



PROVINCIA DI RAVENNA

SETTORE ATTIVITA' PRODUTTIVE E POLITICHE COMUNITARIE SERVIZIO TURISMO

Arrivi e presenze in Provincia di Ravenna - Periodo: dicembre e intero anno 2014

Il mese di dicembre presenta storicamente numeri relativamente modesti e conformi al trend della bassa stagione, ma rappresenta il mese con cui si chiude l'anno e si ha il quadro complessivo dei 12 mesi, ai fini di un bilancio oggettivo, completo e ponderato di quali siano gli effettivi riscontri dell'annata turistica.

Soffermandoci brevemente sul mese in oggetto, prima di concentrare ampia e maggiore attenzione sul dato annuale, si rileva come il dato mensile di dicembre risulti positivo, affiancandosi ai tre mesi precedenti e chiudendo così un quadrimestre finale di 2014 che, seppur con numeri conformi alla media e bassa stagione, è risultato integralmente positivo nel computo presenze. In dettaglio, il dato di dicembre registra 28.292 arrivi (+7,30% sul dicembre 2013) e 68.549 presenze (+6,98% sullo stesso mese del 2013).

Come spesso accade nei periodi di stagione non balneare, il dato estero risulta più trainante di quello del mercato interno ed anche dicembre non ha fatto eccezione. Il contesto positivo ha registrato comunque un buon dato italiano, penalizzato però, come in tutta questa annata, dalla bassa permanenza media dei nostri connazionali. Risulta infatti evidente lo scarto fra il dato arrivi del mercato interno (un rimarchevole +7,33% sul dicembre 2013) e invece il ben più modesto, seppur positivo, +1,57% nel computo presenze. Al contrario il dato estero, pur avendo numeri assoluti più ridotti, registra un dato arrivi in crescita e in linea con quello italiano (+7,09%), ma grazie a permanenze medie praticamente doppie rispetto a quelle del mercato interno, vede crescere il dato presenze, rispetto a dicembre 2013, addirittura del 33,83%, con Francia, Germania, Spagna ed Austria e il mercato asiatico a fare da traino principale (seppure come detto, si parli di numeri assoluti modesti ed in linea col periodo dell'anno).

Per chiudere la disamina sul dato mensile, si rileva come sia gli alberghi che le strutture extra-alberghiere abbiano registrato numeri in crescita sul dicembre 2013. Il computo presenze alberghiere chiude il mese con un positivo +5,81%, mentre le altre tipologie attestano la crescita presenze su base-mese al 10,93%. In particolare si sono distinti gli alberghi di prima fascia (4 e 5 stelle) mentre, per quanto riguarda l'extra-alberghiere, spicca il dato dei bed and breakfast, sebbene quasi tutte le tipologie complementari abbiano registrato dati confortanti.

Venendo al dato annuale, innanzitutto i numeri. Molto positivo il dato arrivi, che si attesta a quota 1.357.619 (con un solido +4,30% rispetto all'anno 2013) a conferma di come, seppur in un periodo difficile per l'economia, l'attrattività delle nostre destinazioni turistiche abbia un riscontro oggettivo. A penalizzare il dato è proprio però la congiuntura economica, che se non intacca l'appetibilità del nostro territorio, intacca la capacità di spesa (in particolare del mercato interno) e dunque la possibilità di permanenze medie più lunghe e quindi di un maggiore numero di pernottamenti. In effetti, nonostante il confortante dato arrivi, le presenze risultano in flessione rispetto all'anno precedente, seppur in maniera ampiamente contenuta e in un quadro di sostanziale tenuta. Il dato presenze si attesta infatti a quota 6.568.060 (-1,27% rispetto al dato annuale 2013).

In dettaglio: il dato arrivi annuo è positivo sia per gli italiani (+4,60%) che per gli stranieri (+3,00%). Tale esito virtuoso, porta ad un saldo positivo di 55.964 arrivi rispetto al 2013. Come detto la discriminante fra i due mercati risulta però essere la permanenza media, che passa da 5 a 4,7 giornate per gli italiani (-6%) mentre si attesta a quota 5,4 giornate per gli stranieri. Ciò ha comportato una crescita presenze dall'estero (+1,03%) ed un calo presenze del più robusto mercato interno (-1,86%). Il saldo presenze dei due mercati restituisce un differenziale di 84.763 presenze in meno rispetto al 2013 (pari al già menzionato -1,27% complessivo).

