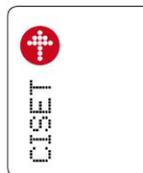




**INDAGINE CONGIUNTURALE CISET**  
Il turismo in Italia nelle opinioni  
degli operatori turistici  
Giugno 2014



## **TIENE IL TURISMO IN ITALIA NELL'ESTATE 2014, GRAZIE AGLI STRANIERI**

**I risultati dell'indagine congiunturale sulle aspettative degli operatori turistici  
italiani per il semestre Maggio-Ottobre 2014**

a cura di

**Valeria Minghetti**  
CISET – Ca' Foscari



Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica





## SOMMARIO

<b>0. Introduzione.....</b>	<b>3</b>
<b>1. Il quadro generale.....</b>	<b>4</b>
1.1. Turismo straniero: motivazioni all'aumento o alla diminuzione.....	5
1.2. Turismo domestico: motivazioni all'aumento o alla diminuzione.....	7
<b>2. I mercati di origine e le tipologie di vacanza.....</b>	<b>10</b>
<b>3. La competitività dell'Italia e le destinazioni degli italiani all'estero.....</b>	<b>12</b>
<b>4. Le opinioni degli operatori per settore .....</b>	<b>15</b>
<b>5. Le opinioni degli operatori per area geografica di appartenenza .....</b>	<b>17</b>
<b>6. Consuntivo per l'inverno 2013-14 .....</b>	<b>20</b>
6.1 L'analisi per settore di attività .....	20
6.2. L'analisi per area geografica di appartenenza.....	24

### L'INDAGINE CONGIUNTURALE

L'indagine congiunturale sull'attività turistica in Italia, giunta ormai alla 45esima edizione, viene organizzata semestralmente (maggio e novembre) dal Ciset in collaborazione con la società di ricerche di mercato Questlab ed ha come obiettivo quello di misurare le aspettative degli operatori turistici italiani circa l'andamento della stagione turistica in avvio (estiva: maggio-ottobre, invernale: novembre-aprile). La rilevazione viene condotta tramite un'intervista telefonica sulla base di un questionario appositamente predisposto. Gli operatori appartengono ai principali settori dell'industria turistica (catene alberghiere; alberghi/altre strutture ricettive; aziende termali; tour operator e agenzie di viaggio; trasporto aereo; trasporto su strada, privato e collettivo; trasporto via mare; settore pubblico; associazioni private, ecc.).





## **0. Introduzione**

Saranno ancora una volta i mercati stranieri a calmierare gli effetti del calo dei turisti italiani in Italia nella stagione estiva in fase di avvio, analogamente a quanto già evidenziatosi nell'inverno 2013-14. Non si arresterà, quindi, la contrazione del turismo domestico, che tuttavia dovrebbe diminuire ad un tasso inferiore rispetto a quanto registrato nel semestre nella stagione invernale appena trascorsa e soprattutto nell'estate 2013. E flessione più contenuta anche per il fatturato complessivo generato dal turismo nel nostro Paese, mentre stabile la propensione dei nostri connazionali a fare vacanza all'estero, che comunque rivolgeranno il proprio interesse soprattutto verso mete vicine a casa e saranno attenti al rapporto qualità-prezzo delle offerte.

Queste, in estrema sintesi, le aspettative degli operatori del settore, emerse dall'ultima indagine congiunturale organizzata a maggio dal Ciset-Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, presso un campione rappresentativo di imprese turistiche italiane, e giunta alla 45esima edizione.

Sul fronte della clientela straniera, da notare come l'incidenza degli operatori ottimisti circa il suo andamento nella stagione estiva 2014 sia superiore alla quota di chi si attende una diminuzione dei flussi dall'estero (23% contro 13% rispettivamente), in linea con l'inversione di tendenza già registratasi nell'inverno 2013-14. In miglioramento anche la situazione dal lato del turismo domestico, nonostante prevalga ancora il segno negativo: gli operatori pessimisti circa l'andamento degli italiani in Italia si attestano, infatti, intorno al 24% (erano il 43% nell'indagine invernale ed il 60% nella rilevazione estiva 2013), mentre il 15% circa si esprime per un aumento della domanda italiana (contro 8% nell'inverno 2013-14 ). Complessivamente, quindi, **uno scenario ancora improntato ad una contrazione della domanda totale di turismo in Italia, ma decisamente meno accentuata rispetto alle passate stagioni invernale ed estiva** e con andamenti diversificati tra mercato straniero, in sostanziale tenuta, e mercato domestico, influenzato dalla perdurante incertezza del quadro economico a livello nazionale, dagli attesi aumenti della pressione fiscale e dagli effetti di questi aspetti sulla capacità di spesa delle famiglie.





## 1. Il quadro generale

Andando nel dettaglio dei numeri, secondo gli operatori intervistati, tra Maggio e Ottobre 2014 gli **arrivi stranieri** dovrebbero leggermente aumentare (+0,5% rispetto allo stesso semestre del 2013), così come le **presenze (+0,3%)**, mentre la durata del soggiorno dovrebbe rimanere pressoché stabile.

Ancora in flessione i **flussi turistici domestici**, caratterizzati da un calo del **-1,8%**, cui si dovrebbe accompagnare una diminuzione più accentuata dei **pernottamenti (-2,1%)**, contrazioni comunque più contenute rispetto a quelle registrate a consuntivo per la stagione invernale 2013-14 (vedi Tab. 1) e per quella estiva 2013. Il calo delle notti superiore a quello degli arrivi si tradurrebbe in una tendenziale riduzione della loro permanenza media.

In diminuzione, infine, anche il **fatturato del turismo in Italia**, che dovrebbe calare del **-1,7%**, su cui pesa la contrazione della domanda e, come vedremo, soprattutto della spesa dei turisti italiani in Italia.

**Tabella 1. Andamento turisti italiani e stranieri in Italia secondo gli operatori turistici italiani. Aspettative e risultati a consuntivo**

	Aspettative Novembre 2013 – Aprile 2014 (raccolte a Ottobre 2013)	Risultati a consuntivo Novembre 2013-Aprile 2014 (raccolti a Maggio 2014)	Differenza	Aspettative Maggio - Ottobre 2014 (raccolte a Maggio 2014)
Arrivi stranieri	-0,6%	-1,4%	-2,0	+0,5%
Presenze stranieri	-0,3%	-1,1%	-1,4	+0,3%
Arrivi italiani	-4,8%	-3,4%	+1,4	-1,8%
Presenze italiani	-4,8%	-3,8%	+1,0	-2,1%
Fatturato	-4,4%	-3,8%	+0,6	-1,7%

Fonte: Ciset- elab. Questlab

Paragonando, come accennato all'inizio, le attese per la stagione estiva 2014 con i consuntivi delle passate stagioni turistiche emerge quindi, nell'opinione degli intervistati, un ulteriore "ammorbidimento" del quadro negativo soprattutto dal lato della domanda domestica, dopo un inverno 2013-14 e un'estate 2013 caratterizzati da una flessione significativa sia dei flussi che delle notti (Tab.1).





**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Per quanto riguarda, invece, la previsione sul turismo straniero, questa risulta positiva, anche se più contenuta rispetto al consuntivo dell'estate 2013, probabilmente influenzata dalla flessione registrata nell'inverno appena trascorso. Andando nel dettaglio, se compariamo le previsioni per l'inverno 2013-14 fornite dagli operatori a ottobre con il consuntivo indicato dagli stessi a maggio 2014 (Tab. 1), si nota come la performance negativa del turismo straniero sia stata più accentuata di quanto atteso ad inizio stagione: gli arrivi dall'estero sono infatti calati del -1,4% mentre le presenze del -1,1%, contro -0,6% e -0,3% attesi ad ottobre 2013. Nel caso, invece, dei turisti italiani, la flessione risulta meno accentuata su entrambi gli indicatori: secondo quanto dichiarato dagli operatori, infatti, gli arrivi sono diminuiti del -3,4% contro il -4,8% atteso ad ottobre, mentre le presenze del -3,8%, contro il -4,4% atteso. Discorso analogo per il fatturato, che nell'inverno 2013-14 era previsto in calo del -4,4% e che invece ha fatto registrare un -3,8% a consuntivo.

### **1.1. Turismo straniero: motivazioni all'aumento o alla diminuzione**

A fronte delle tendenze espresse e dello scenario attuale, le percezioni degli operatori circa l'andamento del mercato si dividono, ormai da alcune stagioni, tra chi si concentra sul perdurare della congiuntura economica negativa e sulla scarsa competitività dell'Italia sui mercati internazionali, e coloro che scommettono invece sulla ripresa economica nei mercati di riferimento, che sceglieranno l'Italia per la sue risorse e la sua capacità di soddisfare tipologie specifiche di turismo (Tab. 2).

In particolare, tra gli operatori che prevedono un aumento dei flussi e/o delle notti dall'estero nella prossima stagione invernale (circa il 25% del campione totale), oltre 1 intervistato su 2 pensa che tale aumento sia trainato soprattutto dalla capacità di attrazione del nostro Paese (57%), mentre oltre 1 su 3 dall'interesse dei turisti stranieri per alcune tipologie specifiche di turismo o particolari eventi (ad esempio, l'effetto positivo generato dalla popolarità del nuovo Papa, oppure l'interesse legato al prossimo Expo2015). Il 34% circa pensa, invece, che l'aumento della domanda sarà sostenuto dalla ripresa economica in atto in alcuni dei principali mercati di riferimento, mentre il 21% lo imputa all'efficacia delle strategie di marketing e di promozione messe in atto, il 19% al miglioramento dei collegamenti aerei ed un altro 19% all'efficacia delle promozioni e delle offerte fatte dagli operatori.





