



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE

IL TURISMO NEL MOLISE

Il turismo in Italia e nel mondo Indagine sui turisti in Italia e sulle imprese ricettive

Articolo 8 Statuto dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche
Contributo consortile aggiuntivo
I Report 2020

Aprile 2020



Premessa

Il rapporto presenta un quadro di sintesi dello scenario turistico nel 2019, corredata dai risultati di un'indagine CAWI realizzata da Isnart tra il 5 e l'11 marzo 2020 presso gli operatori italiani e gli esperti del settore, per far luce sulle prime conseguenze del Covid-19 e sui possibili scenari futuri.

Il rapporto introduce i primi risultati forniti dall'UNWTO sul turismo internazionale e presenta per il Sistema Italia i principali risultati delle indagini svolte da Isnart presso le imprese ricettive ed i turisti in vacanza nel nostro Paese.

Segue un approfondimento sul sistema turistico del Molise, frutto di due indagini dirette realizzate da Isnart, alle imprese ricettive locali e ai turisti italiani e stranieri che hanno soggiornato nelle destinazioni della regione nel corso del 2019.



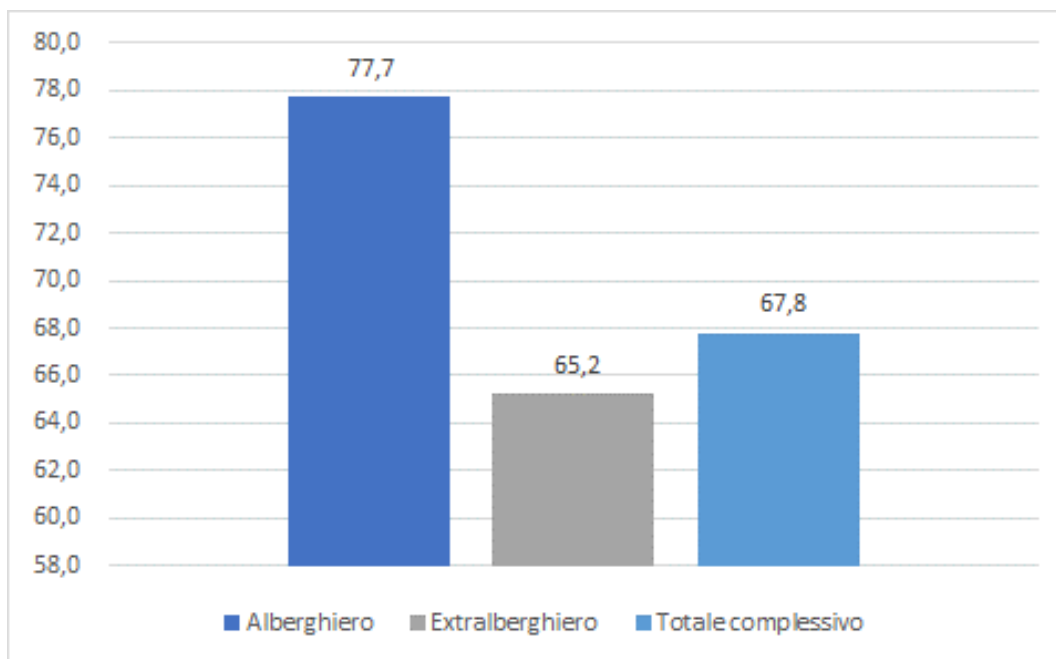
L'emergenza Covid-19: i primi effetti

Per approfondire e analizzare come e quanto l'emergenza Covid-19 sta cambiando il mondo del turismo, l'Isnart si è già attivata, già ad inizio crisi, con una prima indagine realizzata in modalità CAWI presso gli operatori del sistema ricettivo italiano per indagare sugli effetti della crisi che stiamo vivendo. Sono previste altre rilevazioni nei mesi di aprile (in corso), maggio/giugno e durante l'estate.

Si presentano di seguito i risultati dell'indagine realizzata nella settimana del 5-11 marzo 2020, con le prime conseguenze e previsioni fornite dagli operatori del settore.



«E' la componente alberghiera a registrare la quota più alta di disdette (5-11 marzo 2020)»



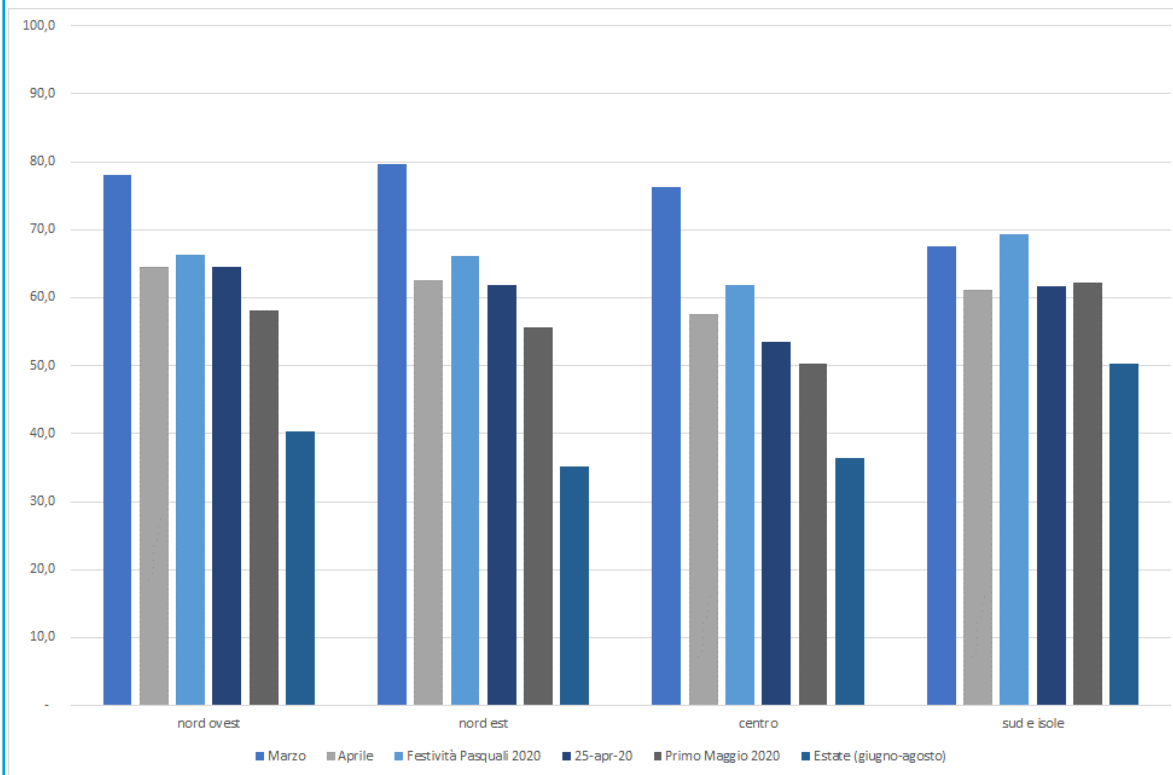
Imprese ricettive che hanno ricevuto disdette sulle prenotazioni - % sul totale imprese

Un punto di attenzione è come affrontare il problema della perdita economica derivata dalla restituzione delle caparre - parziali o totali - da qui all'estate.





