



## PROVINCIA DI RAVENNA

SETTORE ATTIVITÀ PRODUTTIVE E POLITICHE COMUNITARIE  
SERVIZIO TURISMO

### *Arrivi e presenze in Provincia di Ravenna - Periodo: gennaio-luglio 2012*

Il mese di luglio conferma il trend di flessione registrato in quest'annata contrassegnata a livello nazionale dall'acuirsi della crisi economica e dalla contrazione della spesa di singoli e famiglie, oltre che da un minor numero di periodi di vacanza complessivi (sia per numero assoluto che per giorni di permanenza) che naturalmente si riflette anche sulle singole realtà locali, inclusa quella del nostro territorio provinciale.

In effetti il dato provinciale di luglio, così come quello del periodo complessivo dei primi sette mesi del 2012, pur in arretramento, segnala una certa tenuta delle nostre destinazioni turistiche le quali, rispetto a molte realtà nazionali che registrano flessioni in doppia cifra, mantiene invece relativamente contenuto l'impatto su arrivi e presenze.

In dettaglio il dato mensile di luglio registra 1.784.892 presenze, con un riscontro che si attesta intorno al -4,5% e un arretramento degli arrivi, come accennato in premessa, più robusto e dovuto al minor numero di partenze registrato in tutta Italia ed equivalente, sul nostro territorio, al -8,13%. Il fatto che le presenze abbiano parzialmente sopperito al calo più sensibile degli arrivi è rilevato da un positivo dato di controtendenza e cioè la crescita della permanenza media (che a passa dalle 6,6 giornate medie dello scorso luglio alle 6,9 di questo luglio 2012), a conferma che chi ha scelto le nostre località lo ha fatto per un periodo mediamente più lungo che nel recente passato.

La permanenza media cresce dello 0,1% anche sul dato-periodo laddove, nei primi sette mesi del 2012, il riscontro ci segnala un totale di 3.897.547 presenze e oltre 800.000 arrivi (precisamente 802.029). Anche in questo caso la flessione risulta relativamente contenuta se relazionata ai dati nazionali e alla congiuntura economica. In effetti il dato presenze del periodo attutisce la flessione ben al di sotto del 5% (esattamente al -4,61%), così come risulta relativamente omogeneo il dato arrivi che cede il 4,86% fra gennaio e luglio.

Analizzando più in dettaglio i flussi del mese di luglio, si segnala come il mercato straniero abbia retto meglio di quello interno (che flette del 4,6%) cedendo appena il 4,1%. Va però evidenziato come il mercato interno abbia registrato la crescita rilevante proprio dei mercati interni di prossimità che storicamente costituiscono il core-business del nostro territorio, ovvero Lombardia ed Emilia-Romagna, che incrementano il computo presenze mensile rispettivamente del 6,89% e del 7,24%, mentre risultano in calo gli altri mercati nazionali. Anche il dato estero su base-mese conferma il ruolo di mercati importanti e ampiamente fidelizzati verso il nostro territorio, in particolare la Germania che si conferma sostanzialmente stabile e la Russia, che nel mese cresce intorno al 12%, così come si registra una positiva crescita (pari al 20% netto) del mercato olandese.

Il dato periodo invece, nella sua maggiore complessità, segnala un trend che tiene conto anche della bassa stagione, del periodo pasquale e della pentecoste, registrando in questo senso una maggiore tenuta del mercato interno (che cede appena il 3,72% nel computo presenze), mentre quello estero flette dell'8,1%.

Infine, quanto alle sistemazioni scelte dall'utenza, si segnala una omogenea decrescita distribuita fra le diverse tipologie di strutture ricettive mentre, in linea e in coerenza col quadro economico in essere, crescono in maniera importante, sia nel mese che nel periodo, le strutture low cost e meno tradizionali quali alloggi privati e appartamenti per vacanze. Positivo anche il dato degli agriturismi in crescita di oltre l'11% nel periodo.

In conclusione, sia nel periodo che nel dato mensile, si registra senza dubbio un fisiologico arretramento ma non privo di alcuni spunti in controtendenza, confermando ad esempio una certa tenuta del nostro territorio basata sulla robustezza del prodotto turistico, sulla accresciuta permanenza media e sulla fidelizzazione di mercati importanti sia interni che esteri.