**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Poco più di 1 intervistato su 10 pensa, invece, che l'Italia attragga per la varietà e qualità della sua offerta e per l'economicità dei suoi servizi (13,1% e 11,4%, rispettivamente), mentre il 9% giustifica l'aumento della domanda estera con una crescita dei flussi provenienti da alcuni specifici paesi, in particolare da Russia e Polonia, Cina, India, Brasile e Sud America in generale. L'effetto cambio pare, invece, avere un ruolo del tutto marginale, mentre sul fronte sicurezza il 19% pensa che l'Italia come destinazione possa attrarre meglio di altre, soprattutto se confrontata con le popolari mete della sponda africana del Mediterraneo (es. Egitto).

**Tabella 2. Turisti stranieri in Italia. Le motivazioni più citate al loro aumento/diminuzione nella stagione estiva 2014, secondo gli operatori turistici italiani (risposta multipla)**

<i>Motivazioni all'AUMENTO dei flussi stranieri in Italia</i>	<i>%</i>	<i>Motivazioni alla DIMINUZIONE dei flussi stranieri in Italia</i>	<i>%</i>
Capacità di attrazione dell'Italia (natura, arte, storia, clima, ecc.)	57,0%	Perdurare della crisi economica generale	54,0%
Interesse per alcune specifiche tipologie di turismo (es. effetto Papa ed Expo2015)	34,9%	L'Italia è una destinazione costosa	38,0%
Ripresa economica a livello internazionale	33,7%	Italia poco competitiva, in termini di rapporto qualità-prezzo	36,0%
Efficacia delle strategie di marketing territoriale e delle politiche di promozione	20,6%	Scarsa efficacia delle strategie di marketing territoriale/scarsa promozione	30,0%
Italia è una destinazione sicura	19,4%	Vacanze brevi, minore disponibilità economica	29,0%
Miglioramento dei collegamenti aerei	18,9%	Offerta inadeguata	20,0%
Efficacia delle promozioni e offerte fatte dagli operatori	17,7%	Effetto tassi di cambio	8,0%
Offerta diversificata, miglioramento della qualità dei servizi	13,1%	Altro	5,0%
Economicità della vacanza in Italia	11,4%	Non sa/non risponde	31,0%
Aumento dei flussi da alcuni paesi specifici (Cina, Brasile, India, Russia, Polonia)	9,1%		
Cambio Euro più conveniente per alcuni paesi	2,9%		
Altro	2,9%		
Non sa/non risponde	1,1%		

Fonte: Ciset - elab. Questlab

La quota di operatori ottimisti si mantiene sui livelli raggiunti nella precedente rilevazione invernale.





**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Le loro previsioni positive si affidano, in proporzione, meno alla ripresa economica, all'economicità dell'Italia e al miglioramento dei collegamenti aerei e maggiormente, invece, all'efficacia delle azioni di marketing e promozione territoriali, al miglioramento nella qualità e varietà dell'offerta e alla crescita di interesse espressa da alcuni specifici mercati, data anche l'innegabile capacità di attrazione dell'Italia, che rimane sempre saldamente la prima motivazione all'aumento della domanda. Da notare come sia la prima volta che l'effetto positivo generato dalle azioni di marketing sia segnalato in maniera così significativa, a testimonianza quindi dell'efficacia delle strategie che le destinazioni italiane stanno mettendo in campo, almeno dal punto di vista degli operatori intervistati.

Per quanto riguarda, invece, gli operatori più pessimisti, cioè coloro che si attendono una diminuzione della domanda estera (arrivi e/o presenze) in Italia nell'estate 2014 (13% circa), per poco più di 1 intervistato su 2 è il perdurare della crisi economica internazionale a motivare tale calo, cui si aggiunge il fatto che l'Italia è vista come una destinazione costosa (38%) e quindi poco competitività in termini di rapporto qualità-prezzo rispetto ad altre (36%) (Tab. 2). Completano il quadro una scarsa efficacia delle politiche di promozione territoriale (30%) e una inadeguatezza dell'offerta (20%), nonché la rilevazione di un accorciamento dei periodi di vacanza, a causa della minore disponibilità economica (29%), che spinge i turisti a rimanere entro i confini nazionali oppure a scegliere destinazioni più vicine a casa.

Rispetto alle scorse rilevazioni, va sottolineato come i pessimisti siano in calo (dal 16% al 13%) e, tra questi, scenda in proporzione il timore di un perdurare della stagnazione che sta interessando l'economia reale (54% contro 58% nell'indagine invernale), così come l'opinione di una scarsa competitività dell'Italia, mentre si accentuino le questioni relative all'inefficacia delle campagne di marketing e all'inadeguatezza dell'offerta.

## **1.2. Turismo domestico: motivazioni all'aumento o alla diminuzione**

La crisi economica e la conseguente minore capacità di spesa, che favorisce una vacanza più breve o la rinuncia alla vacanza, dominano, invece, ancora nei giudizi espressi con riferimento all'evoluzione del turismo domestico relativamente alla prossima stagione estiva (Tab. 3).





**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

**Tabella 3. Turisti italiani in Italia. Le motivazioni più citate al loro aumento/diminuzione nella stagione estiva 2014, secondo gli operatori turistici italiani (risposta multipla)**

<i>Motivazioni all'AUMENTO dei flussi italiani in Italia</i>	<i>%</i>	<i>Motivazioni alla DIMINUIZIONE dei flussi italiani in Italia</i>	<i>%</i>
Minore disponibilità economica, che fa preferire vacanze entro i confini nazionali	50,5%	Perdurare della crisi economica generale, che riduce la capacità di spesa	82,4%
Riscoperta dell'Italia e delle sue bellezze	43,2%	Vacanze brevi, minore disponibilità economica	58,5%
Promozioni e offerte fatte dagli operatori	29,7%	Italia poco competitiva in termini di rapporto qualità-prezzo	31,4%
Ripresa economica	27,0%	L'Italia è una destinazione costosa	23,9%
Effetto positivo delle campagne pubblicitarie	23,4%	Aumento dei collegamenti low cost verso destinazioni estere	13,2%
Economicità della vacanza in Italia	14,4%	Migliore promozione delle destinazioni estere	12,6%
Crescita interesse per prodotti specifici	12,6%	Aumento delle offerte su Internet da parte delle destinazioni estere	12,6%
Offerta diversificata, miglioramento della qualità dei servizi	12,6%	Altro	2,5%
Altro	4,5%	Non sa/non risponde	0,6%
Non sa/non risponde	0,9%		

Fonte: Ciset - elab. Questlab

Gli operatori che si attendono un aumento degli arrivi e/o delle presenze di turisti italiani in Italia nella prossima estate rappresentano circa il 16% del campione totale, con motivazioni non sempre positive. Da notare come, se per 1 intervistato su 2 la mancata ripresa dell'economia reale porterebbe ad un accorciamento delle vacanze, costringendo gli Italiani a fare turismo entro i confini nazionali, per il 27% la ripresa sarebbe già in atto e ciò favorirebbe il turismo domestico, grazie anche alle promozioni e offerte fatte dagli operatori (29,7%) e all'effetto positivo delle campagne pubblicitarie (23,4%)(Tab. 3). La rivalutazione delle bellezze italiane, motivazione principale all'aumento dei flussi dall'estero, viene comunque citata come importante anche per la domanda domestica (43%), mentre poco più di 1 operatore su 10 cita la crescita di interesse per prodotti specifici e l'effetto positivo legato ad una diversificazione dell'offerta (Tab.3).

Facendo un confronto con i giudizi espressi per l'inverno 2013-14, il numero degli operatori ottimisti risulta raddoppiato (dall'8% al 16%), anche se ancora contenuto. In particolare, si accentuano due posizioni differenziate: da un lato, crescono in proporzione coloro che pensano che l'aumento sarà trainato dall'efficacia delle azioni di marketing e promozionali avviate a livello territoriale, analogamente a quanto già evidenziato per il turismo straniero, e dalla riscoperta dell'Italia come destinazione di vacanza; dall'altro, coloro che prevedono un aumento dei flussi come conseguenza della minore disponibilità economica nelle tasche degli Italiani.





**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Circa il 25% del campione si rivela, invece, pessimista sull'andamento del mercato domestico durante la stagione estiva 2014. La motivazione principale addotta dagli operatori ricalca i giudizi già precedentemente espressi: per oltre 8 operatori su 10 tale contrazione è dovuta al perdurare della crisi economica, che riduce la capacità di spesa delle famiglie, anche per turismo, e porta quindi a rinunciare alle vacanze estive, o comunque ad accorciarne la durata (59%). Inoltre, anche nel caso del turismo domestico, l'Italia è considerata dal 24% degli operatori una destinazione costosa, ma soprattutto con un rapporto qualità-prezzo non competitivo rispetto ad altre destinazioni (31,4%). Poco più di 1 operatore su 10 segnala, inoltre, gli effetti negativi legati alla migliore promozione delle destinazioni estere, all'aumento delle loro offerte, nonché dei collegamenti verso queste mete.

