



Regione Lombardia



# **Le rilevazioni trimestrali di T.R.A.V.E.L. – EXPO presso le strutture ricettive**

La stagione primaverile 2014

Rapporto di sintesi

Il team di T.R.A.V.E.L.-EXPO, Luglio 2014

**Il tasso di partecipazione alla rilevazione si è stabilizzato su valori che garantiscono la significatività statistica del dato regionale**

STAGIONE	PANEL RISPONDENTI
Invernale 2013	370
Primaverile 2013	353
Estiva 2013	331
Autunnale 2013	501
Invernale 2014	619
Primaverile 2014	610

Il processo di fidelizzazione degli imprenditori che rispondono all'indagine si è ormai consolidato e la soglia delle 600 strutture rispondenti è stata raggiunta per la seconda volta consecutiva.

I partecipanti attivi rappresentano il 10% circa degli operatori lombardi della ricettività, nonché dei posti letto totali disponibili.

Contestualmente, si rafforza anche la rappresentatività su scala micro-territoriale. Anche i territori con un numero limitato di operatori della ricettività (Lodi, Monza e Brianza, Cremona) sono rappresentati da almeno 15 strutture.

**Anche su scala territoriale micro la "geografia" dei rispondenti si consolida**

PROVINCIA	PANEL RISPONDENTI
VA	36
CO	51
LC	22
BG	63
BS	112
SO	71
LO	15
MN	33
CR	17
PV	27
MB	24
MI	139
<b>TOTALE</b>	<b>610</b>

# Nel Mondo e in Italia: lo Scenario turistico macro appare vivace e in ripresa

<p>Il 2013 è stato ancora un anno positivo per il turismo su scala planetaria, con una ulteriore crescita della domanda rispetto al già positivo 2012</p>	<p>Arrivi internazionali nel mondo. Var. % 2012-2013</p>	<p>+5.0%</p>
<p>Anche le prospettive per quest'anno sono decisamente buone: la United Nations World Tourism Organization (UNWTO) prevede una crescita degli arrivi internazionali di turisti nel mondo pari al 4%/4.5%</p>		
<p>Dopo una "frenata" nell'autunno dello scorso anno, sin da dicembre il nostro paese ha ricominciato a cavalcare questo trend, riuscendo ad attrarre cospicui flussi di turisti di provenienza straniera. L'inizio del 2014 è stato contraddistinto da performance importanti</p>	<p>Turisti stranieri in Italia. Var. % genn_2014 su genn_2013</p>	<p>+4.9%</p>
	<p>Pernottamenti dei turisti stranieri in Italia. Var. % genn_2014 su genn_2013</p>	<p>+14.6%</p>
<p>L'impatto economico complessivo della domanda internazionale sta crescendo più del volume dei flussi a testimonianza del fatto che il profilo di spesa del turista straniero medio è in crescita anche per effetto di una timida ripresa economica in alcuni paesi europei che guardano all'Italia come destinazione preferenziale</p>	<p>Spesa dei turisti stranieri in Italia. Var. % genn_2014 su genn_2013</p>	<p>+18.8%</p>
	<p>Bilancia dei pagamenti turistica. Var. % dic 2013 su dic 2012</p>	<p>+33.1%</p>
<p>Segnali ottimistici anche dal fronte dell'offerta: il saldo di natalità delle imprese di alloggio e ristorazione è risultato positivo a consuntivo 2013 e nell'ultima parte dell'anno il comparto turistico ha espresso corpose aspettative di creazione di nuove opportunità professionali</p>	<p>Le imprese di alloggio e ristorazione in Italia. Var % 2012-2013</p>	<p>+2.2%</p>
	<p>Assunzioni previste nel settore turistico. Var % IV trim. 2012-2013</p>	<p>+9,6%</p>

## Il trend lombardo rilevato da T.R.A.V.E.L.-EXPO: emergono segnali di ripresa pur in una Regione a due velocità

Dopo un consuntivo 2013 nel nome della stabilità e un inizio anno contraddittorio, su scala regionale il trend dei flussi ha ripreso a salire (rispetto al medesimo periodo dell'anno passato).

Nel complesso gli arrivi sono aumentati in misura che si avvicina al 3%; le presenze hanno evidenziato una dinamica meno brillante (+1.3%) ma pur sempre positiva.