«Per le imprese del Nord Est e Nord Ovest le quote di disdette superano la media»



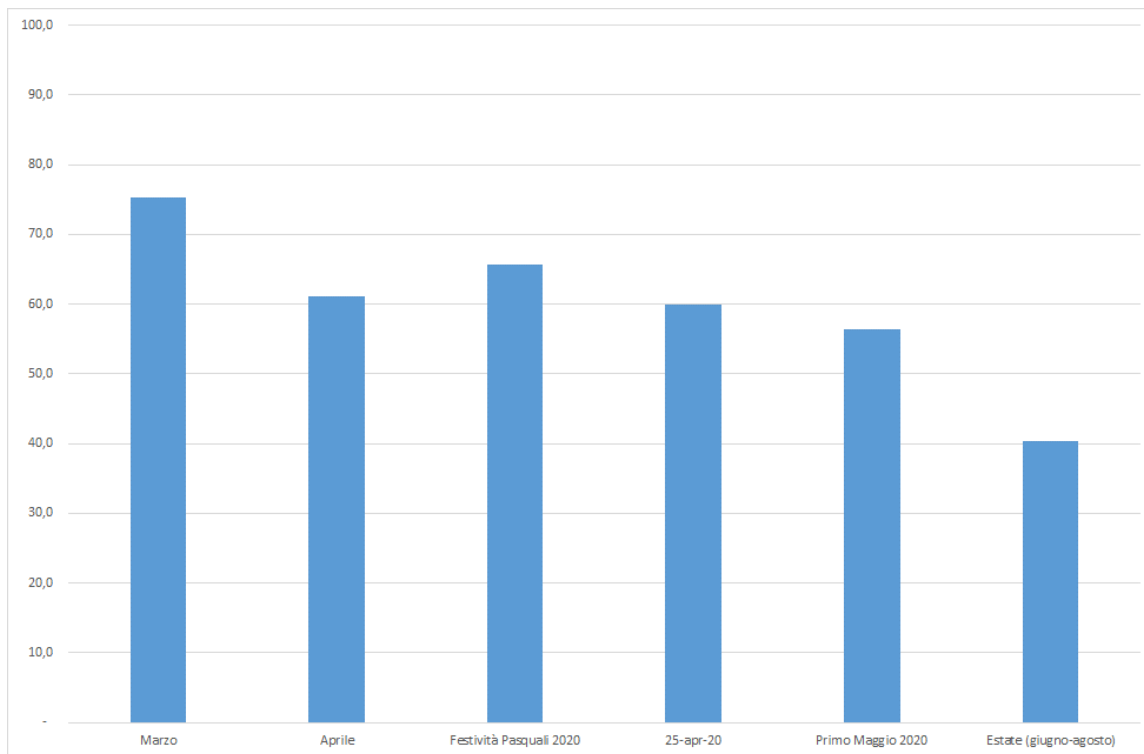
Gli effetti dell'emergenza sanitaria colpiscono complessivamente tutto il Paese con queste differenze:

- ✓ le quote di disdette, per la primavera, superano la media per le imprese del Nord Est e Nord Ovest;
- ✓ per le festività di Pasqua, per i ponti (e poi per l'estate), a subire il colpo sono le imprese ricettive nel Sud e Isole, coerentemente con la stagionalità dei prodotti turistici

Gli effetti del coronavirus sul turismo Italiano % di disdette sulle prenotazioni per area geografica



«L'estate ha già registrato il 40% delle disdette delle prenotazioni: è il dato più significativo»



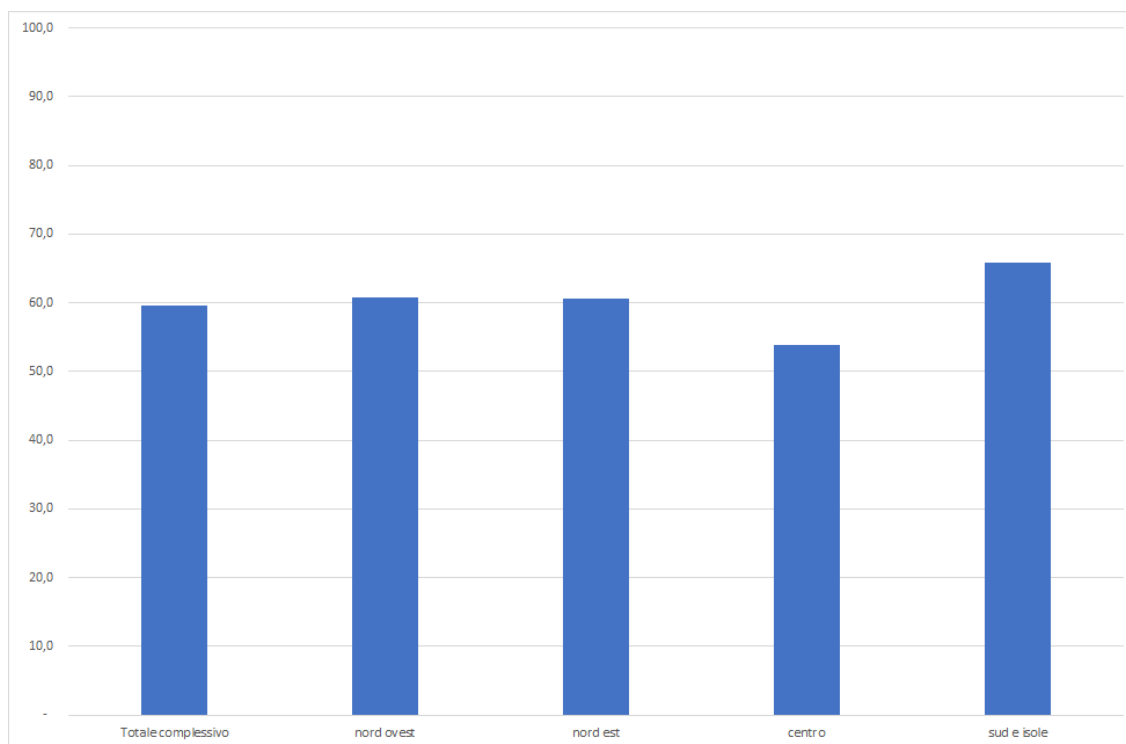
Questo dato allarma e indica un'emergenza del comparto che va a colpire la stagione principale che concentra, solitamente, oltre il 50% delle presenze annue.

Un'emergenza che induce a riflettere sulle opportune strategie da adottare per scongiurare una crisi forte, duratura e inedita per il settore.

% di disdette sulle prenotazioni per singolo periodo, alla luce degli avvenimenti di marzo che hanno sancito la zona rossa a tutto il territorio nazionale



«Le imprese ricettive nel complesso stimavano una perdita di fatturato, già i primi di marzo - ad emergenza nazionale appena iniziata»