Anche in questo caso, confrontando tali opinioni con quelle espresse per lo scorso inverno, va evidenziato come gli operatori che si attendono una contrazione della domanda italiana diminuiscano in maniera significativa, passando dal 42% al 25% del campione totale. Da notare come, in proporzione cali l'impatto dell'a crisi economica e dell'accorciamento della vacanza, pur rimanendo nelle prime posizioni, mentre cresca l'impatto negativo attribuito alla scarsa competitività dell'Italia.

In generale, quindi, nonostante la **congiuntura economica negativa** abbia ancora un peso importante nelle opinioni espresse, per la prima volta, dopo diverse stagioni, sono altri gli aspetti che mostrano una maggiore dinamicità tra gli intervistati. In particolare, nell'estate 2014 salgono **alla ribalta l'efficacia delle strategie di marketing e promozione territoriale e la varietà e qualità dell'offerta e del prodotto come terreno di confronto tra operatori ottimisti e pessimisti circa l'evoluzione del turismo in Italia**. Se per i primi, le azioni migliorative avviate su entrambi i fronti favoriranno un aumento del turismo sia straniero che domestico nella prossima stagione estiva, per i pessimisti tali azioni non sono state all'altezza della situazione, e questo genererà effetti negativi in termini di attrattività e capacità di competere del nostro Paese rispetto ai concorrenti.

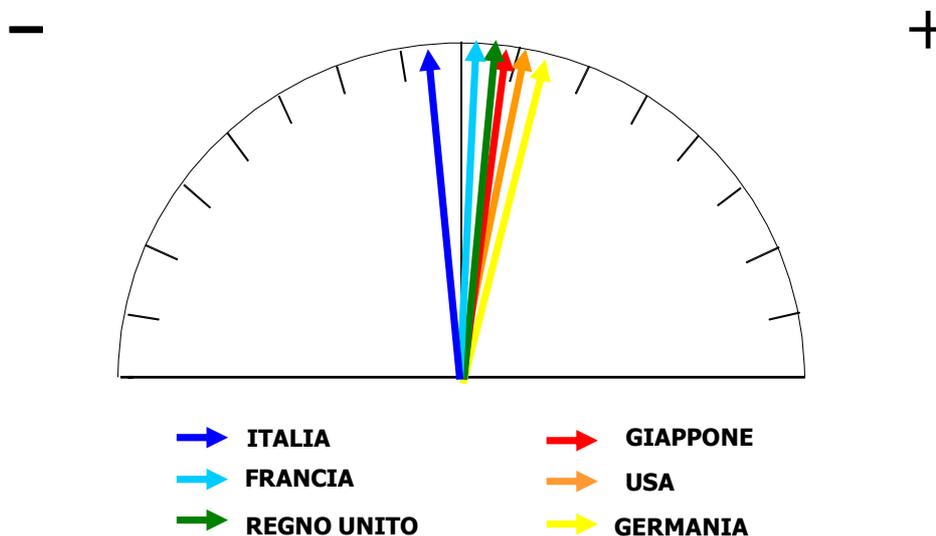




## 2. I mercati di origine e le tipologie di vacanza

Per quanto riguarda i principali **mercati di origine** della domanda, il leggero incremento dei flussi provenienti dall'estero è sostenuto, nell'opinione degli intervistati, da tutti i principali bacini di domanda, che mostrano dinamiche più o meno significative (Fig.1)

**Fig. 1 Turismo in Italia. Le aspettative degli operatori italiani sui principali mercati di domanda (Maggio-Ottobre 2014)**



Fonte: Ciset – elab. Questlab

In particolare, l'evoluzione più interessante riguarderà la Germania, grazie anche al buono stato di salute dell'economia tedesca rispetto ad altre dell'area Euro: i turisti tedeschi consolidano il trend positivo registrato nelle ultime stagioni. In leggera crescita, nelle opinioni degli intervistati, anche i principali mercati extraeuropei, USA e Giappone, accompagnati dal Regno Unito. I turisti inglesi, in particolare, fanno segnalare una ripresa, dopo la stasi della scorsa stagione invernale e alcuni semestri all'insegna della diminuzione. Sostanzialmente stabili i francesi, anch'essi in recupero dopo alcune stagioni negative. Flessione, invece, per il turismo domestico, coerentemente con i dati numerici forniti all'inizio, anche se la dinamica mostra un miglioramento rispetto ai semestri precedenti.

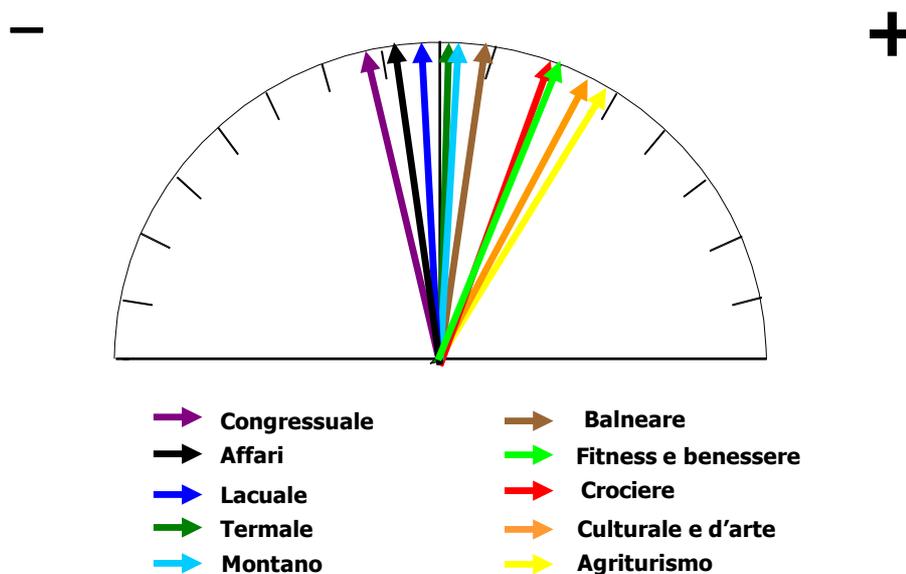




La dinamica degli altri mercati di origine, segnalati spontaneamente dagli intervistati, risulta generalmente molto positiva, anche se tali performance si applicano a flussi più contenuti in valore assoluto. Tra i bacini europei di provenienza più interessanti per la stagione estiva, gli operatori segnalano Russia, Polonia, Olanda, Svizzera e Spagna, mentre a livello extraeuropeo, Cina, Brasile, Turchia, Emirati Arabi, Canada e Australia.

E la geografia del mercato turistico in Italia, unita ai fattori stagionali, spiega anche l'evoluzione delle **principali tipologie di vacanza**, sempre in termini di dinamiche relative (Fig. 2).

**Fig. 2 Turismo in Italia. Le aspettative degli operatori italiani sulle principali tipologie di turismo (Maggio-Ottobre 2014)**



Fonte: Ciset – elab. Questlab

Nelle prime posizioni, come già evidenziatosi nelle precedenti indagini, l'agriturismo e il turismo verde in genere, il turismo culturale e d'arte, le crociere e il turismo fitness e benessere, queste ultime due tipologie date pressoché a pari merito. Seguono la vacanza al mare e ai monti ed il soggiorno termale tradizionale, che si caratterizzeranno per una dinamica leggermente positiva, in controtendenza rispetto alla flessione dell'estate 2013. In leggero calo, invece, il turismo lacuale, mentre contrazione "fisiologica", data anche la stagione, per il turismo d'affari e congressuale.





Molteplici le ragioni di tali andamenti. Innanzitutto, come già accennato, la stagionalità, che favorisce maggiormente alcune tipologie di turismo (agriturismo, crociere, balneare, montano, ecc.) rispetto ad altre. In secondo luogo, l'evoluzione dei mercati di provenienza: da un lato, l'aumento della dinamica che interessa il turismo nipponico, statunitense e anglosassone, unite al forte incremento dei flussi provenienti dai paesi emergenti, andrà a vantaggio soprattutto dei centri d'arte del nostro Paese, ma anche delle crociere, rispetto alle quali i porti italiani rappresentano uno dei principali punti di imbarco per le crociere lungo le coste del Mediterraneo. E la crescita/mantenimento della domanda proveniente dall'Europa centrale e occidentale nonché dall'area orientale (con in testa Russia e Polonia) dovrebbe beneficiare le località balneari, lacuali e termali/benessere della penisola, così come il turismo verde e quello montano. Mare, montagna, terme e benessere e città d'arte saranno le tipologie di turismo preferite anche dai turisti italiani che faranno una vacanza durante l'estate 2014.

Tra i turismi "di nicchia" segnalati spontaneamente dagli intervistati, le dinamiche più interessanti dovrebbero interessare il turismo enogastronomico, sportivo e cicloturistico e quello religioso. In flessione "fisiologica" il turismo scolastico.

