

Ravenna e il turismo straniero

Le potenzialità della città d'arte e della stagionalizzazione

Fonte: Osservatorio del turismo 2007 – Insnart-Unioncamere
Incaricato al trattamento dei dati: Dott. ssa Paola Alessandri
Responsabile al trattamento dei dati: Dott. Paolo Montanari

L'evoluzione del turismo straniero dal 2001 al 2008

I dati sulle presenze turistiche straniere nella nostra regione e nella nostra provincia rilevano una consistenza modesta e un andamento calante: a Ravenna l'incidenza del turismo straniero si è ridotta di oltre 4 punti. nel periodo tra il 2001 e il 2008, passando dal 22,5% al 18,1%. del movimento turistico complessivo.

Il calo più consistente riguarda il mercato tedesco, particolarmente legato al turismo balneare, che a partire dal 2001 ha registrato una costante contrazione che nell'arco di pochi anni ha dimezzato il numero delle presenze, seguito da quello austriaco, che si è ridotto di un terzo.

Questo ridimensionamento dell'area tedesca è stato solo in parte compensato dall'incremento di arrivi e presenze dall'Est Europa (+36%) e da un raddoppio dei turisti inglesi, che pure rappresentano una quota ancora piuttosto contenuta.

Sebbene la quota di mercato dei paesi del Nord Europa sia di dimensioni ridotte, si tratta di un mercato interessante per le potenzialità di sviluppo dimostrate in questi anni, legate in particolare all'interesse per la città d'arte.

Tabella 1 - Presenza turisti stranieri per paese di provenienza- confronto 2001-2008

Fonte: Osservatorio del turismo 2007 – Insnart-Unioncamere
Incaricato al trattamento dei dati: Dott. ssa Paola Alessandri
Responsabile al trattamento dei dati: Dott. Paolo Montanari

	2001	2008	Diff. V.A.	%
Austria	73.463	49.212	- 24.251	-33,0%
Svizzera	143.063	150.864	7.801	5,5%
Germania	680.885	330.742	- 350.143	-51,4%
Benelux	77.471	80.416	2.945	3,8%
scandinavia	43.559	42.146	- 1.413	-3,2%
Francia	106.602	110.319	3.717	3,5%
Regno Unito	28.980	43.394	14.414	49,7%
Est Europa	244.815	333.197	88.382	36,1%
Altri	128.876	123.375	- 5.501	-4,3%
Totale	1.527.714	1.263.665	- 264.049	-17,3%
% stranieri su totale Presenze	22,5%	18,1%		-4,4%

Le tendenze evidenziate dai vari paesi sono peraltro confermate anche nelle variazioni registrate nel 2008 rispetto all'anno precedente: si riduce l'area tedesca e aumenta il flusso dal Nord Europa e dall'est..

Tabella 2 - Presenza turisti stranieri per paese di provenienza- confronto 2007-2008

Fonte: Osservatorio del turismo 2007 – Insnart-Unioncamere

Incaricato al trattamento dei dati: Dott. ssa Paola Alessandri

Responsabile al trattamento dei dati: Dott. Paolo Montanari

	2007	2008	Diff. V.A.	%
Austria	52.199	49.212	- 2.987	-5,7%
svizzera	163.668	150.864	- 12.804	-7,8%
germania	349.924	330.742	- 19.182	-5,5%
benelux	76.839	80.416	3.577	4,7%
scandinavia	39.216	42.146	2.930	7,5%
Francia	111.273	110.319	- 954	-0,9%
Regno				
Unito	42.525	43.394	869	2,0%
Est Europa	324.580	333.197	8.617	2,7%
Altri	129.871	123.375	- 6.496	-5,0%
Totale	1.290.095	1.263.665	- 26.430	-2,0%

Il mercato interno nazionale ha in questi anni compensato positivamente la riduzione di quello straniero, ma l'attrattività sul mercato internazionale è un elemento da non sottovalutare, per una serie di considerazioni che variano dal "rango" turistico e di percezione dell'attrattività di un luogo che viene correlato alla presenza del turismo internazionale, alle dimensioni del mercato potenziale rappresentato dall'Europa e dai paesi emergenti, all'indotto economico che genera la clientela estera sull'insieme delle attività commerciali.

