

## Turismo. Un 2016 da record per l'Emilia-Romagna: 48,2 milioni di presenze (+1 milione). Bonaccini: "Un risultato straordinario"

*Circa 10,2 milioni di arrivi. Segni più dalla Riviera all'Appennino. Boom per le città d'arte e sorpresa Ceramic Land. L'assessore Andrea Corsini: "Grandi numeri anche dopo un ottimo 2015. Premiati gli sforzi verso i mercati esteri e la diversificazione dell'offerta"*

Sono numeri da record quelli fatti registrare nel 2016 dal **turismo in Emilia-Romagna: 48,2 milioni di presenze**, 1 milione in più rispetto al già buon 2015.

Gli arrivi sono stati 10,2 milioni di arrivi. Numeri che, se si considera il nuovo comparto introdotto nella rilevazione 2016 e che comprende le località che non rientrano nei prodotti turistici tradizionali, arrivano a 52 milioni di presenze e 11,7 milioni di arrivi.

Crescono sia la **clientela nazionale** (+2,4% gli arrivi e +1,9% le presenze) sia quella **internazionale** (+1,3% gli arrivi e +2,7% le presenze), in un comparto capace di innovare e diversificare l'offerta, andando al di là delle circostanze climatiche che l'anno scorso hanno visto una primavera abbastanza negativa e un'estate partita con difficoltà a causa delle condizioni meteo (sette giorni in meno di sole e otto giorni variabili in più sempre rispetto al 2015). Ecco quindi il segno più dalla **riviera** (+2,4% gli arrivi e +1,4% le presenze) alle **città d'arte**, protagoniste di un vero boom (4% gli arrivi e +8,2% le presenze), fino all'**Appennino** in forte crescita (+2,6% gli arrivi e +4,5% le presenze). Esempio del nuovo comparto sono invece Faenza, Sassuolo e Imola, che fanno parte del nuovo prodotto **Ceramic Land** e che registrano un +2,1% sia degli arrivi che delle presenze.

I dati sono stati **presentati a Bologna**, nel corso di una conferenza stampa nella sede della Regione cui hanno partecipato il presidente dell'Emilia-Romagna, Stefano Bonaccini e l'assessore regionale al Turismo, Andrea Corsini.

I dati vengono forniti dall'**Osservatorio sul turismo regionale** di Unioncamere Emilia-Romagna e sono elaborati con metodologia Trademark Italia che prevede, oltre alla rivalutazione periodica delle statistiche ufficiali, anche la stima, in tempo reale, dell'andamento turistico. Tale stima viene elaborata attraverso le indicazioni fornite da un panel di oltre **3 mila operatori** di tutti i comparti insieme a vari riscontri indiretti, come i dati relativi alle uscite ai caselli autostradali, gli arrivi aeroportuali, i movimenti ferroviari, le vendite di prodotti alimentari e bevande, i consumi di energia elettrica, acqua e gas, fino alla raccolta di rifiuti solidi urbani.

"E' un risultato straordinario- ha affermato il presidente **Stefano Bonaccini**- che mette a frutto il lavoro di squadra tra istituzioni e imprenditori che abbiamo avviato e via via consolidato, il tutto in un ambito non di competizione ma di collaborazione tra i territori. Avevamo detto che il turismo può valere il 10 per cento del Pil regionale e può creare buona occupazione, per questo abbiamo continuato a investire anche nel corso del 2016, avvicinandoci all'obiettivo. Penso ai 3 milioni per la rete degli Uffici di informazione e promozione turistica, ai circa 15 milioni per la riqualificazione di alberghi, negozi, cinema e teatri, ai 6 milioni per l'Appennino bianco e gli impianti sciistici, cui si aggiungono i 10 stanziati dal Governo, oltre a puntare, con la nuova legge sul turismo, su brand che caratterizzano ormai la nostra regione anche a livello internazionale: Motor Valley, Food Valley e Wellness Valley. E non scordiamo il turismo legato agli aventi sportivi, che sono anche un valido strumento di marketing territoriale. Insomma, vogliamo rendere l'Emilia-Romagna sempre più attrattiva- chiude Bonaccini- e i risultati fino a ora indicano che la strada imboccata è quella giusta".