### **3. La competitività dell'Italia e le destinazioni degli italiani all'estero**

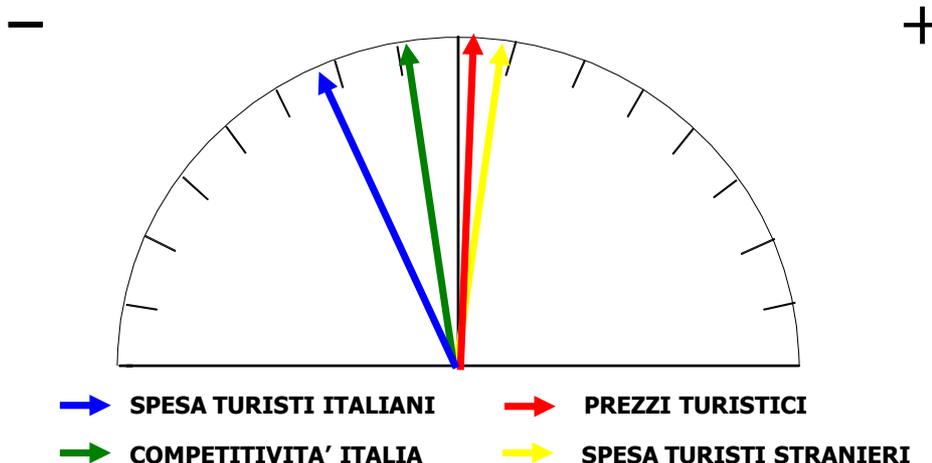
Opinioni contrastanti contraddistinguono le risposte degli operatori riguardo la capacità dell'Italia di competere sui principali mercati internazionali, capacità data in diminuzione dagli intervistati anche nella prossima stagione estiva (Fig. 3), a fronte di un leggero aumento dei prezzi dei beni e dei servizi turistici. Come accennato in precedenza, parlando delle ragioni fornite dagli operatori all'aumento/diminuzione dei flussi diretti in Italia nell'estate 2014, tale competitività pare più legata al rapporto qualità/prezzo dei servizi forniti in relazione ai concorrenti, che non a pure questioni economiche.

Riguardo all'andamento dei cambi, che influiscono sulla spesa dei turisti di medio-lungo raggio, le previsioni sono per un leggero deprezzamento dell'Euro rispetto al dollaro ed alla sterlina nel corso del 2014, che dovrebbe quindi rendere potenzialmente più convenienti le destinazioni europee per i turisti statunitensi e per quelli provenienti da paesi dipendenti dalla valuta USA così come dall'Inghilterra. Leggero deprezzamento anche nei confronti dello yen, dovuto alla politica di svalutazione messa in atto dal governo giapponese.





**Fig. 3 Competitività dell'Italia, andamento prezzi e spese dei turisti nelle aspettative degli operatori (Maggio-Ottobre 2014)**



Fonte: Ciset – elab. Questlab

La tendenziale differenza di prospettive economiche tra domanda interna e straniera è coerente con la percezione degli operatori circa la capacità di spesa dei turisti, che viene data in leggero aumento per gli stranieri (in linea con il trend registrato nell'inverno 2013-14, dopo diversi semestri di contrazione), mentre ancora in diminuzione per i turisti domestici, data la perdurante incertezza sul fronte interno e la fragilità dell'economia reale (Fig. 3). Il fatto che l'aumentata capacità di spesa dei turisti internazionali compensi solo parzialmente il calo sul fronte interno spiega la diminuzione attesa del fatturato turistico per la prossima stagione estiva, che risulta simile a quella prevista per i flussi domestici.

Con riferimento agli Italiani, secondo l'ISTAT nel primo trimestre del 2014 il PIL è diminuito del -0,1% rispetto al trimestre precedente (ottobre-dicembre 2013) e del -0,5% rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente, mentre i consumi delle famiglie sono cresciuti del +0,1%. Le previsioni su tutto il 2014 indicano, invece, un andamento debolmente positivo del PIL, con un incremento complessivo intorno al +0,1%, dato da un aumento del +0,1% nel secondo trimestre (aprile-giugno) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, del +0,4% nel terzo trimestre (luglio-settembre) e del +0,5% nell'ultimo trimestre dell'anno. Le aspettative degli operatori per il semestre Maggio-Ottobre 2014 sono, invece, per una flessione dei flussi domestici intorno al -1,8%/-2%, in linea con la contrazione del fatturato, il che farebbe pensare ad un turismo vissuto come bene "superfluo" rispetto ad altre priorità di spesa.

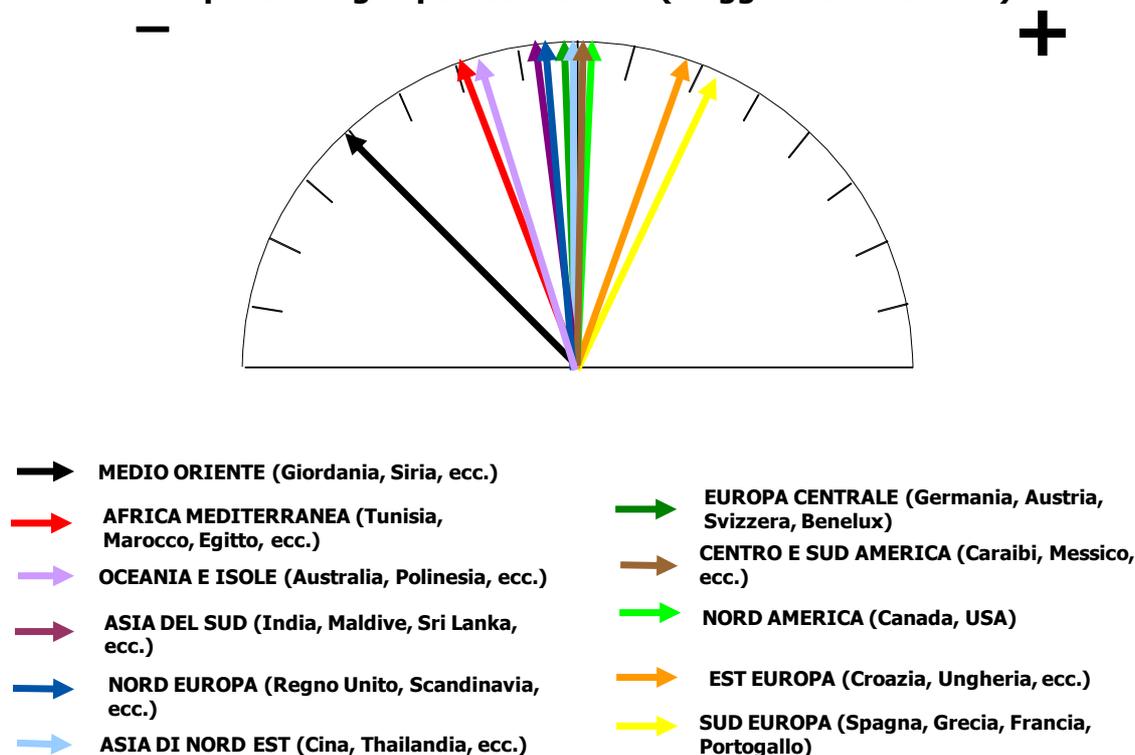




**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Per quanto riguarda la propensione degli italiani a far turismo all'estero, secondo gli intervistati questa dovrebbe stabilizzarsi nell'estate 2014 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, dopo le flessioni registrate nelle stagioni invernale 2013-14 ed estiva 2013. Quindi, se alcuni italiani preferiranno fare vacanza entro i confini nazionali, altri continueranno ad espatriare, ma prestando più attenzione al rapporto qualità-prezzo del prodotto acquistato. In particolare, chi sceglierà comunque una destinazione fuori dai confini nazionali propenderà soprattutto per mete europee a breve-media distanza, localizzate prevalentemente in Sud ed Est Europa (Spagna e isole, Grecia e isole, ma anche Croazia e Slovenia) (Fig 4).

**Fig. 4 Turismo degli Italiani all'estero. Le destinazioni più frequentate nelle opinioni degli operatori italiani (Maggio-Ottobre 2014)**



Fonte: Ciset – elab. Questlab

Queste sono le aree che registreranno una dinamica relativa più vivace nell'estate 2014, mentre in leggera crescita le Americhe (sia Nord che Centro-Sud) e l'Europa Centrale. In flessione più o meno accentuata tutte le altre aree.





In particolare, va sottolineato il costante trend negativo della sponda africana del Mediterraneo, data l'esperienza vissuta dagli operatori nella stagione estiva 2013 (rimpatri forzati, blocco delle partenze, ecc) e lo sconsiglio attualmente dato dalle autorità a chi volesse recarsi in alcuni di questi paesi (es. Egitto). E fortemente negativa, oramai da diverse stagioni, anche la dinamica che interessa il Medio Oriente, penalizzato dal fattore sicurezza, data la recrudescenza dei disordini all'interno di alcuni paesi (es. Siria, Israele)(Fig. 4).

#### **4. Le opinioni degli operatori per settore**

A partire da queste tendenze generali, è interessante vedere come si modificano le opinioni espresse dagli operatori turistici italiani a seconda del **settore di appartenenza** (Tab.4).

Analogamente a quanto già sottolineato per la stagione invernale 2013-14, rispetto alla passata edizione estiva, ci sono anche sostanziali differenze nelle opinioni espresse dalle varie categorie di operatori e, quasi esclusivamente per i flussi stranieri, sono ricominciati ad apparire delle variazioni positive. I più ottimisti, in generale, sono le catene alberghiere e le associazioni private, mentre i più pessimisti gli alberghi e le altre strutture ricettive e gli operatori inclusi nella categoria "altro". Il contributo che tali opinioni danno ai risultati medi complessivi, tuttavia, è legato al peso relativo che ciascun comparto riveste sul totale del campione, come verrà dettagliato in seguito.