Nel turismo si assiste ad un calo progressivo della vacanza tradizionale: molte persone fanno nell'arco dell'anno più vacanze di un tempo, ma più brevi e sempre più caratterizzate da esperienze di coinvolgimento coerenti con le proprie passioni, interessi e identità.

La competitività e l'attrattività dei territori si gioca soprattutto in campo emozionale, sulla capacità di trasmettere messaggi che sappiano mettere in risalto l'unicità dei luoghi e delle ricchezze che contengono.

La destagionalizzazione e il turismo culturale

Se osserviamo l'andamento stagionale del nostro movimento turistico proveniente dall'estero, notiamo che in termini di arrivi l'incremento è stato significativo in tutti i periodi dell'anno, a conferma dell'attrattività delle nostre località, ma l'aumento maggiore in termini di presenze si realizza nei mesi meno legati al turismo balneare, che ha risentito in modo particolare della contrazione della durata media dei soggiorni.

La riduzione della presenza degli stranieri è concentrata quindi nel periodo estivo e riguarda pertanto esclusivamente questa tipologia di prodotto, mentre si registra un trend positivo (seppure di consistenza ancora modesta) della destagionalizzazione della capacità attrattiva della città d'arte.

Tabella 3 - Variazioni stagionali intervenute sul movimento turistico provinciale nel periodo 2001-2008.

Fonte: Rilevazione sul movimento e Capacità e movimento degli esercizi ricettivi

Incaricato al trattamento dei dati: Dott. ssa Paola Alessandri

Responsabile al trattamento dei dati: Dott. Paolo Montanari

	Gennaio Aprile	maggio- settembre	ottobre- dicembre
variazione arrivi in v.a.	41.048	193.803	12.616
<i>in %</i>	25,3%	23,7%	15,2%
variazione presenze in v.a.	76.671	82.752	27.142
<i>in %</i>	15,0%	1,4%	9,4%
variazione presenze stranieri in v.a.	29.436	-311.950	18.465
<i>in %</i>	24,2%	-23,4%	24,6%
quota presenza straniera su totale 2001	23,8%	22,2%	25,9%
quota presenza straniera su totale 2008	25,7%	16,7%	29,6%
permanenza media nel 2001	3,2	7,3	3,5
permanenza media nel 2008	2,9	6,0	3,3

Fonte: Elaborazione servizio statistica su dati provinciali

L'Italia è la 5ª destinazione al mondo per arrivi internazionali, quarta nella graduatoria relativa agli introiti monetari, percepita come terra di charme e di antichità, di bellezze artistiche e paesaggistiche, di alta qualità dell'enogastronomia, meta desiderata e ambita non solo nei paesi tradizionali (Usa e Europa), ma anche in quelli emergenti (Cina, India, Russia).

Gli studi più recenti individuano infatti una potenziale domanda di turismo che nel prossimo futuro si genererà nei paesi emergenti (India e Cina in particolare), su cui l'Europa e l'Italia in particolare, con la sua cultura millenaria, la sua storia, le città d'arte, lo stile di vita, hanno un potenziale attrattivo enorme.

La promozione della città d'arte, nella sua unicità, nella posizione centrale e strategica (sul mare, a poca distanza da altre importanti città d'arte) rappresenta quindi l'opportunità di inserire Ravenna all'interno di questi "Grand Tour" dell'Europa e dell'Italia, per intercettare anche un turismo internazionale che al momento risulta poco rappresentato.