- Marzo: -78,9%
- Aprile: -59,5%
- Estate: -36,9%

Stima di perdita di fatturato
per i prossimi mesi



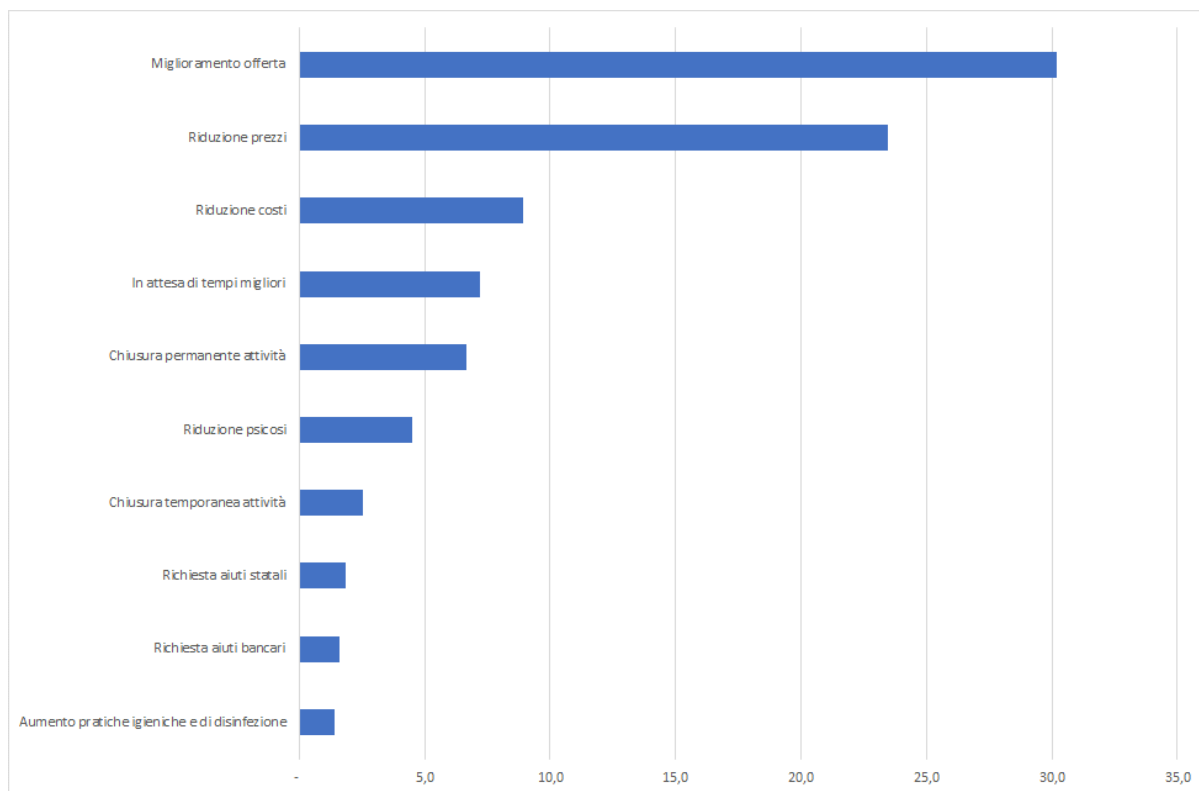
ISNART

Superare la crisi: le azioni previste dalle imprese



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE

«Ai primi 3 posti: 1. il miglioramento dell'offerta; 2. la riduzione dei prezzi; 3. la riduzione dei costi»*



** tra cui il personale*

Solo all'ultimo posto il tema della sicurezza e delle garanzie igienico-sanitarie per gli ospiti.



«Per i mesi di marzo e aprile si stima una perdita di oltre 90 milioni di presenze turistiche sul territorio italiano e di 8,2 miliardi di euro di consumi»

Stima perdita di presenze marzo-aprile 2020

	Strutture ricettive	Abitazioni private	Totale
Italiani	20.391.000	33.411.000	53.802.000
Stranieri	22.123.000	14.866.370	36.989.370
Totale	42.514.000	48.277.370	90.791.370

Stima perdita della spesa turistica marzo-aprile 2020

	Italiani	Stranieri	Totale
Alloggio	1.079.721.000	1.288.706.000	2.368.427.000
Ristoranti/Bar caffè	1.200.960.000	914.328.000	2.115.288.000
Agroalimentare	605.381.000	393.644.000	999.025.000
Abbigliamento e calzature/altre industrie manifatturiere	696.032.000	756.221.000	1.452.253.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento, trasporti e altre spese	732.938.000	573.033.000	1.305.971.000
Totale	4.315.032.000	3.925.932.000	8.240.964.000

Le stime prevedono per i soli mesi di marzo e aprile una perdita di circa 90,8 milioni di presenze di cui il 53,2% nelle abitazioni private e il restante 46,8% nelle strutture ricettive.

Presenze che avrebbero generato sul territorio consumi pari a 8,2 miliardi di euro. Una perdita per tutti i settori economici.



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE

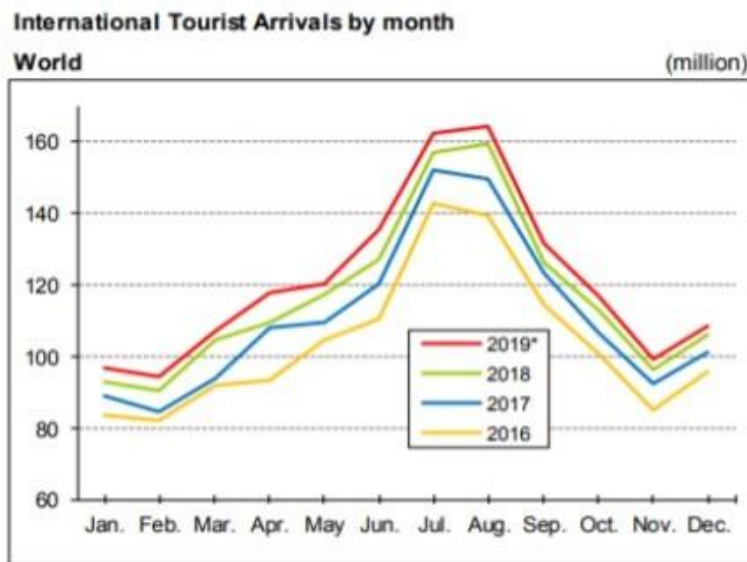
Il contesto internazionale



Gli arrivi internazionali nel mondo

Dai primi dati pubblicati dall'UNWTO si stimano in circa 1,5 miliardi gli arrivi turistici internazionali nel Mondo nel 2019, circa 54 milioni in più rispetto alle previsioni.

Decimo anno consecutivo di crescita dal 2009, sebbene con un trend più rallentato rispetto ai due anni precedenti: nel 2019 crescono gli arrivi turistici internazionali del +3,8% rispetto al 2018. In Europa si stimano circa 742 milioni di arrivi turistici internazionali, con una crescita del +3,7% rispetto al 2018



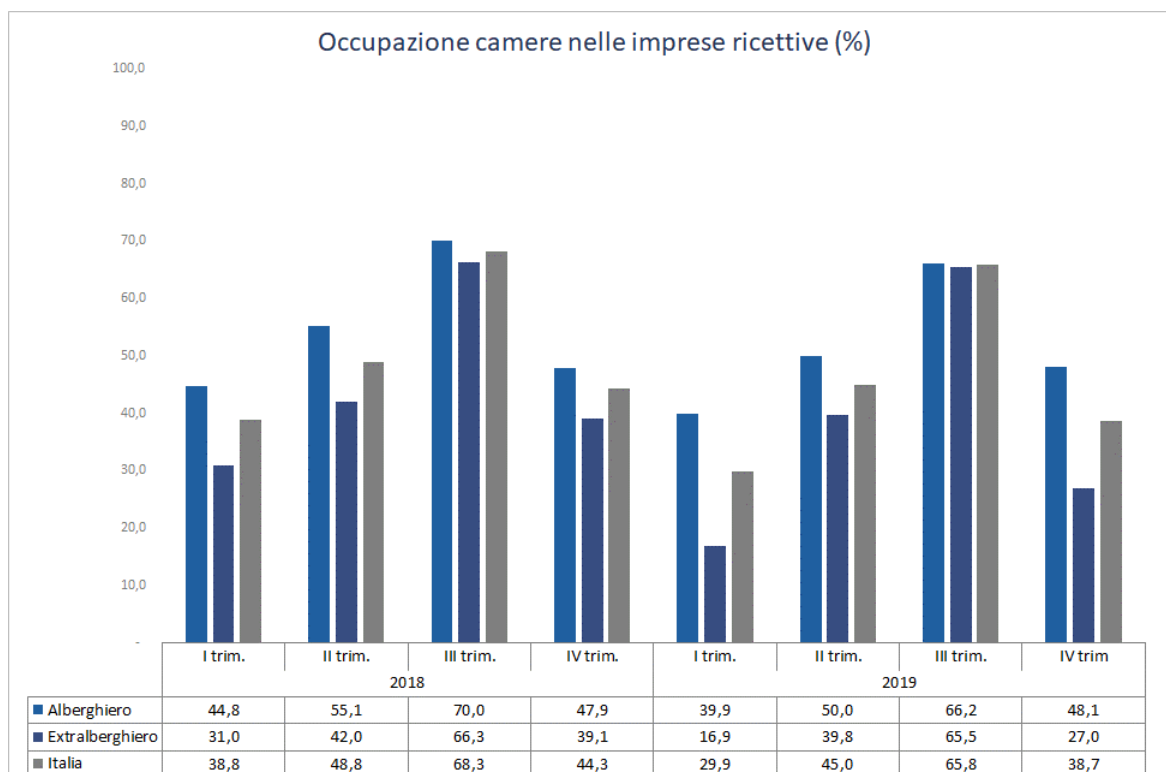
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©