**Tabella 4. Turisti italiani e stranieri in Italia: le aspettative degli operatori del ricettivo e dei trasporti e degli intermediari. Maggio-Ottobre 2014**

	Catene alb. (1)	Alberghi singoli e altre strutture	Aziende termali	Intermediari (TO e AdV)	Trasporti	Settore pubblico (2)	Ass. private (3)	Altro (4)	Media intervistati
<b>STRANIERI</b>									
Arrivi	2,4%	-0,1%	-1,0%	1,7%	0,4%	0,7%	2,8%	-0,2%	+0,5%
Presenze	1,9%	-0,2%	-1,3%	1,1%	1,6%	-0,1%	2,4%	-0,7%	+0,3%
<b>ITALIANI</b>									
Arrivi	0,9%	-2,7%	-0,7%	-1,1%	-1,0%	-2,2%	-0,1%	-2,2%	-1,8%
Presenze	0,3%	-2,9%	-1,6%	-0,3%	-1,6%	-0,2%	-3,3%	-2,1%	-2,1%
Fatturato	1,0%	-2,8%	-0,1%	-1,5%	0,3%	-0,5%	0,5%	-2,7%	-1,7%

Nota: (1) Catene alberghiere di varia natura e società che gestiscono gruppi di alberghi ubicati in una o più località; (2) Aziende di Promozione Turistica, Assessorati al Turismo di Regioni, Province, ecc. Pro loco, ecc.; (3) Associazioni di categoria (albergatori, agriturismi, agenzie di viaggio, consorzi locali, ecc.); (4) Impianti a fune, stabilimenti balneari, parchi a tema, imprese congressuali e altre attività non comprese nelle precedenti

Fonte: Ciset – elab. Questlab





**INDAGINE CONGIUNTURALE CISET**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Analizzando nel dettaglio le aspettative circa l'evoluzione della clientela straniera, i più pessimisti risultano gli operatori del comparto termale (4,4% degli intervistati totali), che si attendono una contrazione tra il -1% e il -1,5% sia degli arrivi che delle presenze dall'estero (Tab. 4). Seguono le strutture ricettive (47,4% degli intervistati) e gli operatori della sezione "altro" (6,2%), che si pronunciano per una sostanziale stagnazione della domanda estera rispetto all'estate 2013. Positive tutte le altre categorie, in particolare le associazioni private e le catene alberghiere: le prime (che rappresentano il 5,3% degli intervistati) si attendono un aumento sia dei flussi che delle notti superiore al +2,4%, mentre per le catene (1,5% del totale) la crescita dei pernottamenti dovrebbe attestare sul +1,9%. Per gli intermediari, invece – che costituiscono quasi il 20% degli operatori coinvolti nella rilevazione – la crescita del movimento turistico incoming non dovrebbe superare il +2% per entrambi gli indicatori considerati (Tab. 4). Differenziata, infine, l'opinione degli enti pubblici, che prevedono un leggero aumento degli arrivi dall'estero (+0,7%) a fronte di una stagnazione dei loro pernottamenti (-0,1%), il che si tradurrebbe in una riduzione della durata media del soggiorno.

Passando ad analizzare il turismo domestico, a parte le catene alberghiere, tutte le altre categorie di pronunciano per una flessione più o meno accentuata della domanda. In particolare, i più pessimisti sono le strutture ricettive indipendenti, per le quali la flessione di entrambi gli indicatori dovrebbe essere superiore al -2,5%, seguiti dagli operatori inclusi nella voce Altro (contrazione intorno al -2%) e gli operatori dei trasporti (-1% arrivi e -1,6% notti)(Tab. 4). Nel caso invece, degli intermediari e del settore pubblico, saranno soprattutto gli arrivi italiani a registrare un calo (-1,1% e -2,2% rispettivamente), a fronte di una tenuta o leggero aumento della permanenza media (pernottamenti -0,2%). Viceversa, per le aziende termali e le associazioni private, che si attendono una diminuzione delle notte trascorse dai turisti domestici superiore a quella degli arrivi (Tab. 4).

Considerando, infine le previsioni di fatturato, il calo medio atteso del -1,7% nasconde opinioni differenziate tra i vari operatori. Se le catene alberghiere ne prevedono un aumento intorno al +1%, mentre i trasporti e le associazioni private una sostanziale stabilità o leggero incremento, le altre categorie si esprimono per una contrazione più o meno accentuata. In particolare, i più pessimisti sono sempre le strutture ricettive indipendenti e gli operatori inclusi nella voce "altro", per i quali il calo si attesterebbe intorno al -2,7%/-2,8%. Seguono gli intermediari (-1,5%), mentre per gli altri si tratta di una sostanziale stagnazione rispetto all'estate 2013 (Tab. 4).





**INDAGINE CONGIUNTURALE CISET**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Tutto ciò si ricollega anche alla relativa differente percezione che le varie categorie di operatori hanno circa i fattori che influiscono sull'andamento della domanda, sia dal punto di vista dei diversi mercati trattati (europeo vs. extraeuropeo, mercati tradizionali rispetto a mercati emergenti, ecc.), che della diversa tempistica di decisione della vacanza da parte dei turisti ("fai da te" vs. organizzati). Sul mercato internazionale, ad esempio, sono soprattutto gli operatori termali, insieme a quelle inclusi nella voce altro, a sottolineare la persistenza della congiuntura economica negativa, unitamente all'inadeguatezza dell'offerta italiana ed alla scarsa efficacia delle strategie di marketing avviate. Viceversa, gli intermediari e gli operatori del settore dei trasporti sono coloro che maggiormente evidenziano la rinnovata capacità di attrazione dell'Italia e il fatto che in realtà la ripresa economica si inizi ad intravedere, almeno all'estero. Dal lato, invece, del turismo domestico, sono sempre le aziende termali, insieme alle strutture ricettive indipendenti, a marcare gli effetti negativi legati alla attuale situazione economica, unitamente alla necessità di fare vacanze più brevi, mentre gli intermediari puntano il dito, in proporzione, sulla scarsa competitività dell'Italia rispetto ad altre mete, grazie anche all'aumento dei voli e delle offerte verso altre destinazioni. Gli operatori dei trasporti, invece, sono in proporzione i più ottimisti su una ripresa anche sul fronte domestico, grazie anche all'impatto positivo delle campagne pubblicitarie e promozionali.

Con riferimento alla classifica dei principali mercati di domanda, gli intermediari, gli operatori dei trasporti e le associazioni private sono in proporzione quelli che si attendono la maggiore crescita del turismo tedesco, statunitense e giapponese, in questi ultimi due casi insieme alle catene alberghiere. Per quanto riguarda le principali tipologie di vacanza, sono soprattutto gli enti pubblici e le associazioni private a prevedere una espansione maggiore per il turismo fitness e benessere, il culturale e d'arte e l'agriturismo, mentre gli intermediari, gli operatori del trasporto e le catene alberghiere puntano in proporzione di più sulle crociere. Infine, guardando alla capacità di competere del nostro Paese, i più pessimisti sono le aziende termali e gli intermediari. Le prime, in particolare, si attendono anche un incremento sul fronte dei prezzi superiore alla media degli intervistati e una maggiore contrazione della capacità di spesa dei turisti domestici.

## **5. Le opinioni degli operatori per area geografica di appartenenza**

Un'ultima annotazione riguarda la distribuzione delle aspettative in relazione all'**area geografica** di appartenenza degli operatori (Tab. 5).





**Tabella 5. Turisti italiani e stranieri in Italia: le aspettative degli operatori per area geografica. Maggio-Ottobre 2014**

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud	Isole	<i>Media intervistati</i>
<b>STRANIERI</b>						
Arrivi	-0,2%	0,6%	0,5%	0,9%	0,6%	+0,5%
Presenze	0,2%	0,2%	0,0%	0,6%	1,5%	+0,3%
<b>ITALIANI</b>						
Arrivi	-2,0%	-1,0%	-2,8%	-1,5%	-2,9%	-1,8%
Presenze	-3,2%	-0,9%	-3,0%	-1,9%	-2,8%	-2,1%
Fatturato	-3,1%	-1,0%	-1,7%	-1,5%	-2,3%	-1,7%

Fonte: Ciset – elab. Questlab

In generale, le aspettative risultano particolarmente omogenee ed orientate ad un leggero ottimismo sul fronte del turismo straniero, mentre al pessimismo per quanto riguarda la domanda domestica e l'andamento del fatturato stagionale. Ciò è dovuto, tra le altre cose, al fatto che le strutture ricettive indipendenti rappresentano, in media, il 47% degli intervistati totali e che risultano distribuite su tutto il territorio nazionale, con punte del 52% e 56%, rispettivamente, al Sud e al Nord Ovest, mentre un'incidenza inferiore alla media, in proporzione, al Nord Est (43,6%) e nelle Isole (43,4%). Anche in questo caso, comunque, il contributo che tali opinioni danno ai risultati medi complessivi è legato al peso relativo che ciascun area riveste sul totale degli intervistati, come verrà dettagliato in seguito. Inoltre va comunque tenuto conto come nel Centro Italia e nel Nord Ovest (in particolare, a Roma e Milano) siano ubicate le sedi centrali delle principali catene alberghiere, così come dei tour operator e delle compagnie di trasporto nazionali ed internazionali, il cui giudizio esula quindi dalla localizzazione della sede stessa.