**FLUSSI IN RECUPERO,  
SEPPUR CON  
DIVERSIFICAZIONI  
TERRITORIALI**

	ARRIVI			PRESENZE		
	ALB	EXTRA	TOT	ALB	EXTRA	TOT
<b>VARESE</b>	16.8%	10.2%	14.5%	12.2%	5.3%	9.9%
<b>COMO</b>	3.7%	2.0%	2.8%	1.9%	1.8%	1.9%
<b>LECCO</b>	1.8%	2.2%	2.0%	0.1%	3.6%	2.4%
<b>BERGAMO</b>	-2.7%	-2.1%	-2.4%	-2.9%	-1.8%	-2.4%
<b>BRESCIA</b>	-1.9%	-0.3%	-1.1%	-2.2%	-0.3%	-1.2%
<b>SONDRIO</b>	7.6%	8.1%	7.9%	6.8%	7.0%	6.8%
<b>MILANO</b>	4.3%	-2.1%	3.5%	2.3%	-3.0%	0.7%
<b>LODI</b>	4.5%	0.5%	4.3%	4.8%	0.9%	4.6%
<b>MANTOVA</b>	-1.2%	-1.9%	-1.3%	-1.3%	-2.6%	-1.7%
<b>CREMONA</b>	-0.7%	-4.3%	-2.1%	-1.0%	-5.9%	-2.7%
<b>PAVIA</b>	-3.9%	-4.3%	-4.1%	-4.3%	-4.5%	-4.3%
<b>MONZA BRIANZA</b>	-4.8%	-6.2%	-5.0%	-3.8%	-5.7%	-4.1%
<b>TOTALE</b>	3.5%	0.4%	2.7%	1.9%	0.2%	1.3%

Diversificata appare la capacità dei territori di sfruttare il momento positivo; molto bene **Varese**, che continua il suo trend di crescita più che decennale, e **Sondrio**, in recupero dopo un 2013 non brillante e un inizio 2014 controverso. Buoni risultati si registrano anche per **Como e Lecco**, che ritrovano un percorso di crescita dopo una chiusura negativa di 2013 e una stagione invernale piuttosto critica, e per **Milano e Lodi** che invece sono in trend positivo già da un anno circa. **Bergamo e Monza Brianza** appaiono in arretramento, in continuità con quanto fatto registrare nel corso degli ultimi 15 mesi, mentre costituisce un'inversione di tendenza il dato negativo (ma lieve) di **Brescia**. Criticità moderate anche a **Mantova e Cremona**, mentre la prolungata "emorragia di flussi" di **Pavia**, pur rallentando, non sembra interrompersi.

## Buona apertura internazionale, ma la bassa permanenza media rimane un limite

Complessivamente la % di stranieri che hanno visitato la Lombardia nel periodo marzo 2013 - maggio 2014 è risultata consistente con le medie storiche recenti, superando ampiamente il 50%.

Milano, e alcune province "di lago" - Como Brescia e Varese - detengono il primato, superando tutte e 4 il 55% di presenza straniera; se si fa eccezione per Brescia si delinea un'ulteriore conferma del legame tra buona performance turistica complessiva e propensione internazionale.

In coda nella graduatoria dell'apertura internazionale tutta la porzione sud del territorio regionale e in particolare Pavia e Cremona.

In generale è il sistema della ricettività di tipo alberghiero ad attrarre maggiormente il turista d'oltre-confine.

	PERCENTUALE STRANIERI		PERMANENZA MEDIA	
	ALB	EXTRA	ALB	EXTRA
varese	51.3	72.6	1.5	3.1
como	76.9	10.5	2.0	2.9
lecco	47.0	51.9	2.0	2.3
bergamo	44.1	12.7	1.7	2.2
brescia	55.8	47.4	2.8	4.4
sondrio	43.5	56.3	3.6	5.1
milano	58.7	45.8	2.0	6.6
lodi	36.4	14.7	1.4	3.9
mantova	39.5	30.7	1.9	2.3
cremona	37.2	13.8	1.8	3.3
pavia	36.6	21.0	1.9	3.6
monza brianza	47.8	26.5	1.6	6.6
TOTALE	53.2	43.1	2.1	4.2

Come di consueto in Lombardia risulta decisamente contenuta la permanenza media del turista, con situazioni estreme, specialmente nell'alberghiero, di permanenze sostanzialmente *overnight* a Varese, Bergamo, Lodi e Monza-Brianza.