Il dato interno è stato penalizzato dalla flessione del suo principale macro bacino, ovvero quello settentrionale, laddove ad eccezione del Piemonte e del Trentino-Alto Adige, tutti i mercati sono risultati in flessione ed in particolare risulta penalizzante il calo segnalato dal primo mercato italiano e cioè l'Emilia-Romagna, che da sola cede 82.326 presenze, pari quasi all'intero calo annuo registrato. A compensare parzialmente tale dato, i riscontri positivi dal centro Italia con Lazio, Marche ed Umbria in crescita e la Toscana in sostanziale tenuta.

Il mercato estero ha invece presentato le notizie più confortanti ed anche una certa ventata di freschezza per i riscontri davvero interessanti del mercato extra-europeo. Se infatti l'Europa conferma la propria leadership e vale ben oltre il 90% del totale estero (sorretta come sempre dai due macro bacini di Germania ed Est Europa, entrambi positivi anche nel 2014), va altresì rilevato che essa registra una leggera flessione (-1,49% nel dato presenze) mentre altri mercati di maggiore respiro internazionale stanno via via affermandosi (seppur con numeri assoluti ancora non paragonabili a quelli del vecchio continente). Nello specifico crescono infatti il Nord America (che passa da poco più di 23.000 a quasi 39.000 presenze, con in particolare l'exploit del Canada che ha pressochè triplicato le proprie

presenze in questo 2014). Rimarchevole anche il riscontro da Sud America, Asia ed Oceania, tutte in crescita con percentuali in doppia o addirittura tripla cifra.

In sostanza il 2014 ha portato con sé, di positivo, un importante riscontro arrivi (il secondo di sempre), un buon riscontro del mercato alberghiero (+1,16% nel dato presenze) e un apprezzabilissimo e nuovo riscontro dai paesi extra-europei. Il 2014 ha altresì confermato le difficoltà del comparto extra-alberghiero (-5,77% nel dato presenze annuo) e quelle del mercato interno che, pur crescendo negli arrivi, riduce costantemente i pernottamenti e dunque, dato anche il suo peso assoluto che sfiora l'80% del totale movimento annuo, incide sensibilmente sulla riduzione del computo presenze, anche a discapito dell'ottimo riscontro straniero.

Esaminando infine il 2014 in maniera più complessa per periodi, cicli mensili e quadro storico, emergono alcune interessanti indicazioni e tendenze squisitamente di ambito statistico. Talune confortanti, altre meno. Ad esempio, come accennato, il dato arrivi è il secondo di sempre dopo quello record del 2011 e l'annata si è chiusa con 8 mesi su 12 in saldo positivo presenze e 8 mesi su 12 in saldo positivo arrivi. Numeri alla mano, se non si fosse registrato un mese di luglio con la peggiore situazione meteo dell'ultimo trentennio, e che da solo ha impattato sul dato presenze per oltre 117.000 unità, il resto dell'anno si sarebbe chiuso in saldo positivo. Di meno confortante vi è che per il terzo anno consecutivo il dato presenze chiude in flessione e, mentre nel quinquennio 2007-2011, si archiviavano stabilmente le annate a ridosso di quota 7 milioni di presenze (e ben 3 volte su 5 anche sopra questa soglia così rilevante), ora tali numeri distano oltre 400.000 unità. Di anno in anno il calo è stato sempre contenuto ma sufficiente per limare via via, nel corso dell'ultimo triennio, questa quota presenze al punto che per trovare un dato in linea con quello registrato in questo 2014, bisogna ritornare addirittura all'annata 2004. Per chiudere con alcuni riscontri incoraggianti, va rilevato come in questo 2014 sia cresciuta notevolmente (seppur con numeri ancora ridotti) una parte di mercato assai appetibile come quella dei principali bacini extra-europei ed in particolare i mercati di Nord America ed Asia e come, in un'ottica di destagionalizzazione, sia certamente positivo il fatto che gli ultimi 4 mesi dell'anno siano risultati consecutivamente positivi.

Infine, una piccola curiosità statistica: l'ultimo periodo dell'anno, seppur comporti necessariamente numeri assoluti ridotti, è spesso foriero di trend successivi. Ad esempio il 2011, ultimo anno sopra quota 7 milioni di presenze, si chiuse con un ultimo trimestre in flessione. Sembrava un normale "rimbalzo" per altro in periodo di bassissima stagione ed invece quel trend anticipò di fatto il complicato anno 2012 che in effetti, nell'ultimo triennio, è certamente stato quello più difficile. Al contrario questo 2014 si è chiuso con il periodo settembre-dicembre costantemente in fase positiva. Per valutare appieno se ciò rappresenti un semplice "rimbalzo tecnico" oppure un effettivo trend virtuoso in itinere, sarà però necessario attendere quanto meno il primo trimestre 2015.