“Se il 2015 era stato un anno da incorniciare- ha detto l'assessore **Andrea Corsini**- l'anno appena trascorso non solo conferma ma migliora ancora di più il quadro. Questi dati premiano gli sforzi che abbiamo fatto per incentivare la quota di incoming dai Paesi esteri e premiano anche l'aver diversificato l'offerta turistica puntando su destinazioni non tradizionali e su alcuni eventi di richiamo”.

### **Riviera: internazionalizzazione vincente**

Saldo positivo per le località della Riviera rispetto al 2015, con una crescita sia della clientela nazionale (+2,6% di arrivi e +1,3% di presenze) che di quella internazionale (+2,4% di arrivi e +2% di presenze).

Un ottimo risultato, alla luce delle difficoltà rilevate sia in primavera che nella prima fase della stagione estiva (maggio-giugno). La crescita dell'**internazionalizzazione** riguarda in particolare alcune destinazioni: **Rimini** supera il **30%** di presenze di clientela internazionale nei mesi estivi, con una media nel periodo gennaio-settembre del **28%** circa, **Cattolica** raggiunge la quota del **16%**, nei **Lidi di Ravenna** una presenza turistica su quattro è internazionale (**26%**) e, infine, la **Riviera di Comacchio** – anche grazie all'ampia ed eccellente dotazione di strutture ricettive open air – supera, nel periodo gennaio-settembre 2016, la quota del **40%** delle presenze di clientela internazionale.

Per l'andamento dei **mercati di lingua tedesca** (Germania, Austria, Svizzera), durante la stagione estiva 2016 (maggio-settembre) Osservatorio e Regione rilevano un incremento rispetto sempre al 2015 dell'**1,2%** degli arrivi e dell'**1,5%** delle presenze.

Il positivo andamento della Riviera è confermato dal movimento degli autoveicoli in uscita ai **caselli autostradali** che registra una crescita annua complessiva del **4,5%**. Tra i singoli caselli autostradali si sono distinti con risultati superiori alla media Cesena Nord (+5%), Valle del Rubicone (+8,9%), Riccione (+4,8%) e Cattolica (+5,3%).

La **meteorologia** ha influito sensibilmente sul bilancio turistico complessivo della Riviera nella prima parte dell'estate 2016, con un aumento dell'instabilità a maggio e in particolare a giugno. In alta stagione, le temperature superiori alla media e la grande afa di luglio prima, le condizioni sensibilmente migliori di agosto poi (più sole e meno pioggia rispetto al 2015), hanno spinto gli italiani residenti nei centri urbani del Centro-Nord Italia ad aumentare i movimenti verso la Riviera. Rispetto all'estate 2015, tra maggio e settembre ci sono state 7 giornate in meno di sole, con 8 giorni variabili in più e una giornata in meno di tempo “turisticamente brutto”. I mesi di luglio e agosto, con 27 e 24 giornate di sole rispettivamente, rientrano nella media delle ultime stagioni.

Infine, per quanto riguarda gli altri indicatori, si registra una sostanziale tenuta della domanda per le **spiagge** (nonostante le incertezze legate alla cosiddetta Bolkestein) con un sostanziale pareggio dei ricavi rispetto alla stagione 2015; aumentano invece i consumi di **bibite e bevande** tra il 4 e il 5% e quelli **alimentari** di circa il 6%; aumenti anche per i consumi elettrici del 5,5%.

**Boom della Città d'arte (e d'affari): turisti sia nazionali sia stranieri**  
Aumentano del **4%** gli arrivi e dell'**8,2%** le presenze di turisti nelle città d'arte e d'affari, grazie anche ad una **sensibile crescita della permanenza** media, attestata ora **al di sopra dei 2 giorni**. Da rilevare l'incremento dei **turisti nazionali**, superiore a quello degli stranieri in tutti i periodi dell'anno, ad esclusione del mese di settembre. Ora il movimento straniero vale il 38,9% degli arrivi e il 40,8% delle presenze totali.