**Il sistema di offerta in Italia e nella regione:
andamento, performance di vendita e le strategie delle
imprese ricettive**



Le vendite nelle strutture ricettive italiane



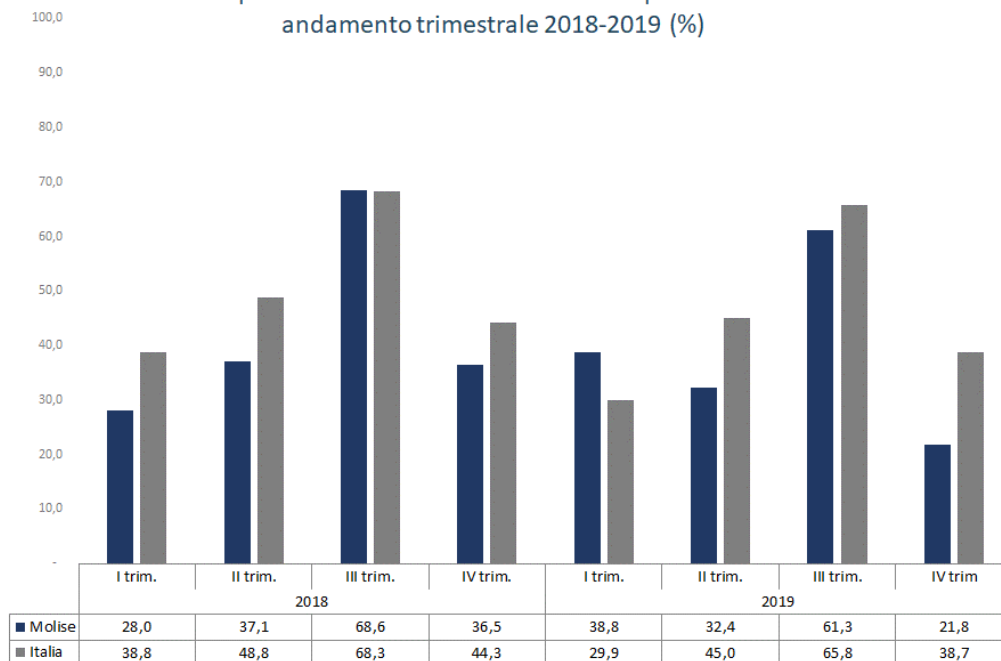
In Italia, dopo due anni consecutivi di crescita, si registra nel consuntivo del 2019 una quota di camere vendute in media pari al 47,2%, con un leggero calo (-4,6% rispetto al 2018), meno sentito dalle strutture alberghiere (-3,6%) rispetto a quelle complementari (-5,3%).

Nel I trimestre si vendono in media il 29,9% delle camere disponibili (-8,9%), in primavera il 45% (-3,8%), vendite che risalgono con le vacanze estive arrivando ad una media del 65,8% di camere vendute (-2,4%), per poi scendere nuovamente in chiusura di anno con un'occupazione camere media pari al 38,7% (-5,6% rispetto al 2018).



Le vendite nelle strutture ricettive nel Molise

Occupazione media delle camere nelle imprese ricettive
andamento trimestrale 2018-2019 (%)



Occupazione media annua (%)

	2018	2019	VAR
Molise	43,2	41,8	-1,4
Italia	51,8	47,2	-4,6

Tengono le vendite in Molise, che registra complessivamente un'occupazione camere media pari al 41,8%, con un leggero calo rispetto al 2018 (-1,4%) ed un andamento diversificato con l'alternarsi delle stagioni. Un'apertura di anno in netta crescita, con vendite medie del 38,8% (28% nel 2018), un leggero calo in primavera (32,4% le camere vendute contro il 37,1% del 2018) e in estate (occupazione media pari al 61,3%, contro il 68,6% del 2018) ma una contrazione più decisa in chiusura di anno (21,8% di camere vendute nel trimestre contro il 36,5% del 2018), legata ad un difficile dicembre.