Dall'indagine compiuta da Iscom Group presso gli operatori internazionali per conto della Regione Emilia Romagna emerge che la nostra regione presenta un'ottima capacità competitiva sul prodotto arte e cultura e che il target della potenziale clientela estera presta soprattutto attenzione al rapporto qualità prezzo, intesa come rapporto di correttezza nei confronti del cliente e su standard medio-alti. Solo il 18% richiede un rapporto qualità prezzo su fascia media e medio bassa.

Si tratta di una clientela che preferisce alloggiare in hotel (alloggia in strutture alberghiere il 52,4% dei turisti extra europei, contro il 29,1% degli europei e il 27,5% degli italiani), dotati di collegamenti tecnologici e con proposte ricreative (sport, benessere, bambini), che si sente più garantita da strutture certificate da marchi di qualità o appartenenti a circuiti internazionali.

I prodotti più venduti in Emilia Romagna sono i viaggi culturali (65%) mentre il mare e l'enogastronomia assorbono quote intorno al 28%.

Una quota tra il 20 e il 25% dei turisti stranieri sceglie le proprie vacanze tramite informazioni o offerte presenti su Internet.

L'indotto economico del turismo

La ripartizione dei consumi turistici sui settori economici mostra che il settore propriamente turistico (il cosiddetto ramo H che comprende il ricettivo e la somministrazione di pasti e bevande) assorbe il 61,5% della spesa dei turisti alloggiati in strutture ricettive e il 33% di quelli che alloggiano presso abitazioni private; una parte consistente degli introiti derivanti dal movimento turistico si distribuisce nei vari settori dell'economia locale.

Tabella 4 - Impatto economico della spesa turistica sui settori (%)

Fonte: Osservatorio del turismo 2007 – Insnart-Unioncamere

Incaricato al trattamento dei dati: Dott. ssa Paola Alessandri

Responsabile al trattamento dei dati: Dott. Paolo Montanari

	turisti alloggiati in strutture			turisti alloggiati in abitazioni		
	italiani	stranieri	totale	italiani	stranieri	totale
strutture ricettive	41,2	39,4	40,4			
ristoranti, pizzerie	15,1	14,9	15	22,7	23,7	22,9
bar, caffè, pasticcerie	6,6	5,5	6,1	10,3	10,7	10,4
Totale ramo H	62,9	59,8	61,5	33	34,4	33,3
attività ricreative, culturali, intrattenimento	10,8	11,2	11	15,7	17,6	16,2
Altre industrie manifatturiere	9,6	10,6	10	12,3	14,4	12,7
agroalimentare	6,5	6,8	6,6	23,9	19,8	23
abbigliamento e calzature	5,9	6,7	6,2	8,3	9,2	8,5
tabacchi, editoria	2,7	2	2,4	5,2	2,5	4,6
trasporti	1,4	3,1	2,1	1,6	2,2	1,7
Totale	100	100	100	100	100	100

Se osserviamo l'indotto economico prodotto dalle diverse tipologie di turismo, escludendo i costi di vitto e alloggio, vediamo inoltre che la spesa media giornaliera di un turista che si muove per una vacanza balneare è circa la metà di quella di chi sceglie una vacanza culturale, enogastronomica o termale, e che tra gli extraeuropei il target di spesa, anche per il turista balneare, è particolarmente elevato.

Tabella 5 - Spesa media giornaliera in euro (escluso alloggio e viaggio)

Fonte: Osservatorio del turismo 2007 – Insnart-Unioncamere

Incaricato al trattamento dei dati: Dott. ssa Paola Alessandri

Responsabile al trattamento dei dati: Dott. Paolo Montanari

	città	mare	Verde	termale	enogastr.	sportivo
<i>Italiani</i>	51,6	29,1	50,3	45,3	57,5	45,7
<i>Europei</i>	60,6	33,6	36,0	72,67	58,8	42,7
<i>Extra Europei</i>	54,9	66,0	70,8	45,6	81,8	91,5
Media generale	55,9	31,1	46,4	54,3	60,0	45,4