Andando nel dettaglio del mercato estero, i più ottimisti sono gli operatori del Sud Italia e delle Isole (rispettivamente, il 14,2% e il 9,1% degli intervistati totali), che si attendono un incremento dei flussi stranieri tra il +0,6% e il +0,9% e delle notti tra il +0,6% ed il +1,5% (Tab. 5). Leggero aumento degli arrivi (intorno al +0,5%/0,6%) a fronte di una sostanziale stabilità delle presenze per gli intervistati ubicati nel Nord Est (34,5% del totale) e del Centro (24,1%), mentre per gli operatori del Nord Ovest (18,1% del totale) saranno i flussi dall'estero a registrare una stagnazione (-0,2%), mentre le notti saranno all'insegna della stabilità (+0,2%).

Dal punto di vista, invece, del turismo domestico, sono gli operatori del Centro e delle Isole a mostrarsi più pessimisti, con l'aspettativa di una contrazione su entrambi gli indicatori di poco inferiore al -3%.





**INDAGINE CONGIUNTURALE CISET**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Seguono gli operatori del Nord Ovest, che si attendono soprattutto una diminuzione significativa della durata del soggiorno (arrivi -2%, presenze -3,2%) e quelli delle regioni del Sud, che si esprimono per una diminuzione di entrambi intorno al -1,5%/-1,9% (Tab. 5). In proporzione, i meno pessimisti sono le aziende turistiche dell'Italia nord orientale, dove la flessione non dovrebbe superare il -1% rispetto alla stagione estiva 2013.

Per quanto riguarda, infine, il fatturato, netta divaricazione tra gli operatori del Nord Ovest e del Nord Est: i primi risultano i più pessimisti a livello nazionale, con una contrazione attesa del -3,1%. All'opposto gli operatori del Triveneto e dell'Emilia Romagna, che si esprimono per una contrazione intorno al -1%. In linea con la media gli intervistati del Centro, seguiti da quelle delle regioni meridionali, mentre gli operatori delle Isole indicano una diminuzione del -2,3%.

Come indicato prima a proposito delle diverse categorie di operatori, tali risultati si ricollegano anche alla relativa differente percezione che le diverse aree territoriali hanno circa i fattori che influiscono sull'andamento della domanda, sia dal punto di vista dei diversi mercati trattati, che della diversa tempistica di decisione della vacanza da parte dei turisti. Sul fronte internazionale, sono infatti gli operatori del Nord Ovest ad evidenziare i perduranti effetti della congiuntura negativa e la scarsa competitività dell'Italia in termini di rapporto qualità-prezzo. Viceversa, gli operatori del Nord Est, del Centro e del Sud puntano sulla rinnovata capacità di attrazione dell'Italia, sostenuta anche dalla ripresa economica a livello europeo e dall'efficacia delle azioni promozionali e di marketing fatte dagli operatori. Nel caso del turismo italiano, la crisi economica tiene banco soprattutto al Nord insieme con la necessità di fare vacanze brevi, mentre nel Sud e nelle Isole si sottolinea il fatto che il nostro Paese è una destinazione costosa per i turisti domestici e quindi poco competitiva rispetto ad altre mete.

Con riferimento alla classifica dei principali mercati di domanda, sono gli operatori del Sud e delle Isole ad attendersi un maggiore incremento relativo della domanda tedesca così come di quella inglese durante la prossima stagione estiva, mentre gli operatori del Nord Est e del Centro puntano sul turismo extraeuropeo, in particolare statunitensi e giapponesi, oltre che canadesi e sudamericani. Per quanto riguarda le principali tipologie di vacanza, il turismo balneare è dato in crescita soprattutto dagli operatori del Sud e delle Isole così come le crociere. Infine, guardando alla capacità di competere del nostro Paese, solo gli operatori si attendono una sostanziale invarianza della stessa. Calo, invece, soprattutto per quelli del Centro Italia, i quali prevedono anche un maggiore incremento, rispetto agli altri, dei prezzi dei beni e dei servizi e una maggiore divaricazione nella capacità di spesa tra turisti stranieri e italiani in Italia.





## 6. Consuntivo per l'inverno 2013-14

Come accennato all'inizio (vedi Tab. 1), i dati a consuntivo per la stagione invernale 2013-14 forniti dagli operatori intervistati a maggio evidenziano un andamento tendenzialmente peggiore rispetto alle aspettative espresse ad inizio periodo per il turismo straniero (differenza di -2 punti percentuali per gli arrivi stranieri e -1,4 per le presenze), mentre migliore sul fronte del turismo italiano (+1,4 punti per gli arrivi e +1 per le presenze) e del fatturato (+0,6 punti percentuali).

Andando però a chiedere direttamente agli operatori un giudizio qualitativo sui risultati a consuntivo, si nota una certa mancanza di coerenza, in quanto la maggioranza degli intervistati dichiara risultati in linea con le aspettative di inizio periodo, su entrambi i mercati (Tab. 6). Solamente il 28% dichiara che il trend dei turisti stranieri è stato migliore delle attese, mentre appena il 7% che gli italiani sono andati meglio di quanto ci si potesse aspettare a novembre 2013.

**Tabella 6. Turisti italiani e stranieri in Italia: i risultati a consuntivo della stagione invernale 2013-14 (novembre-aprile) secondo gli operatori locali**

Risultati a consuntivo (raccolti a maggio 2014)	Inferiore alle aspettative	In linea con le aspettative	Superiore alle aspettative	Non so	Totale
STRANIERI	28,0%	53,6%	8,0%	10,7%	100%
ITALIANI	34,1%	50,5%	7,4%	7,9%	100%
Fatturato	37,9%	44,3%	7,3%	10,4%	100%

Fonte: Ciset – elab. Questlab

### 6.1 L'analisi per settore di attività

Analizzando gli operatori per settore di attività, vediamo qual è stato l'andamento della stagione in termini numerici. La tabella 7 mostra le variazioni % a consuntivo per i quattro indicatori relativi alla stagione invernale 2013-14 così come dichiarate dagli operatori a maggio, mentre le figure 5, 6 e 7 evidenziano il gap tra questi dati e le aspettative iniziali espresse a novembre, con riferimento alla clientela italiana, straniera e al fatturato complessivo.





**Tabella 7. Turisti italiani e stranieri in Italia: i risultati a consuntivo della stagione invernale stagione invernale 2013-14 (novembre-aprile) secondo gli operatori locali, per settore di attività**

Risultati a consuntivo (raccolti a maggio 2014)	Catene alb. (1)	Alberghi singoli e altre strutture	Aziende termali	Intermediari (TO e AdV)	Trasporti	Settore pubblico (2)	Ass. private (3)	Altro (4)	Media intervistati
<b>STRANIERI</b>									
Arrivi	0,5%	-2,0%	-1,8%	-1,7%	-0,5%	-2,5%	1,3%	3,5%	-1,4%
Presenze	1,5%	-2,1%	3,2%	-0,9%	-0,3%	-0,1%	1,8%	2,6%	-1,1%
<b>ITALIANI</b>									
Arrivi	0,7%	-4,6%	-0,9%	-3,4%	-3,0%	-1,6%	-2,5%	1,9%	-3,4%
Presenze	-0,4%	-4,9%	-1,9%	-4,0%	-3,1%	-1,6%	-2,6%	-0,5%	-3,8%
Fatturato	0,4%	-5,6%	-1,5%	-2,9%	-3,6%	-0,7%	-2,5%	-1,0 %	-3,8%

Nota: (1) Catene alberghiere di varia natura e società che gestiscono gruppi di alberghi ubicati in una o più località; (2) Aziende di Promozione Turistica, Assessorati al Turismo di Regioni, Province, ecc. Pro loco, ecc.; (3) Associazioni di categoria (albergatori, agriturismi, agenzie di viaggio, consorzi locali, ecc.); (4) Impianti a fune, stabilimenti balneari, parchi a tema, imprese congressuali e altre attività non comprese nelle precedenti

Fonte: Ciset – Questlab srl

Riguardo al turismo internazionale, gli unici ad indicare una variazione positiva sono le catene alberghiere, le associazioni private e gli operatori inclusi nella voce altro: le prime dichiarano un incremento degli arrivi e delle presenze tra novembre 2013 e aprile 2014 rispettivamente del +0,5% e +1,5%; le seconde del +1,3% e del +1,8%; gli ultimi del +3,5% e +2,6%. Le aziende termali, invece, segnalano un aumento della permanenza media (arrivi -1,8%, notti +3,2%). Tutte le altre categorie evidenziano variazioni negative, in particolare le strutture ricettive indipendenti (-2% su entrambi gli indicatori)(Tab.7).

Per il mercato domestico, sono ancora una volta le catene alberghiere e gli operatori inclusi nella voce altro a mostrare valori moderatamente positivi, soprattutto dal lato degli arrivi (+0,7% e +1,9%, contro -0,4% e -0,5% per le presenze). Decisamente negative le performance per le strutture ricettive indipendenti, che dichiarano una contrazione di entrambi gli indicatori di quasi il -5%.

