



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

La stagione primaverile 2015

Rapporto di sintesi

Il team di T.R.A.V.E.L.-EXPO, Luglio 2015

Tassi di partecipazione alla rilevazione stabili su valori che garantiscono la significatività statistica del dato regionale

STAGIONE	PANEL RISPONDENTI
Invernale 2012-2013	370
Primaverile 2013	353
Estiva 2013	331
Autunnale 2013	501
Invernale 2013-2014	619
Primaverile 2014	610
Estiva 2014	604
Autunnale 2014	606
Invernale 2014-2015	609
Primaverile 2015	619

***Redemption* significativa anche rispetto a segmentazioni micro-territoriali e tipologiche**

Province	Rispondenti
VA	37
CO	49
LC	24
BG	68
BS	112
SO	68
LO	11
MN	35
CR	24
PV	26
MB	25
MI	140
Totale cor	619

Con la rilevazione relativa alla stagione primaverile 2015 prende avvio un processo di **revisione metodologica delle tecniche di rielaborazione dei dati**. Questa operazione, finalizzata a restituire serie storiche complete e omogenee dei fenomeni oggetto di indagine e indotta tra l'altro dalla necessità di rettificare alcuni errori di stima, si completerà con la rilevazione estiva.

UN GRAZIE A DIGICAMERE PER LA QUALITA' DEL LAVORO SVOLTO NELL'ATTIVITA' DI RILEVAZIONE

L'executive summary (I)

- Il turismo è sempre più uno dei driver principali dell'economia mondiale, capace di generare GDP, occupazione e innescare flussi commerciali internazionali.
- In Lombardia, dopo una stagione invernale all'insegna della stabilità, la stagione primaverile ha acquisito un tono decisamente positivo, in termini di flussi turistici in entrata.
- Deprezzamento dell'Euro, effetto traino di EXPO (seppur debole e controverso) e clima meteorologico favorevole hanno del resto provocato una vigorosa espansione della domanda, soprattutto di quella internazionale
- Tutti i territori lombardi rivelano ottime performance; solo su Mantova si intravede qualche lieve ombra.
- Il punto di svolta nel *sentiment* degli operatori è arrivato e si allinea al rinnovato clima di fiducia per l'economia italiana nel suo complesso.

L'executive summary (II)

- Gli operatori lombardi rimangono scettici e freddi nei confronti di EXPO e della sua capacità di fare da volano per la performance della ricettività lombarda
- Ciò nonostante l'evento fieristico ha prodotto un primo esito: un forte incremento (verosimilmente temporaneo) della domanda turistica di provenienza straniera, incentivata anche dal moderato indebolimento dell'Euro, ma senza conseguenze di rilievo a carico della permanenza media.
- Anche ex post si trovano conferme di un atteggiamento prudente delle strutture nei confronti delle politiche di rimodulazione prezzo (già annunciato prima dell'evento)...qual è la vera verità?

Lo scenario internazionale

Su scala planetaria la rilevanza del turismo è crescente

- **Il settore genera il 6% delle esportazioni complessive mondiali e il 30% delle esportazioni di servizi.**
- **Contribuisce per il 10% al GDP mondiale e genera un posto di lavoro ogni 11 totali**

Il barometro congiunturale mondiale (UNWTO) indica un clima positivo

- **Nel mondo gli arrivi turistici sono cresciuti del 4.0% nei primi 4 mesi del 2015 (+4.5% in Europa).**
- **Le previsioni per la restante parte dell'anno segnalano un ulteriore miglioramento e sono le migliori dal 2007 ad oggi**

Il trend primaverile in Lombardia nella rilevazione di T.R.A.V.E.L.-EXPO: il quadro congiunturale è di tono positivo rispetto all'anno passato

Dopo una stagione invernale prudentemente positiva, su scala regionale si è registrata nel periodo marzo-maggio una situazione di chiaro recupero nei dati di afflusso turistico

Nel complesso sia gli arrivi, sia le presenze sono cresciuti in misura superiore al +4%.

La performance delle strutture alberghiere è risultata decisamente migliore di quella degli esercizi complementari

TASSI DI VARIAZIONE RISPETTO A STAGIONE PRIMAVERILE 2014						
	ARRIVI			PRESENZE		
	Alberghi	Extra-alb.	Totale	Alberghi	Extra-alb.	Totale
VARESE	4.1	0.0	2.5	8.7	0.1	5.2
COMO	4.9	0.6	2.8	9.6	0.6	5.4
LECCO	7.1	0.5	3.2	7.9	0.5	3.6
BERGAMO	4.3	-0.1	2.5	5.8	-0.7	3.1
BRESCIA	5.6	0.1	3.1	8.0	0.2	5.0
SONDRIO	2.7	0.3	2.2	2.6	1.1	2.4
MILANO	8.1	0.0	7.1	9.5	0.0	8.4
LODI	7.6	6.7	7.2	8.2	7.0	7.9
MANTOVA	1.5	-4.7	-1.8	1.3	-5.8	-2.6
CREMONA	4.4	2.2	3.6	4.3	3.2	3.9
PAVIA	3.0	0.0	1.8	2.5	0.0	1.5
MONZA BRIANZA	7.1	0.7	6.3	7.1	0.1	6.2
TOTALE	6.0	0.2	4.9	7.7	0.4	4.5

Non esiste un'unica motivazione a supporto della positività dello scenario.

- Il dettaglio mensile dei tassi di variazione suggerisce che alcuni territori abbiano beneficiato a maggio di un chiaro effetto EXPO; si tratta essenzialmente di Milano, Monza Brianza, Bergamo, Como e Lodi.
- Altri territori si confrontano con un dato 2014 disturbato dal mal tempo che nell'anno passato in primavera ha penalizzato soprattutto le destinazioni di lago (il Garda, Lecco, Varese).
- Infine non va dimenticato l'effetto deprezzamento dell'Euro (legato al QE) che ha cominciato a generare effetti corposi proprio in primavera, come suggeriscono tassi di crescita dei turisti stranieri superiori a quelli di provenienza domestica

Vocazione internazionale consolidata e in crescita

Permanenze medie ancora «stagnanti»

Complessivamente, la % di stranieri sul totale dei visitatori ha ripreso quota, dopo la lieve flessione invernale, posizionandosi al 47.4% e superando il 50% a Como, Lecco, Lodi e Monza Brianza.

Il percorso di «internazionalizzazione» progressiva della montagna lombarda, che ha ottenuto successi recenti nelle stagioni di picco (estate e inverno) non si è espresso in primavera con particolare intensità.

Permanenza media stabile sui valori invernali

	PERM MEDIA	% stranieri
varese	1.76	46.0%
como	2.28	51.3%
lecco	2.06	69.7%
bergamo	1.80	29.3%
brescia	2.87	46.7%
sondrio	3.88	27.1%
milano	2.08	47.6%
lodi	1.53	53.4%
mantova	1.98	22.9%
cremona	1.80	21.4%
pavia	2.00	37.2%
monza brianza	1.68	54.2%
totale	2.19	47.4%

Il *sentiment* degli operatori

Migliora ancora il clima di fiducia: il punto di svolta è arrivato

ASPETTATIVE ANDAMENTO DEI FLUSSI DI CLIENTI NEI 12 MESI SUCCESSIVI

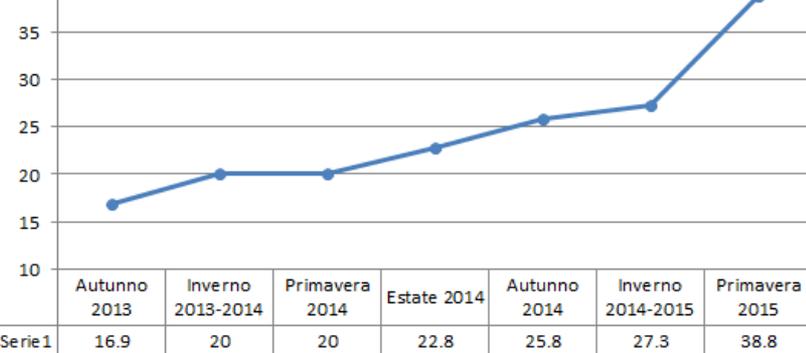
Province	VA	CO	LC	BG	BS	SO	LO	MN	CR	PV	MB	MI	Totale
Aumento	51.4%	38.8%	25.0%	38.2%	36.4%	29.4%	63.6%	31.4%	50.0%	38.5%	36.0%	44.6%	38.8%
Stabilità	40.5%	55.1%	58.3%	36.8%	55.0%	51.5%	18.2%	45.7%	37.5%	38.5%	52.0%	40.2%	46.5%
Diminuzione	5.4%	6.1%	12.5%	19.1%	5.0%	19.1%	18.2%	22.9%	12.5%	15.4%	8.0%	11.6%	11.8%
Non risponde	2.7%	0.0%	4.2%	5.9%	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.7%	4.0%	3.6%	2.9%
Totale	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Il miglioramento del clima di fiducia descrive un trend crescente ormai da più di un anno; nell'ultima rilevazione il *sentiment* degli operatori è segnalato in ulteriore miglioramento.

La percentuale di coloro che prevedono una diminuzione della clientela è risultata ulteriormente in calo (da 14.3% a 11.8%) e ampiamente inferiore a quella degli «ottimisti» che è passata dal 27.3% al 38.8%.

Con la fiducia, crescono anche la consapevolezza e il grado di informazione sull'andamento dei mercati; a dimostrarlo è il valore ormai trascurabile (circa il 3%; era il 10% tre mesi prima) di imprenditori incerti sul futuro e che scelgono di non esprimere alcuna opinione.

% rispondenti che prevedono aumenti dei flussi turistici nei 12 mesi successivi



Disaggregando per territori emerge che il trend di rinnovata fiducia stenta ad affermarsi soprattutto a Sondrio e Mantova. Maggiore ottimismo a Milano, Lodi, Varese e Cremona

PROSPETTIVE PERCIPITE PER IL COMPARTO TURISTICO

Provincia	VA	CO	LC	BG	BS	SO	LO	MN	CR	PV	MB	MI	Totale
Positive	70.3%	71.4%	45.8%	60.3%	76.4%	54.4%	54.5%	48.6%	54.2%	53.8%	68.0%	72.3%	65.4%
Negative	24.3%	26.5%	54.2%	35.3%	20.7%	45.6%	45.5%	51.4%	41.7%	46.2%	24.0%	24.1%	31.8%
Non risponde	5.4%	2.0%	0.0%	4.4%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	8.0%	3.6%	2.7%
Totale	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Anche rispetto all'andamento prospettico generale del settore turistico migliora il *sentiment* degli imprenditori. Aspettative positive per il 65.4% dei rispondenti (era il 34.6% % tre mesi fa, il 30% sei mesi fa).

Quale impatto può avere EXPO 2015 sulla performance delle strutture ricettive lombarde? **Intervistati in proposito gli operatori esprimono scetticismo e freddezza**

VALUTAZIONI SULL'IMPATTO DI EXPO 2015 SULLA PERFORMANCE DELLA PROPRIA STRUTTURA

Provincia	VA	CO	LC	BG	BS	SO	LO	MN	CR	PV	MB	MI	Totale
Molto buono	5.4%	4.1%	0.0%	4.4%	2.1%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	7.7%	12.0%	8.9%	4.4%
Abbastanza buono	18.9%	8.2%	0.0%	5.9%	7.9%	11.8%	18.2%	2.9%	4.2%	15.4%	20.0%	30.4%	13.1%
Modesto	40.5%	34.7%	29.2%	26.5%	26.4%	16.2%	27.3%	17.1%	25.0%	26.9%	44.0%	40.2%	29.6%
Nessun Impatto	35.1%	49.0%	66.7%	63.2%	62.9%	70.6%	36.4%	77.1%	70.8%	50.0%	20.0%	18.8%	51.5%
Non risponde	0.0%	4.1%	4.2%	0.0%	0.7%	1.5%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	4.0%	1.8%	1.5%
Totale	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Scetticismo diffuso tra gli operatori della ricettività in merito all'impatto che EXPO 2015 può avere sui volumi di turisti in entrata nelle strutture ricettive.

Più del 50% ritiene che EXPO non avrà alcun impatto e soltanto il 17.5% si dichiara abbastanza o molto ottimista su tale ricaduta.

Milano, Lodi e Monza Brianza esprimono le valutazioni più favorevoli, Estremamente scettici i territori della montagna lombarda (Sondrio, Bergamo, Lecco e Brescia) e buona parte dei territori padani (Mantova e Cremona più degli altri)

Ad ogni modo, dall'inizio di EXPO un trend ha senza dubbio preso corpo: si tratta del significativo aumento della presenza straniera

PROVENIENZA DEI CLIENTI DAL MOMENTO DI INIZIO DI EXPO 2015: dichiarazioni degli imprenditori della ricettività

	Italia	Area Euro	Russia e Europa dell'est	Paesi del nord Europa	Nord America	America Latina	Medio Oriente	Cina	Giappone	India e altri paesi asiatici	Africa subsahariana	Altro	non risponde
VA	29.9%	35.8%	3.0%	11.9%	3.0%	1.5%	0.0%	0.0%	1.5%	1.5%	0.0%	1.5%	10.4%
CO	15.9%	35.4%	1.2%	6.1%	11.0%	2.4%	0.0%	2.4%	0.0%	1.2%	0.0%	4.9%	19.5%
LC	34.4%	15.6%	3.1%	9.4%	0.0%	3.1%	0.0%	3.1%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	28.1%
BG	34.9%	22.0%	5.5%	9.2%	3.7%	0.9%	0.9%	2.8%	0.0%	0.9%	0.0%	0.9%	18.3%
BS	33.5%	31.1%	2.4%	8.1%	3.3%	0.5%	0.0%	1.4%	0.5%	0.5%	0.0%	1.0%	17.7%
SO	43.7%	21.4%	3.9%	7.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	1.0%	0.0%	1.9%	18.4%
LO	45.5%	36.4%	9.1%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
MN	36.2%	19.1%	4.3%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	29.8%
CR	42.5%	25.0%	5.0%	7.5%	7.5%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%
PV	41.0%	33.3%	2.6%	0.0%	5.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17.9%
MB	37.0%	28.3%	4.3%	0.0%	2.2%	4.3%	2.2%	6.5%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	10.9%
MI	32.7%	33.2%	5.9%	4.9%	2.4%	2.0%	1.5%	3.4%	2.9%	2.4%	0.5%	0.5%	7.8%
Totale	34.1%	29.0%	4.0%	6.5%	3.5%	1.2%	0.5%	2.2%	1.3%	1.2%	0.1%	1.1%	15.4%

In base alle dichiarazioni degli imprenditori, la quota di clienti stranieri, dopo l'avvio di EXPO, avrebbe superato il 65% con punte massime a Como, Varese, Milano e valori minimi (ma comunque superiori al 50%) a Lodi, Sondrio e Cremona.

Tra le provenienze estere prevale l'area dell'Euro, seguita dal Nord Europa e dall'est europeo. Spiccano la presenza di Nordamericani a Como, di Sudamericani a Lecco, di Cinesi a Monza Brianza, di Giapponesi a Mantova

Ma nonostante la crescita degli stranieri, la permanenza media del turista sul territorio lombardo non sembra risentirne favorevolmente

PERMANENZA MEDIA DEI CLIENTI A PARTIRE DALL'INIZIO DI EXPO: dichiarazioni degli imprenditori della ricettività

Provincia	VA	CO	LC	BG	BS	SO	LO	MN	CR	PV	MB	MI	Totale
1 notte	24.3%	18.4%	25.0%	26.5%	25.0%	32.4%	36.4%	20.0%	41.7%	50.0%	32.0%	18.8%	26.2%
Tra 2 e 3 notti	40.5%	30.6%	29.2%	30.9%	22.9%	7.4%	45.5%	14.3%	20.8%	19.2%	44.0%	63.4%	31.8%
Tra 4 e 7 notti	2.7%	0.0%	0.0%	1.5%	1.4%	2.9%	0.0%	5.7%	0.0%	3.8%	0.0%	0.9%	1.6%
Una settimana e più	5.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	1.8%	1.1%
Non risponde	27.0%	51.0%	45.8%	41.2%	50.0%	55.9%	18.2%	60.0%	37.5%	23.1%	24.0%	15.2%	39.3%
TOTALE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

In base alle dichiarazioni degli imprenditori, la percentuale di visitatori che non supera le tre notti in Lombardia rimane comunque elevata (58%) e tale valore è ancor più alto a Milano (più del 82%) a Monza Brianza (76%), a Lodi (81.9%).

Sono cioè i territori nei quali gli imprenditori ritengono che EXPO abbia il maggiore impatto a denunciare il fenomeno del «mordi e fuggi» turistico

Qual è la verità sui prezzi?

AUMENTO DEI PREZZI (in occasione di EXPO) RISPETTO AGLI STANDARD ABITUALI													
Provincia	VA	CO	LC	BG	BS	SO	LO	MN	CR	PV	MB	MI	Totale
Inalterati	62.2%	77.6%	79.2%	77.9%	87.1%	83.8%	63.6%	91.4%	95.8%	73.1%	56.0%	42.0%	73.3%
Ridotti	10.8%	4.1%	12.5%	5.9%	7.1%	5.9%	0.0%	5.7%	0.0%	15.4%	4.0%	4.5%	6.3%
Aumentati tra 0 e 10%	21.6%	14.3%	4.2%	13.2%	4.3%	2.9%	27.3%	2.9%	0.0%	11.5%	20.0%	26.8%	12.1%
Aumentati tra 10% e 20%	5.4%	0.0%	0.0%	1.5%	0.7%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	12.0%	18.8%	4.7%
Aumentati tra 20% e 40%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	5.4%	1.3%
Aumentati più del 40%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.2%
Non risponde	0.0%	4.1%	4.2%	1.5%	0.0%	7.4%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	4.0%	1.8%	2.1%
TOTALE	100.0%												

Intervistate nei mesi passati sulle loro intenzioni di prezzo per il periodo EXPO le strutture si erano dichiarate relativamente prudenti: lo scorso marzo il 59.1% di esse dichiarava di non aver modificato il proprio posizionamento di prezzo e di non avere intenzione di farlo nel futuro prossimo. Oggi, a evento iniziato, nonostante il bombardamento mediatico sul tema, gli imprenditori restituiscono posizioni ancora più nitide: più del 73% di esso dichiara di aver lasciato inalterati i prezzi e più del 6% sostiene addirittura di averli ridotti. In caso di aumento le percentuali dichiarate sono comunque molto basse (tra 0 e il 10% per il 12% degli intervistati).

Milano, Monza Brianza, Varese e Lodi hanno un atteggiamento sul mercato più aggressivo della media.