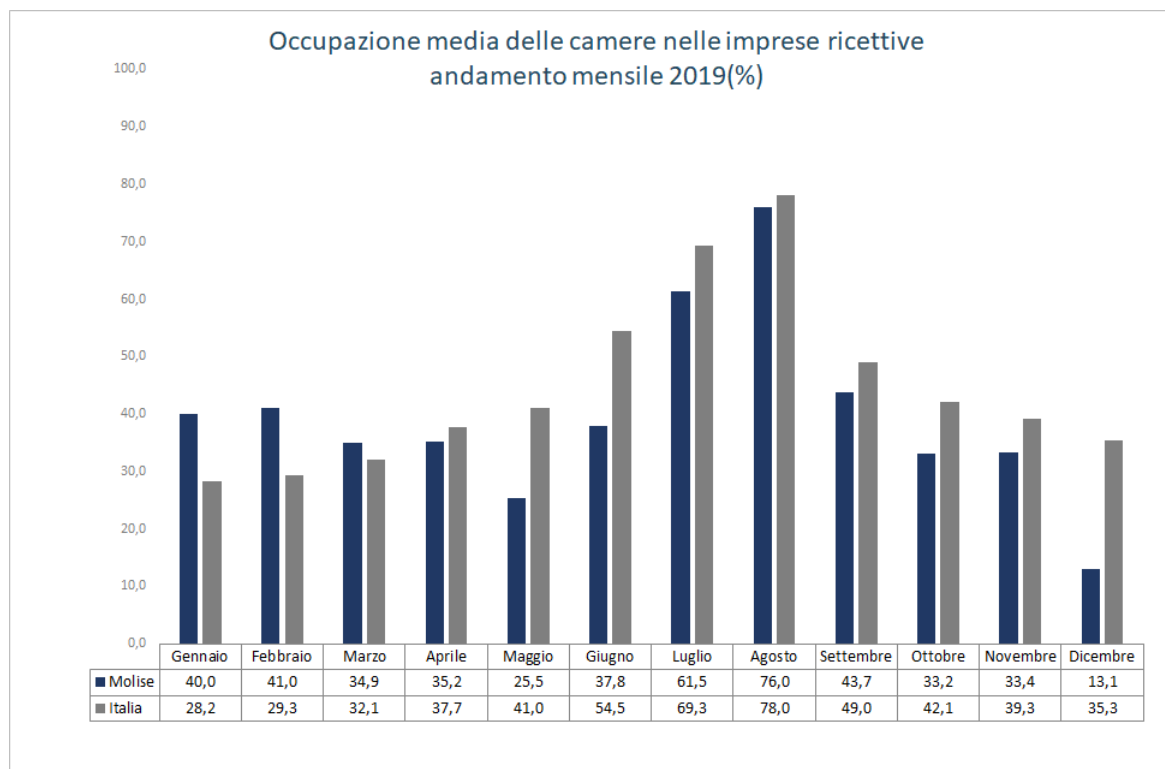


ISNART

Si apre in positivo il 2019 ma scendono le vendite in chiusura di anno



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE



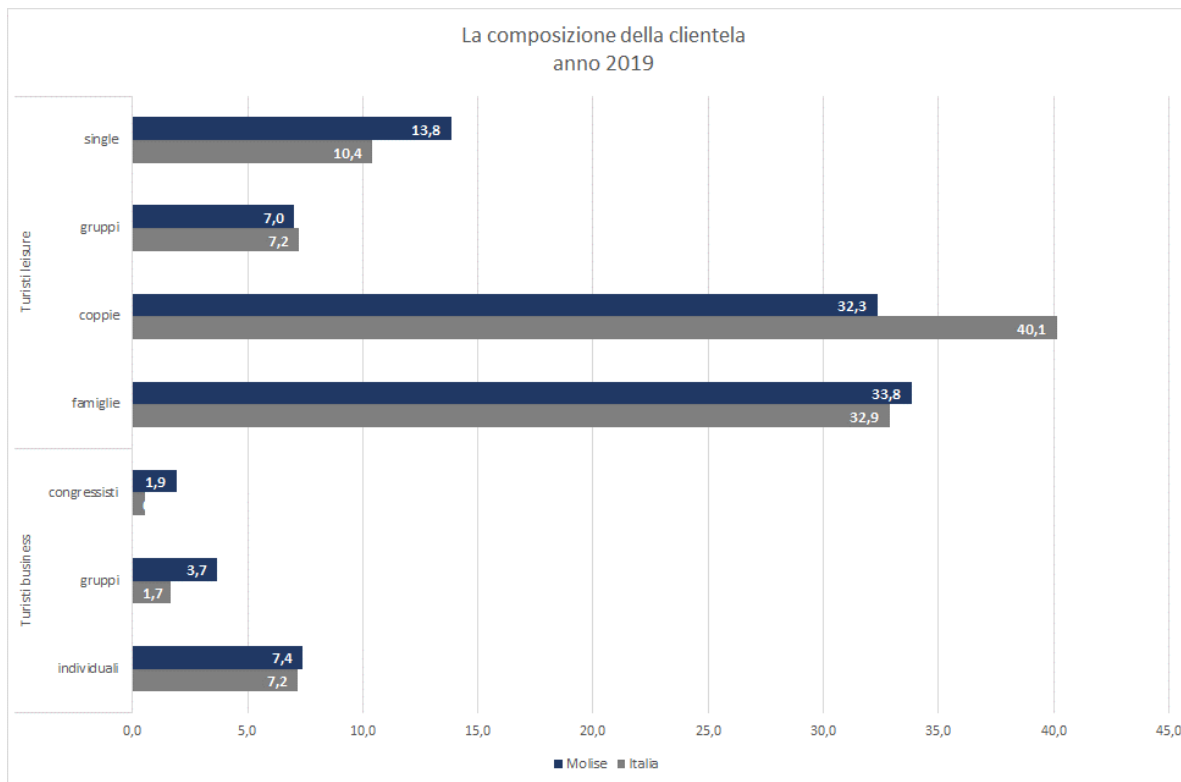
Dall'andamento mensile delle vendite, infatti, emergono ottime performance per le strutture ricettive del Molise nei primi tre mesi dell'anno, quando totalizzano in media il 40% di vendite a gennaio, il 41% a febbraio ed il 34,9% a marzo, al di sopra del contesto nazionale. Più contenute le vendite in primavera (35,2% aprile, 25,2% maggio), con una ripresa in giugno (37,8%) e nei mesi di punta di luglio (61,5%) e agosto (76%), ma un difficile autunno: una media di 4 camere vendute su 10 in settembre, di 3 su 10 in ottobre e novembre ed appena 1 camera occupata su 10 nel mese di dicembre.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio



Famiglie e coppie

i target di punta per le strutture ricettive del Molise



Sono le famiglie in vacanza con figli il primo target di riferimento per le strutture ricettive della regione (in media il 33,8% della clientela, quota al di sopra della media Italia) affiancati dalle coppie di vacanzieri (32,3% della clientela). Seguono i single che pesano più di quanto accade in media nelle strutture ricettive italiane (13,8% Molise, 10,4% Italia).

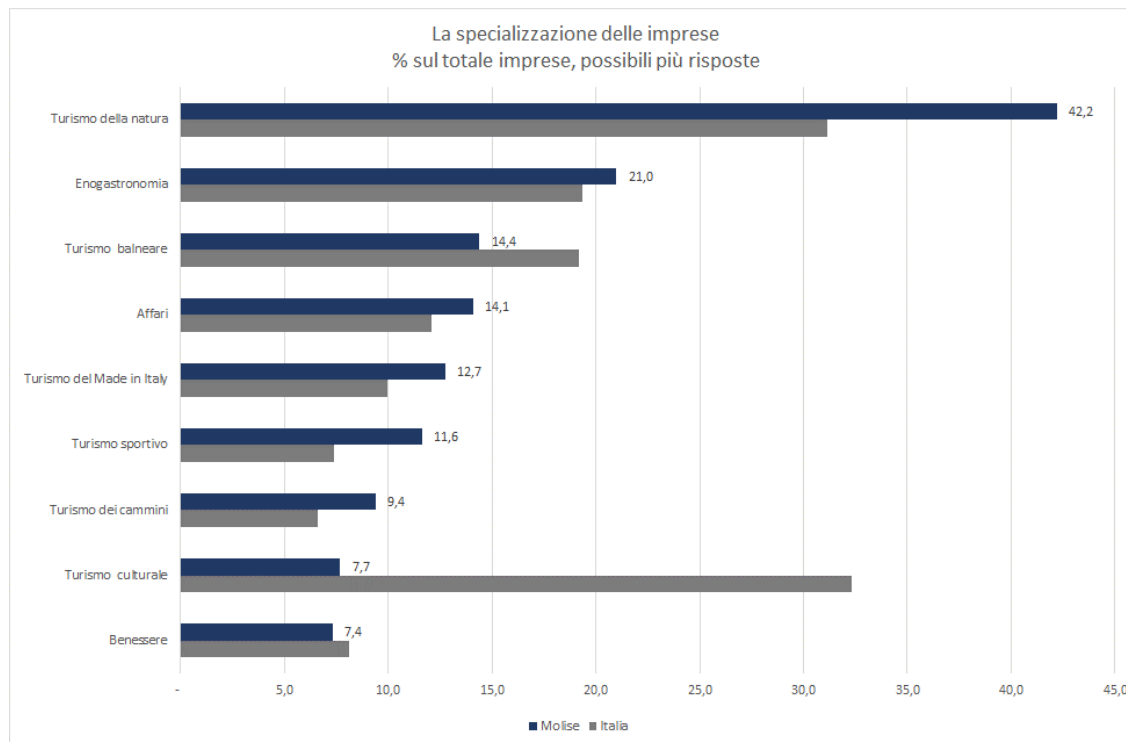


ISNART

I prodotti turistici di riferimento per le imprese del ricettivo



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE



Natura, buona tavola e mare sono i prodotti di riferimento per le imprese della regione: si specializza in un'offerta legata al turismo naturalistico il 42,2% delle imprese, mentre il 21% punta su un'enogastronomia di qualità ed il 14,4% sul turismo balneare. Guarda al turismo d'affari il 14,1% delle strutture, mentre il 12,7% punta ad una clientela amante dello shopping made in Italy.