Con riferimento al fatturato complessivo del turismo in Italia, invece, solo le catene alberghiere indicano una modestissima crescita nella stagione invernale appena trascorsa (+0,4%), mentre tutti gli altri operatori evidenziano una contrazione più o meno consistente, particolarmente forte tra le strutture ricettive indipendenti (-5,6%)(Tab. 7).

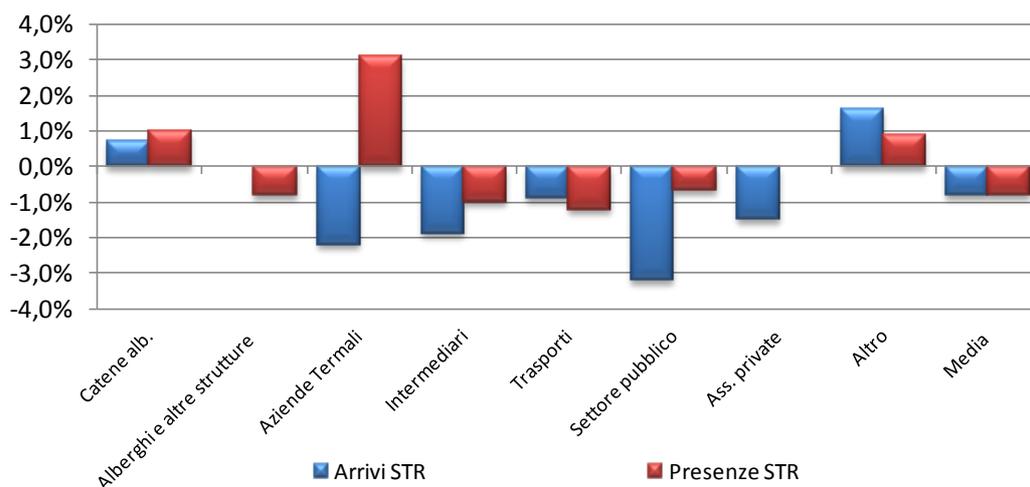




**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Se ora utilizziamo questi risultati per calcolare il gap effettivo (espresso in valori %) tra le variazioni a consuntivo e le attese espresse a Novembre 2013, su entrambi i mercati, e lo confrontiamo con le dichiarazioni qualitative fatte dagli operatori sempre a fine stagione (vedi Tab. 6 e 7), questo evidenzia anche delle discrepanze nei giudizi espressi. Come si può vedere (Fig. 5), nel caso del turismo straniero andamento migliore delle attese per le catene alberghiere e soprattutto per gli operatori inclusi nella voce Altro. Trend differenziato per le aziende termali, per le quali il consuntivo è superiore alle attese dal lato delle presenze (+3% circa), mentre inferiore dal lato degli arrivi (-2,2%). Chi pare aver colto meglio l'andamento effettivo sono gli esercizi ricettivi indipendenti, soprattutto dal lato degli arrivi (Fig. 5).

**Figura 5. Turisti stranieri in Italia nell'inverno 2013-14: differenza (in valore %) tra risultati a consuntivo dichiarati a maggio 2014 e aspettative espresse dagli operatori a novembre 2013, per settore di attività**



Nota: la differenza misura la capacità degli operatori di prevedere l'andamento della stagione invernale. Maggiore è la lunghezza della barra (in positivo o negativo) maggiore è il gap in valori % tra consuntivo e aspettative. Di conseguenza, più bassa risulta l'attendibilità dei giudizi espressi ad inizio stagione

Fonte: Ciset – elab. Questlab

Ancora più accentuato il risultato positivo segnalato dalle catene alberghiere sul fronte del turismo italiano, dove il gap è tra consuntivo e preventivo è superiore al +4,5% su entrambi gli indicatori (Fig. 6). Gap positivo anche per gli operatori dei trasporti (+2,6% e +2,2%) e, in misura meno accentuata, per tutte le altre categorie intervistate. Solo gli operatori inclusi nella voce Altro evidenziano un differenziale leggermente negativo sul fronte delle presenze domestiche.

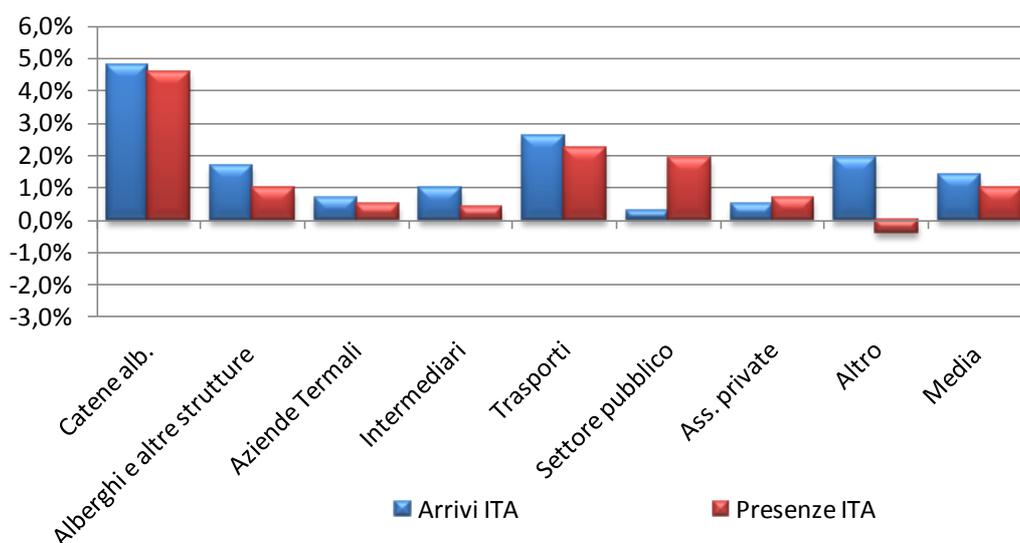




**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Chi comunque pare aver colto meglio l'andamento della domanda italiana nell'inverno appena trascorso sono le associazioni private (gap leggermente superiore a +0,5%)(Fig 6).

**Figura 6. Turisti italiani in Italia nell'inverno 2013-14: differenza (in valore %) tra risultati a consuntivo dichiarati a maggio 2014 e aspettative espresse dagli operatori a novembre 2013, per settore di attività**



Nota: la differenza misura la capacità degli operatori di prevedere l'andamento della stagione estiva. Maggiore è la lunghezza della barra (in positivo o negativo) maggiore è il gap in valori % tra consuntivo e aspettative. Di conseguenza, più bassa risulta l'attendibilità dei giudizi espressi ad inizio stagione

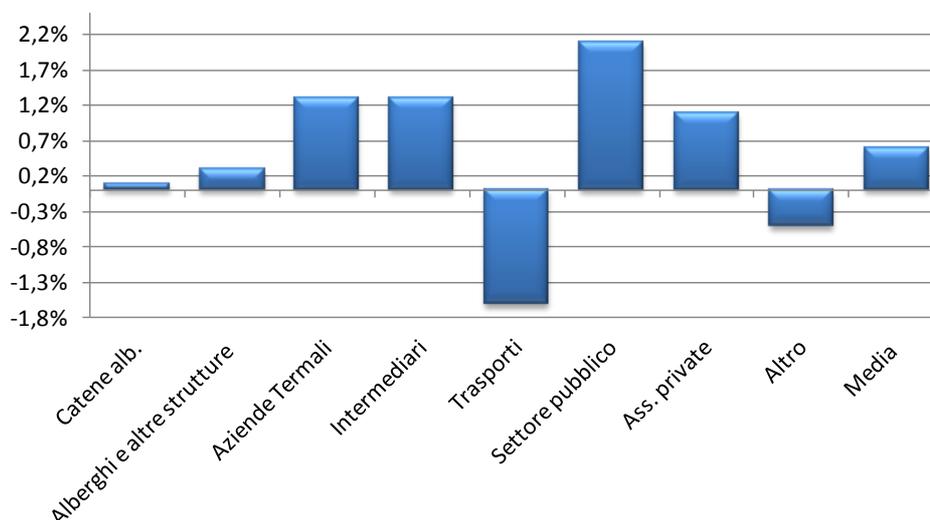
Fonte: Ciset – elab. Questlab

Risultati differenziati, invece, sul fronte del fatturato (Fig. 7). Il gap tra consuntivo e attese di inizio periodo è decisamente positivo per gli operatori del settore pubblico (+2,1%), gli intermediari, le aziende termali (+1,3% ciascuno) e le associazioni private (+1,1%), un po' meno per gli operatori del ricettivo in generale. Negativo, invece, per gli operatori dei trasporti (-1,6%) e per quelli inclusi nella voce Altro (+0,5%). Complessivamente, chi ha colto meglio l'andamento effettivo del fatturato sono gli operatori del ricettivo, ossia catene alberghiere che strutture indipendenti (Fig. 7).





**Figura 7. Fatturato del turismo in Italia nell'inverno 2013-14: differenza (in valore %) tra risultati a consuntivo dichiarati a maggio 2014 e aspettative espresse dagli operatori a novembre 2013, per settore di attività**



Nota: la differenza misura la capacità degli operatori di prevedere l'andamento della stagione invernale. Maggiore è la lunghezza della barra (in positivo o negativo) maggiore è il gap in valori % tra consuntivo e aspettative. Di conseguenza, più bassa risulta l'attendibilità dei giudizi espressi ad inizio stagione

Fonte: Ciset – elab. Questlab

## 6.2. L'analisi per area geografica di appartenenza

Passando ad esaminare gli operatori in base all'area geografica di appartenenza, vediamo qual è stato l'andamento della stagione in termini numerici.