# Le aspettative degli operatori

Seppur con cautela, si consolida un *sentiment* meno pessimista, ma non tutti i territori condividono la medesima *visione*

	Previsioni andamento della clientela su orizzonte di 12 mesi												
	VA	CO	LC	BG	BS	SO	LO	MN	CR	PV	MB	MI	totale
In aumento	11.1%	45.1%	13.6%	12.7%	14.4%	18.3%	36.4%	21.2%	20.0%	14.8%	16.7%	25.0%	20.0%
Stabile	41.7%	35.3%	40.9%	25.4%	43.2%	36.6%	36.4%	30.3%	53.3%	44.4%	50.0%	47.3%	40.2%
In diminuzione	25.0%	15.7%	27.3%	44.4%	23.7%	26.8%	9.1%	21.2%	13.3%	3.7%	16.7%	9.8%	21.4%
Non risponde	22.2%	3.9%	18.2%	17.5%	18.7%	18.3%	18.2%	27.3%	13.3%	37.0%	16.7%	17.9%	18.4%

Dopo una lunga fase di aspettative marcatamente negative, il *sentiment* da parte degli operatori della ricettività ha imboccato un sentiero di maggiore ottimismo già durante la passata stagione invernale; ora, a consuntivo della stagione primaverile, si confermano i segnali, seppur timidi, all'insegna della positività. Le percentuali di coloro che prevedono una diminuzione della clientela sono attestate intorno al 20% e sostanzialmente equivalenti alle percentuali di tono ottimistico. Sei mesi or sono i pessimisti erano invece il doppio degli ottimisti.

Scandagliando i territori si scopre che il futuro è visto attraverso lenti relativamente meno preoccupate a Como, Lodi e Milano.

A Bergamo, Brescia, Sondrio e a Varese (dove la crescita più che decennale del turismo viene percepita come non più sostenibile) vengono invece espresse percezioni decisamente più critiche.

Dopo una sensibile riduzione (da 84.6% a 70.4%) degli operatori pessimisti sull'andamento prospettico del comparto turistico evidenziatasi al termine della stagione invernale, l'evoluzione del clima di fiducia generale è stata all'insegna della stabilità: la percentuale dei pessimisti è rimasta sostanzialmente ferma a un 70.9%. Su scala geografica più micro si evidenzia una visione relativamente più incoraggiante a Como, unico territorio con meno del 50% di risposte negative e con percentuale di pessimisti non superiore a quella degli ottimisti. Varese, Lecco e Bergamo esprimono la visione più allarmata sulle prospettive future del settore.

	Giudizio sull'andamento prospettico del comparto turistico												
	VA	CO	LC	BG	BS	SO	LO	MN	CR	PV	MB	MI	totale
Negativo	80.6%	47.1%	81.8%	81.0%	71.9%	70.4%	63.6%	72.7%	60.0%	59.3%	75.0%	73.2%	70.9%
Positivo	5.6%	47.1%	18.2%	12.7%	15.8%	9.9%	27.3%	18.2%	40.0%	37.0%	16.7%	19.6%	19.5%
Non risponde	13.9%	5.9%	0.0%	6.3%	12.2%	19.7%	9.1%	9.1%	0.0%	3.7%	8.3%	7.1%	9.6%

# Gli imprenditori della ricettività lombarda si considerano pronti ad affrontare EXPO 2015...

AZIONI PROGRAMMATE DAGLI IMPRENDITORI DELLA RICETTIVITA' PER AFFRONTARE AL MEGLIO EXPO 2015										
	Aderire a network, club di prodotto	Ampliare la gamma dei servizi offerti	Aumentare il numero di posti letto	Nuove strategie di comunicazione e promozione	Nessuna iniziativa	Nuove strategie di prezzo e commerciali	Progettare nuovi prodotti turistici	Investimenti di tipo strutturale	Non risponde	TOT
Varese	2.8%	0.0%	0.0%	2.8%	61.1%	2.8%	0.0%	0.0%	30.6%	100.0%
Como	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	64.7%	2.0%	2.0%	2.0%	27.5%	100.0%
Sondrio	1.4%	2.7%	1.4%	0.0%	64.4%	0.0%	0.0%	0.0%	30.1%	100.0%
Milano	0.9%	0.0%	0.0%	0.9%	25.9%	3.6%	0.0%	8.0%	60.7%	100.0%
Bergamo	4.8%	0.0%	0.0%	1.6%	59.7%	0.0%	4.8%	1.6%	27.4%	100.0%
Brescia	0.0%	0.7%	0.7%	0.7%	68.3%	1.4%	0.0%	2.2%	25.9%	100.0%
Pavia	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	63.0%	3.7%	0.0%	0.0%	29.6%	100.0%
Cremona	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	53.3%	13.3%	0.0%	0.0%	26.7%	100.0%
Mantova	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	87.9%	0.0%	0.0%	0.0%	12.1%	100.0%
Lecco	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	4.5%	4.5%	40.9%	100.0%
Lodi	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	81.8%	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%	100.0%
Monza e Brianza	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	54.2%	12.5%	0.0%	4.2%	29.2%	100.0%
<b>TOTALE</b>	<b>1.3%</b>	<b>0.7%</b>	<b>0.3%</b>	<b>0.7%</b>	<b>57.9%</b>	<b>2.3%</b>	<b>0.8%</b>	<b>2.6%</b>	<b>33.4%</b>	<b>100.0%</b>

