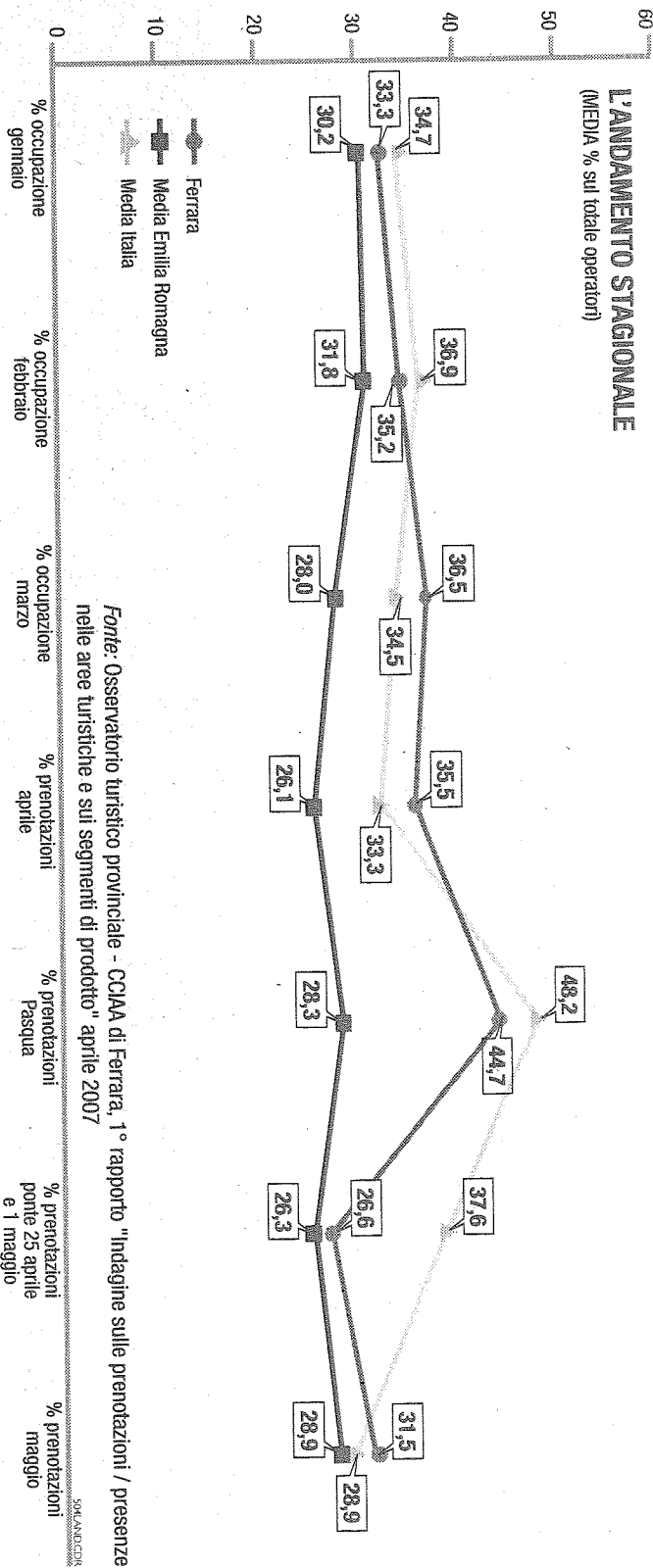


L'ANDAMENTO STAGIONALE (MEDIA % sul totale operatori)

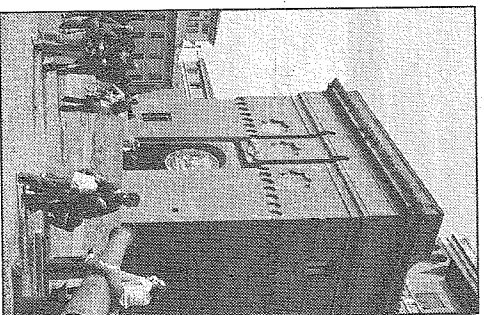


Oltre la media regionale i dati dell'occupazione delle camere d'albergo

I primi mesi del 2007 sono positivi per le strutture ricettive

# Segnali di crescita

Ruolo e funzioni del nuovo Osservatorio turistico. Lo strumento di analisi per domanda e offerta