La tabella 7 mostra le variazioni % a consuntivo per i quattro indicatori relativi alla stagione invernale 2013-14 così come dichiarate dagli operatori a maggio 2014, mentre le figure 8, 9 e 10 evidenziano il gap tra questi dati e le aspettative iniziali espresse a novembre 2013, con riferimento alla clientela italiana, straniera e al fatturato complessivo.





**Tabella 8. Turisti italiani e stranieri in Italia: i risultati a consuntivo della stagione invernale 2013-14 (novembre-aprile) secondo gli operatori locali, distinti per area di appartenenza**

Risultati a consuntivo (raccolti a maggio 2014)	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud	Isole	Media intervistati
<b>STRANIERI</b>						
Arrivi	-0,8%	-1,1%	-1,8%	-2,7%	-0,5%	-1,4%
Presenze	-0,7%	-0,8%	-1,6%	-2,3%	0,6%	-1,1%
<b>ITALIANI</b>						
Arrivi	-2,5%	-2,6%	-3,7%	-5,6%	-4,4%	-3,4%
Presenze	-3,5%	-3,2%	-4,2%	-4,8%	-4,3%	-3,8%
<b>FATTURATO</b>	-4,6%	-3,3%	-3,2%	-5,5%	-3,5%	-3,8%

Fonte: Ciset – elab. Questlab

Gli unici operatori che evidenziano risultati leggermente positivi per il semestre Novembre 2013-Aprile 2014 sul fronte della clientela estera sono quelli delle Isole, che dichiarano una stagnazione degli arrivi (-0,5% rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente) a fronte di un leggero incremento dei pernottamenti (+0,6%). Gli altri evidenziano contrazioni più o meno significative, in particolare le imprese turistiche del Sud (-2,7% e -2,3% rispettivamente)(Tab. 8).

Decisamente più omogenee le performance a consuntivo per il mercato domestico, tutte improntate alla negatività, in particolare al Centro-Sud e Isole (Tab. 8). E l'andamento del fatturato totale segue la scia della domanda italiana, con una contrazione maggiore dove anche la domanda straniera evidenzia segni di cedimento, in particolare al Sud.

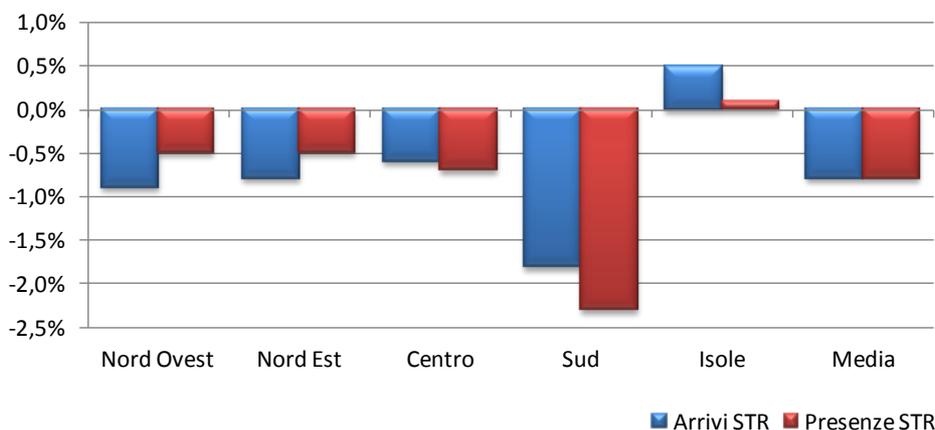
Dal punto di vista della domanda estera, la stagione invernale 2013-14 è andata peggio delle attese in quasi tutte le aree territoriali considerate, con un gap dichiarato tra consuntivo e preventivo inferiore al -1% al Nord e al Centro e superiore a tale valore al Sud (Fig. 8). Gli operatori che paiono aver colto meglio l'andamento effettivo sono gli operatori delle Isole, dove il gap si muove in un intorno del +0,1%/+0,5%.





**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

**Figura 8. Turisti stranieri in Italia nell'inverno 2013-14: differenza (in valore %) tra risultati a consuntivo dichiarati a maggio 2014 e aspettative espresse dagli operatori a novembre 2013, per area di appartenenza**

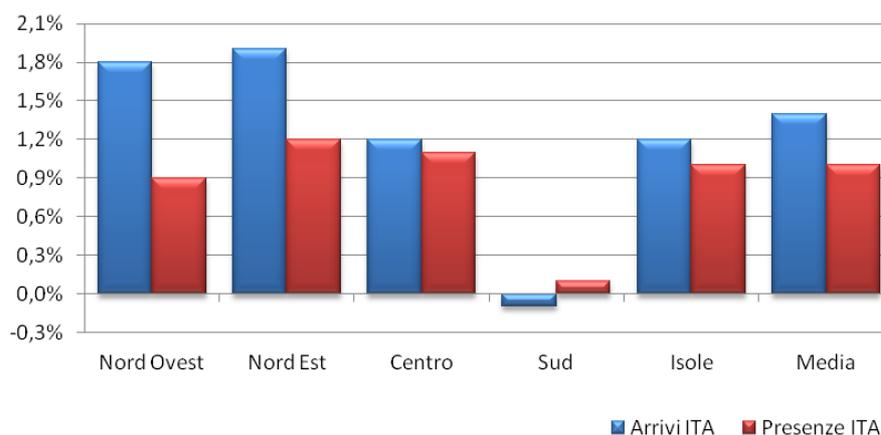


Nota: la differenza misura la capacità degli operatori di prevedere l'andamento della stagione invernale. Maggiore è la lunghezza della barra (in positivo o negativo) maggiore è il gap in valori % tra aspettative e consuntivo. Di conseguenza, più bassa risulta l'attendibilità dei giudizi espressi ad inizio stagione

Fonte: Ciset – elab. Questlab

Sul fronte del turismo domestico, invece, la differenza tra consuntivo e attese relative alla stagione invernale appena trascorsa risulta decisamente positiva (Fig. 9).

**Figura 9. Turisti italiani in Italia nell'inverno 2013-14: differenza (in valore %) tra risultati a consuntivo dichiarati a maggio 2014 e aspettative espresse dagli operatori a novembre 2013, per area di appartenenza**



Nota: la differenza misura la capacità degli operatori di prevedere l'andamento della stagione estiva. Maggiore è la lunghezza della barra (in positivo o negativo) maggiore è il gap in valori % tra aspettative e consuntivo. Di conseguenza, più bassa risulta l'attendibilità dei giudizi espressi ad inizio stagione

Fonte: Ciset – elab. Questlab



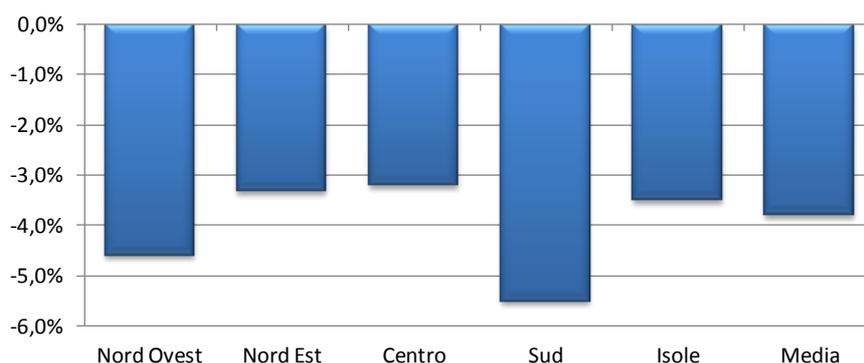


**INDAGINE CONGIUNTURALE Ciset**  
**Il turismo in Italia nelle opinioni**  
**degli operatori turistici**  
**Giugno 2014**

Andando nel dettaglio, sono soprattutto gli operatori del Nord ad evidenziare differenziali positivi superiori la media, in particolare dal lato degli arrivi (intorno al +1,8%), mentre quelli del Nord Est e del Centro dal lato delle presenze (intorno al +1,1%). Chi sembra, invece, aver colto al meglio l'andamento effettivo del mercato domestico sembrano gli operatori del Sud, dove il gap è intorno allo 0,1%.

Guardando, infine, al fatturato (Fig. 10), a differenza di quanto vista prima per i settori di attività, nel caso delle diverse aree territoriali, la differenza tra indicazioni fornite dalle imprese a consuntivo e a preventivo evidenziano tutte gap negativi, più accentuati al Sud e al Nord Ovest .

**Figura 10. Fatturato del turismo in Italia nell'inverno 2013-14: differenza (in valore %) tra risultati a consuntivo dichiarati a maggio 2014 e aspettative espresse dagli operatori a novembre 2013, per settore di attività**



Nota: la differenza misura la capacità degli operatori di prevedere l'andamento della stagione estiva. Maggiore è la lunghezza della barra (in positivo o negativo) maggiore è il gap in valori % tra aspettative e consuntivo. Di conseguenza, più bassa risulta l'attendibilità dei giudizi espressi ad inizio stagione

Fonte: Ciset – elab. Questlab

