Guardando avanti... l'estate che verrà**
- 3. Altre camere a Bologna**

1. Turismo enogastronomico

Il turismo enogastronomico pare non conoscere crisi. Cibo e vino continuano a tirare con 6 milioni di appassionati e un volume d'affari nel 2009 di 3 miliardi di euro, addirittura +20% sul 2008. E' quanto emerge dall'Ottavo Rapporto Osservatorio sul turismo del vino in Italia delle Città del Vino, realizzato dal Censis.

Tra le mete al top, dopo regioni leader come Toscana (visitata dal 44% degli enoturisti) e Piemonte (visitata dal 20%), anche l'Emilia Romagna. Con le sue 15 Strade dei Vini e dei Sapori e l'ampia offerta di prodotti tipici e cantine di prestigio, la nostra regione raccoglie una quota, sia del movimento complessivo che del giro d'affari totale stimabile attorno al 12%. E' un settore che si conferma di *élite*, tanto che dei 20 milioni di italiani che nel 2009 hanno scelto di organizzare viaggi all'insegna del wine & food, solo il 13% (2,6 milioni di persone) è consapevole di far parte del cosiddetto mondo dei turisti del vino.

Con una spesa media pro capite piuttosto alta (149 euro al giorno), il turismo enogastronomico rappresenta un simbolo di Qualità del

turismo italiano. Siamo di fronte ad un turismo adulto ma con un buon ricambio generazionale, visto che viene praticato dal 40% degli over 30 e dal 30% degli under 30.

Degli oltre 20 milioni di italiani che nel 2009 hanno svolto attività turistiche legate all'enogastronomia (eno-appassionati) le più praticate sono state le seguenti:

- visite a cantine (13 milioni),
- visite a vigneti (12 milioni),
- percorsi lungo le strade del vino (8 milioni),
- frequentazioni di ristoranti in base alla varietà dei vini (5 milioni),
- partecipazione a sagre enogastronomiche (17 milioni).

Dei 2,6 milioni di autoproclamati turisti del vino, il 71,8% (circa 1,7 milioni di italiani) ha viaggiato alla scoperta del vino almeno una volta nel 2009; due turisti del vino su 3 hanno compiuto da 1 a 3 viaggi. Il 5,1% degli italiani diventa **turista del vino** oltre le 3 volte l'anno.

2. Guardando avanti... l'estate che verrà

Come andrà l'estate 2010? A questa domanda Trademark Italia sta cercando di rispondere facendo ricerche, sondaggi e interviste. Ma il quadro è magmatico, perché ottenere risposte e indicazioni agli Italiani è sempre più difficile e gli indecisi crescono (secondo SWG sono al momento addirittura il 42,2%).

Il movimento per le vacanze estive riguarderà 32 milioni di connazionali. Saranno 14 milioni i fedelissimi abitudinari che hanno già deciso di tornare al solito indirizzo, ai quali vanno aggiunti 3,5 milioni di pensionati in salute che aspettano le convenzioni e le offerte dei rispettivi enti locali per decidere dove trascorreranno le ferie estive.

C'è poi chi abita entro 30 chilometri dal mare o dalle destinazioni di montagna (oltre 8 milioni di persone) per i quali la vacanza sarà come sempre molto vicina a casa.

L'andamento dell'estate 2010 sarà deciso da quei 5 milioni di Italiani dallo stipendio sicuro (occupati nello Stato e nel parastato che con le loro famiglie costituiscono un esercito di 15 milioni di turisti) che ora si proclamano incerti e preoccupati, aspettano di capire quello che succederà. Visto che la metà di questi impiegati corazzati possiede una seconda casa in prossimità di spiagge, laghi e montagne, la loro incertezza potrebbe essere solo virtuale e non influire su una stagione prevedibilmente simile a quella del 2009, di *leggera flessione in termini di presenze*.

Ancora incerta la massa di Italiani che intende cambiare, provare le destinazioni calde, vagamente esotiche, a basso prezzo, non troppo lontane. Per ora il più consistente campione di connazionali pensa che le vacanze 2010 le farà in un luogo non troppo lontano. L'estero più citato è quello del Mar Rosso, subito dopo viene Cuba, poi l'Africa Settentrionale e le isole dell'Oceano Indiano, desiderate da tutti ma scarsamente accessibili perché la loro capacità ricettiva è inferiore a quella di Cesenatico. Nuova è l'intenzione dichiarata di 4 milioni di Italiani (che all'estero non sono mai stati) che quest'anno intendono provarlo. Si tratta di giovani single, uomini e donne che, spendendo meno (poco più di quello che spenderebbero per la tradizionale vacanza italiana), proveranno a sondare agenzie e compagnie aeree alla ricerca di saldi e prezzi stracciati.

Le "intenzioni" di vacanza per ora premiano Marche ed Emilia-Romagna, ma anche i Lidi Veneti. Destinazioni sicure e senza sorprese, a breve-media distanza dai grandi bacini di domanda, con servizi garantiti e prezzi concorrenziali ... elementi che in questo momento di

crisi sono fondamentali.

3. Altre camere a Bologna

Nonostante la crisi turistica che sta colpendo il capoluogo emiliano, si procederà all'ampliamento dell'Unaway Hotel di piazza Costituzione per altre 63 camere (e 126 posti letto).

Il comparto alberghiero bolognese, che nel 2009 ha subito una perdita del 20% del fatturato, da 7 anni sta facendo i conti con il fenomeno dell'overbuilding. Sono state infatti oltre 3.000 le nuove camere che sono arrivate sul mercato alberghiero dal 2006 ad oggi, un dato che ha condizionato la performance alberghiera della città, che è passata da un'invidiabile occupazione camere nell'ottobre 2000, pari al 79,2%, ad una media annua attuale del 49,8% nelle strutture alberghiere di categoria upscale e del 54,5% in quelle del segmento midscale a prezzi decisamente più bassi di qualche anno fa.

Gli alberghi bolognesi hanno registrato nel 2009 un calo del RevPar (fatturato generato per ciascuna camera disponibile al giorno) pari al 19,4%, passando dai 53,70 euro del 2008 a 43,30 euro. Questo significa, secondo quanto sottolineato dal Presidente di Federalberghi Celso De Scritti, che se nel 2008 un albergo di 100 camere fatturava 1.960.000 euro, nel 2009 fattura 1.580.000 euro. Perdita netta 380.000 euro e 10 posti di lavoro in meno.

Questo messaggio viene spedito nel rispetto dell'art.13 del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196. Per essere rimossi dalla nostra mailing list, è sufficiente darne comunicazione al seguente indirizzo di posta elettronica: benedetta.cavezzali@rer.camcom.it

Per ulteriori informazioni, visita il sito www.rer.camcom.it