L'Osservatorio Turistico provinciale, voluto dalla Giunta della Camera di Commercio, si propone avvalendosi dell'apporto di I.S.N.A.R.T. (Istituto nazionale ricerche turistiche) di indagare il fenomeno turistico provinciale in tutti i suoi aspetti. In particolare, le analisi che verranno effettuate sono mirate allo studio specifico: della domanda (nazionale ed internazionale); dell'offerta (sia in termini di valutazione degli andamenti congiunturali che di determinazione delle esigenze di sviluppo e delle opportunità per le imprese turistiche); dei prodotti turistici (maggiormente significativi per il territorio) oppure da sviluppare; dei risultati di mercato (analisi dei trend, penetrazione sui vari mercati, misurazione dei consumi turistici in loco, valutazione dell'indotto turistico diretto e indiretto). Inserire l'Osservatorio territoriale farebbe in un impianto di rilevazione nazionale - sottolinea il Presidente Carlo Alberto Roncarati - come quello realizzato appunto da I.S.N.A.R.T., permette di ottenere evidenti vantaggi, ed in particolare: una comparabilità della situazione del turismo ferrarese con tutte le altre realtà na-

zionali: un confronto temporale con i dati degli anni passati, rielaborati ad hoc per il nostro territorio. I periodi di realizzazione delle indagini (subito prima e subito dopo i periodi di punta) e la temporelascio delle informazioni consentiranno di confrontare i dati con quelli di altre regioni e di altre strutture ricettive. In particolare, si potranno rilevare le opportunità strategiche e mutare quelle in atto, calcolando i veloci mutamenti sui mercati.

Andamento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per prodotto

Città	ITALIANI		STRANIERI	
	aumento	stabilità	diminuzione	aumento
Mare	14,3	74,3	11,4	10,5
Campagna	6,8	69,5	23,7	73,7
Ferrara	9,3	59,3	31,5	84,8
Emilia Romagna	2,4	89,6	8,0	82,4
Italia	6,2	75,8	18,0	77,9



CATEGORIA	% occupazione		% prenotazioni		% prenotazioni		% prenotazioni	
	gennaio	febbraio	gennaio	febbraio	gennaio	febbraio	gennaio	febbraio
Hotel	31,3	36,0	36,0	36,4	42,4	29,9	29,0	29,0
1 stella	23,8	28,3	31,3	30,3	32,1	7,9	19,0	19,0
2 stelle	25,3	28,8	32,9	33,0	45,3	29,4	32,5	32,5
3 stelle	36,6	42,1	44,2	40,0	45,1	33,5	30,0	30,0
4 e 5 stelle	36,4	45,6	47,3	40,0	40,7	36,4	30,0	30,0
Agriturismo	37,6	37,6	38,3	38,8	47,3	19,0	14,3	14,3
Campaggio	10,0	20,0	22,2	30,0	38,9	25,0	30,0	30,0
Affitta camere	34,1	33,8	33,2	37,1	52,3	23,1	20,0	20,0
B&B	24,4	33,5	37,5	32,4	46,2	24,0	48,3	48,3
Ferrara	33,3	35,2	35,5	35,5	44,7	26,3	20,9	20,9
Emilia Romagna	30,2	31,8	26,0	26,1	28,3	26,6	31,5	31,5
Italia	34,7	36,9	34,5	38,3	48,2	37,6	28,9	28,9

L'occupazione delle strutture ricettive provinciali in questi primi quattro mesi del 2007, in linea con quanto riscontrato nelle altre località italiane, si attesta su una media di circa 3,5 camere vendute ogni 10. Al livello regionale, però, Ferrara è tra le province che raggiunge i risultati migliori, con percentuali di occupazione decisamente superiori alla media regionale, soprattutto ad aprile quando la percentuale di occupazione è del 35,5%, contro una media regionale del 26,1%. E' la primavera che fa raggiungere i primi risultati positivi, in particolare le festività pasquali quando le imprese nella provincia segnalano il 44,7% di prenotazioni contro una media regionale del 28,3%. Meno esaltanti le prenotazioni per il ponte tra il 25 aprile ed il 1 maggio (26,3%), mentre sono in linea col dato Italia quelle per il mese di maggio (28,9%).

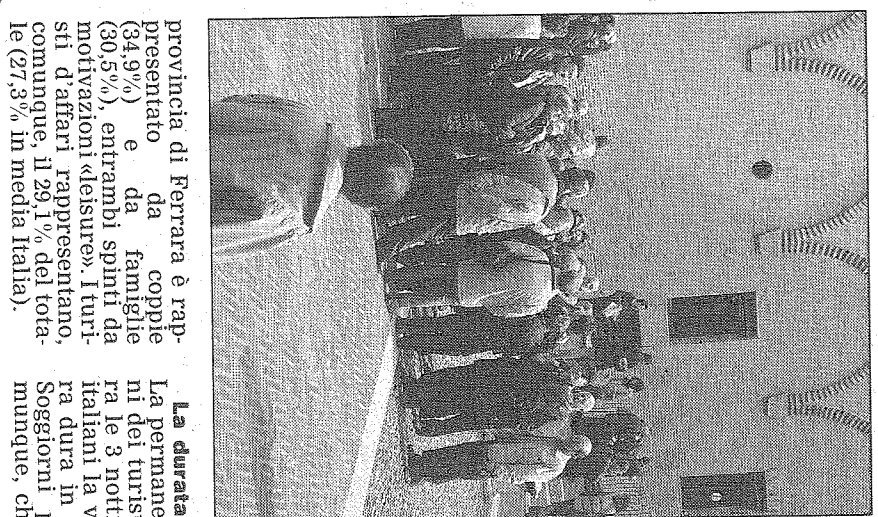
Ben gli agriturismi e le strutture alberghiere di media/alta categoria, che nell'occupazione relativa ai mesi di gennaio/marzo, così come nelle prenotazioni per Aprile, si posizionano con valori superiori alla media. Nel comparto alberghiero soffrono, invece le strutture di bassa categoria: solo in occasione delle Festività si risolleverano gli alberghi 2 stelle, mentre per gli alberghi 1 stella tutta la stagione si presenta piuttosto sottotono. Nelle prenotazioni per Pasqua tutte le strutture raggiungono il più alto livello di occupazione dell'intera stagione, ma sono soprattutto le strutture