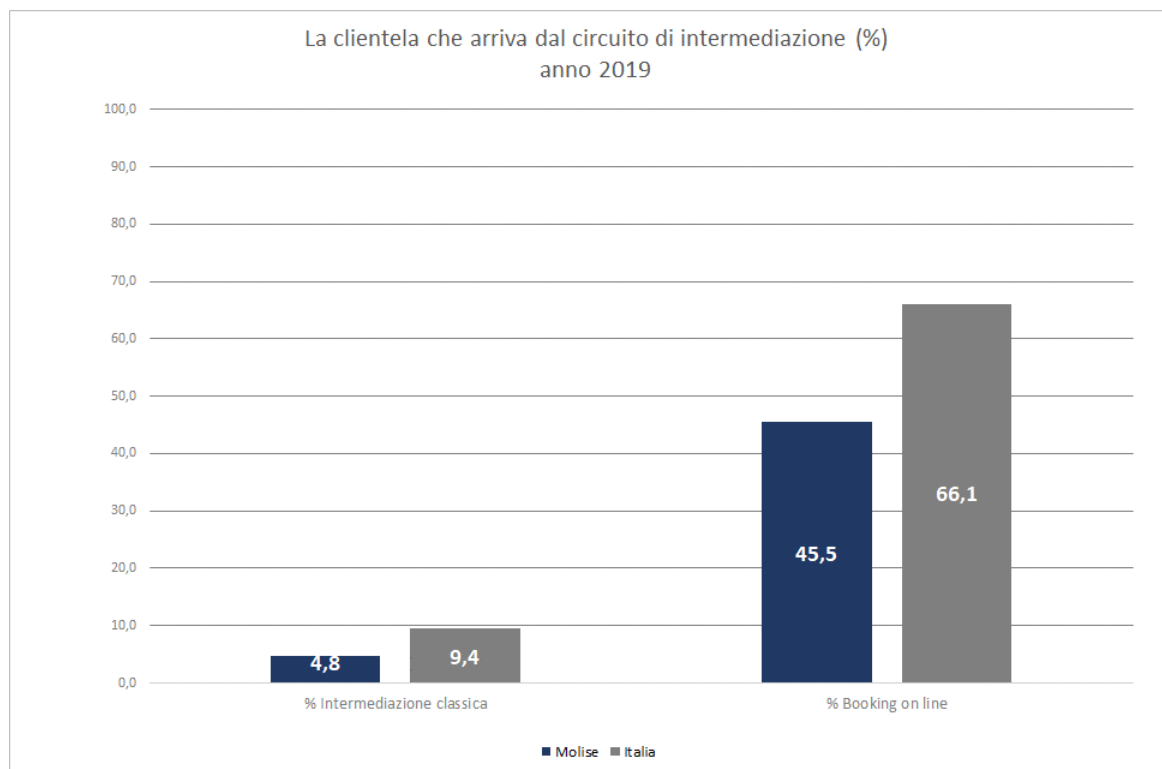
Basso, nonostante l'interesse riscontrato nella domanda turistica, la quota di imprese che orienta la propria offerta sul turismo culturale (7,7%)



ISNART Il booking on line, un canale da potenziare



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE



La clientela che prenota sul web (tra portali di prenotazione on line, sito della struttura ed email) è in media il 45,5% della domanda complessiva nelle strutture ricettive della regione, al di sotto del 66,1% della media Italia.

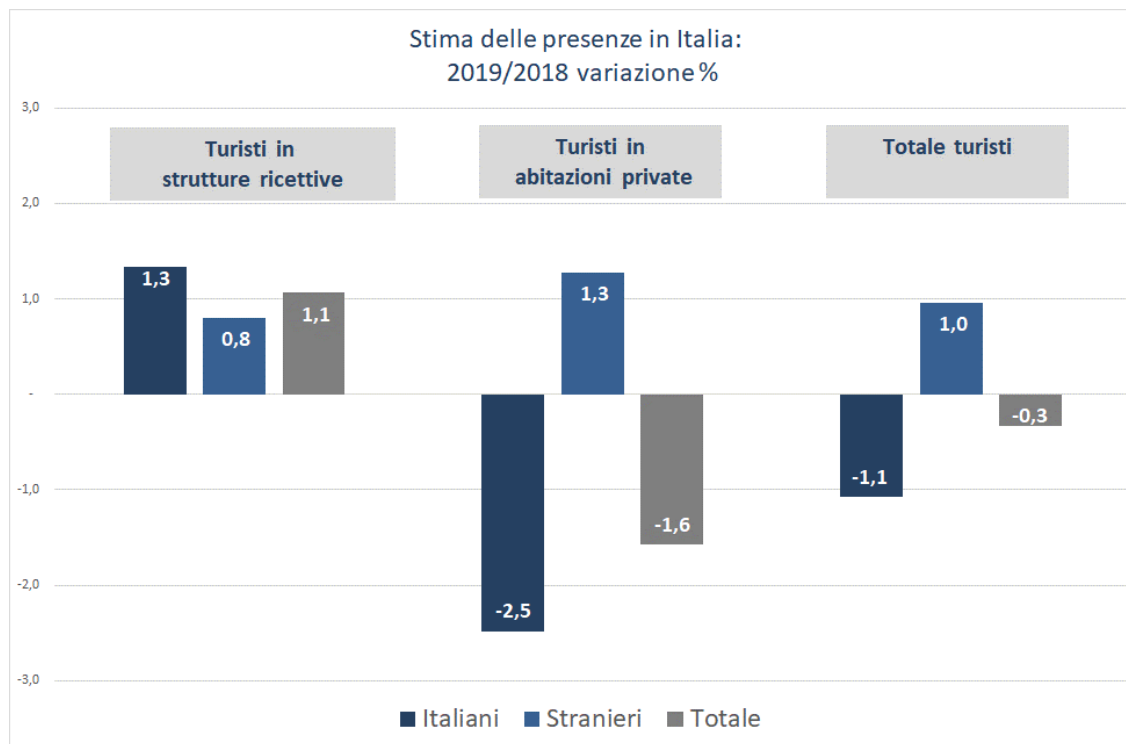
Si affida ancora ai tradizionali canali di intermediazione (agenzie di viaggio, T.O., cral, associazioni, ecc.) in media il 4,8% della clientela delle strutture ricettive del Molise (poco meno del 9,4% della media Italia).



La domanda turistica in Italia e nella regione : volumi, impatto economico, motivazioni e comportamenti



Le presenze turistiche nel Bel Paese, tra soggiorni in strutture ricettive e seconde case



Per il 2019 si stimano in 902,7 milioni le presenze turistiche, italiane ed internazionali, considerando sia i pernottamenti in strutture ricettive che quelli relativi al «mercato alternativo» in abitazioni private. Un andamento in leggero calo (-0,3% rispetto al 2018) legato esclusivamente al mercato parallelo delle abitazioni private utilizzate dai turisti italiani. Per contro, si stima una sostanziale stabilità per il turismo in strutture ricettive (+1,1% le presenze stimate rispetto al 2018), sia per gli italiani che per gli stranieri.