Relativamente al livello di **internazionalizzazione**, la clientela in arrivo dall'estero cresce in regione del **4,6%** e le presenze salgono dell'**8,1%** grazie ai buoni risultati ottenuti a **Modena, Bologna, Ravenna e Parma**. Gli eventi e le mostre d'arte hanno influenzato positivamente il dato. Nel caso di Bologna e Modena, gli operatori hanno beneficiato delle crescenti opportunità generate dai **voli low cost** in arrivo all'aeroporto internazionale “G.Marconi” di Bologna. I **passaggeri** complessivi (arrivi, partenze e transiti) hanno superato nel 2016 la quota di **7,6 milioni** (7.680.992), con una crescita del **+11,5%** rispetto al 2015. L'incremento è stato sostenuto sia dai passeggeri sui voli nazionali (1.917.501, in crescita del +12,1%) che dai passeggeri sui voli internazionali (5.765.046, +11,3%) che rappresentano il 75% del movimento complessivo.

### **Cresce l'Appennino, bianco e verde**

Un anno positivo anche per il comparto appenninico dell'Emilia-Romagna che, da gennaio a dicembre 2016, registra un aumento del **2,1%** degli arrivi e del **4,2%** delle presenze, grazie anche alla crescita della **permanenza media**, attestata ora a circa 4 giorni. Da sottolineare l'incremento dei turisti stranieri che, soprattutto nel periodo gennaio-marzo, nel mese di settembre e ancor più in ottobre, hanno fatto registrare significativi incrementi di arrivi e presenze. Ora il movimento straniero nelle località turistiche dell'Appennino vale il **16,5%** degli arrivi e il 15,9% delle presenze totali.

Per quanto riguarda l'**Appennino bianco** che ha risentito della scarsità di neve in avvio di stagione bianca, grazie alla Pasqua molto positiva, favorita dal calendario e dalle abbondanti nevicate di febbraio e marzo, ottiene un **bilancio soddisfacente**. Gli arrivi nel periodo gennaio-marzo 2016 sono cresciuti del **4,9%**, le presenze del **3,8%**. Il movimento della clientela straniera, che registra un incremento del **20%** degli arrivi e del **7,4%** delle presenze, risulta positivo non solo relativamente alla stagione invernale. Il trend è proseguito sulla scia dell'andamento turistico 2015, favorito dagli sforzi pubblici e privati per rendere più attraente, aggiornata e dinamica l'offerta turistica appenninica.

Anche per quanto riguarda l'**Appennino verde** si può parlare di stagione a due facce: partita in sordina a causa di un andamento meteo inizialmente negativo e poi in ripresa a partire dal mese di luglio, con un agosto in crescita sia per gli arrivi che per le presenze e una chiusura di stagione eccellente grazie al mese di settembre e ancora più di ottobre. Nel complesso (aprile-ottobre) gli arrivi crescono del **2,7%**, le presenze del **5,3%**, con una performance più accentuata per la clientela italiana (+5,4%) rispetto a quella straniera (+4,4%).

### **Destinazioni alternative: sorpresa Ceramic Land**

L'Osservatorio rileva anche il movimento di un **nuovo comparto** che comprende le località che non rientrano, per le loro caratteristiche, nei prodotti turistici tradizionali, come ad esempio **Ceramic Land**. Il movimento stimato è di **1.530.000 arrivi** e **3.786.000 presenze**.

A pagare le forti difficoltà di destinazioni storiche per il termalismo italiano come Salsomaggiore Terme, Castrocaro Terme e Porretta Terme – ora sulla via del rilancio, ma i risultati non potevano vedersi nell'immediato - è invece l'**area termale**, la sola in controtendenza (-8% gli arrivi e -6,6% le presenze). Peraltro, spiega l'**Osservatorio**, ancora vista da ampie fasce di pubblico come un soggiorno strettamente legato al sistema sanitario nazionale e quindi percepito più come terapeutico che ludico. Uno scenario da cui però si distacca **Bagno di Romagna**, la cui performance premia il termalismo e il turismo di un territorio che coglie il meglio di Romagna e Toscana.



Realizzato col contributo di Trademark Italia