extralberghiere a registrare i tassi più alti (gli affittacamere 52,3%, gli agriturismi 47,3%, i B&B 46,2%). Ad eccezione degli alberghi 1 stella, le altre categorie alberghiere seguono un andamento positivo (con tassi di occupazione dal 40% al 45%). Nelle prenotazioni per il Ponte tra il 25 aprile ed il 1 maggio tutte le strutture risentono della congiuntura provinciale e regionale, e solo gli alberghi di media/alta categoria ottengono quote significative. Nelle prenotazioni per maggio le strutture che fanno registrare i risultati migliori risultano i B&B che occupano già la

metà delle loro camere. **Stabili i mercati internazionali, meno fedele il mercato interno.** Come nel resto della regione, e più in generale in Italia, anche nella provincia di Ferrara per il mercato interno prevale una situazione di instabilità rispetto allo scorso anno: seppure il turismo italiano risulta stabile in 7 strutture su 10, per 1 struttura in cui aumenta di un punto percentuale la quota di operatori stranieri (1,81% degli operatori indica, invece, una stabilità rispetto al 2006. Si segnala, comunque, un 15% di strutture che ha registrato un calo del turisti internazio-

Ferrara può contare su una buona fetta di clienti molto fedeli

In questa stagione, nelle strutture ricettive della provincia risulta molto forte l'incidenza della clientela italiana (85% contro il 74,3% a livello nazionale). Le strutture più internazionali risultano essere gli alberghi di categoria elevata (32,5% nei 4 e 5 stelle). La presenza dei turisti stranieri è leggermente superiore in città, attestandosi comunemente al 18,1%. Segue il mare con il 16,2% del totale, ed infine la campagna dove i turisti esteri rappresentano appena il 10,4%. In questa stagione, il mercato estero principale (per 4 strutture su 10) è quello tedesco, a seguire Francia (per il 18,9% delle imprese) e Regno Unito (11,4%).



I segmenti turistici della stagione. In questo periodo, il target principale di riferimento per il turismo nella

provincia di Ferrara è rappresentato da famiglie da coppie (34,9%) e da famiglie con bambini (30,5%), entrambi spinti da motivazioni «leisure». I turisti d'affari rappresentano, comunque, il 29,1% del totale (27,3% in media Italia).

La permanenza dei soggiorni dei turisti stranieri sfiora le 3 notti mentre per gli italiani la vacanza a Ferrara dura in media 2,4 notti. Soggiorni più lunghi, comunque, che nelle altre lo-

calità dell'Emilia Romagna: 2,6 notti contro 1,9 notti della media regionale. Il soggiorno è più lungo nei campeggi, dove si arriva a 4,5 giorni, grazie soprattutto ad una maggiore permanenza degli stranieri che resta-

## Il turismo d'inverno tra italiani e presenze internazionali

no quasi 6 notti. Morde i fuggi la vacanza nei B&B, dove si resta appena per 1,8 giorni. **L'organizzazione della vacanza.** La provincia di Ferrara può contare su di una buona fetta di clientela or-

Provenienza della clientela per tipologia di alloggio

	Italiani	Stranieri	Totale
Hotel	63,4	16,6	100,0
1 stella	94,0	6,0	100,0
2 stelle	86,9	13,1	100,0
3 stelle	79,4	20,6	100,0
4 e 5 stelle	67,5	32,5	100,0
Agriturismo	82,5	17,5	100,0
Campaggio	86,1	13,9	100,0
Affitta camere	88,3	14,7	100,0
B&B	89,4	10,6	100,0
Ferrara	85,0	15,0	100,0
Emilia Romagna	87,5	12,5	100,0
Italia	74,3	25,7	100,0

mai fidelizzata, che rappresenta il 41,4% del totale. La clientela abituale risulta essere fondamentale nei campeggi (60%) ma anche nelle strutture alberghiere (47,5%). Internet porta un 30,5% di clientela che prenota e organizza il soggiorno on-line. Basso, invece, la percentuale media di turisti che raggiunge la provincia tramite l'intermediazione (5,8% a fronte di un 10,5% di turisti «organizzati» in Italia) anche perché solo 3 strutture su 10 ricorrono a questi circuiti. In queste, la quota di clientela che arriva grazie agli accordi di commercializzazione con tour operators e agenzie rappresenta il 12,4% del totale negli alberghi di media categoria, il 23,8% in quelli di categoria elevata, il 12,2% nei campeggi.