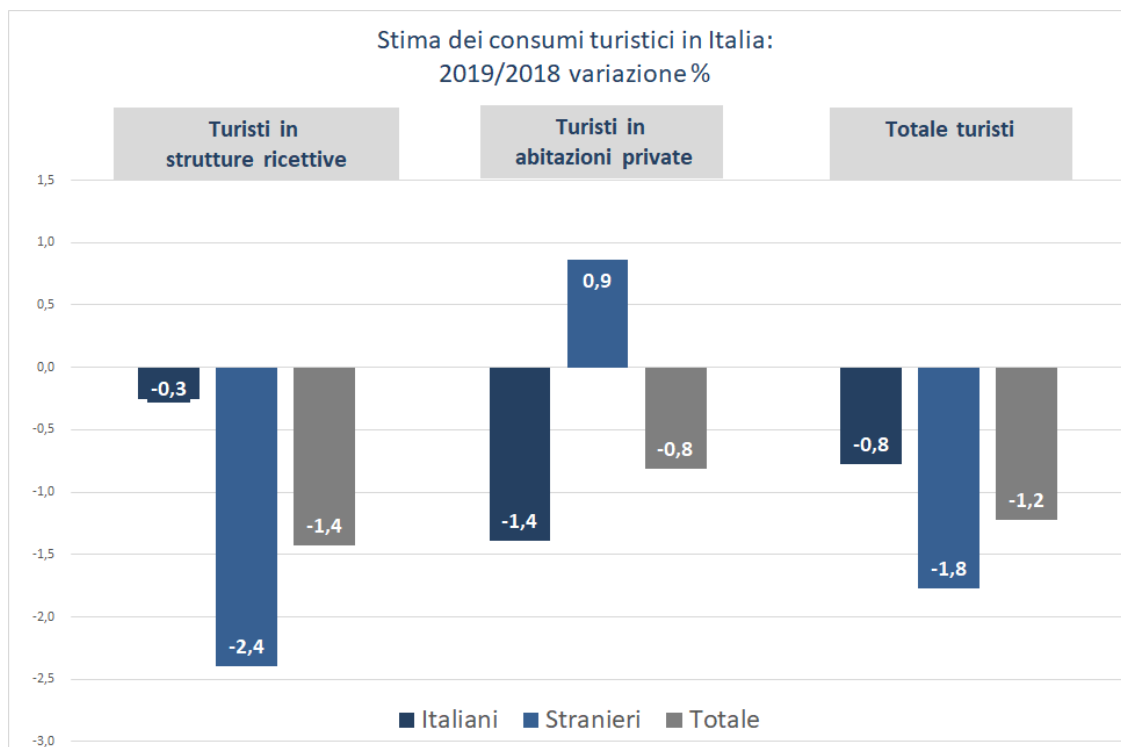


ISNART

Il turismo porta ricchezza ad una consistente filiera di imprese



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE



Dalle spese sostenute dai turisti tra alloggio, ristoranti, servizi e beni acquistati sul luogo di soggiorno, è possibile stimare un impatto economico sul territorio italiano pari a 82 miliardi e 409,6 milioni di euro. Rispetto al 2018 si stima un calo dell'1,2% dovuto ad una minore propensione a spendere per prodotti agroalimentari, shopping di abbigliamento e calzature ma anche per le attività ludiche e culturali. Per contro si riserva una quota maggiore del budget di vacanza per consumare i pasti fuori casa, sia in ristoranti e pizzerie che negli altri locali ristorativi.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

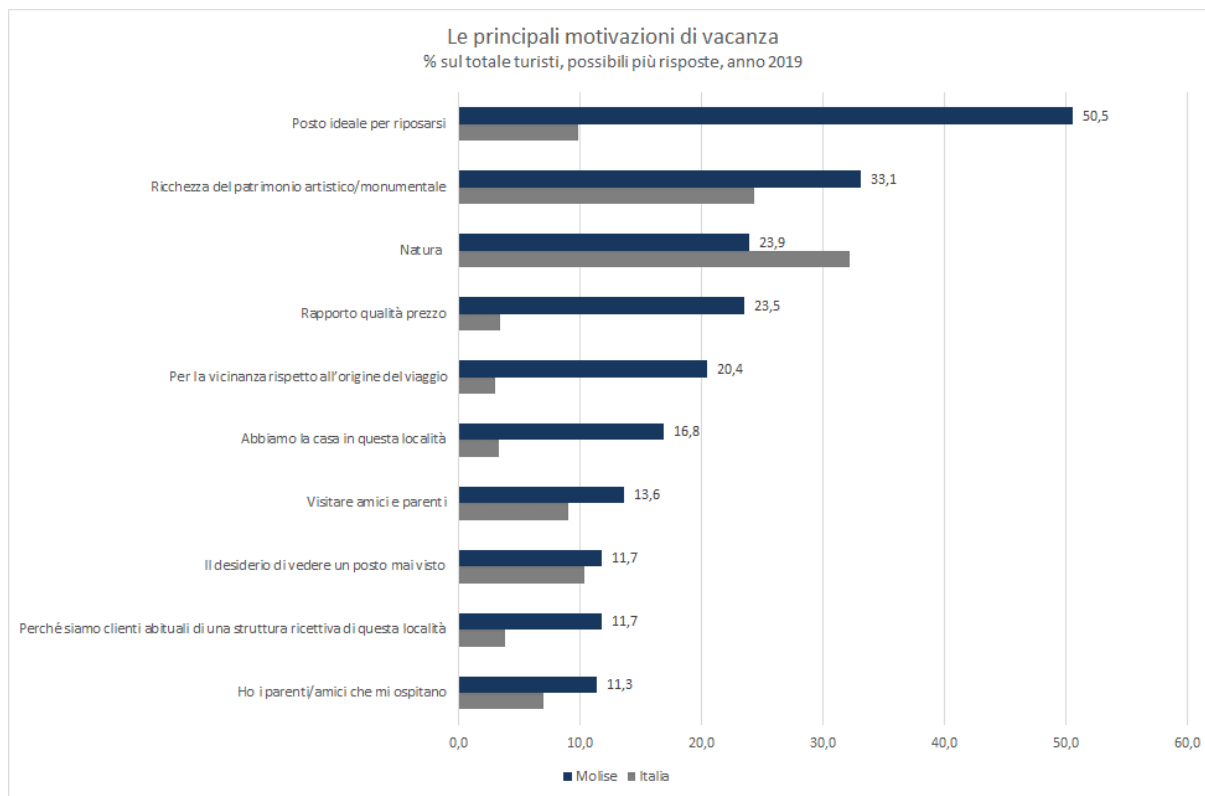


ISNART

I turisti in vacanza in Molise: cultura, natura e qualità



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE

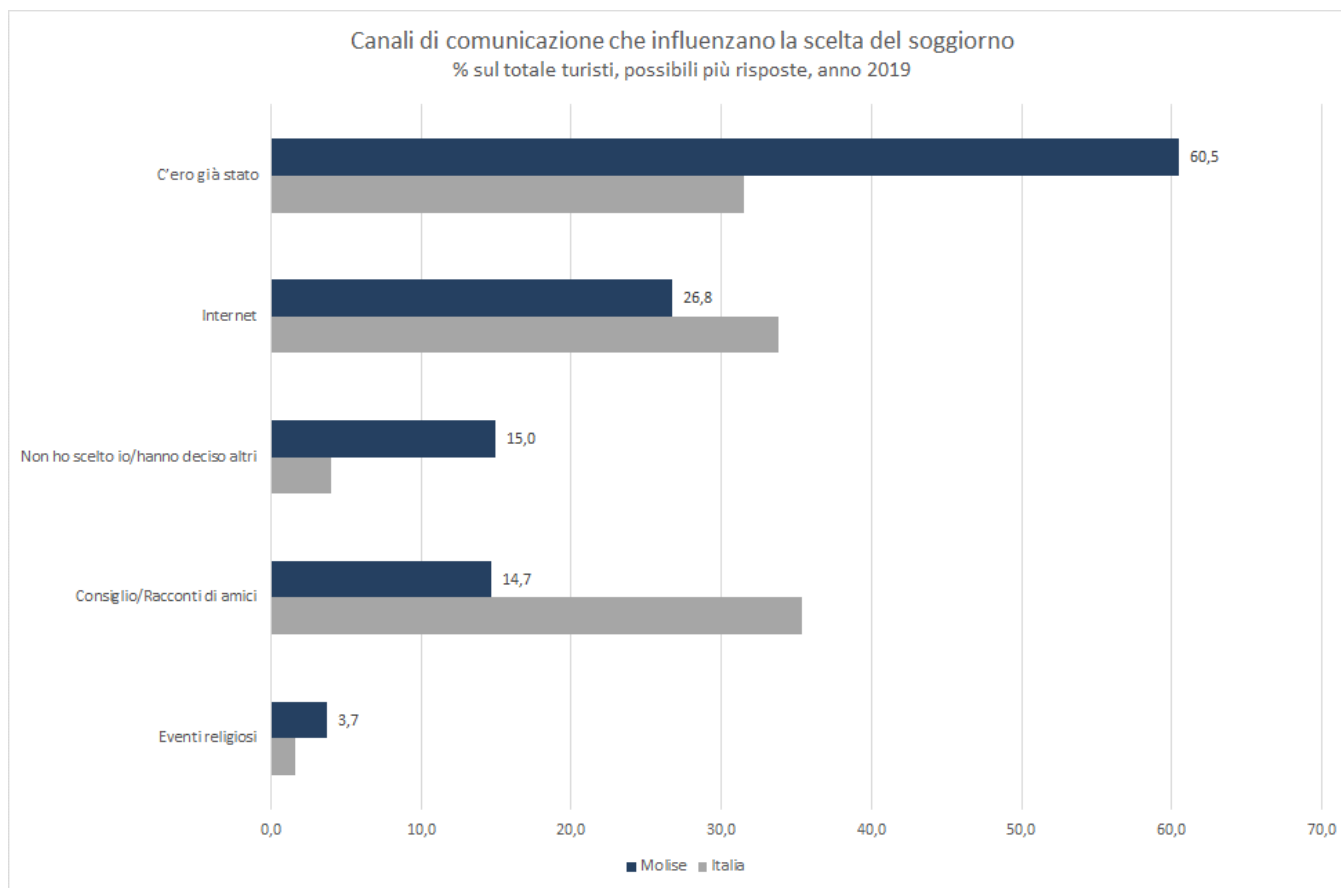


Vacanze all'insegna del relax per il turista che sceglie di soggiornare in Molise, attratto in primis dal patrimonio culturale e dalle bellezze paesaggistiche del suo territorio, motivazioni di vacanza rispettivamente per il 33,1% e il 23,9% dei turisti.

