

2014
*“Le Vacanze degli
Europei”*

- Marzo 2014 -

INDICE:

Premessa

1. Lo scenario economico internazionale
 - 1.1 Il ritorno delle economie occidentali.
2. La propensione degli europei per la vacanza estiva
3. I turisti Europei sceglieranno l'Italia?
4. Le previsioni sulle vacanze 2014
 - 4.1 Profilo dell'estate 2014
 - 4.2 I sondaggi indicano crescita: +3-4% per il 2014
 - 4.3 L'Europa si rafforza come destinazione di vacanza
 - 4.4 Gli europei e le vacanze balneari in Emilia Romagna
5. Le schede dei principali mercati
6. La spesa dei turisti in Italia

Conclusioni

Premessa

Quando si tratta di fare previsioni meteo ci si basa sulla pressione atmosferica, sulle correnti e sui venti. Quando si tratta di turismo conta quello che fanno e pensano le persone, contano i redditi, i debiti, la salute, l'età, le simpatie, persino la politica. E' così complicato che pochi se ne occupano e preferiscono programmare le proprie azioni guardando a quello che è successo uno o due anni prima.

Il Turismo, ormai comunemente soprannominato "il nostro petrolio" non è una materia scientifica così ciascuno sente il dovere di indovinare solo le giornate di sole e sereno, al massimo la velocità del vento, ma quasi mai i casi di maltempo, di pioggia, di freddo. Come se il mercato turistico non fosse un mercato, ma un campo di grano.

Recentissime ricerche delle principali business school internazionali, confermano la tesi della spontaneità di questo settore che, secondo autorevoli fonti industriali, non è affatto produttivo, non genera PIL, è una mostra-scambio regionale e stagionale. E, sempre secondo queste fonti industriali, se un settore non è produttivo a che cosa serve il marketing?

Sta per scattare il semestre turistico, quello estivo, che produce la metà della produzione e dei ricavi turistici nazionali. Il 2014 stando alle nostre vastissime capacità relazionali e tecniche, oltre a indagini e collaudate rilevazioni campionarie, si rivela un anno nel quale tutti sono in difesa. Dall'ENIT al Veneto, dalla Sicilia al Friuli, persino la Val d'Aosta e l'Alto Adige ... tutti fanno "catenaccio", puntano sulla continuità e svolgono esercizi di ottimismo. Si aspettano importanti trasformazioni del Titolo V della Costituzione e un ridimensionamento della spesa gestita dagli assessori al turismo regionali e provinciali (se ci saranno ancora) *"l'un contro l'altro armato"* (A. Manzoni - 1821). Ciascuno, con un proprio libretto di litanie, afferma di aver fatto il massimo e promette di fare il massimo anche per il 2014. Una quindicina di questi assessori - emerge dalle rassegne stampa - sono in giro per fiere, perché: *"tutti gli europei o gran parte di loro, prima di prenotare una vacanza, acquistare un soggiorno, farsi catturare dalla qualità dall'offerta, assumono informazioni, vanno alle fiere, sfogliano i cataloghi, le guide, navigano su internet"* (l'ultima leggenda è che consultano Amazon).

In generale i sondaggi e le ricerche spiegano che la scelta sul *dove andare* nel 2014 sarà simile a quella dell'anno prima, anche se 2 europei su 10 vogliono distinguersi e faranno, nel 2014, scelte diverse da quelle del 2013.

Se fosse così avrebbero ragione quelli che hanno organizzato e strutturato le proprie azioni promozionali in continuità con il 2013, 2012 e così via.

Le previsioni sulle vacanze degli europei frutto di un impegnativo studio delle singole economie, condizioni sociali, evoluzione dei redditi, del trasporto e dei

collegamenti, contengono anche uno zoom sulle prospettive 2014 per la Riviera romagnola.

Anamnesi di una previsione affidabile

Secondo Trademark Italia, dopo 30 anni di previsioni turistiche e di esperienze sui maggiori eventi europei, l'anno 2014 lascia intravedere una buona metà di europei e di italiani *"senza soldi da investire per una vacanza sul modello del 2007 ma non per questo rinunciatari a una vacanza al mare"*.

Quello che più conta sul fronte previsionale, e farà la differenza, è quel 15% che dice di *non potersi permettere nemmeno il modello di vacanza del 2013*.

La maggior parte degli intervistati dai maggiori istituti europei (banche comprese) sottolinea che è in corso una contrazione dei redditi e un generale cambiamento dello stile di vita europeo. Non per tutti - come si vedrà dalle proiezioni dei singoli Stati - ma per la maggioranza dei residenti delle nazioni del Sud Europa la contrazione dei redditi non è virtuale: *"ci sono difficoltà per le vacanze 2014 perché la mia famiglia ha risentito dei cambiamenti sociali ed è penalizzata delle conseguenze della crisi"* risponde così il 27% degli Europei interpellati da GFK, che significa prevedere un volume di presenze (room nights) maggiore di quello dell'anno scorso.

Analoghe informazioni vengono dai sondaggi di Trademark Italia rivolti, tra febbraio e la metà di marzo, ai maggiori tour operator europei e agenzie di incoming. Non c'è entusiasmo e gli operatori interpellati ci hanno ricordato che l'estate italiana per gli intermediari rappresenta i 2/3 del proprio fatturato annuale. Il filo che ha legato 6 anni di crisi economica e occupazionale produce anche nel 2014 una contrazione della domanda superiore a quella dello scorso anno. Dire *meno italiani* è facile e banale, altrettanto scontato è annunciare che arriveranno in Italia più europei a causa della crisi egiziana (Mar Rosso). Per affrontare l'approccio previsionale *"meno italiani"* Trademark Italia evidenzia che l'Italia è diversa da come economicamente appare. Qui vivono e prosperano 8 milioni di connazionali abbienti, ricchi abbastanza per scegliere il *dove e quello che vogliono* per le proprie vacanze senza grandi limitazioni (*quanto costa costa*).

Accertato che la stessa cosa accade in Spagna, Francia, Germania, Regno Unito, Be.Ne.Lux e Scandinavia avremo uno scenario dei *viaggi leisure* per il 2014 che potrebbe non essere peggiore di quello del 2013.

La verifica di questo trend è stata effettuata interpellando 1.470 albergatori e gestori di appartamenti oltre ai tour operator europei e 80 tra le principali agenzie viaggi europee.

Le risposte ottenute lasciano spazio ad un generico ottimismo relativamente alle nazioni chiave dell'estate italiana, a previsioni più negative invece in

merito alle nazioni che hanno scarso peso sul turismo italiano; non mancano poi gli annunci di andamenti positivi delle prenotazioni e/o dei contatti relativamente alle vacanze di alcuni Paesi Scandinavi, dei tedeschi e in generale dei residenti nel cuore dell'Europa.

Molto incerto invece è apparso l'outlook del movimento leisure degli spagnoli, degli italiani e degli inglesi.

Analizzando i dati ufficiali di Eurostat, le ricerche presentate in occasione dell'ITB di Berlino alle quali abbiamo fatto seguire le interviste ai tour operator e il sondaggio di operatori che collaborano abitualmente con Trademark Italia - messa in conto la soluzione della contesa tra Russia e UE su Ucraina e Crimea, - scontate le caratteristiche attrattive dei singoli Paesi;

- mantenute intatte le variabili di appeal delle nazioni balneari sul Sud Europa;
- esclusi gli effetti della meteorologia, delle elezioni, degli immaneabili fenomeni naturali e delle possibili crisi politiche nel 2014;

non si evincono combinazioni minacciose per l'accesso degli stranieri in Italia, per le ferie italiane, per i trasporti.

In buona sostanza non ci sono nuvole sull'immagine dell'Italia né problemi strutturali nelle maggiori destinazioni turistiche nazionali ... isole comprese.

1. Lo scenario economico internazionale

Le attuali previsioni suggeriscono che i prezzi delle materie prime industriali, delle materie prime agricole mostreranno un altro anno di declino a causa delle mode, del salutismo, della propaganda verde, del "terrorismo alimentare", dell'obesità, etc.. Mentre si insegue lo stereotipo di una sana alimentazione, sul fronte energetico nel 2014 la domanda di petrolio aumenterà, sostenuta da una robusta crescita della produzione non-OPEC. In attesa di un rallentamento dei prezzi, un barile di Brent costerà mediamente US\$104,8 per tutto il 2014.

World Economy: Forecast summary

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|-------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Real GDP growth (%) | | | | | | | | | | |
| World (PPP exchange rates) ^a | -0.8 | 5.0 | 3.8 | 2.9 | 2.9 | 3.5 | 3.8 | 3.9 | 3.9 | 4.0 |
| World (market exchange rates) | -2.3 | 4.0 | 2.6 | 2.2 | 2.0 | 2.7 | 2.8 | 2.8 | 2.8 | 2.9 |
| US | -2.8 | 2.5 | 1.8 | 2.8 | 1.7 | 2.6 | 2.3 | 2.5 | 2.4 | 2.6 |
| Japan | -5.5 | 4.7 | -0.6 | 2.0 | 1.9 | 1.7 | 1.7 | 1.1 | 1.1 | 1.2 |
| Euro area | -4.4 | 1.9 | 1.6 | -0.6 | -0.5 | 0.9 | 1.3 | 1.4 | 1.4 | 1.5 |
| China | 9.2 | 10.4 | 9.3 | 7.7 | 7.7 | 7.3 | 7.0 | 6.8 | 6.3 | 5.9 |
| Eastern Europe | -5.6 | 3.5 | 3.9 | 2.1 | 1.4 | 2.9 | 3.6 | 3.8 | 4.3 | 4.3 |
| Asia & Australasia (excl. Japan) | 5.1 | 8.5 | 6.5 | 5.3 | 5.5 | 5.7 | 5.8 | 5.7 | 5.5 | 5.5 |
| Latin America | -1.5 | 5.8 | 4.4 | 2.9 | 2.7 | 3.2 | 3.5 | 3.8 | 3.8 | 3.8 |
| Middle East & North Africa | 1.8 | 5.4 | 2.7 | 3.6 | 2.6 | 3.8 | 4.4 | 4.7 | 4.8 | 5.0 |
| Sub-Saharan Africa | 1.3 | 4.6 | 4.6 | 4.1 | 3.6 | 4.5 | 4.9 | 5.4 | 5.7 | 6.0 |
| World inflation (%; av.) | 1.6 | 3.0 | 4.2 | 3.4 | 3.1 | 3.5 | 3.5 | 3.4 | 3.4 | 3.6 |
| World trade growth (%) | | | | | | | | | | |
| | -11.7 | 14.1 | 6.5 | 2.5 | 2.9 | 5.2 | 5.0 | 5.3 | 5.4 | 5.4 |
| Commodity prices | | | | | | | | | | |
| Oil (US \$/barrel; Brent) | 61.9 | 79.6 | 110.9 | 112.0 | 108.5 | 104.8 | 107.3 | 103.8 | 97.5 | 93.0 |
| Industrial raw materials (US\$; % change) | -25.6 | 44.8 | 21.7 | -20.3 | -5.5 | 3.6 | 3.6 | 1.4 | 2.7 | 1.8 |
| Food, feedstuffs & beverages (US\$; % change) | -20.3 | 10.7 | 30.1 | -3.4 | -7.8 | -6.4 | -1.4 | -2.0 | 1.9 | 3.2 |
| Exchange rates (annual av) | | | | | | | | | | |
| ¥:US\$ | 93.6 | 87.8 | 79.8 | 79.8 | 97.4 | 101.2 | 102.9 | 102.0 | 101.0 | 100.0 |
| US\$:€ | 1.39 | 1.33 | 1.39 | 1.29 | 1.32 | 1.28 | 1.26 | 1.26 | 1.27 | 1.27 |

^a PPP = purchasing power parity

Source: The Economist Intelligence Unit

1.1 Il ritorno delle economie occidentali.

Sul lato economico bisogna attendersi almeno tre cambiamenti.

Il primo riguarda il recupero delle economie occidentali su quelle emergenti; si avvertono rallentamenti produttivi e turbolenze sul fronte indiano, si avverte l'apporto positivo degli Stati Uniti nella crescita dell'economia mondiale, si annuncia una mastodontica "bolla del credito" in Cina, si gonfia il debito pubblico del Giappone accompagnato da un formidabile dinamismo. Le economie occidentali appaiono più vivaci.

Tre regioni industriali America, Giappone ed Europa, torneranno a crescere simultaneamente: gli Stati Uniti cresceranno del 3%, il Giappone del 2% e l'Eurozona dell'1,2%. (nonostante questo dato, le crepe nelle fondamenta dell'economia europea non spariranno. L'armonizzazione delle politiche bancarie, necessaria per stabilizzare il blocco monetario dell'euro, è ancora lontana e l'eccessiva austerità economica tarperà la crescita nella maggioranza delle nazioni UE).

Un secondo cambiamento riguarda il ruolo delle banche centrali e gli annunci della Federal Reserve sulla riduzione di immissione di liquidità (attività condotta continuativamente negli ultimi cinque anni) con il recupero graduale dell'economia nel corso dell'anno. Questo spingerà in alto i tassi d'interesse e il valore del dollaro con il rischio di rallentare la ripresa, ma di stimolare il rientro dei capitali esteri. Se la Federal Reserve chiarirà meglio le sue intenzioni il sostegno USA all'economia sarà forte. Se non lo farà le stime di crescita potrebbero essere riviste al ribasso.

La terza novità sono le svalutazioni monetarie in corso, a livello macro quella del Yuan cinese rispetto all'Euro. Il rallentamento dell'economia cinese e i misteri del suo abnorme credito interno sono influenti per l'Europa, un'Europa che sogna di risolvere tutto con import-export di merci, prodotti e turisti cinesi. Gli analisti considerano inevitabile un rallentamento produttivo della Cina causato dalle seppure embrionali riforme sociali che la nuova classe dirigente sta avviando. Gran parte della crescita passata è stata sostenuta dai finanziamenti pubblici ma in apparenza il sistema bancario cinese non rischia il collasso. Il rientro dei prestiti sarà lungo e lento dal momento che continua a richiedere, anche adesso, gigantesche e continue immissioni di liquidità governativa per investimenti specialmente interni, finalizzati allo sviluppo industriale a sua volta essenziale per finanziare l'occupazione e arginare la disoccupazione. Come effetto di queste condizioni, la Cina, per la prima volta da dieci anni a questa parte, uscirà dai primi dodici posti della classifica delle economie con il tasso di crescita più alto.

Attualmente – se può avere effetto sul movimento turistico - c'è un evidente miglioramento delle prospettive economiche negli Stati Uniti, in Canada, in Germania e in alcune nazioni scandinave. C'è la speranza, anche per l'Italia, di un positivo contagio. Prima delle elezioni europee c'è un *outlook* dell'economia comunitaria punteggiato da ottimismo, tra i quali cresce l'idea che l'economia globale nel 2014 si espanderà del 2,9% rispetto al 2,1 % del 2013 (fonte EIU). Eppure in Italia continua la recessione e nonostante il cambiamento delle leadership e gli annunci di ripresa non ci sono *ottimismo* sul fronte della stagione delle vacanze, non ancora.

L'economia italiana è penalizzata da una combinazione di fattori politici, contrazione dei consumi, livelli abnormi di disoccupazione e precarietà, elusione ed evasione fiscale. La situazione è tale da rendere influente il ruolo nazionale dell'Industria dell'Ospitalità che ad inizio 2014 non sembra avere - a Roma - alcuna rilevanza politico-economica. La disattenzione è massima. Il 2014 secondo i maggiori osservatori politici sarà un anno spettacolare per il turnover dei parlamentari, dei dirigenti dello Stato, ma anche per gli eventi sportivi però turisticamente fragile e non classificabile a livello europeo. Oltre ai giochi olimpici invernali di Sochi appena conclusi, l'attenzione internazionale sarà catturata dalla Coppa del mondo di calcio che avrà luogo in Brasile tra giugno e luglio e che vedrà partite dall'Italia migliaia di "promoter" dell'industria, del commercio, del turismo e anche dell'agricoltura. Anche l'EXPO 2015 sarà un gancio per giustificare decine di tour brasiliani. Le carovane industriali, camerali e ministeriali, insieme ai tifosi del mondo occidentale, produrranno un formidabile aumento di arrivi e presenze che il Brasile utilizzerà per giustificare gli investimenti relativi alle infrastrutture necessarie per i Campionati mondiali di calcio del 2014 e i Giochi Olimpici del 2016, mentre Malpensa e Fiumicino registreranno strepitosi aumenti di arrivi dal Brasile (che verranno classificati come arrivi brasiliani pur essendo italiani di ritorno). A parte le consuete aspettative sportive (la vittoria finale della squadra italiana) in Europa si terranno le elezioni e insieme all'Europa nel 2014 andrà al voto il 40% della popolazione mondiale, dall'India all'Indonesia, dall'Afghanistan al Brasile, dal Giappone all'Ucraina. In Italia oltre alle citate elezioni Europee si terrà un'impegnativa tornata di elezioni amministrative. La tensione elettorale e i costi della propaganda, che di solito non aiutano il turismo, invitano a prevedere un'estate di vacanze di durata leggermente ridotta, secondo i primi sondaggi "peggiore di quella del 2013". Gli europei e gli italiani potrebbero viaggiare di meno, ridurre le giornate di vacanza, tagliare la spesa, producendo un'ulteriore perdita calcolabile tra il *meno cinque e il meno nove per cento* rispetto al dato complessivo 2013. Osservazioni più prudenti e "climatiche" portano la forbice tra il meno 4% e il meno 6%. Si tenga conto (in positivo per il turismo) che l'interesse degli europei per le elezioni è scarso o solitamente "fiacco", che le date di svolgimento sono di "bassa stagione" e che non dovrebbero esserci conseguenze sul movimento turistico visto che la partecipazione risulterà inferiore al 50% e che ciascuna nazione voterà pensando alle problematiche domestiche.

2. La propensione degli Europei per la vacanza estiva

Il movimento d'affari e di vacanza nel 2014 sarà principalmente condizionato dai redditi e dai rapporti di simpatia tra le 10 maggiori nazioni UE e dagli eventi che riguarderanno Egitto, Libia, Grecia e Cipro.

I tour operator europei temono l'instabilità e l'aggravamento della situazione economica e sociale del "quadrante mediterraneo" che rappresenta la meta turistica estiva di circa 250 milioni di europei. Eventuali scioperi, manifestazioni, attentati e tumulti potrebbero ovviamente ridurre i volumi del turismo *leisure*.

Citiamo, solo come esempio, il consuntivo 2013 pubblicato da Eurostat dove si parla di 2,6 miliardi di pernottamenti nelle località turistiche dell'Unione Europea (+1,6% rispetto al 2012).

Tra i 28 Paesi dell'Unione Europea, l'Italia è quella che ha ottenuto il peggior risultato sul fronte delle presenze turistiche. Tra il 2012 e il 2013 l'Italia ha, infatti, perso per alcune fonti poco meno del 5% dei pernottamenti, per altre (extralberghiero compreso) non meno del 9%, perdita che alcune fonti attribuiscono a *mancate registrazioni* collegate all'elusione fiscale e all'imposta di soggiorno che nel 2013 avrebbero subito un'accelerazione.

Quanto agli aumenti di arrivi e presenze turistiche internazionali in alcune regioni turistiche italiane, Eurostat complessivamente afferma che i soggiorni degli stranieri sono in leggero calo (-0,5%). Per l'Emilia Romagna sono invece di crescita condivisa.

Per il 2014 gli scenari tracciati da istituti di ricerca, sondaggisti e benchmark alberghieri sono "ottimistici". Una nuova indagine realizzata da PwC sull'andamento alberghiero di 18 città europee interessanti per i viaggi d'affari e l'escursionismo intraeuropeo prevede una crescita del RevPAR (ricavi per camera) sia per il 2014 che per il 2015. Un dato positivo che seppure riferito al movimento d'affari e all'escursionismo culturale metropolitano in alberghi *midscale* e *upscale* propone uno scenario di eccellenti performance europee del 2014.

Ai primi posti nel biennio compaiono Dublino, Londra, Parigi, Edinburgo e Berlino.

Previsioni 2014-2015 ricavi per camera disponibile (PwC*)

| RevPAR growth rates by year (local currency) | | |
|--|-------|-------|
| City | 2014 | 2015 |
| Dublin | 5.2% | 3.8% |
| London | 3.8% | 5.2% |
| Paris | 3.8% | 2.4% |
| Edinburgh | 3.4% | 2.8% |
| Berlin | 3.2% | 1.8% |
| Frankfurt | 2.9% | 2.6% |
| Vienna | 2.7% | 1.2% |
| Moscow | 2.6% | 2.8% |
| Zurich | 2.3% | 2.7% |
| Prague | 2.1% | 3.2% |
| Milan | 1.9% | 1.3% |
| Rome | 1.3% | 2.0% |
| Barcelona | 1.2% | 1.7% |
| Geneva | 1.0% | 0.4% |
| Lisbon | 0.8% | 3.4% |
| Amsterdam | 0.6% | 1.1% |
| Brussels | 0.2% | 1.2% |
| Madrid | -2.8% | -1.6% |

* PwC: 17a Annual Global CEO Survey diffusa in occasione dell'incontro annuale del World Economic Forum di Davos. Report sul livello di fiducia, sullo sviluppo globale e del proprio business di 1.340 CEO provenienti da oltre 68 paesi, di cui oltre 50 italiani e il loro punto di vista sulle sfide del mercato attuale. Segnali di ripresa per l'economia globale nei prossimi 12 mesi del 2014 con un 39% di "molto ottimisti" in termini di aumento del fatturato della propria azienda.

Quanto ai prezzi (Average Daily Rate) le città più care, anche nel 2014, resteranno le città svizzere con Ginevra a 230, Zurigo a 196,40 euro. Londra si ferma al prezzo medio di 163 euro e Parigi a 155,20 euro. La convinzione che Mosca fosse la città più cara del mondo viene smentita dalle fonti internazionali che attribuiscono la discesa di Mosca alla nascita di 12.000 nuove camere nel solo quadriennio 2009-2013.

Le previsioni di PwC sono confortate anche dalla periodica ricerca EMEA di Jones Lang LaSalle (EMEA, marzo 2014) che prevede un biennio di crescita del movimento internazionale indipendente (business e leisure) verso l'Europa. Secondo uno studio di ETC (European Tourism Council), che dal 1980 tiene d'occhio il movimento europeo da e verso gli Stati Uniti, è altamente probabile una crescita del movimento turistico intraeuropeo di circa il 3%. L'Eurozona secondo ETC sta passando dalla crisi alla ripresa dei consumi e delle vacanze. Per il turismo russo la prospettiva appare positiva - nonostante i clamorosi eventi di marzo in Ucraina e Crimea. A fine marzo 2014 tutte le nazioni scommettono sul turismo outgoing russo (in crescita del 7% circa secondo 11 uffici stampa regionali su 21. Dalla Calabria alla Toscana, dal Veneto all'Emilia Romagna, là dove si è investito pesantemente sui collegamenti aerei e sulle infrastrutture aeroportuali si lanciano messaggi molto positivi.

Il turismo russo è un *landmark* permanente per l'internazionalizzazione, anche se la performance turistica europea si nutre principalmente di turismo statunitense e tedesco.

Gli USA sono ancora - e di gran lunga - il primo mercato (tra quelli di lungo raggio) un mercato generoso e leale che sceglie annualmente il vecchio continente.

L'enfasi degli enti turistici regionali anche nel 2014, anno di crisi dei cosiddetti Paesi BRIC, resta ancorata al turismo russo, cinese, brasiliano. Le regioni Veneto, Lazio e Campania aggiungono alla lista delle nazioni target 2014 anche Sudafrica e India. La Lombardia impegnata nel lancio dell'EXPO 2015 raccomanda ad ENIT di curare la promozione in Cina e in Medio Oriente, territori che investiranno per promuovere se stessi e non certo l'Italia, qualche decina di milioni di euro per l'allestimento dei rispettivi stand. Quanto alla Cina, i numeri prodotti dal 2007 al 2013 dal turismo organizzato cinese (il turismo indipendente non esiste se non è di tipo diplomatico-consolare) sono diversi da quelli propagandati (*esistono 20 forse 100 milioni di cinesi ricchi e indipendenti pronti a partire per l'Europa*).

E' trascorso un quinquennio pieno di inviti a diventare *China Friendly* e prepararsi per l'ondata di arrivi cinesi, ma il movimento turistico in arrivo da questo Paese (dati Istat: 2,9% del movimento internazionale italiano) conta meno di 300mila arrivi all'anno, arrivi rigorosamente di gruppo, una parte dei quali viene frequentemente ospitata gratuitamente da regioni e province italiane. Quanto ai gruppi cinesi organizzati dai T.O. di Stato, hanno l'obbligo di alloggiare in alberghi a 4 stelle di classe upscale "approvati dall'establishment cinese" a un prezzo netto che si aggira sui 15 euro a notte. Le prospettive del turismo cinese in Italia restano tuttora teoriche, il cuore della propaganda della Fondazione Italia-Cina, ed è facile capire che l'improbabile turismo cinese è un camouflagage della sottile e continua emigrazione legale finanziata dalla Cina che gode degli sguardi benevoli delle autorità italiane.

Non è propaganda invece quella che annuncia che la Germania è la prima delle nazioni turistiche europee che scelgono l'Italia. Nel 2014 la Germania sarà la casa di un evento UNESCO (World Heritage Year) in grado di attirare grandi numeri di americani ed europei e - come riferiscono gli osservatori più qualificati - in grado di tenere per sé numeri crescenti di turisti tedeschi anche d'estate, anche habituées delle destinazioni balneari mediterranee e del Mar Rosso.

In sintesi, il maggiore problema del 2014 per l'Italia e per le coste italiane, è quello delle vacanze nazionali che potrebbero ulteriormente contrarsi con effetti deleteri sull'economia turistica.

Nello specifico, gli istituti statistici internazionali attestano che il turismo domestico in Italia nel 2013 ha perso 8,3 punti percentuali.



Il Focus (sondaggio TMI) dedicato – com'è naturale - all'andamento degli hotel stagionali (componente maggioritaria dell'offerta ricettiva) per il 2014 ha prodotto queste indicazioni: *una flessione rispetto al 2013 vicina-superiore al 5% (arrivi, presenze e ricavi), ma con prospettive positive per la domanda di vacanze specialmente europea.*

Lo scoraggiamento degli operatori, seppure inferiore a quello dell'anno scorso (stesso periodo), riduce ulteriormente tutta l'attività di riqualificazione e aggiornamento del ricettivo italiano, accentuandone la maturità.

3. I turisti europei sceglieranno l'Italia?

L'analisi è impegnata a raggiungere la massima accuratezza predittiva e sebbene gli italiani interpellati - a inizio marzo - non si siano espressi con convinzione su ciò che accadrà al mercato delle vacanze balneari oramai per i 2/3 *nazionalizzato* autorizza una previsione prudente e credibile che tiene conto della debole, confusa, contraddittoria attività promozionale delle regioni e delle province italiane. Non che sia determinante, ma le scelte, le mission, le tattiche e la spesa per la promozione 2014 si sono mantenute sulle medesime linee del 2013.

Il polso delle prenotazioni già consolidate dagli sportelli dei Tour Operator, le mille interviste del tradizionale sondaggio *Dove Vanno in Vacanze gli Italiani*, le ricerche di R.A., IPK, F.U.R. e Ipsos sui maggiori mercati d'interesse turistico italiano, al momento non sono sufficienti per stabilire precisi indicatori di crescita e di flessione. Sono possibili solo dei dati di tendenza.

L'andamento economico-sociale delle nazioni europee non presenta situazioni difficili e premonitrici di cambiamenti inattesi e di emergenze. Unica turbolenza per il mercato delle vacanze è quella del rublo (-20% di svalutazione) e della conflittualità tra Russia e Ucraina. Le sanzioni della UE e degli Stati Uniti nei confronti della Russia, prevedono ritorsioni e non mancheranno di generare dei rimbalzi sul mercato turistico mediterraneo.

In marzo si è aggiunta la rivalutazione dell'euro nei confronti di rublo, yuan e dollaro ed è lampante che la turbolenza valutaria e i cambiamenti di valore delle monete non giovino mai al movimento turistico, soprattutto a quello dei viaggi organizzati e dei voli charter.

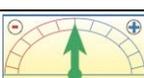
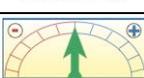
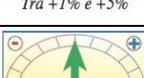
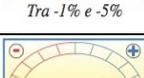
In estrema sintesi:

- avendo studiato attentamente i cambiamenti nel sistema dei trasporti, soprattutto di quelle nazioni troppo distanti per raggiungere agevolmente l'Italia "su gomma";
- misurata l'influenza numerica dei turisti residenti in nazioni che abitualmente utilizzano l'intermediazione e non fanno vacanze indipendenti);
- approfondite le variabili economiche e sociali dei paesi europei che si muovono utilizzando l'automobile e i pullman;
- considerate le nuove tratte ferroviarie coperte dall'alta velocità;
- potendo vantare tre decenni di previsioni e di "anticipazioni" sul turismo europeo;

a questo punto dell'analisi è possibile stabilire un ventaglio di ipotesi sull'andamento turistico incoming e outgoing europeo.

Lo scenario riguarda prevalentemente l'estate balneare, ovvero l'andamento del turismo outgoing dei maggiori Paesi EU.

LE VACANZE DEGLI EUROPEI NELL'ESTATE 2014
- PREVISIONE ITALIA -

| NAZIONE | TREND 2014 x E.R. |
|----------------------|---|
| GERMANIA |  Tra +5% e +10% |
| SVIZZERA |  Tra +5% e +10% |
| AUSTRIA |  Tra +1% e -1% |
| FRANCIA |  Tra +1% e +5% |
| GRAN BRETAGNA |  Tra +5% e +10% |
| BELGIO E LUSSEMBURGO |  Tra +1% e -1% |
| OLANDA |  Tra +1% e -1% |
| DANIMARCA |  Tra +1% e -1% |
| FINLANDIA |  Tra +1% e +5% |
| NORVEGIA |  Tra +1% e +5% |
| SVEZIA |  Tra +1% e -1% |
| PAESI DELL'EST |  Tra -1% e -5% |
| RUSSIA |  Oltre +10% |

C'è quindi una quota di rischio in questa previsione, che è frutto delle opinioni di operatori pragmatici e di intermediari che passano le loro giornate su



Internet senza contatti effettivi sul campo. I contatti web non sono ancora "prenotazioni" come invece si tende a prospettare.

Nonostante l'ottimismo e il pragmatismo, con circa 4 mesi di anticipo lo scenario descritto avrebbe elevate probabilità di avverarsi (margine di errore intorno al 9%).

Ovviamente solo a fine 2014 sarà possibile valutare professionalmente l'effettivo andamento delle vacanze europee.

4. Le previsioni sulle vacanze 2014

Tutti gli addetti ai lavori sono ormai convinti che il turismo, il movimento dei viaggiatori e la clientela dipendano da Internet, dalle OTA e dai prezzi di booking.com, e che conti poco o pochissimo la qualità dell'ospitalità. Sono migliaia le persone che negli uffici turistici regionali passano il tempo osservando quello che accade sul web producendo un fermento di previsioni, di *boutades* e di blogs generosissimo, punteggiato ovviamente da *forecast* quantomeno azzardate.

Il lavoro dei ricercatori che si occupano di previsioni è questo: *guardare avanti, scambiare opinioni e seminare sul web e sui media favorevoli notizie su destinazioni e territori; guardarsi attorno per capire in anticipo se:*

1. Crescerà il prezzo del petrolio? Se c'è una cosa che conta e penalizza il turismo, i viaggi, il benessere negli alberghi è il costo della benzina (ma anche del gasolio, dell'energia, etc.).
2. Stanno crescendo i prezzi delle materie prime, quindi anche quello dei generi alimentari, che rappresentano il 10% dei costi dell'industria dell'ospitalità. Bisogna prevedere aumenti di prezzo per pane, cereali, prodotti da forno, carni bovine che lasciano supporre che il cibo costerà un 3,5% in più e che i prezzi della pensione completa alberghiera aumenteranno almeno del 5% anche nel 2014.
3. I garanti della concorrenza sono riusciti ad arginare il finanziamento pubblico delle compagnie aeree low cost (LCA)? Tra fusioni e strizzate d'occhio delle compagnie aeree europee, nel 2014 i biglietti risultano comunque più costosi e soprattutto si sono drasticamente ridotti i voli semi-gratuiti che nascevano dagli incentivi pubblici.
4. Il turismo internazionale si consolida ma non riesce a crescere. Crescerà sicuramente il turismo italiano ed europeo verso la Cina. *Crescerà anche la domanda verso il Brasile sede di campionati del mondo e di giochi olimpici, ma non quello brasiliano verso l'Italia.* Decine di delegazioni sono già pronte a partire. Continua il boom delle crociere che costano come una settimana sulla Riviera Romagnola; la Francia resterà la destinazione mondiale numero 1 per numero di visitatori; Sochi (Russia), sede delle Olimpiadi invernali e delle Paraolimpiadi del 2014 ha fatto crescere il turismo occidentale in Russia, nazione che come tutte sta imparando a guadagnare con l'incoming (la logica commerciale insegna che la Russia in breve tempo intenda diventare una destinazione sempre più incoming e meno outgoing). Quale vantaggio ha la Russia nel rendere più facile e frequente la concessione di visti di espatrio?

5. Gli analisti annunciano che Facebook crescerà di qualche punto percentuale anche tra gli utenti di età superiore ai 65 anni, i veri consumatori di vacanze. Gli adolescenti scivoleranno invece gradualmente verso nuovi "social" come Instagram per la pubblicazione di foto, Snapchat e WhatsApp per la messaggistica privata. Sempre più adolescenti dotati di smartphone saranno impegnati a scrivere, commentare, inviare recensioni e messaggi *turisticamente insignificanti e ininfluenti per l'industria dell'ospitalità*.
6. Non saranno i giovanissimi europei oggi "turisticamente improduttivi", a produrre significativi movimenti turistici e fatturati nel 2014/2015.
7. Le carte di credito raggiungeranno il 75% del volume delle transazioni mondiali; solo il 25% riguarderà il denaro contante. In campo finanziario tutto sembra accadere online, ma negli alberghi di vacanza la realtà è un po' diversa. Se davvero corrispondesse, per i piccoli esercizi ricettivi stagionali italiani, francesi, austriaci e tedeschi aumenterebbero i problemi fiscali. Per il 2014 le formule di pagamento restano quelle del 2013.
8. Gli slogan pubblicitari non catturano gli over '50 ma conquistano l'attenzione dei giovani *millennials* (i nati a cavallo del secolo che "insoddisfatti" vivono ancora in famiglia con i genitori) per i quali il veicolo di attrazione principale restano "la musica, gli spettacoli, i cibi di strada e gli eventi gratuiti".
9. Considerato che la generazione che continua a tenere in piedi l'industria dell'ospitalità mondiale è quella dei baby boomers (i nati tra il 1946 e il 1964), la comunicazione, i listini prezzi, le prenotazioni per l'estate 2014 dovranno essere solo parzialmente digitali. Meglio rapportarsi tradizionalmente con il vero mercato abituato a "negoziati parlati".
10. Armarsi di pazienza. In campo turistico la filiera "dal Ministero all'ENIT, dalle Regioni alle APT", nonostante i tentativi di aggiornamento, rimane com'era. L'impostazione è la stessa, l'offerta ricettiva è la stessa, la testa è la stessa, non ci sarà innovazione reale, ma solo virtuale. Sarà un altro anno di annunci, promesse e progetti, un altro anno di messaggi di grandezza planetaria, ma non di miglioramenti quantitativi. L'Europa sembra anche dire: *non sognate soluzioni turistiche miracolose nel 2015, anno dell'EXPO*.

Outlook europeo: le destinazioni estive-balneari prima e dopo la Pasqua 2014 torneranno al centro delle attenzioni nazionali per consumi di ferie "compatte". Si fa già un gran parlare di week-end e di ponti festivi, ma tutto indica che le ferie italiane si concentreranno - come nel 2013 - nel periodo in cui tutto costa di più (luglio e agosto).

Anche se nessun italiano vorrà ammettere di fare cose vecchie, collaudate e ripetitive, nel 2014 comunque le farà: sarà il 4° anno di resistenza passiva alla recessione e alla stagnazione.

4.1 Profilo dell'estate 2014.

Tutto questo premesso, se per il 2013 la fonte più generosa di turisti per l'Italia è stato il Centro-Europa (Germania, Austria, Svizzera, Francia, Be.Ne. Lux) si può prevedere che la stessa cosa accadrà nel 2014, anno nel quale la Russia, che stava vivendo un boom turistico grazie alla crescita della classe media, ora mostra - come minimo - *discontinuità*. Questo accade non solo per le sanzioni e i rapporti critici con l'Ucraina, ma per la crisi dello yuan (la Russia è la maggiore esportatrice di macchine e tecnologie in Cina) che ha perso in poche settimane nei confronti del dollaro, dell'euro e quindi del rublo qualcosa come il 20%.

Chi indicava una crescita annuale del turismo russo superiore al 7% in pochi giorni ha preferito aggiornare la crescita 4,2 punti percentuali.

In termini quantitativi i russi in uscita dai confini sono 36 milioni e di questi l'Italia ha ottenuto nel 2012 (ultimo anno statistico disponibile) 1,2 milioni di arrivi. Ora le sanzioni e le pressioni della NATO, le conferenze stampa sulla illegittimità del referendum e le esercitazioni militari ai confini dell'Ucraina, stanno creando una psicosi popolare che ha condotto alla temporanea perdita di fiducia nel rublo. In sostanza, la turbolenza politica sta temporaneamente creando incertezza e bloccando la domanda dei russi.

Nel 2014 qualcuno prospetta che lo scenario possa cambiare, perché alla crisi dell'euro-zona si sommeranno quelle dei Paesi dell'Est con la disoccupazione che cresce e coinvolge maggiormente i singoli paesi:

- a. quelli debitori come la Grecia,
- b. quelli creditori come la Finlandia,
- c. quelli non-euro come il Regno Unito.

Le elezioni europee saranno un test fondamentale, un modo per misurare la fiducia dei cittadini nei confronti del progetto dell'Europa Unita. Lo scenario potrebbe cambiare radicalmente nel caso in cui il fronte antieuropeista dovesse crescere significativamente.

4.2 I sondaggi indicano crescita: +3-4% per il 2014.

Nonostante cresca l'insicurezza di 150 milioni di europei per le loro condizioni economiche, nonostante la tensione internazionale per l'*affaire ucraino* e sebbene l'euro svetti sulle maggiori valute mondiali, quasi 4 persone su 10 affermano che la situazione non inciderà sui loro progetti di vacanza.

Analisti e ricercatori, in base ai sondaggi, prevedono un 2014 dinamico sul fronte dei viaggi all'estero degli europei con un probabile aumento del 3-4% del movimento.

A questo si aggiungono i sondaggi IPSOS che avvertono che il 30% circa degli abitanti del Vecchio Continente hanno palesi intenzioni di *fare più viaggi all'estero rispetto al passato e di volersi godere in vacanza i risparmi di una vita*. Le crociere e i giri del mondo (aereo+nave) sembrano la soluzione prescelta da tedeschi e da una piccola percentuale di scandinavi.

Preso atto che gli intervistati in maggioranza segnalano che *"lo stress determinato da un altro anno di crisi (senza sbocchi) e le difficili condizioni economiche non incideranno sulla loro pianificazione turistica (non rinuncio alle vacanze balneari come ho fatto nel biennio trascorso)"*, si prevede una crescita dei viaggi interni sia *business* che *leisure*, in particolare dei turisti tedeschi (che prevedono brevi visite, week-end e vacanze in Germania), e un aumento delle prenotazioni per le destinazioni balneari all'estero da parte di una quota significativa di europei che in marzo si pongono obiettivi di viaggio ben definiti:

Le vacanze balneari all'estero nel 2014

| Paese | Var. % 14/13 |
|-------------|--------------|
| Russia | +10% |
| Svizzera | +7% |
| Regno Unito | +7% |
| Svezia | +6% |
| Germania | +5% |
| Be.Ne.Lux. | +3% |
| Francia | +2% |

Diversamente si esprimono i residenti di Spagna, Portogallo, Irlanda, Austria e Italia, i quali preferiscono le vacanze domestiche. L'Italia prevedibilmente vedrà diminuire ulteriormente la quota di viaggi all'estero degli italiani e contrarre la durata delle vacanze per il 20% dei connazionali che vantano un'occupazione stabile, quindi ferie e stipendi garantiti.

4.3 L'Europa si rafforza come destinazione di vacanza.

Senza scomodare i dati dell'UNWTO, è evidente che l'Europa stia consolidando il suo ruolo di destinazione di vacanza. Conteggiando i 535 milioni di arrivi ufficiali, gli istituti statistici prevedono, senza troppo indagare, una naturale leggera crescita (+5% annuo) del movimento *leisure*.

Nello specifico, a conferma dei sondaggi, per il 2014 gli analisti internazionali indicano un incremento del movimento turistico generale soprattutto nel Sud Europa (Spagna, Italia, Portogallo, Grecia, Turchia e isole mediterranee).

In prospettiva il Sud andrà meglio del Nord Europa e questo lo si attribuisce alla crisi del Mar Rosso che da solo ospitava 50 milioni di europei.

Continua l'incredibile appeal turistico della Germania, la quale aumenterà ancora il numero degli arrivi di turisti ed escursionisti europei, ma soprattutto *ein Schuss von Stolz* (un colpo di orgoglio) dei tedeschi, che ai sondaggi dichiarano di volere ridurre le abituali vacanze "sun & beach" per riscoprire i valori a lungo trascurati come il *Nationalstolz*, collegato ai successi del "made in Germany" nelle nazioni emergenti dell'Asia.

Per l'Italia l'ondata di sondaggi pubblicati in marzo lascia prevedere una crescita degli arrivi stranieri vicina al 3% (tra +2,5 e +2,9%).

4.4 Gli europei e le vacanze balneari in Emilia Romagna.

Se l'Italia può prevedere una crescita del movimento internazionale, altrettanto non accade per il movimento domestico.

Il 22° sondaggio Trademark Italia e IPSOS Observer "Dove vanno in vacanza gli italiani" in corso di aggiornamento, non lascia dubbi. Dal punto di vista quantitativo le cifre del turismo continueranno ad essere influenzate da elusione ed evasione, ora anche dall'imposta di soggiorno, per cui la prospettiva di una flessione di 3-5 punti percentuali della *domanda italiana* (il mix arrivi-presenze-ricavi) e di una leggera crescita* della domanda internazionale (che a consuntivo inciderebbe nel complesso per un punto percentuale) sembrano essere le sponde di questo Rapporto Previsionale. Al di là dei numeri probabili, le vacanze degli europei meritano un "giro di analisi" del mercato di tipo sociologico. Questo perché con l'attuale cambiamento nella distribuzione dei redditi, con 4 milioni di NEET (Not engaged in Education, Employment or Training) circolanti sono le rendite a tenere in piedi il mercato delle vacanze, non più il lavoro e gli stipendi mensili come accadeva negli anni '70. L'approfondimento sociologico è quanto mai necessario per la Riviera Romagnola che non ha ancora imparato a interpretare i turisti in base ai "fondamentali" che caratterizzano i consumi universali: *quanti anni hai?* Demografia sottovalutata, suddivisione generazionale ignorata. L'età dei consumatori in campo turistico non è stata mai correttamente considerata dagli operatori pubblici e privati per la segmentazione della clientela turistica in modo da carpirne la lealtà e la fedeltà. Sarebbe facilissimo farlo soprattutto bisognerebbe farlo (come fanno tutte le grandi aziende) perché come minimo, 3 turisti su 10 in vacanza nelle località della Riviera Romagnola sono sempre stati pensionati anziani e anziani assistiti dalle rispettive comunità e un'enorme quantità di *baby boomers* (nati tra il 1946 e il 1964).

*gli ottimisti suggeriscono +4%, ma le fonti istituzionali sono più prudenti (+2,5/+2,9%).

L'approccio regionale sul consumo di vacanze e servizi collaterali (che genera la spesa turistica) negli ultimi 10 anni è stato *secolarizzato* e considerato "senza confini di età" dagli albergatori e dalle loro organizzazioni.

E l'età è tuttora un tabù per il marketing alberghiero nazionale ... non per quello internazionale che su parole come Baby Boomers, Y Generation, X Generation, Millennials ha costruito e sta costruendo tutta la propria strategia di promozione e commercializzazione.

L'impatto dell'età dei turisti sui consumi, sugli stili di vacanza e quindi sul marketing ha reso essenziali le segmentazioni dei viaggiatori sia negli Stati Uniti che nei paesi anglosassoni, ma qui (anche in Spagna, Grecia, Portogallo ...) non ha ancora ricevuto le attenzioni commerciali che merita. L'età degli ospiti fedeli e dei clienti potenziali è determinante per gran parte delle destinazioni balneari, termali, montane e lacuali ed emerge continuamente anche nel sondaggio in corso: *2014 - dove vanno in vacanza gli italiani*. Non farebbe male saperne di più. Siamo arrivati a frequentissime unioni familiari di fatto, a figli che sono tornati a vivere con i genitori, a un elevato numero di famiglie (nonni, figli e nipoti) che fanno vacanze insieme nella stessa località, nello stesso albergo, senza cercare fronzoli e accessori speciali. La previsione che segue ha tenuto solo marginalmente conto di questa nuova variabile presente nei sondaggi ma che ha dimensioni e valori statistici insufficienti per caratterizzare le cifre di arrivi e presenze. Ne ha però sulla spesa complessiva della vacanza.

La tavola seguente illustra le prospettive 2014 per la Riviera dell'Emilia Romagna.

Gli italiani (occupati e non) anche nel 2014 faranno le ferie; andranno in vacanza seguendo le coordinate dell'anno scorso; solo alcuni (meno del 9% invece del 15-17% del 2006) cambieranno *il dove - il quando - il come*. Le destinazioni turistiche tradizionali e famose risentiranno di più della crisi rispetto a quelle con meno storia e con meno clientela fedele.

Flessione delle presenze e concentrazione dei soggiorni saranno i due parametri determinanti dell'estate 2014.

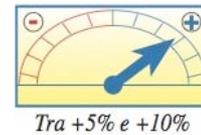
| NAZIONE | TREND 2014 x E.R. |
|----------------------|---|
| GERMANIA |  Tra +1% e +5% |
| SVIZZERA |  Tra +1% e +5% |
| AUSTRIA |  Tra -1% e -5% |
| FRANCIA |  Tra +1% e +5% |
| GRAN BRETAGNA |  Tra +1% e +5% |
| BELGIO E LUSSEMBURGO |  Tra +1% e +5% |
| OLANDA |  Tra +1% e +5% |
| DANIMARCA |  Tra +5% e +10% |
| FINLANDIA |  Tra +1% e +5% |
| NORVEGIA |  Tra +1% e +5% |
| SVEZIA |  Tra -1% e -5% |
| PAESI DELL'EST |  Tra -1% e -5% |
| RUSSIA |  Oltre +10% |

Elaborazioni Trademark Italia su sondaggi europei: F.U.R., IPK, R.A., Ipsos Observer, PwC

La situazione degli italiani non sembra diversa da quella del 2013 ma è destinata a incrociare frequenti variazioni delle date di alta e bassa stagione che gli operatori stanno *organizzando* per riuscire ad aumentare i prezzi.

5. Le schede dei principali mercati

GERMANIA



| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 81,7 | 81,8 | 81,9 |
| Andamento Pil | +0,6% | +0,6% | +1,3% |
| Inflazione | 1,8% | 1,6% | 1,8% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 39.695 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- Le elezioni dello scorso settembre hanno sancito il "dominio" di Angela Merkel e del suo partito nella politica tedesca. La Cancelliera è stata rieletta con la maggioranza assoluta al parlamento tedesco per il suo terzo mandato, anche questo caratterizzato dalla "Grosse Koalition" tra il suo CDU e il SPD.
- Secondo alcuni analisti si tratta di una "vittoria" della SPD che costringerà il governo a grandi compromessi e piccoli progetti ambiziosi. Il punto più controverso del programma è stato l'introduzione di un salario minimo da 8,50 euro l'ora. Sarà valido in tutto il Paese e per tutte le categorie, come voleva la SPD, a partire dal 2015.
- Gli esperti ritengono che la politica sia interna che estera della Germania non subirà grandi scossoni e rimarrà sostanzialmente nel solco tracciato nei precedenti mandati governativi, caratterizzato dall'austerità e dalla convinzione che gli aiuti finanziari provenienti dall'UE per i Paesi in difficoltà debbano essere, in ogni caso, subordinati a rigidi criteri di Maastricht, alla lente della Troika e sottoposti ad approvazione della Commissione.
- La quasi totalità degli economisti afferma che la Germania registrerà un altro anno economicamente positivo, anche se non esaltante, con aumenti inattesi di domanda turistica domestica.
- Anche il 2014 sancirà l'affermazione della Germania come nazione turistica grazie alla crescita degli europei (ma anche dei tedeschi stessi) che restando in patria sottrarranno presenze alle località balneari del sud Europa.

Sguardo generale su quello che si conferma uno dei principali mercati turistici del mondo: la Germania, con 84 mld. di dollari, figura al secondo posto della classifica mondiale per volume di spese turistiche all'estero, superata solo dalla Cina (passata da 70 mld. del 2011 ad oltre 100 mld.) e davanti agli Stati Uniti (83 mld.). Tra novembre 2012 e ottobre 2013 i tedeschi hanno fatto 51 milioni di viaggi all'estero. Nel complesso le destinazioni preferite dai tedeschi (in termini di spesa turistica sono state:

- gli Stati Uniti, che hanno registrato una fortissima ripresa dei viaggi;

- l'Italia, che ha ridotto il gap con le destinazioni storicamente ai vertici della graduatoria, la Spagna e l'Austria;
- la Polonia, che non è affatto una nuova scoperta per i tedeschi, ma un luogo di origini e radici familiari;
- Olanda e Turchia, in crescita grazie al turismo open air, brevi vacanze e short breaks la prima, alle vacanze balneari mediterranee la seconda.

Venendo ai numeri ufficiali che risalgono al 2012 si confermano ai vertici della graduatoria in termini di spese turistiche all'estero, la Spagna, leader del mercato balneare, e l'Austria, leader del mercato invernale e short breaks, entrambe con incrementi minimi rispetto al 2011.

La spesa turistica dei tedeschi (mld. euro)

| Destinazione | Spesa 2011 | Spesa 2012 | Var. % 12/11 |
|-----------------|------------|------------|--------------|
| Spagna | 6,7 | 6,8 | +1,5% |
| Austria | 6,5 | 6,6 | +1,5% |
| Italia | 5,6 | 6,5 | +16,1% |
| USA | 3,2 | 5,7 | +78,1% |
| Turchia | 3,9 | 4,2 | +7,7% |
| Francia | 4,1 | 4,1 | +0,0% |
| Olanda | 3,1 | 3,4 | +9,7% |
| Svizzera | 2,7 | 2,5 | -7,4% |
| Polonia | 1,8 | 2,0 | +11,1% |
| Gran Bretagna | 1,9 | 1,9 | +0,0% |
| Repubblica Ceca | 1,8 | 1,8 | +0,0% |

Fonte: Deutsche Bundesbank

Dopo la stagnazione della spesa turistica dei tedeschi per viaggi all'estero registrata nel 2013, le prime indicazioni per il 2014, secondo il rapporto ReiseAnalyse elaborato dall'istituto FUR in occasione della Fiera CMT di Stoccarda, prevedono una ripresa della crescita della spesa per viaggi all'estero del +3,4% (da 64,9 a 67,1 miliardi di euro). Si tratta di un segnale incoraggiante sia per l'Italia che per l'Emilia Romagna.

La bilancia turistica in Germania (mld. euro)

| Anno | Entrate | Uscite |
|---------------------------|-------------|-------------|
| 2007 | 26,3 | 60,6 |
| 2008 | 27,1 | 61,9 |
| 2009 | 24,8 | 58,2 |
| 2010 | 26,2 | 58,9 |
| 2011 | 27,9 | 61,7 |
| 2012 | 29,7 | 64,9 |
| 2013 | 31,0 | 64,9 |
| 2014 (stima +3,4%) | 32,8 | 67,1 |

Fonte: Deutsche Bundesbank

Rispetto ai principali competitor dell'Italia e dell'Emilia Romagna, che operano prevalentemente con i tour operator (grazie a imponenti allotment), l'Italia resta la maggiore destinazione del *movimento tedesco individuale ed indipendente che viaggia in auto*.

Oltre il 60% (quindi 3 tedeschi su 5) secondo F.U.R. prediligono il viaggio con auto propria e sceglieranno l'auto anche nel 2014 nonostante lo sviluppo dei collegamenti aerei low cost che agevolano in particolare i tedeschi "maturi" residenti nel nord ovest

della Germania.

Considerato che almeno 5 Länder si trovano a poche ore di auto da Francia, Svizzera, Austria, Croazia e Italia, l'automobile resta il collegamento preferito con le località italiane e con quelle balneari del nord Adriatico.

Secondo l'indagine GfK Travel & Logistics, nell'estate 2014 i tedeschi viaggeranno di più (+8,5%) e sceglieranno Italia, Francia, Spagna e Portogallo (26.5%) con un indice di crescita del +5,6% rispetto al 2013.

Il 35,1% sta decidendo di andare in Croazia, Grecia, Cipro, isole mediterranee e Turchia con un indice di crescita del +12,1%.

Diminuiranno dello 0,3% i viaggi aerei long haul che rappresentano il 13.1% del totale dei viaggi tedeschi all'estero e cresceranno straordinariamente i viaggi dei tedeschi intorno al mondo (+5,4%) e soprattutto le crociere (+23,8%). Il dato denota una grande sicurezza economica e sociale. Nel 2014 la propensione alla spesa dei tedeschi, sempre secondo GfK, cresce del 16% nella fascia di prezzo più alta, quella vacanze oltre i 3000 euro di budget. L'ottimismo tedesco va collegato al miglioramento del contesto economico globale della Germania, al PIL, al reddito pro capite e alla produttività che sono i fattori chiave che fanno aumentare il turismo di vacanza e il movimento d'affari tra la Germania e il mondo .

Per quanto riguarda il rapporto dei tedeschi con il mare, le destinazioni balneari, in particolare la Spagna e l'Italia si confermeranno anche nel 2014 ai primi posti delle preferenze dei tedeschi. Gli analisti dedicano grande attenzione alla Turchia che ha visto crescere gli investimenti alberghieri, che offre prezzi inferiori a quelli dell'eurozona, che piace ai tedeschi grazie a un tasso di cambio estremamente favorevole, ma che ora presenta qualche turbolenza poco gradita ai Tour Operators.



Tra +1% e +5%

PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Dopo il consolidamento del movimento turistico tedesco registrato nel 2012 e nel 2013, per l'estate 2014 è previsto un ulteriore leggero recupero di arrivi e presenze sulla Riviera Romagnola.

Secondo le indicazioni raccolte da buyers, intermediari e operatori specializzati in occasione dei maggiori appuntamenti fieristici dei primi mesi del 2014, si rileva un incremento delle richieste con segnali più positivi per il comparto *open-air* che meglio risponde alla forte domanda di acquaticità dei turisti tedeschi.

La scarsità di piscine, oltre che la crescente presenza di clientela russa, è una delle cause della disaffezione del turismo tedesco.

IL MOVIMENTO TURISTICO TEDESCO
SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|---------|---------|------------|-----------|-----------|------------|
| Mercato | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| GERMANIA | 425.000 | 436.000 | +2,6% | 3.019.000 | 3.084.000 | +2,2% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 33,1% | | | 34,0% | |

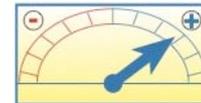
Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

Il *sentiment* commerciale per questo mercato, con il passare degli anni si è indebolito. Sempre meno operatori emiliano-romagnoli parlano tedesco e specializzano il proprio food & beverage per piacere ai tedeschi, ma la pressione degli albergatori che storicamente realizzano *capillari attività su questo mercato* (supportati dalle attività promozionali di APT Servizi) continuerà anche nel 2014 a produrre risultati sul primo mercato internazionale della Riviera dell'Emilia Romagna.

Il cosiddetto "sorpasso russo" che riguarda solo un'area circoscritta (il Comune di Rimini) produce pernottamenti solo parzialmente balneari e turisti scarsamente *repeaters*. E rappresenta un ostacolo per l'espansione del turismo tedesco.

Lo scalo aeroportuale di Rimini nel 2013 ha registrato il dimezzamento dei passeggeri in arrivo dalla Germania (-64,4%).

Pur a fronte di una complicata situazione economica e finanziaria di Aeradria, l'incremento dei collegamenti concordato con la compagnia Air Berlin consente di prevedere per il 2014 un maggiore numero di passeggeri tedeschi in arrivo e di movimento turistico nelle strutture ricettive.



Tra +5% e +10%

SVIZZERA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 8,0 | 8,0 | 8,1 |
| Andamento Pil | +3,5% | +1,2% | +1,7% |
| Inflazione | 0,4% | 0,0% | 2,7% |
| Reddito medio (2012, FMI) | 45.998 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- L'ala destra del Partito Popolare Svizzero, maggioritario in Parlamento ma minoritario nella coalizione di Governo, prosegue nella sua strategia di "oppositore interno", facendo continua pressione sul Consiglio Federale e ribadendo la sua posizione contro l'immigrazione e l'integrazione con l'Unione Europea.
- Questa situazione rappresenta una minaccia per la stabilità del Governo svizzero nonostante i passi avanti fatti in tema di politica economica, riforma delle pensioni e del mercato del lavoro, oltre che sul tema della stabilità monetaria. In effetti sembra essersi ridotta la fiducia nei confronti delle banche svizzere e di questo ne stanno risentendo turisticamente tutte le città della confederazione.
- Nel 2014 la spesa interna compenserà il calo delle esportazioni attribuito alla forza del franco svizzero, consentendo al Paese di consolidare il proprio status di nazione sicura per la finanza, e per chi l'abita, ma non di mostrare un visibile trend di crescita.
- Gli svizzeri si confermano "viaggiatori tradizionalisti" e continueranno a fare vacanze di qualità in luoghi sicuri e collaudati e in quantità simili a quelle del 2013. Dai primi sondaggi dell'anno emerge la positiva tenuta dei flussi turistici dalla Svizzera, favoriti anche dalla forza del franco svizzero rispetto all'euro.



Tra +1% e +5%

PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Secondo le indicazioni fornite dal Panel di operatori specializzati e intermediari che operano su questo mercato, dopo la discreta performance dell'estate 2013, il comparto balneare dell'Emilia Romagna potrebbe ottenere un incremento di arrivi e presenze dalla Svizzera anche nell'estate 2014.

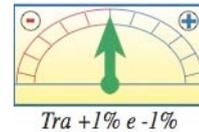
**IL MOVIMENTO TURISTICO SVIZZERO
SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA**

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|-------------------------------|---------------|-------------|-------------------|-----------------|-------------|-------------------|
| Mercato | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| SVIZZERA | 118.000 | 120.000 | +1,7% | 778.000 | 786.000 | +1,0% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 9,1% | | | 8,7% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

Quello svizzero è un turista con un'elevata propensione alla spesa, ma molto preciso ed esigente: attribuisce grande importanza alla qualità delle prestazioni e dei servizi offerti. E' particolarmente critico sulla corrispondenza delle stelle con il comfort effettivo degli alberghi, è interessato all'offerta ricettiva più vicina al mare, ma anche a quella all'aria aperta più moderna (mobilhomes). La vacanza di qualità, senza sorprese, è lo standard atteso dai turisti svizzeri che prima di partire verificano strutture, dotazioni, equipaggiamenti, possibilità di effettuare agevolmente spostamenti da una località all'altra.

Da tener presente che la maggior parte dei viaggi all'estero di durata superiore alla settimana viene effettuata dai residenti della Svizzera romanda (ecco perché il successo della Francia), che è quella maggiormente interessata alla tradizione della tavola, agli aspetti culturali, naturalistici ed enogastronomici. Anche se solo il 20% degli svizzeri utilizza l'aereo come mezzo di trasporto (il 67% utilizza l'automobile, il 12% circa il treno) e la Riviera Romagnola è mediamente raggiungibile in 4 ore dalle principali città svizzere, la conferma del collegamento aereo tra Zurigo e Rimini rappresenta un valido supporto allo sviluppo del movimento turistico svizzero verso la Riviera.

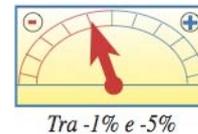


AUSTRIA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 8,5 | 8,5 | 8,5 |
| Andamento Pil | +0,3% | +1,0% | +1,5% |
| Inflazione | 1,3% | 2,3% | 1,8% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 42.553 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- La coalizione di governo, formata dal Partito Socialdemocratico e dal Partito Popolare di centro-destra, ha mantenuto il potere dopo le elezioni dello scorso settembre, ma gli equilibri non sono così solidi e potrebbe emergere una linea di governo più conservatrice in virtù della crescita dei partiti di destra. Qualunque sia la linea politica, il governo attiverà politiche a favore del lavoro e delle imprese anche se con un budget limitato.
- L'economia austriaca, che ha evitato la recessione mentre la crisi dell'euro zona è al suo apice, crescerà in maniera modesta, in linea con il trend generale europeo.
- Dopo un 2013 più che positivo in termini di arrivi e presenze dall'Austria, per il 2014 gli esperti prevedono un'ulteriore leggera crescita del movimento turistico austriaco, in particolare verso le località balneari del Veneto e del Friuli V.G..



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

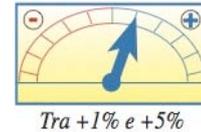
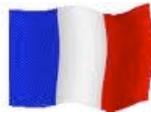
Dopo la forte contrazione registrata sulla Riviera dell'Emilia Romagna nell'estate 2013, il movimento austriaco (ormai ridotto a meno di 50mila arrivi) dovrebbe confermare questo trend anche nel 2014.

IL MOVIMENTO TURISTICO AUSTRIACO SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|--------|--------|--------------|----------|---------|--------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| AUSTRIA | 44.000 | 42.000 | -4,5% | 303.000 | 281.000 | -7,3% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 3,2% | | | 3,1% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

I sondaggi non rilevano un effettivo interesse per la Riviera da parte degli austriaci, per i quali la chiave vincente resta la proposta di pacchetti turistici davvero *all inclusive*, a costi contenuti e senza trucchi. La scomparsa del volo Vienna-Rimini (pur restando attivo il Vienna-Bologna operato da Austrian Airlines) ha causato effetti negativi su arrivi e presenze da questo mercato.

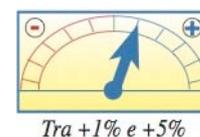


FRANCIA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 63,6 | 64,0 | 64,1 |
| Andamento Pil | 0,5% | +0,4% | +0,8% |
| Inflazione | 1,7% | 2,1% | 1,8% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 35.680 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- Il Presidente Françoise Hollande sta affrontando un anno difficile, con i sindacati, i parlamentari e la parte più ampia del partito che non approvano la linea di austerità imposta dal governo in contrasto con le promesse elettorali e sembrano girare le spalle alla sinistra
- La difficoltà di rianimare l'economia nel difficile panorama europeo è assimilabile a quella italiana, ma l'orgoglio francese ha effetti miracolosi sulla fiducia dei francesi. Resta intatta la necessità del nuovo governo di gestire il patto con la Germania, la Commissione UE e di portare a casa la decisione positiva sui matrimoni gay. Le elezioni europee, l'affaire Ucraina, le elezioni amministrative che favoriscono la destra, la propaganda di routine per mantenere il consenso, stanno indebolendo il governo e complicando i rapporti interni finalizzati ad approvare numerose importanti riforme.
- Hollande appare piuttosto accomodante nei rapporti con la Germania e l'Italia. Da un lato non vuole essere assimilato alle nazioni PIGS dall'altro è probabile che ceda sul fronte delle sforamento di bilancio del 3%. L'economia francese come quella italiana non è ancora allineata con le regole UE e il governo attuale non è in grado di risolvere la frattura critica dell'euro-zona.
- Indipendentemente dall'economia e dalla stabilità di governo i viaggi dei francesi all'estero sono in continua crescita. Si tratta di prevalenti viaggi d'affari, ma è in corso un risveglio dei francesi sul fronte delle vacanze e dei viaggi leisure. Per il 2014 si prevedono leggeri aumenti della domanda di vacanze verso l'Italia, soprattutto verso Veneto e Toscana e Sicilia. Lieve incremento anche per l'Emilia Romagna.



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

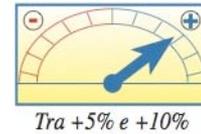
Per quanto riguarda la Riviera dell'Emilia Romagna, dopo la flessione registrata nel 2013, per l'estate 2014 si prevede un piccolo recupero dei volumi di movimento.

**IL MOVIMENTO TURISTICO FRANCESE
SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA**

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|-------------------------------|---------------|-------------|-------------------|-----------------|-------------|-------------------|
| Mercato | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| FRANCIA | 91.000 | 87.000 | -4,4% | 668.000 | 636.000 | -4,8% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 6,6% | | | 7,0% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

L'aumento di questa clientela si dovrebbe realizzare in particolare nelle località (come Bellaria-Igea Marina) i cui operatori da anni si impegnano in aree circoscritte del mercato (l'Alsazia e il Belgio meridionale), con un lavoro capillare svolto alle fiere di Colmar e Mulhouse.



GRAN BRETAGNA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|--------|-------|
| Popolazione (mln.) | 63,1 | 63,664 | |
| Andamento Pil | -0,4% | +0,5% | +1,8% |
| Inflazione | 2,9% | 2,3% | 2,7% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 37.299 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- La coalizione di governo tra Conservatori e Liberal-Democratici guidata da David Cameron non sta raggiungendo gli obiettivi di miglioramento del rapporto PIL-debito pubblico, ma la ripresa economica e la posizione del governo a salvaguardia della sterlina piacciono agli inglesi e hanno parzialmente alleviato l'insuccesso.
- Il Paese, grazie a rapporti privilegiati con gli Stati Uniti, sembra entrato in una fase espansiva della sua economia e si è ripreso dalla crisi finanziaria del 2008. E' curioso comunque che il governo sottostimi la ripresa e continui ad approvare misure di politica fiscale, sulla base di uno scenario più pessimistico di quello previsto dagli istituti economici.
- Nel prossimo biennio il governo potrebbe anche permettersi di allentare i tagli, ma l'Office for Budget Responsibility stima che la crescita futura sarà superiore a quella attuale dell'1,8%, mentre gli economisti stimano in media un +2,7%. Con queste previsioni i sudditi di Sua Maestà potrebbero raggiungere un attivo di bilancio entro il 2018-2019.
- Con la positiva crescita del Pil anche i salari reali dovrebbero tornare a crescere dalla metà del 2014, grazie a un'inflazione contenuta e un aumento dei salari nominali. Non cresceranno invece i consumi privati che, dopo la ripresa del 2013, e il crollo dei risparmi (dal 7,2% al 4,9%) non sono dinamici e risentono della "bolla immobiliare" (i prezzi delle case risultano mediamente del 9% più bassi dei livelli pre-crisi e del 25% in meno, tenuto conto dell'inflazione). Solo a Londra si registra un aumento sostenuto dei prezzi delle case.
- Per quanto riguarda le vacanze, gli inglesi com'è tradizione, le faranno nelle destinazioni di sempre, affidandosi ai tour operator (come sempre) e ricercando soprattutto territori che garantiscono sole, mare e temperature moderate. Nonostante l'Italia da anni non sia impegnata nella sensibilizzazione del mercato inglese, limitandosi a delle azioni di semplice routine, i risvolti negativi in termini di comunicazione e immagine legati all'annuncio dell'Ambasciata inglese che avvisava i propri turisti di fare attenzione in Italia (soprattutto a Roma) a furti e borseggi, sembra che non incidano affatto sul movimento turistico dal Regno Unito che si è contratto al punto da mantenersi scarso e stabile. Gli sforzi degli operatori per attrarre questo mercato non sono migliorati. Mancano l'empatia e un grande progetto turistico nazionale per il mercato britannico.

- Nel frattempo Londra è diventata una destinazione outgoing per gli italiani e i voli low cost vengono riempiti da nostri connazionali invece che da inglesi, come indicherebbero gli incentivi alle LCA.
- In questa situazione nessun aumento di domanda è prevedibile per il 2014 in Italia, ma c'è qualche segnale che potrebbe alzare la piccola quantità di presenze inglesi del 2013 su territori particolari.



Tra +1% e +5%

PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Dopo anni di continue emorragie, nel 2013 si è registrata una stabilità degli arrivi britannici, con piccolissimi incrementi delle presenze. Le previsioni per il 2014 confermano questo trend: il movimento dalla Gran Bretagna registrerà una leggera ripresa, ma su una quota ormai molto modesta di arrivi e presenze.

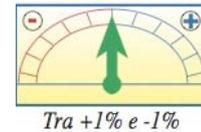
IL MOVIMENTO TURISTICO INGLESE SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|--------|--------|-------------|----------|---------|--------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| Mercato | | | | | | |
| GRAN BRETAGNA | 30.500 | 30.500 | 0,0% | 159.000 | 166.000 | +4,4% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 2,3% | | | 1,8% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

Gli operatori che si dedicano con attenzione a questo mercato sono ridotti al lumicino, gli allotment disponibili ammontano a pochissime camere, numeri che le storiche agenzie di incoming considerano insufficienti per impostare un catalogo dalla tiratura sufficiente per ottenere risultati significativi nel Regno Unito.

La riprova è costituita dal quasi azzeramento degli arrivi di passeggeri allo scalo di Rimini nel 2013 (-95,4%), nonostante le statistiche ufficiali considerino come britannici anche i passeggeri italiani di ritorno con i voli da Londra.



BELGIO E LUSSEMBURGO

| BELGIO | | | |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
| Popolazione (mln.) | 9,97 | 10,7 | 10,7 |
| Andamento Pil | -0,4% | +0,5% | +0,5% |
| Inflazione | 3,4% | 2,4% | 2,3% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 37.843 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

| LUSSEMBURGO | | | |
|----------------------------------|---------------------------|------|-------|
| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
| Popolazione (mln.) | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| Andamento Pil | -0,4% | +1% | +2,7% |
| Inflazione | 1,4% | 2,5% | 1,5% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 77.935 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

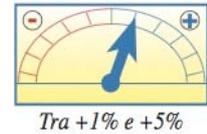
- In Belgio la coalizione di governo a 6, che doveva resistere per 18 mesi dopo le inconcludenti elezioni del 2010, durerà fino alle prossime elezioni di giugno. Il 6 luglio 2013 il primo ministro belga Elio di Rupo ha presentato la sesta riforma dello Stato che entrerà in vigore il primo luglio 2014. Prevede una maggiore autonomia per le realtà regionali e per le comunità in materia di sussidi familiari, politica del lavoro, sanità e cura degli anziani e un trasferimento di competenze stimato in 20 miliardi di euro sul budget 2014.

Anche se il quadro politico appare ancora molto incerto, anche per la divisione tra fiamminghi e comunità francofone, il clima che tale riforma ha creato fa pensare che niente è più impossibile in un Belgio che meno di due anni fa si diceva ingovernabile e destinato a scomparire. I rapporti tra valloni e fiamminghi, come sempre, non sono idilliaci ma le alternative non sono condivise.
- Nel 2014 l'economia belga proseguirà sulla linea della lieve ripresa e non modificherà le modalità di fare vacanze dei turisti belgi

 - i belgi francofoni continueranno a guardare con interesse all'enogastronomia tradizionale di impostazione franca,
 - i belgi di lingua fiamminga dedicheranno scarsa attenzione al servizio e accetteranno volentieri la cucina mista, paneuropea, libanese, italiana, orientale.

Per l'Italia questo significa una "tenuta" del movimento belga nel nostro Paese: *i belgi indipendenti, in auto, arriveranno sulle coste italiane nella stessa misura del 2013 e i fiamminghi torneranno ai centri vacanze all'aria aperta come lo scorso anno.*

- Il movimento dei turisti in arrivo dal Lussemburgo è estremamente ridotto di numero e dovrebbe mantenersi stabile.



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Dopo un discreto risultato registrato nel 2013, la solidità della domanda balneare belga e lussemburghese sulla Riviera dell'Emilia Romagna si dovrebbe confermare anche nell'estate 2014: *leggera crescita*.

IL MOVIMENTO TURISTICO DI BELGIO E LUSSEMBURGO SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

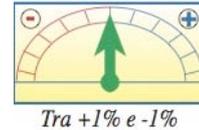
| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|-----------------------------|--------|--------|--------------|----------|---------|--------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| Mercato | | | | | | |
| BELGIO E LUSSEMBURGO | 42.700 | 44.500 | +4,2% | 338.000 | 339.000 | +0,3% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 3,4% | | | 3,7% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

Secondo gli operatori presenti alle manifestazioni fieristiche di Bruxelles e Charleroi (Vallonia), le iniziative della Riviera e le formule commerciali proposte si dice ottengano anche nel 2014 un buon interesse di pubblico. I belgi sono sempre molto attenti alle offerte speciali, prenotano con largo anticipo e soprattutto hanno una propensione sempre più spiccata per le prenotazioni via Internet: il 25% della popolazione belga prenota anche il trasporto tramite Internet.

I turisti lussemburghesi, con elevata propensione alla spesa, sono invece alla ricerca di elementi di glamour, proposte di "turismo attivo" (eventi, benessere, sport e relax) o prodotti turistici mirati per "high spender", come il golf e la nautica.

La conferma dei collegamenti aerei da Bruxelles e dal Lussemburgo (rispettivamente con le compagnie Brussels Airlines e Luxair) con Rimini oltre che con Bologna (Bruxelles e Charleroi), costituisce un interessante incentivo per lo sviluppo di questo mercato.

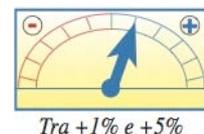


OLANDA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 16,7 | 16,8 | 16,8 |
| Andamento Pil | 0,0% | +0,3% | +0,3% |
| Inflazione | 1,9% | 2,0% | 1,8% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 41.447 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- Pur con ideologie differenti al suo interno, la “grande coalizione” uscita dalle elezioni anticipate del 2012 si sta dimostrando resistente con un governo di centro che contiene le spinte estremiste che giungono dai rispettivi schieramenti e che potrebbe mettere fine al lungo periodo di instabilità politica. L’Olanda è tra le nazioni più influenti nel sistema UE e questo facilita la tenuta del governo anche se rischia spesso di andare sotto nella Prima Camera dove è in minoranza.
- Dopo essere scivolata in recessione nel 2012 e 2013, l’economia olandese – lo si prevede ovunque - farà registrare una lenta graduale ripresa.
- Gli olandesi si confermano turisti esigenti. Parlano 3 lingue (europee), sono grandi conoscitori della geografia turistica, grandi esploratori e grandi viaggiatori. Non sono turisti fedeli, scelgono villaggi di prestigio e centri vacanza con tanta acqua da balneare. I sondaggisti tedeschi affermano che gli olandesi nel 2014 torneranno dove sono stati nel 2013, ad esempio nelle Antille olandesi che resta la migliore opzione possibile ma non per il turismo indipendente in auto e in camper, che fa parte del costume di almeno 1/3 delle Netherlands.
- Il movimento olandese in Italia resterà stabile, in linea con i numeri del 2013.



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Dopo la flessione del biennio 2010-2011 e la ripresa nel 2012, si è confermato anche nell’estate 2013 il gradimento da parte della clientela olandese per le offerte della Riviera. Gli arrivi risultano infatti in crescita (+2,0%), ma la situazione economica ha penalizzato i consumi e di conseguenza la durata dei soggiorni (-2,7%). Questo trend dovrebbe proseguire anche nell’estate 2014.

IL MOVIMENTO TURISTICO OLANDESE
SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna Mercato | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|-----------------------------------|--------|--------|--------------|----------|---------|--------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| OLANDA | 50.000 | 51.000 | +2,0% | 449.000 | 437.000 | -2,7% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 3,9% | | | 4,8% | |

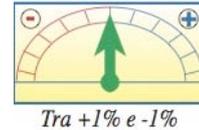
Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

I fattori che hanno determinato questo riavvicinamento alla Riviera da parte dei turisti olandesi sono senza dubbio i prezzi competitivi, ma soprattutto la crescita qualitativa delle proposte delle strutture all'aria aperta (campeggi, villaggi e centri vacanze).

Un effetto positivo su questo mercato l'hanno ottenuto:

- la crescente efficienza dei servizi all'esterno delle strutture ricettive;
- la presenza di piste ciclabili;
- gli itinerari cicloturistici organizzati con guide e assistenza, per i quali alcuni gruppi alberghieri della Riviera sono oggi all'avanguardia.

Per l'estate 2014, un ulteriore impulso verrà dalla conferma del collegamento aereo da Amsterdam a Rimini con la compagnia Transavia.

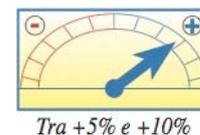


DANI MARCA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 5,6 | 5,6 | 5,7 |
| Andamento Pil | -0,5% | +0,9% | +0,9% |
| Inflazione | 2,0% | 2,1% | 2,3% |
| Reddito medio (2012, FMI) | 37.794 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- La coalizione di governo (Socialdemocratici, Partito Popolare Socialista e Partito Social-Liberale) è priva di una maggioranza parlamentare e manifesta qualche debolezza destinata ad arrivare comunque alla fine del proprio mandato (2015). In Danimarca contano le garanzie sociali e l'economia che le consente rendono PIL, crescita, occupazione, sicurezza e sanità le parole più gettonate del panorama politico. Nel suo discorso di fine anno, la premier laburista Helle Thorning-Schmidt ha affermato che il quadro generale comincia a migliorare e immediatamente i danesi hanno prenotato un viaggio importante. La pensano allo stesso modo anche gli imprenditori danesi, convinti che il 2014 sarà un ottimo anno per l'economia. Anche il settore bancario dà segnali di miglioramento mentre i consumatori per natura prudenti, risultano fiduciosi nel futuro ma anche pacifici e sereni.
- A livello occupazionale i risultati sono quelli del 2013: la ripresa dell'economia trainerà anche il riassorbimento di chi ha perso il lavoro negli ultimi anni, ma secondo gli analisti è sbagliato attendersi risultati eclatanti nel breve termine.
- I danesi, preoccupati per disoccupazione e lo spauracchio della povertà non dovrebbero cambiare le loro abitudini turistiche. Non hanno la percezione del lavoro che affatica e quindi delle "ferie" per recuperare le energie perdute. Loro sono per le vacanze dedicate al mare del Nord per i soggiorni *touring around* nel proprio Paese. Quasi il 60% dei danesi (3,5 milioni su 5,7) fa vacanze "domestic". Si prevede dunque stabilità o un'impercettibile crescita del movimento turistico danese verso il Mediterraneo e l'Italia.



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

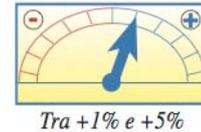
Dopo il deciso recupero dei flussi turistici dalla Danimarca nel 2012, il movimento sulla Riviera dell'Emilia Romagna nell'estate 2013 ha registrato un secco ridimensionamento.

IL MOVIMENTO TURISTICO DANESE
SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|-------------------------------|---------------|-------------|-------------------|-----------------|-------------|-------------------|
| Mercato | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| DANIMARCA | 12.000 | 10.000 | -16,7% | 102.000 | 85.000 | -16,7% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 0,8% | | | 0,9% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

Per il 2014 questo mercato confermerà il trend evidenziato (crescita) anche se, come per gli altri Paesi Scandinavi, l'APT e l'Unione di Costa hanno predisposto offerte di vacanza che puntano su campeggi e centri vacanze, cicloturismo, entroterra e parchi naturali. Le 85.000 presenze del 2013 dovrebbero diventare 90,000.

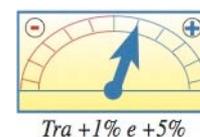


FINLANDIA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 5,4 | 5,4 | 5,4 |
| Andamento Pil | -1,1% | +1,2% | +1,1% |
| Inflazione | 3,1% | 2,5% | 1,8% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 35.863 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- La coalizione di sei partiti al governo è destinata a terminare il proprio mandato regolarmente, nel 2015. Anche se il Paese ha schivato la recessione e gode ottima salute, l'indebitamento delle famiglie cresce mentre il tasso di occupazione rallenta. E' previsto un miglioramento della domanda estera che aiuterà la ripresa.
- I finlandesi rimangono turisti poco fedeli, tendono a cambiare destinazione di vacanza, amano la natura e vogliono scoprire il mondo, prediligono le vacanze a stretto contatto con foreste e laghi e le grandi città del mondo. Le loro vacanze tradizionali *domestic* prevedono soggiorni nei *mökki* (piccoli cottage di campagna) o in camper. Per le vacanze all'estero la Thailandia è la meta preferita, ma anche Mosca, San Pietroburgo e Tallin sono tappe frequenti dell'escursionismo e degli short breaks dei finlandesi.
- La situazione economica del Paese consente di confermare le previsioni positive del 2014 per questo piccolo mercato che in Italia genera circa 1 milione di presenze complessive.



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Nel 2013 i flussi turistici dalla Finlandia sulla Riviera dell'Emilia Romagna hanno registrato una leggera ripresa, sia in termini di arrivi che di presenze.

IL MOVIMENTO TURISTICO FINLANDESE SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|--------|-------|--------------|----------|--------|--------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| Mercato | | | | | | |
| FINLANDIA | 7.800 | 8.100 | +3,8% | 52.000 | 54.000 | +3,8% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 0,6% | | | 0,6% | |

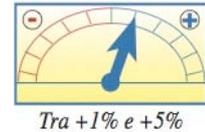
Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

Per il 2014 per questo mercato si può prevedere un ulteriore leggero incremento dei volumi di movimento, grazie alla predisposizione di offerte che



puntano su campeggi e centri vacanze, cicloturismo, entroterra e parchi naturali.

La conferma del collegamento aereo da Helsinki a Rimini con la compagnia Finnair costituisce un ulteriore elemento di supporto per lo sviluppo di questo mercato.

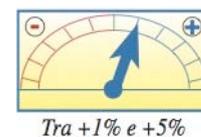


NORVEGIA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 5,0 | 5,0 | 5,1 |
| Andamento Pil | 1,4% | +2,7% | +3,4% |
| Inflazione | 1,8% | 1,1% | 2,3% |
| Reddito medio (2012, FMI) | 55.398 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- La coalizione di centro-destra che ha vinto le elezioni del 2013 seguirà per sommi capi la mappa politica tracciata dal precedente governo laburista anche se la destra spinge per i tagli alle tasse. Ci sono chiari i segnali di un arretramento del mercato immobiliare, con un calo dei prezzi delle case sia nel 2014 che nel 2015 che contribuirà ad un brusco calo delle costruzioni. Il calo dei prezzi delle case, la crescita dei redditi più bassa e un aumento dell'incertezza economica intaccherà i consumi, che quest'anno stanno già mostrando una crescita inferiore alle aspettative. Ma due tagli dei tassi d'interesse e un aumento dei proventi del petrolio dovrebbero smorzare il calo previsto e rassicurare i norvegesi che sono frequent travellers e apprezzano l'Italia.
- Il governo manterrà forte l'enfasi sul sostegno all'occupazione e sullo sfruttamento delle riserve petrolifere che, grazie all'elevato costo del petrolio, favorirà l'economia norvegese e in particolare la spesa domestica.
- Per il 2014 è prevista una leggera crescita dei norvegesi in Italia.



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Nell'estate 2013 i flussi turistici dalla Norvegia sulla Riviera dell'Emilia Romagna hanno registrato una buona ripresa, sia in termini di arrivi che di presenze, anche se il volume complessivo (32.000 presenze) resta decisamente poco significativo. Per il 2014 si prevede un consolidamento del movimento.

IL MOVIMENTO TURISTICO NORVEGESE SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|--------|-------|--------------|----------|--------|--------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| Mercato | | | | | | |
| NORVEGIA | 5.300 | 5.500 | +3,8% | 30.000 | 32.000 | +6,7% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 0,4% | | | 0,4% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

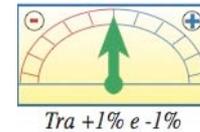
La maggioranza dei flussi turistici norvegesi si dirige sulle città d'arte europee e verso le località balneari e le isole del Tirreno all'inseguimento di:

- inversione rituale/evasione climatica;
- desiderio di relax;
- fuga dalla routine;
- arricchimento personale.

I norvegesi pianificano con largo anticipo le vacanze estive (di lunga durata). Il picco degli arrivi è in luglio; il turista norvegese sceglie nel 40% dei casi sistemazioni di qualità, alberghi con piscina, aria condizionata e servizi a 4/5 stelle, sulle isole o in località poco affollate, evitando le destinazioni balneari europee di "massa".

Per ottenere un reale incremento del movimento norvegese in Emilia Romagna occorrerebbe una presenza massiccia delle offerte regionali sui migliori cataloghi dei tour operator scandinavi e nuova acquaticità.

La mancanza di collegamenti aerei diretti con Bologna e Rimini costituisce un handicap per lo sviluppo di questo mercato.

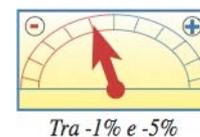


SVEZIA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 9,6 | 9,6 | 9,7 |
| Andamento Pil | -0,2% | +1,8% | +2,4% |
| Inflazione | 0,7% | 1,1% | 1,4% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 40.870 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- E' la nazione più popolosa ed evoluta del sistema scandinavo, socialmente rassicurante e modello per le altre nazioni. I partiti di opposizione di centro-sinistra sono in testa nei sondaggi per le elezioni del prossimo settembre, anche se il margine sulla coalizione di governo di centro-destra non appare al momento decisivo. L'equilibrio potrebbe essere rotto dai Democratici Svedesi, partito di estrema destra di matrice nazionalista. Il governo non ha i numeri per fare innovazione, la maggioranza è debole tanto che anche la crescita dell'economia resta debole (nel 2014 non si prevedono riforme significative). I consumi interni stanno crescendo ma l'export è frenato dalla riduzione dei consumi nelle nazioni UE e dalla debolezza delle economie europee.
- Secondo gli analisti l'economia dovrebbe riprendere slancio nella seconda metà del 2014, quando l'export godrà del miglioramento della domanda grazie a una politica monetaria espansionistica di cui beneficeranno soprattutto le famiglie; cresceranno anche gli investimenti finalizzati a un aumento della produzione.
- Le destinazioni preferite dagli svedesi per le loro vacanze restano la Spagna (Costa del Sol e Ibiza), ma anche la Francia e la Grecia; sempre meno Cipro e Turchia, anche se sono paesi meno cari ma frequentati dai gruppi russi. In estate la maggioranza degli svedesi rimane in patria, con il movimento escursionistico che riempie le località balneari del Baltico.



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Nel 2013 i flussi turistici dalla Svezia hanno registrato un'ulteriore flessione sulla Riviera dell'Emilia Romagna, sia in termini di arrivi che di presenze, e per il 2014 tutti i segnali confermano il trend decrescente. L'appeal della Riviera romagnola resta debole.

IL MOVIMENTO TURISTICO SVEDESE
SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|--------|--------|--------------|----------|--------|--------------|
| Mercato | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| SVEZIA | 11.500 | 10.400 | -9,6% | 64.000 | 60.000 | -6,3% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 0,8% | | | 0,7% | |

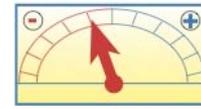
Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

La natura e l'ambiente della Svezia sono molto generose e i turisti svedesi non accettano niente di meno di quello che hanno a casa propria.

L'Italia per loro è una località di vacanza trasgressiva di piacere e di svago (qualcosa di più del classico *leisure*), per le dotazioni monumentali, artistiche e culturali che la rendono appagante e per un certo numero di svedesi "attraente".

Le offerte di vacanza messe in campo dagli operatori della Riviera puntano raramente sull'acquaticità, che invece risulterebbe determinante per la scelta della vacanza balneare da parte degli svedesi. Gli alberghi senza piscina non interessano i turisti svedesi e il mare Adriatico attualmente non propone l'*inversione rituale* che gli scandinavi si aspettano da una vacanza balneare in Italia.

Se a questo si aggiungono anche le carenze dei collegamenti aerei (la Riviera non è più raggiungibile direttamente da Stoccolma), lo scenario finale non risulta incoraggiante. Improbabile che nel 2014 vi siano sviluppi effettivi del movimento turistico in arrivo da questo mercato.



Tra -1% e -5%

PAESI DELL'EST

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Rep. Ceca | Slovacchia | Ungheria | Polonia |
| Popolazione (mln.) | 10,5 | 5,4 | 9,9 | 38,5 |
| Andamento Pil | +1,3% | +2,3% | +1,7% | +2,3% |
| Inflazione | 1,8% | 2,0% | 3,1% | 1,5% |
| Reddito medio in Dollari USA (2013, FMI) | 27.214 | 24.664 | 19.836 | 21.118 |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Euromonitor - Banca Centrale Europea - Fondo Monetario Internazionale

- Repubblica Ceca:**
 Le elezioni dello scorso ottobre non sono state risolutive. La coalizione di centro-sinistra uscita dalle urne può contare su una maggioranza risicata (111 dei 200 seggi del Parlamento), è guidata dal socialdemocratico Bohuslav Sobotka e include anche il partito populista ANO e i cristiano-democratici. Sobotka ha promesso crescita economica, prosperità e stabilità ma l'economia ceca, fortemente condizionata dal mercato dell'auto e dall'export nell'euro-zona, ha subito 18 mesi di recessione e non sta dando segni di crescita. La Banca centrale si aspetta la fine della recessione europea e una ripresa della produzione e dei consumi con il Pil vicino al +1,5%.
- Le difficoltà economiche hanno influito negativamente sui viaggi all'estero dei cechi che, per le loro vacanze, continuano a privilegiare le destinazioni europee, con Croazia, Slovacchia e Italia ai primi posti, ma accertato che meno del 10% della popolazione è in grado di permettersi delle vacanze fuori dai confini, i numeri del movimento turistico hanno effetti marginali sul nostro turismo. Secondo ai dati disponibili, i cechi che privilegiano l'Italia preferiscono di gran lunga il Veneto per le loro vacanze.
- Polonia**
 Il Primo Ministro Donald Tusk e la sua coalizione di governo (Piattaforma Civica un partito di centro-destra con una particolare vocazione europeista) stanno vivendo i classici guai del secondo mandato, ma l'abilità politica di Tusk sta consentendo alla Polonia di proseguire su quel sentiero anticiclico, rispetto all'Unione Europea che, in questi anni di recessione ha visto l'economia polacca crescere complessivamente del 16%. La crisi economica che ha penalizzato le nazioni PIGS in Polonia non c'è stata, anche perché lì si sono trasferite numerose produzioni industriali italiane.

Il miracolo economico polacco è stato determinato dalla capacità del suo governo di gestire ottimamente la transizione verso un'economia di mercato; la svalutazione dello Zloty ha reso le importazioni più costose ma ha generato un gran numero di posti di lavoro. Il clima politico permissivo nei confronti delle aziende straniere ha spinto le imprese nazionali a concentrarsi sulla qualità e non sulla quantità delle esportazioni. Il mercato di sbocco principale è la Germania, che assorbe il 25% delle esportazioni polacche. Grazie a questa congiuntura produttiva nel 2014 il PIL polacco dovrebbe crescere del 2,5% circa.

Grazie alle dimensioni e alla prossimità della Germania, la Polonia riceverà dal 2014 in poi 105,9 miliardi di euro di fondi stanziati dall'UE, un flusso di denaro che consentirà alla Polonia di proseguire sulla strada dello sviluppo e della crescita. La crescita del movimento turistico polacco è strettamente legato alla positiva situazione economica del Paese, il che porta a prevedere un aumento dei flussi turistici anche verso l'Italia. Nonostante la ridotta capacità di spesa nel 2013 i polacchi arrivati in Italia sono stati oltre 420.000, stabili rispetto all'anno prima (dati dell'Istituto del Turismo Polacco). Considerata la dimensione della popolazione (38,5 Milioni) si tratta di un risultato modesto.

La classifica delle regioni italiane scelte dai polacchi rimane invariata: al primo posto il Veneto, seguito da Trentino Alto Adige, Lazio, Lombardia, Toscana ed Emilia-Romagna. Dopo alcuni anni in cui l'Italia aveva occupato il primo posto come meta turistica preferita, i dati relativi al 2013 indicano che il nostro Paese ha ceduto il posto a Croazia, Repubblica Ceca e Spagna. Secondo i tour operator polacchi però l'Italia resta una delle destinazioni preferite per il turismo invernale, oltre ovviamente a rimanere una delle mete preferite per il turismo religioso, per i tour culturali e gli short breaks nelle grandi città.

- **Slovacchia:**

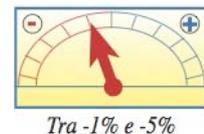
Il governo socialdemocratico guidato dal premier Robert Fico, leader dello Smer, il primo governo non di coalizione dall'indipendenza del 1993, ha un solido mandato, tanto che Fico si è candidato per le prossime elezioni presidenziali dicendo che non intende dimettersi da premier e che lo farà solo in caso di elezione alla presidenza della Repubblica. Questa popolarità se l'è guadagnata soprattutto con la difesa delle pensioni e del Welfare. Secondo l'ultima report dell'Istituto di politica finanziaria (IFP) del Ministero delle Finanze slovacco, il tasso di crescita dell'economia slovacca dovrebbe accelerare quest'anno al 2,3% grazie soprattutto alle esportazioni (stima rivista recentemente al rialzo di 0,1 punti percentuali rispetto all'ultimo report del settembre 2013). Buone notizie sono attese anche sul fronte della domanda interna, in modo particolare per i consumi privati, per i quali i primi segnali fanno pensare a una buona ripresa. L'IFP stima anche un leggero calo nel numero dei disoccupati nel 2014, di circa 7.000 unità, dal 14,3% dello scorso anno al 14%.

Dal punto di vista turistico, gli slovacchi rappresentano un bacino di utenza piccolo ma interessantissimo per le aree turistiche montane; c'è scarso interesse per il turismo balneare e per la riviera romagnola. I mezzi di trasporto utilizzati dagli slovacchi per raggiungere il nostro Paese sono nella maggior parte dei casi l'automobile e il bus.

- Ungheria:

Il governo di centro-destra a guida conservatrice ad oggi (Fidesz-Unione Civica Ungherese), ha il mandato più compatto e stabile dalla caduta del Comunismo ed è il grande favorito per le elezioni del prossimo aprile. Tuttavia, pur uscita dalle recessione, l'economia ungherese è frenata dalla mancanza di investimenti e dagli interventi eccessivi del governo del premier Orban. L'Ungheria ha visto la sua economia crescere per tre trimestri consecutivi, dopo la recessione del 2012, ma gli interventi del governo sui prezzi energetici hanno penalizzato la competitività. Ora si ritiene necessario che il governo riduca gradualmente le cosiddette tasse speciali su banche e aziende di altri settori. Gli oppositori governativi hanno criticato i recenti tagli dei prezzi come misure populiste mirate alle elezioni di primavera. L'OCSE sottolinea che il taglio dei tassi dal 7% al 2,85% in poco tempo ha contribuito al ritorno della crescita.

Gli ungheresi si confermano turisti indipendenti, esperti di *touring around*, viaggiano prevalentemente in auto e le loro destinazioni estere preferite sono Austria, Germania e Romania. L'Italia si conferma al settimo posto nelle preferenze e precede Francia, Regno Unito e Olanda.



PROSPETTIVE 2014 IN EMILIA ROMAGNA

Come non accadeva da anni, nel 2013 tutti i mercati dell'Est Europa, che oggi pesano complessivamente per circa l'8,9% degli arrivi e il 9,2% delle presenze internazionali sulla Riviera dell'Emilia Romagna, hanno evidenziato un robusto andamento positivo rispetto all'anno precedente.

IL MOVIMENTO TURISTICO POLACCO SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA - CRESCITA -

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|--------|--------|------------|----------|---------|------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| Mercato | | | | | | |
| POLONIA | 62.000 | 66.000 | +6,5% | 378.000 | 412.000 | +9,0% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 5,0% | | | 4,5% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

IL MOVIMENTO TURISTICO CECO SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA - LEGGERA FLESSIONE -

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|--------|--------|------------|----------|---------|------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| Mercato | | | | | | |
| REPUBBLICA CECA | 27.000 | 29.000 | +7,4% | 241.000 | 261.000 | +8,3% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 2,2% | | | 2,9% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

IL MOVIMENTO TURISTICO SLOVACCO
SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA
- FLESSIONE -

| Riviera Emilia Romagna Mercato | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|-----------------------------------|--------|-------|------------|----------|--------|------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| SLOVACCHIA | 8.500 | 9.000 | +5,9% | 62.000 | 67.000 | +8,1% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 0,7% | | | 0,7% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

IL MOVIMENTO TURISTICO UNGHERESE
SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA
- FLESSIONE -

| Riviera Emilia Romagna Mercato | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|-----------------------------------|--------|--------|------------|----------|--------|------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| UNGHERIA | 13.000 | 13.500 | +3,8% | 93.000 | 98.000 | +5,4% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 1,0% | | | 1,1% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

A ben guardare, la difficile situazione economica in tutti questi Paesi non autorizza a prevedere anche per il 2014 un generale andamento positivo. I segnali raccolti dagli operatori specializzati, dai Tour Operator e dal sistema agenziale, autorizzano a puntare maggiormente sulla Polonia e in seconda istanza sulla Repubblica Ceca.

Per sviluppare ulteriormente il movimento da questi mercati, oltre a garantire i collegamenti aerei con gli scali regionali, sembra necessario adeguare le strategie commerciali puntando su pacchetti *all inclusive* ma veri e trasparenti (che oggi non sono). Per questi mercati è essenziale comprendere oltre ai servizi di mezza pensione, spiaggia, bar, anche la possibilità di sperimentare ristoranti tipici, pizzerie, discoteche, parchi di divertimento. La scarsa conoscenza della lingua italiana e dell'inglese invita ad assumere personale di contatto che conosca le lingue slave.



RUSSIA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 141,2 | 142,5 | 142,2 |
| Andamento Pil | +3,2% | +3,9% | +2,0% |
| Inflazione | 5,8% | 6,7% | 5,5% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 18.083 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Oxford Economics - Fondo Monetario Internazionale

- Nel corso del 2013 il gradimento pubblico del presidente Putin era sceso sotto il 50%, ma si è impennato dopo l'annessione della Crimea. Gli oppositori non riescono ad emergere e ad approfittare delle nebulose situazioni interne e Vladimir Putin grazie anche al traino mediatico delle Olimpiadi di Sochi resta saldamente alla guida del Paese anche alla fine dell'esaltazione olimpica e nonostante Sochi 2014 (il costo totale dei Giochi è stimato intorno ai 51 miliardi di dollari) abbia reso l'economia russa in serio rallentamento con appena un PIL al +1,3% e il rublo in caduta libera a seguito della crisi Ucraina.
- Anche il Fondo monetario internazionale ha ridotto il suo rating per la crescita dell'economia russa e ha avvertito ripetutamente il governo che senza una revisione del suo modello economico il Paese non può continuare a crescere. L'agenzia di rating Moody's ritiene improbabile che queste Olimpiadi abbiano avuto un effetto positivo di lungo periodo sull'economia russa. Secondo il FMI infrastrutture inadeguate, vincoli all'accesso ai finanziamenti da parte di molte imprese, specialmente piccole e medie, privilegi della Casta e diseguaglianze sul mercato del lavoro rappresentano degli ostacoli fondamentali per la crescita economica del Paese. I suggerimenti degli analisti internazionali vanno verso un nuovo modello di crescita, meno dipendente dalle materie prime e dalle ricche esportazioni di petrolio e gas.
- Nonostante il costo esorbitante delle Olimpiadi, l'economia russa è abbastanza grande e abbastanza solida da sostenere investimenti sociali per quasi il 2,5% del Pil. Bilanci sopportabili con qualche delusione sul fronte della produttività.
- Il "caso Crimea" ha raffreddato i rapporti con gli USA, ha stanato le nazioni con le quali la Russia continuerà a fare affari, ha evidenziato che la propaganda dell'euro-zona genera instabilità nelle nazioni più povere.
- Secondo il Russian International Travel Monitor, la Russia è oggi il secondo mercato a più rapida crescita in termini di spesa nel settore dei viaggi *outbound*, con un incremento del 32% rispetto al 2012. La spesa per viaggi internazionali dei russi è raddoppiata dal 2005 e questo risultato è attribuito alla crescita democratica, all'avanzare della classe media, al rafforzamento del potere d'acquisto del rublo, ai buoni rapporti con l'occidente. Ora i cittadini russi che fanno viaggi all'estero, per *leisure* o per *business*, sono quasi 38 milioni e

spendono complessivamente 47 miliardi di dollari, facendo della Russia il quinto mercato del mondo per viaggi outbound. I russi sono ormai i top spender indiscussi del settore dell'hotellerie internazionale.

- Grazie al miglioramento delle procedure per il rilascio dei visti su "pressione" dell'ENIT con un aumento a due cifre dei visti rilasciati per l'Italia, il movimento turistico russo nel Belpaese nel 2013 ha fatto registrare una crescita vicina al 15%. Le sanzioni della UE non dovrebbero incidere su queste cifre, ma la Russia sta prendendo nota dei vantaggi che il turismo incoming potrebbe apportare alla propria economia. Da segnalare i dati del Tax Free shopping in Italia che, secondo gli ultimi dati di Global Blue, vede i turisti russi trainare il mercato con il 27% degli acquisti complessivi e una spesa media pro-capite di 649 euro.
- Anche nel 2014 si prevede una crescita del turismo russo in Italia, anche se con percentuali inferiori al passato.



PROSPETTIVE 2013 IN EMILIA ROMAGNA

Dopo un rallentamento della crescita del movimento dalla Russia iniziato nel 2012 (al di sotto del 10%), nel 2013 si è assistito alla crescita delle presenze russe *business e leisure* "in doppia cifra", come preannunciato dall'Osservatorio Turistico Regionale. Per il 2014 - compatibilmente con il trasporto - è previsto un ulteriore incremento del movimento russo in Riviera. Le rassicurazioni sul prolungamento dell'operatività dell'Aeroporto di Rimini almeno fino a fine ottobre sembrano bastare per indicare "forte crescita" del movimento russo sull'area riminese (una crescita del 12% significherebbe 1.350.000 presenze).

IL MOVIMENTO TURISTICO RUSSO SULLA RIVIERA DELL'EMILIA ROMAGNA

| Riviera Emilia Romagna | ARRIVI | | | PRESENZE | | |
|---------------------------|---------|---------|--------------|-----------|-----------|---------------|
| | 2012 | 2013 | Var. 13/12 | 2012 | 2013 | Var. 13/12 |
| Mercato | | | | | | |
| RUSSIA | 171.000 | 184.000 | +7,6% | 1.067.000 | 1.214.000 | +13,8% |
| QUOTA su Totale Stranieri | | 14,0% | | | 13,4% | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

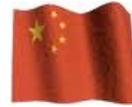
Per quanto riguarda il futuro, la situazione economico-gestionale di Aeradria avrà un peso determinante. Non si tratta di dissertare e scegliere tra gestione pubblica e privata, ma di considerare che un aeroporto è più essenziale di un Palacongressi e che quindi va reso stabile, funzionante, governato da persone competenti di "aviation" ma anche di turismo internazionale. Certo – visti gli accadimenti - sarà necessario mettere in campo un comitato di vigilanza indipendente che risponda delle risorse necessarie per fare funzionare l'aeroporto "quanto costa costa per la comunità" perché qualora dovesse



interrompersi il servizio centinaia di operatori commerciali e albergatori vedrebbero crollare le proprie sicurezze.

Nel 2013 allo scalo aeroportuale di Rimini (maggiore scalo in Italia per voli charter dalla Russia) i passeggeri russi sono cresciuti del +5,0%.

Dopo un rallentamento del traffico nei primi mesi del 2014, a causa dell'incertezza sulle sorti dello scalo riminese e della complicata situazione economica creatasi tra rublo e yuan con il deprezzamento del rublo, per l'estate 2014 (crisi Ucraina risolta) si prevede un ulteriore leggero incremento dei passeggeri in arrivo.



CINA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|--------------------------|-------|------------------|
| Popolazione (mln.) | 1.328 | 1.340 | 1.340 |
| Andamento PIL | +8,1% | +8,6% | +7,3% in discesa |
| Inflazione | 4,2% | 5,0% | 3,4% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 9.828 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Oxford Economics - Fondo Monetario Internazionale

TREND

Al culmine delle speranze sugli sviluppi turistici cinesi in Italia, sono state dedicate al tema una serie di informazioni socio-economiche che dovrebbero consentire di distanziarsi dalla retorica dei *milioni di ricchi cinesi pronti a venire in Italia per shopping e vacanze*.

Del resto, i buoni propositi della Cina per il 2014 riguardano il mantenimento dello *status quo*, la riduzione del debito e la creazione di un ceto medio meno timoroso del regime e più soddisfatto. Le riforme economiche decennali approvate alla fine del 2013 sono considerate rivoluzionarie perché smantellano il "modello Deng" che ha fatto crescere vertiginosamente il Paese per circa 30 anni. Ora, dopo una serie di "purghe politiche", l'imperativo per la Cina è dimenticare le accelerazioni economiche, gli arricchimenti fuori controllo e la proliferazione di milionari corrotti. Si vuole puntare alla qualità e si cerca di emulare l'Unione Sovietica degli anni '80.

Il governo da poco insediato punta ad abbandonare gradualmente la febbre speculativa e la bolla immobiliare per concentrarsi su forme di giustizia comprensibili, sulle riforme sociali, sul risanamento ambientale e su una politica fiscale di tipo occidentale. La crescita ottenuta dal "modello Deng" è basata su investimenti di Stato spesso finiti in settori improduttivi ad alta intensità di manodopera. Questi investimenti hanno generato enormi quantità di debito pubblico, mostruosità ambientali, alti tassi di corruzione e 20 anni di emergenza sociale che ha reso insufficienti le carceri e i campi di lavoro. Una Cina così non è affatto l'ideale per viaggiare in Occidente e in effetti il governo cerca di spostare i suoi giovani migliori nelle Università americane del nord est (Harvard, Princeton, Yale, Cornell, Brown, Dartmouh, Columbia, Pennsylvania).

La Cina è attualmente alle prese con insormontabili problemi agricoli e con una bolla immobiliare che nonostante gli sforzi non riesce a sgonfiare. Non sembra possibile che una nazione con queste caratteristiche dedichi energie a sviluppare il turismo outgoing, anche perché il peso dei problemi sociali appare richiedere urgenti cambiamenti di marcia.

La *prima sfida* del 2014 è il rallentamento economico. Il calo di domanda di manufatti e prodotti a basso prezzo rende difficile affrontare ed arginare i diffusi malesseri sociali ben contenuti dalle forze di polizia. Il governo vuole bilanciare la spesa pubblica, dedicarne una parte alla stabilità e un'altra parte alle riforme.

Mentre questo progetto è in corso il ritmo di crescita del PIL cinese - secondo EIU -

rallenta e rallenterà sempre più, a meno che la Likonomics (la dottrina economica del premier Li Keqiang) riesca a determinare un percorso democratico senza ridurre lo sforzo produttivo. Una sfida impossibile in una nazione da 1,4 miliardi di abitanti, governata con il pugno di ferro e senza diritti civili. La casta cinese teme una crescita meno rapida, più sostenibile, meno competitiva che la potrebbe portare da un'economia "senza sponde", molto redditizia a un'economia evoluta "con le sponde" e sindacalmente frenata. In Cina ancora non esiste il diritto alle ferie pagate e il mantenimento del posto di lavoro.

Attualmente, i sinologi esperti di leadership cinese evidenziano una *seconda sfida*: l'attrito tra la crescita della popolazione e l'arretratezza del settore agricolo il cui malessere è tenuto a bada dall'esercito. Quando la popolazione cinese raggiungerà il miliardo e 400 milioni, la domanda di cibo, alimenti e di prodotti agricoli crescerà senza che la produzione agricola si sia adeguata. La Cina sarà costretta ad acquistare cibo o a esportare parti della sua popolazione come sta facendo da secoli.

La *terza sfida* è fiscale, finanziaria e di bilancio. Mentre la Capitale deve da un lato gestire costi crescenti da "superpotenza", dall'altro deve sorvegliare i suoi burocrati sparsi su un territorio immenso. Per evitare che il denaro venga gestito localmente dai fiduciari del Partito alimentando clientelismi, corruzione, privilegi senza il controllo del governo bisognerebbe avviare una riforma del lavoro, una della sanità, una dell'ambiente e una della pubblica sicurezza in quanto a 50 chilometri dai centri urbani e nelle aree rurali i controlli di polizia sono mediamente su livelli medievali.

Quando si parla di "riforme rivoluzionarie" (annunciate nel novembre 2013) tese a tutelare i contadini e la produzione agricola, ad offrire ai cinesi possibilità di investimenti alternativi al mattone, a consentire ai contadini creazione di piccole aziende agricole artigianali) in una nazione priva di previdenza e di welfare significa spingere la popolazione verso le assicurazioni private. Piace il modello di Obama che non ha funzionato nemmeno negli USA. Per contenere e sgonfiare la bolla edilizia il governo sta costruendo 500 mila appartamenti che dovrebbero offrire ai cittadini, che hanno a lungo lavorato nelle aziende dello Stato (in Cina sono la quasi totalità), nuove case a prezzi accessibili.

Ma quanti sono i cinesi che hanno costruito fortune personali e detengono enormi poteri politici, perché sarebbero i soli in grado di fare viaggi indipendenti, di acquistare un biglietto aereo, di presentarsi da soli in aeroporto per il check-in?

Le grandi aziende di Stato sono controllate da manager nominati dal partito ... praticamente come in Italia. Questi manager che raccolgono migliaia di dipendenti diventano spesso leader di correnti politiche contro i quali non bastano le campagne anticorruzione che - come dice il governo - "sono mirate a colpire sia le tigri, sia le mosche". Chi può andare allo scontro politico laddove non esiste l'Habeas Corpus, né lo stato di diritto come lo intendiamo in Italia? Il governo potrebbe risolvere i suoi problemi con accelerazioni dell'emigrazione legale e illegale, spedire in Occidente, senza che l'Europa se ne accorga, tra 10 a 20 milioni di cinesi all'anno che non hanno un'occupazione, una dimora e un titolo di studio. E lo faranno facilitando la partenza verso quelle nazioni che già contengono i maggiori insediamenti cinesi, quindi Stati Uniti, Canada, Francia, Regno Unito, Germania e Italia.

Il premier periodicamente annuncia di volere creare *un nuovo ceto medio soddisfatto, "consenziente e stabilizzante", che sia anche forza lavoro adeguata per andare verso un'economia sempre più terziarizzata e sempre meno industriale.*

Torniamo al turismo outgoing sul quale si stanno facendo progetti e investimenti. In una nazione dove la polizia può arrestare senza dare giustificazioni, la censura è capillare e i poteri sono tutti in mano al Partito Unico, fare un'analisi del movimento turistico outgoing in Europa è difficile, forse impossibile. Eppure tutti gli Enti turistici (ENIT compreso), dedicano soldi, tempo, viaggi, educational per portare in Italia i turisti cinesi.

Nel 2013 l'Italia si è piazzata al sesto posto tra le destinazioni mondiali scelte (teoricamente) da 94 milioni di turisti cinesi i quali per la verità non scelgono, al massimo, se hanno passaporto e visto validi, possono dare l'adesione a un gruppo organizzato che dispone di autorizzazioni politiche e di posti aerei. Perché non dirlo? La propaganda avanza e dice che, mentre nel 2012 la Penisola non era presente nella top ten, oggi l'Italia lo è, perché piace alla classe medio-alta, alle persone che hanno buone possibilità economiche e che forse dispongono di una carta di credito spendibile all'estero.

Prospettive 2014.

Attualmente i turisti cinesi giungono in Italia in gruppi organizzati frequentemente di rimbalzo, all'interno di viaggi che cominciano a Francoforte, Londra o Parigi.

Secondo l'Istituto Europa-Asia, che afferma di elaborare dati propri oltre a quelli di altri organismi internazionali, le presenze turistiche cinesi in Italia sarebbero destinate ad aumentare almeno fino al 2017. In Europa sono almeno 3 gli istituti che forniscono dati positivi ed enfatizzano la crescita del turismo cinese in Europa: uno in Germania, uno in Francia e uno in Gran Bretagna.

Per evidenziare la forza della propaganda cinese basta leggere la stampa italiana che riferisce sulla spesa dei turisti cinesi all'estero: parlano di una spesa media di 5.400 euro di cui il 47% di questo budget è speso direttamente in shopping. Ma il limite di spesa legale per ciascun cinese è di 1.100 euro per ciascun anno; nessun cinese oserebbe mai contravvenire a questa norma, visto che ogni gruppo in circolazione è sorvegliato da 2 fiduciari governativi e che al rientro in patria uno di loro su 10 dovrà subire un interrogatorio di polizia. Se la stampa italiana lo riportasse sarebbe deontologicamente corretto.

Naturalmente esiste il personale diplomatico. Una ventina di milioni di cinesi lavorano presso ambasciate, consolati, rappresentanze culturali, etc.. Potrebbero essere loro i big spender, anche se le carte di credito proprio "libere" non sono. Tutto quello che riguarda la Cina è "vigilato", spiato e controllato dai commissari governativi ma in effetti si può ammettere che qualche acquisto di alta gamma (borse, scarpe, vestiti, gioielli) potrebbe sfuggire. Altra cosa è indossarli che significa esibire e correre rischi, dal momento che la legge cinese è durissima contro i consumi voluttuari, vistosi, il lusso e l'esibizione della ricchezza. Quindi la cautela quando si parla di shopping di lusso è d'obbligo.

Vediamo qualche dato. I gruppi cinesi arrivati in Italia nel 2013 sono circa 6.000 per meno di 300mila arrivi; si sono fermati per 3-4 notti, hanno cambiato città ed albergo, ISTAT li conta ad ogni tappa, ovvero 3-4 volte. Così gli arrivi sono diventati 1,3 milioni. E' la regola. Per il 2014 si può prevedere una piccola crescita dei gruppi e quindi del numero dei turisti cinesi in Italia, un dato indipendente dall'emissione di visti turistici. Si tenga conto però che il Governo ha recentemente imposto tasse e controlli sui viaggi dei funzionari pubblici e delle delegazioni governative che rappresentano il grosso del movimento turistico cinese che arriva in Occidente.

I visti concessi per finalità esclusivamente turistiche dall'Ambasciata e dai Consolati italiani in Cina sarebbero aumentati del 45% e si tratterebbe di viaggi individuali perché solo il 15% riguarderebbe i viaggi organizzati.

Questa distinzione è virtuale perché individuali o no i cinesi non parlano le lingue, non troverebbero mai posti aerei individuali, non possono scegliere destinazioni e itinerari indipendenti, possono e devono viaggiare con i gruppi che hanno disponibilità di posti aerei e che possono accettarli e assisterli all'estero.

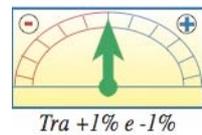
Secondo le più recenti indagini internazionali le destinazioni in prospettiva più richieste dai turisti cinesi, e in maggior crescita da qui al 2017, saranno Hong Kong, la Thailandia, Taiwan e la Corea del Sud. Il resto risulta frutto di propaganda.

Le prime 20 destinazioni turistiche mondiali per i cinesi, 2012-2017

| DESTINAZIONE | CRESCITA ASSOLUTA NEL PERIODO 2012-2017 (.000) | ARRIVI STIMATI NEL 2017 (.000) |
|------------------------|---|-----------------------------------|
| 1 Hong Kong | 4.629,4 | 19.739,8 |
| 2 Macau | 1.008,8 | 8.966,8 |
| 3 Thailandia | 3,708,8 | 6.528,9 |
| 4 Corea del Sud | 2.308,4 | 5.691,6 |
| 5 Taiwan | 2.718,5 | 5.309,2 |
| 6 Singapore | 2.038,5 | 4.092,7 |
| 7 USA | 1.627,9 | 3.221,4 |
| 8 Malaysia | 875,5 | 2.244,8 |
| 9 Svizzera | 1.501,5 | 2.164,9 |
| 10 Vietnam | 719,7 | 2.148,4 |
| 11 Giappone | 502,2 | 2.008,6 |
| 12 Francia | 533,6 | 1.821,6 |
| 13 Filippine | 1.080,6 | 1.372,0 |
| 14 Germania | 469,8 | 1.232,7 |
| 15 Cambogia | 820,8 | 1.155,7 |
| 16 Russia | 341,5 | 1.171,9 |
| 17 Australia | 477,1 | 1.103,5 |
| 18 Indonesia | 355,7 | 940,9 |
| 19 Emirati Arabi Uniti | 464,0 | 764,7 |
| 20 Austria | 328,3 | 684,7 |
| 23 Italia | 245,5 | 498,5 |

Fonte: Euromonitor International

L'Italia cerca soluzioni. Sta giustamente cercando di accrescere il suo portafoglio turistico, soprattutto in vista dell'Expo 2015. Come si può vedere dai pochi dati condivisibili, per quanto la Cina rappresenti un grande mercato e un enorme bacino di utenza, l'Italia non è la destinazione prediletta dai cinesi. Pur raddoppiando gli arrivi da qui al 2017 la Penisola non riuscirà neppure tra un triennio ad entrare nella top 20 delle destinazioni mondiali.



PROSPETTIVE 2014 PER L'ITALIA E L'EMILIA ROMAGNA

In Emilia Romagna il traffico cinese resta al momento un fenomeno marginale, di solo transito e/o un costo di rappresentanza visto che gli educational organizzati da Camere di Commercio e associazioni di categoria sono gratuiti. I cinesi che raggiungono l'Italia sono quasi esclusivamente membri di delegazioni o di gruppi organizzati (con visti di uscita e biglietto aereo AR) che viaggiano con tour operator controllati dallo Stato. In Cina il turismo indipendente ed individuale ha cominciato a svilupparsi in questi anni ma non raggiunge ancora l'Europa per via della lingua, della problematica dei visti e dei tour obbligatoriamente assistiti da agenzie di incoming coordinate direttamente dalla Cina.

Estrema sintesi: investire energie e risorse turistiche sulla Cina è corretto solo se si pensa ad un investimento che produrrà risultati di lungo termine, nell'arco temporale di 5-10 anni.

| Cinesi in Emilia-Romagna | 2010 | 2011 | 2012 | % 12/11 |
|--------------------------|--------|---------|---------|---------|
| ARRIVI | 52.562 | 68.499 | 71.105 | +3,8% |
| PRESENZE | 86.624 | 101.859 | 112.294 | +10,2% |
| Perm. media | 1,64 | 1,49 | 1,58 | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

Dati Istat 2013 ancora indisponibili, si registra comunque un buon movimento di ospiti cinesi a Bologna, Modena e Parma, in alcuni casi attribuibile ad educational di gruppi e delegazioni.

A Rimini le presenze cinesi registrate nel 2013 sono state meno di diecimila.



BRASILE

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| Popolazione (mln.) | 194,7 | 196,5 | 198,2 |
| Andamento Pil | +3,3% | +4,2% | +2,5% |
| Inflazione | 5,5% | 5,5% | 5,9% |
| Reddito medio (2013, FMI) | 12.118 Dollari USA | | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Oxford Economics - Fondo Monetario Internazionale

TREND

Le proteste scoppiate nella seconda metà del 2013, a causa degli "sprechi" legati alla Coppa del Mondo di calcio che si svolgerà quest'estate, hanno ottenuto una risposta debole dal parte del governo di Dilma Rousseff. Oggi il Brasile ha gli occhi del mondo puntati e sono in molti a chiedersi se il Paese abbia raggiunto quel livello organizzativo necessario per organizzare eventi di caratura mondiale. Nel 2014 l'economia brasiliana riceverà un probabile abbassamento del proprio rating economico, cosa che dovrebbe avvenire prima delle elezioni presidenziali di ottobre.

La Rousseff ha osato forse più di Lula nella gestione degli eventi pasticciando tra povertà, orgoglio ed economia del Brasile. Ha favorito più l'economia reale che quella finanziaria collegata a Wall Street, dove sono rimasti molto seccati quando il Selic, il tasso che regola il credito in Brasile, nel 2013 ha raggiunto il 7,5%, un dato storico per un Paese nel quale i tassi d'interesse bancari hanno sempre avuto livelli esagerati. L'obiettivo della Rousseff era quello di spingere il credito bancario verso l'economia produttiva e verso le rendite passive e/o i consumi vistosi. Le banche non hanno capito il messaggio spiazzando poi la finanza internazionale. Il Bndes, la banca pubblica di sviluppo, motore dell'economia brasiliana, sta facendo quello che dovrebbero fare le altre banche: investire nell'economia reale.

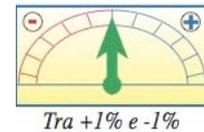
I sondaggi di istituti brasiliani dicono che la Rousseff sarà probabilmente rieletta, ma nel suo prossimo mandato dovrà fare i conti con l'economia post Mondiali di calcio e con l'impegno di spesa necessario per realizzare le Olimpiadi previste nel 2016 a Rio de Janeiro e altre primarie location sportive.

Grazie a questi due grandi eventi di portata mondiale, il Brasile è da alcuni anni al centro delle attenzioni delle nazioni turistiche europee, dell'Italia in primis. Essendo diventata anche una potenza economica mondiale è diventato "obbligatorio" per i Paesi europei pensare che sia anche un potenziale serbatoio di persone che fanno vacanze. Così da semplice destinazione turistica, il Brasile sta diventando anche paese generatore di turisti, diretti in particolare verso gli Stati Uniti, che rimangono la meta di viaggio extra-europea più gettonata.

Nel 2013 i brasiliani che hanno fatto viaggi all'estero sono stati oltre 8 milioni, in crescita del 6-7% rispetto all'anno prima, una crescita che dovrebbe rallentare nel 2014 per l'evento dei Mondiali di Calcio. Tra le mete preferite dai brasiliani per i loro viaggi all'estero dopo gli USA (21% dei viaggi) c'è l'Argentina (18%), mentre i Paesi

europei i più visitati sono Portogallo, Spagna e Francia che precedono Italia e Regno Unito.

Nello specifico il turista brasiliano che raggiunge l'Italia tende a visitare le grandi città d'arte e d'affari come Roma, Firenze, Venezia e Milano. La durata media di un viaggio in Europa è di 11-12 giorni. A livello di spesa turistica individuale: i brasiliani spendono infatti, mediamente, 2.000 dollari (americani) a vacanza/viaggio, per una spesa turistica all'estero complessiva vicino ai 17,2 miliardi di dollari (dato 2013).



PROSPETTIVE 2014 PER L'ITALIA E L'EMILIA ROMAGNA

Il Brasile è certamente uno dei più dinamici e simpatici paesi emergenti: registra tassi di crescita costanti ma ha in sé anche enormi contraddizioni socioeconomiche con vaste sacche di povertà ed una classe medio-alta ed altissima in continua ascesa economica. Elemento positivo, ai fini turistici, è la presenza di 20 milioni di persone di origine italiana e 50 milioni di ferventi cattolici. Questo costituisce un potenziale interessante, che sarebbe sbagliato porre in parallelo alle prospettive di sviluppo del turismo internazionale in Emilia Romagna.

Stando alle più affidabili analisi americane, i brasiliani hanno come priorità di visita e vacanza proprio gli Stati Uniti.

In sostanza, il Brasile è di per sé una meta turistica, scarsamente preparata a diventare un paese emettitore di turisti, soprattutto balneari.

I brasiliani sono interessati all'Italia, ma più come sede vaticana e di offerta artistica, che come nazione dove cercare spazi e parenti oppure temporanei soggiorni di lavoro. Sognano di visitare Roma, Venezia e Firenze come fossero "cartoline".

Possibili target per l'Italia che promuove le ragioni del turismo *leisure*, sono rintracciabili solo nelle metropoli: Rio, San Paulo, Salvador, Brasilia (come sempre accade nei paesi a bassa scolarizzazione).

| Brasiliani in Emilia-Romagna | 2010 | 2011 | 2012 | % 12/11 |
|------------------------------|--------|--------|--------|---------|
| ARRIVI | 19.878 | 22.755 | 23.534 | +3,4% |
| PRESENZE | 57.316 | 64.905 | 70.145 | +8,1% |
| Perm. media | 2,88 | 2,85 | 2,98 | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

Nel 2013 si segnalano gruppi brasiliani ospitati a Bologna, Ferrara, Modena, Reggio Emilia, Parma e Rimini. Come nel caso della Cina, l'aumento delle presenze brasiliane è attribuibile in parte alle ospitalità gratuite collegate ad eventi promozionali (Bologna e Ferrara), ma anche ai numerosi educational di giornalisti e tour operator organizzati da enti turistici italiani



TURCHIA

| INDICATORI SOCIO-ECONOMICI | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|---------------------------|-------|
| Popolazione (mln.) | 74,8 | 76,0 |
| Andamento Pil | +4,0% | +4,6% |
| Inflazione | 7,0% | 7,3% |
| <i>Reddito medio (2013, FMI)</i> | <i>15.264 Dollari USA</i> | |

Fonte: Economist Intelligence Unit - Oxford Economics - Fondo Monetario Internazionale

Alla luce delle potenzialità turistiche della Turchia, per il secondo anno consecutivo realizziamo un'apposita scheda sul Paese della Mezzaluna.

TREND

Le elezioni municipali di marzo concluse con il trionfo di Erdogan sono state una sorta di referendum sul governo del tre volte primo ministro e del suo Partito (Giustizia e Sviluppo) moderatamente islamico. Apparentemente inattaccabile, Erdogan ha revocato garanzie, licenziato quadri di polizia ed eliminato protagonisti dell'amministrazione giudiziaria. Il settore economico-finanziario ha risentito delle tensioni sociali e la lira turca è scesa ai minimi storici. L'instabilità politica potrebbe rendere vani i grandi progetti della Turchia, cresciuta negli ultimi dieci anni a ritmi degni dell'economia cinese. Un'eventuale crisi potrebbe ridimensionare tale crescita, accendendo i riflettori sui misteri di un Paese cresciuto troppo in fretta e con un modello di sviluppo centrato soprattutto sull'edilizia.

Lo spettro spagnolo (la bolla edilizia) potrebbe dunque abbattersi su Ankara che però non ha l'Europa alle spalle e politicamente è assai più complessa. E ad agosto ci sono le elezioni presidenziali.

La crescita della Turchia si sta verificando anche a livello turistico, tanto che il Paese della Mezzaluna ha visto crescere gli arrivi turistici internazionali con percentuali a due cifre negli ultimi anni.

L'aumento del benessere economico nel Paese ha però anche portato i turchi ad uscire dai loro confini e a viaggiare sempre di più all'estero. Nel 2012 (anno più recente di cui sono disponibili dati ufficiali dell'Istituto Statistico Turco – TUIK) i turisti turchi che hanno visitato Paesi stranieri sono stati oltre 6 milioni, il 59% dei quali di età compresa fra 25 e 44 anni.

Le destinazioni turistiche preferite dai turisti turchi sono state:

- la Bulgaria (672.874 visitatori)
- la Siria (473.862 ora azzerate)
- l'Azerbaijan (439.074)
- l'Iran (260.361)
- la Georgia (582.926)
- la Grecia (449.523)
- la Germania (385.477)
- l'Italia (248.413)

Dei quasi 249mila turisti turchi che hanno visitato l'Italia (il 4% del turismo outgoing turco), oltre la metà ha tra i 25 e i 44 anni, in linea con la tendenza generale dei viaggiatori turchi. A visitare il nostro Paese sono soprattutto persone con reddito medio e sostanzialmente si dividono in modo equo tra viaggiatori individuali e indipendenti e turisti organizzati. Al crescere del reddito aumenta ovviamente la quota di turisti indipendenti e *self-organized*.

Per quanto riguarda la motivazione di viaggio in Italia, il 65% dei cittadini turchi sceglie la Penisola per divertimento e svago e fare attività sportive o culturali, mentre il 29% viene in Italia per ragioni d'affari.

Le mete italiane attualmente premiate dal movimento turco sono Venezia, Roma Firenze e Milano ma gli operatori turistici credono nelle potenzialità attrattive costiere della Campania e delle Marche, del Veneto, del Friuli e dell'Emilia Romagna. Del nostro Paese, i turchi apprezzano ovviamente l'offerta artistica e culturale, ma soprattutto il *made in Italy* di lusso legato all'enogastronomia e ai prodotti alimentari, alla moda e al fashion (Armani, Gucci, Bulgari, etc.), e ai grandi marchi dell'automobilismo (Maserati, Lamborghini e Ferrari).

In sintesi, è certamente possibile, prevedendo un nuovo slancio dell'economia turca, generare un incremento dei viaggi verso l'Italia da parte delle classi più abbienti e scolarizzate della società turca. Prima di pianificare viaggi e avventure promozionali in Turchia meglio sarà avere ben chiaro che la Turchia più che un mercato-target è una destinazione-competitor come la Spagna o la Grecia, con piccole quote di persone interessate a viaggiare verso altre nazioni turistiche balneari del medesimo quadrante geografico (Mediterraneo).

| Turchi in Emilia-Romagna | 2011 | 2012 | % 12/11 |
|--------------------------|--------|--------|---------|
| ARRIVI | 13.076 | 14.422 | +10,3% |
| PRESENZE | 47.420 | 48.648 | +2,6% |
| Perm. media | 3,63 | 3,37 | |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale ER

6. La spesa dei turisti in Italia

Quello che conta per la pubblica amministrazione sono le presenze, quello che conta per gli operatori sono i ricavi.

Il dibattito è scontato: *le presenze di alta stagione generano sovraccarico, senza sovraccarico le località turistiche non stanno in piedi, con 60 giorni di stagione il sovraccarico è essenziale, la destagionalizzazione non ha funzionato.* Così è andata la stagione estiva 2013 e così potrebbe andare la stagione estiva 2014.

Si tratta di una regola semplice: *il massimo carico al massimo prezzo* risulta essere il farmaco salvavita delle destinazioni turistiche italiane. Per cambiare questi parametri tra gli operatori alberghieri della Riviera Romagnola bisognerebbe cambiare l'arcaico atteggiamento *anti-tour-operator* e passare dal turismo indipendente al turismo organizzato. Accade però che l'incoming "intermediato" non piaccia o piaccia poco, e che non si vogliono affidare robusti allotment di camere ai tour operator per consentire uno sviluppo dei cataloghi e delle loro vendite. Gli operatori preferiscono riconoscere altissime provvigioni alle OTA verso le quali si è creata una forte dipendenza: *i clienti delle Online Travel Agency sono individuali e indipendenti, chiudono i buchi del planning alberghiero, il massimo che un albergatore può desiderare.*

Osservando l'Italia, il fatturato generato dalla vendita di pacchetti ai turisti stranieri viene stimato in 5,7 miliardi di euro, di cui 2,7 miliardi (pari al 47,1%) rimane in Italia, mentre i restanti 3,0 miliardi (52,9%) vanno a remunerare la filiera estera (dati Ciset). La spesa dei turisti stranieri in Italia è calcolata dalla Banca d'Italia (la fonte è sempre Ciset) e dalla scomposizione del prezzo dei pacchetti nelle sue componenti principali (prassi riservata ai tour operator italiani). In sintesi, sul turismo internazionale organizzato e intermediato l'Italia cattura meno del 50% dei ricavi totali (47,1%), oltre naturalmente alle spese extra per shopping, ristorazione leggera, ed escursioni.

Nota condivisibile che risulta anche a Trademark Italia: *un turista internazionale che sceglie di acquistare un pacchetto per un soggiorno o un tour in Italia spende, in media, mille euro per il pacchetto, ma lascia sul territorio altri 450 euro di spese extra.*

| Se la prossima estate la flessione fosse ... | |
|--|---|
| del 5% | la Riviera Romagnola perderebbe 160.000.000 di ricavi |
| del 6% | la Riviera Romagnola perderebbe 192.000.000 di ricavi |
| del 7% | la Riviera Romagnola perderebbe 224.000.000 di ricavi |
| del 8% | la Riviera Romagnola perderebbe 256.000.000 di ricavi |

Conclusioni

La situazione per il 2014 secondo quanto emerge da studi e sondaggi, interviste e focus group, non è dunque entusiasmante.

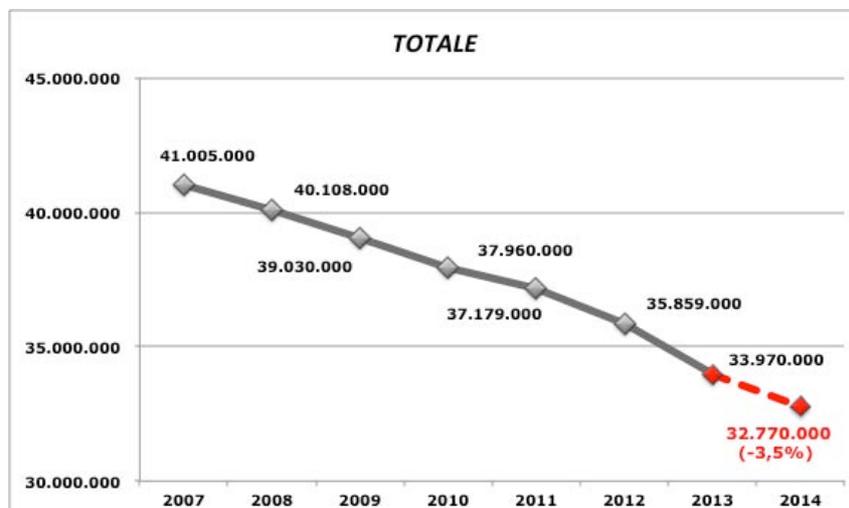
Il movimento turistico leisure-balneare europeo dovrebbe ottenere solo una leggera crescita di arrivi e presenze. Quello che sorprende è la prospettiva negativa del mercato italiano che rappresenta oltre i 2/3 di *arrivi, presenze e ricavi*. Secondo i sondaggi questo mercato dovrebbe subire un'ulteriore leggera flessione, che a fine marzo si colloca tra il -4 e il -6%.

| TREND 2014 per la Riviera dell'Emilia Romagna | |
|---|-------------------|
| GERMANIA | leggera crescita |
| AUSTRIA | flessione |
| BELGIO | leggera crescita |
| OLANDA | leggera crescita |
| RUSSIA | forte crescita |
| POLONIA | crescita |
| REP. BALTICHE | leggera flessione |
| SVIZZERA | crescita |
| FRANCIA | leggera crescita |
| REGNO UNITO/IRLANDA | flessione |
| DANIMARCA | crescita |
| NORVEGIA | leggera crescita |
| FINLANDIA | leggera crescita |
| SVEZIA | leggera flessione |

DATO PONDERATO SUI PESI TURISTICI DEI MERCATI ESTERI: +4% (su una quota del 25% circa)

DATO RIFERITO A CIRCA 2/3 DI ARRIVI E PRESENZE NAZIONALI: -4/6% (sulla quota del 75%)

PREVISIONE Maggio - Settembre
(Alberghiero+Extralberghiero Riviera E.R.)



Fonte: Osservatorio Turistico Regionale E