Tenendo conto della percentuale dei non rispondenti (33.4%) e di chi ha dichiarato di non avere pianificato alcunché (58%), emerge che **solo il 8.8% degli operatori ha programmato azioni specifiche.**

Pochi gli investimenti di tipo strutturale e localizzati per lo più nel **capoluogo** e in minor misura in provincia di **Lecco**. Sulle azioni di marketing in senso ampio scommettono a **Monza Brianza**, dove si sta agendo sui canali di commercializzazione e sul posizionamento di prezzo, a **Cremona** dove la chiave per il superamento delle criticità è individuata nel "fare rete" e a **Varese** che predilige i canali della comunicazione. A **Sondrio** l'attenzione è sul turista, sia in termini di incremento della capacità ricettiva, sia di ampliamento del menu di servizi offerti alla clientela. **Bergamo** progetta il proprio rilancio lavorando su nuovi prodotti turistici, da proporre eventualmente in modo organizzato e coerente come accade negli standard dei club di prodotto.

## ...ma non pensano altrettanto di coloro che hanno il compito di amministrare e prendersi cura del contesto territoriale. Ecco le loro richieste..

COSA CHIEDONO GLI IMPRENDITORI A CHI AMMINISTRA IL TERRITORIO										
	Sicurezza dei cittadini e dei turisti	Incrementare le azioni di marketing territoriale	Qualita' dell'ambiente, pulizia e decoro urbanistico	Quantita' e qualita' della segnaletica e delle informazioni sul territorio	Moltiplicare le occasioni culturali	Potenziare il sistema dei trasporti locali e infra-regionali	Sviluppare la viabilita' e i parcheggi	Organizzare un sistema regionale di booking on line	Altro	Totale complessivo
Varese	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	14.3%	57.1%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Como	0.0%	28.6%	0.0%	7.1%	42.9%	7.1%	7.1%	0.0%	7.1%	100.0%
Sondrio	0.0%	58.8%	0.0%	5.9%	0.0%	0.0%	23.5%	0.0%	11.8%	100.0%
Milano	7.1%	28.6%	0.0%	3.6%	7.1%	17.9%	7.1%	7.1%	21.4%	100.0%
Bergamo	0.0%	16.7%	0.0%	5.6%	16.7%	38.9%	5.6%	0.0%	16.7%	100.0%
Brescia	0.0%	34.5%	0.0%	3.4%	17.2%	17.2%	10.3%	6.9%	10.3%	100.0%
Pavia	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%
Cremona	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	0.0%	33.3%	0.0%	100.0%
Mantova	0.0%	40.0%	0.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Lecco	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	0.0%	16.7%	16.7%	100.0%
Lodi	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Monza e Brianza	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	0.0%	20.0%	20.0%	100.0%
<b>Totale complessivo</b>	<b>1.4%</b>	<b>27.2%</b>	<b>0.7%</b>	<b>4.8%</b>	<b>17.0%</b>	<b>23.1%</b>	<b>7.5%</b>	<b>6.8%</b>	<b>11.6%</b>	<b>100.0%</b>

Tra le strutture rispondenti (circa 300) le esigenze maggiormente sentite sono (1) un più intensivo utilizzo delle azioni di valorizzazione e marketing del territorio (27.2%), ritenute non ancora del tutto adeguate soprattutto a **Sondrio, Mantova e Brescia** e (2) un potenziamento del sistema dei trasporti locali e infra-regionali (23.1%) rispetto al quale la sensibilità è maggiore a **Varese, Cremona, Monza-Brianza e Lecco**.

Trasversali a quasi tutti i territori, seppur con diverse intensità, sono i temi della segnaletica (più avvertito a **Mantova e Pavia**), e della necessità di sviluppare e moltiplicare l'offerta culturale (soprattutto a **Lodi, Como, Mantova e Pavia**); quest'ultimo item complessivamente viene segnalato dal 17% dei rispondenti su scala regionale.

**Pavia, Cremona, Lecco e Monza Brianza** chiedono l'attivazione di sistemi regionali di booking on line ai quali nemmeno la **piazza milanese** appare del tutto insensibile.

Sondrio e, con minore intensità, Brescia segnalano la carenza di parcheggi e la necessità di potenziare la rete viaria, mentre solo a Milano emerge la richiesta di interventi a sostegno della sicurezza dei visitatori, oltre che dei cittadini

Tra le voci residue ("altro") che rilevano soprattutto a Milano, Bergamo e Monza Brianza emergono con maggior frequenza le richieste di maggiori opportunità di finanziamento pubblico, di un alleggerimento della pressione fiscale e di un'intensificazione dei controlli nei confronti delle strutture ricettive abusive

# Gli operatori della ricettività non hanno nemmeno sviluppato particolare confidenza con la DMO EXPLORA...

Interrogati in merito al fatto di avere aderito o meno a Explora e per quali motivazioni, gli imprenditori della ricettività hanno risposto così:

	Con EXPLORA conto di aumentare il numero di pernottamenti venduti nel periodo EXPO	Con EXPLORA conto di aumentare la visibilità della mia azienda e raggiungere nuovi mercati	Grazie a EXPLORA conto di aumentare il mio fatturato	Ho scelto di non aderire	Non so cosa sia EXPLORA	Non sa / non risponde	Totale complessivo
<b>Varese</b>	0.0%	2.8%	2.8%	5.6%	66.7%	22.2%	100.0%
<b>Como</b>	2.0%	2.0%	0.0%	5.9%	66.7%	23.5%	100.0%
<b>Sondrio</b>	0.0%	0.0%	0.0%	9.6%	68.5%	21.9%	100.0%
<b>Milano</b>	0.9%	1.8%	1.8%	42.9%	33.0%	19.6%	100.0%
<b>Bergamo</b>	1.6%	0.0%	0.0%	9.7%	77.4%	11.3%	100.0%
<b>Brescia</b>	0.0%	0.0%	0.0%	13.7%	72.7%	13.7%	100.0%
<b>Pavia</b>	0.0%	3.7%	0.0%	11.1%	66.7%	18.5%	100.0%
<b>Cremona</b>	0.0%	6.7%	0.0%	6.7%	60.0%	26.7%	100.0%
<b>Mantova</b>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	90.9%	9.1%	100.0%
<b>Lecco</b>	0.0%	0.0%	0.0%	13.6%	77.3%	9.1%	100.0%
<b>Lodi</b>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
<b>Monza e Brianza</b>	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
<b>TOTALE</b>	<b>0.5%</b>	<b>1.0%</b>	<b>0.5%</b>	<b>16.2%</b>	<b>64.6%</b>	<b>17.2%</b>	<b>100.0%</b>

Ben il 64.6% degli intervistati (610) afferma di non conoscere cosa sia Explora e quali servizi/opportunità essa offra; un altro 17.2% si rifiuta di rispondere, mentre il 16.2% afferma di conoscere Explora, ma di non considerare interessante la proposta e di avere quindi liberamente scelto di non aderire. In provincia di Milano, com'era facile attendersi, la percentuale di imprenditori informati sale, superando il 65% ma con essa sale, raggiungendo livelli assolutamente significativi (43% circa), anche la quota percentuale di strutture che scelgono di non fruire di tale opportunità. Tra le motivazioni a sostegno espresse dalle poche strutture che aderiscono a EXPLORA a Como e Bergamo prevale la convinzione di poter vendere un numero maggiore di pernottamenti, a Pavia, Cremona e Varese la possibilità di accrescere la visibilità aziendale, a Milano e nuovamente a Varese l'obiettivo di aumentare il fatturato.

**...e per ora stanno registrando solo movimenti minimi indotti dall'evento**

- Solo 39 strutture tra le 610 intervistate dichiara di avere già venduto pernottamenti per il periodo interessato da EXPO-2015 per un totale di circa 4000 "notti" vendute.
- 24 di queste strutture sono localizzate a Milano.
- Il totale dei pernottamenti venduti equivale per ora a un tasso di copertura dei posti letto disponibili presso quelle strutture (nel periodo rilevante) pari allo 0.6%.