1 turista su 4 sceglie il Molise per il buon rapporto qualità/prezzo.



Il web è decisivo per 1 turista su 4



Per 6 turisti su 10 la vacanza in Molise è un'abitudine da ripetere, in località in cui tornano volentieri perché si sono trovati bene.

Internet è il primo canale di comunicazione ed influenza in media il 26,8% dei turisti.

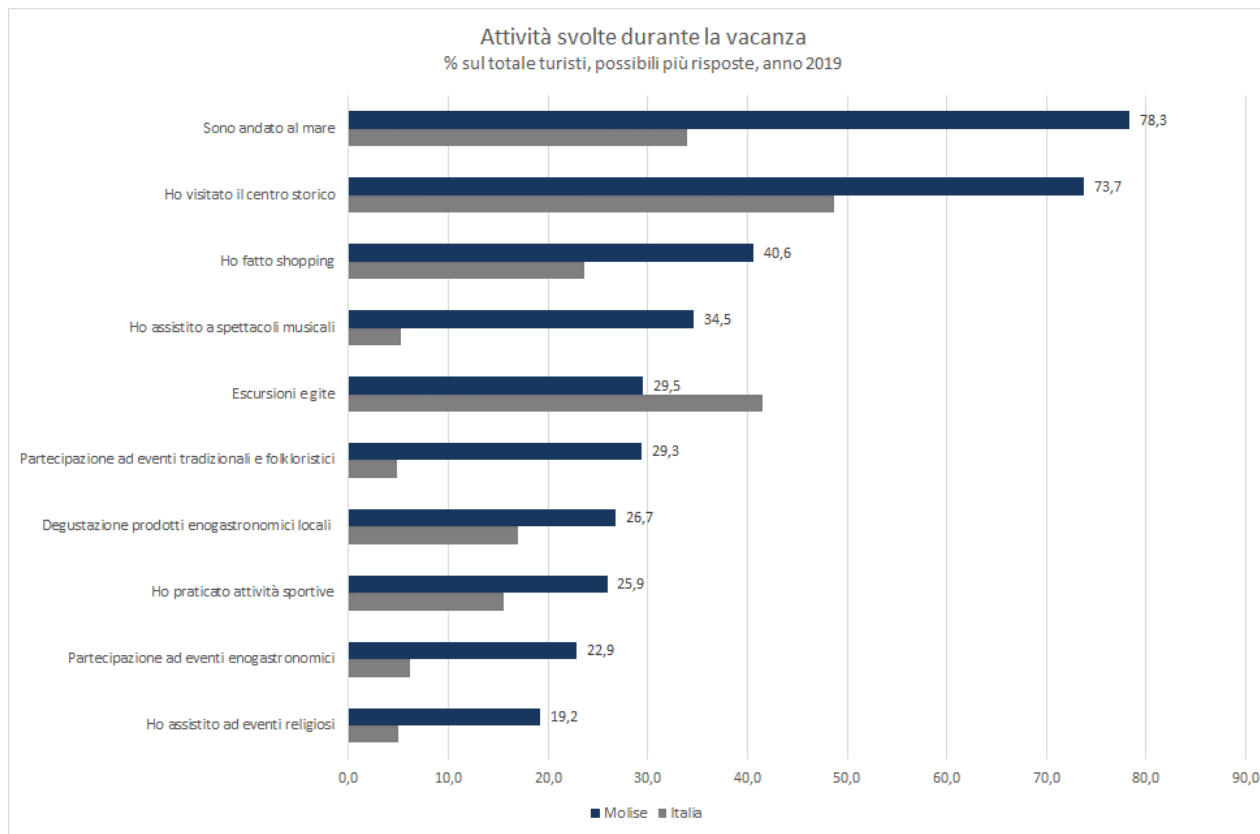


ISNART

Bagni al mare, passeggiate nel centro storico e...tanto shopping!



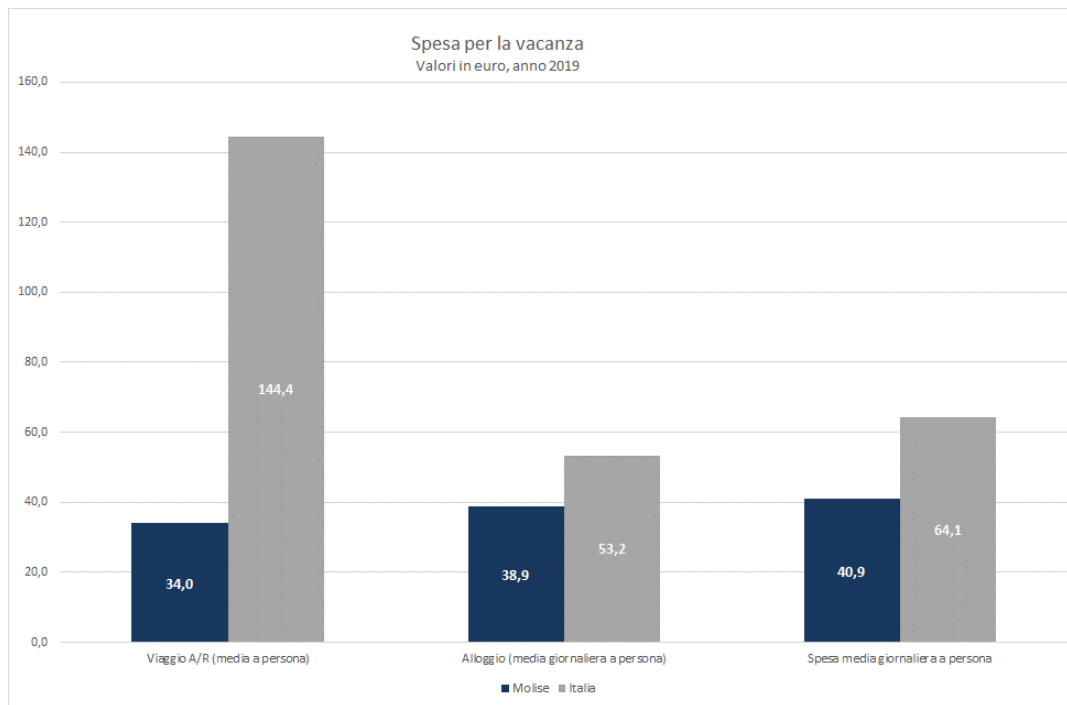
CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE



Non solo mare per le vacanze in Molise: i turisti si dedicano anche alle visite dei centri storici (73,7%) e allo shopping (40,6%), all'arte e alla musica, alle escursioni, agli eventi folkloristici e alle degustazioni di prodotti tipici locali.



La spesa dei turisti in vacanza in Molise



Il buon rapporto qualità/prezzo di una vacanza in Molise trova conferma anche dal confronto con la spesa media sostenuta per una vacanza in Italia.

Il turista medio che visita la regione spende in media nel 2019 circa 34 euro a persona per il viaggio, 39 euro al giorno a persona per l'alloggio (14 euro in meno della media Italia) e 41 euro al giorno pro-capite per gli acquisti di beni e servizi nel corso del soggiorno turistico (23 euro in meno della media Italia).



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE

Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio