

PROVINCIA DI RIMINI
Ufficio Statistica



LA DOMANDA TURISTICA IN ITALIA
NUOVE OPPORTUNTA' PER LA STATISTICA UFFICIALE:
UNA SPERIMENTAZIONE CHE PARTE DALLA
PROVINCIA DI RIMINI



agosto 2009

**LA DOMANDA TURISTICA IN ITALIA
NUOVE OPPORTUNTA' PER LA STATISTICA UFFICIALE: UNA
SPERIMENTAZIONE CHE PARTE DALLA PROVINCIA DI RIMINI**

Indice

INTRODUZIONE

1. L'IDEA GUIDA

2. UN PROGETTO IN PARTNERSHIP

3. UN SISTEMA PIENO DI VANTAGGI

**4. DALLE INFORMAZIONI "CATTURATE" CON IL CHECK-IN DELL'OSPITE AI DATI
STRATEGICI PER IL MARKETING TURISTICO**

4.1 LA DOMANDA TURISTICA NELLA PROVINCIA DI RIMINI (GENNAIO-LUGLIO 2009)

- Chi? Quanti?
- Mare, piacere, svago, lavoro nella destinazione Rimini
- Il mezzo di trasporto preferito per i viaggi

4.1.1 La "weekendizzazione" della vacanza e i turisti del weekend

4.1.2 I mercati di prossimità

4.1.3 L'impatto degli eventi

5. L'OSSERVATORIO TURISTICO DELLA PROVINCIA DI RIMINI

a cura di:

- **Rossella Salvi:** Responsabile Ufficio Statistica - Provincia di Rimini
- **Massimo Zaghini:** Ufficio Statistica - Provincia di Rimini

INTRODUZIONE

Nei **sistemi turistici locali** del nostro paese è sempre più sentita la necessità di rafforzare il monitoraggio dei flussi turistici per elaborare politiche di sviluppo sostenibile del turismo e strategie di marketing meno artigianali, contemporaneamente a quella di disporre di un sistema meno frammentato e di adeguata affidabilità.

Il **sistema ufficiale delle statistiche del turismo** è oggi regolamentato da norme (anche comunitarie¹) e sistemi organizzativi non più in linea con le esigenze sopra evidenziate, ancora incardinato su necessità conoscitive degli anni in cui è stato impiantato (la prima edizione risale al 1957) e più impegnato a produrre rapporti di analisi con valore espositivo più che di rilievo per la gestione dei mercati. Per contro questo è un sistema caratterizzato da una grande affidabilità metodologica e comparabilità con gli stati europei, aspetti non secondari per la statistica ufficiale.

Gli indicatori dei movimenti turistici, elaborati sui flussi della statistica ufficiale sono, ad ora, lo strumento utilizzato per la gestione / ripartizione dei fondi disponibili a sostegno del settore. Infatti, costituiscono l'unica fonte verificabile per poter dimostrare i reali movimenti turistici in una determinata area e sulla base dei dati statistici a disposizione, lo Stato provvede alla ripartizione delle risorse tra le Regioni.

In questo contesto l'**Istat**² è impegnata a migliorare un sistema che presenta costi gestionali (spesso anche rilevanti) a carico degli enti pubblici³ e delle imprese⁴ coinvolti nella filiera del processo di produzione di dati e che ancora non riesce a sfruttare appieno le potenzialità tecnologie oggi a disposizione.

Con lo **studio progettuale** "Sperimentazione di un sistema web per la raccolta dati sul movimento clienti nelle strutture ricettive della provincia di Rimini" inserito (in compartecipazione con Istat) nel Programma Statistico Nazionale 2008 – 2010, la Provincia di Rimini (insieme a quelle di Forlì-Cesena e Parma⁵), sta sperimentando, per il sistema delle

¹ direttiva comunitaria sul turismo 95/97/CE (lato offerta).

² da rilevare che nell'ambito delle statistiche sul turismo (lato offerta) l'Istat, a partire dal 2006, ha svolto un'attività di miglioramento e razionalizzazione dei processi produttivi volto a migliorare la qualità dei dati e a ridurre i tempi di rilascio dei dati mensili in un'ottica di rispetto degli obblighi a livello internazionale. Inoltre a curato l'inserimento nel PSN di altre sperimentazioni ed indagini presentate da altri membri del Sistan.

³ gli organi intermedi (provinciali o sub-provinciali) della rilevazione

⁴ la fonte dei dati

⁵ cfr. par. 1 pag. 5

statistiche ufficiali (lato offerta), nuovi processi di produzione dei dati per il monitoraggio della domanda turistica⁶ finalizzata alle necessità conoscitive dei sistemi locali che mantenga le caratteristiche:

- di essere affidabile, cioè basata su forti metodologie e requisiti di qualità
- di essere armonizzata, cioè basata su un elenco preciso di argomenti da coprire, ciascuno dei quali con una definizione concordata e secondo classificazione certe
- di essere comparabile tra i paesi della UE

come previsto dalla direttiva comunitaria sulle statistiche del turismo e, inoltre sia in grado di rispondere alle reali esigenze delle località turistiche in quanto è qui che devono essere fatte le scelte di politica turistica per l'accoglienza, la comunicazione turistica, la produzione di eventi, la costruzione di nuove strutture ricettive ed in generale ogni azione per la produzione turistica⁷.

Un contributo⁸ che si inserisce tra le diverse esperienze di Osservatori regionali, provinciali e quello nazionale come proposta per migliorare e riformare il sistema statistico nazionale nell'ottica degli obiettivi fissati nella bozza del nuovo Regolamento comunitario attualmente in discussione.

1. L'IDEA GUIDA

Con la consapevolezza che un territorio come quello della provincia di Rimini che si propone come sistema di eccellenza nel turismo non possa rimanere ancorato ad una statistica invecchiata, sia in termini informativi che organizzativi, ma debba essere propositiva anche rispetto a procedure generalizzate e stabilizzate, abbiamo presentato lo studio progettuale nel programma statistico nazionale con l'intento di adottare nuove soluzioni organizzative nell'ambito della statistica ufficiale. La fattibilità del progetto è stata resa possibile dalla consuetudine, presente nel nostro territorio, di buona collaborazione tra pubblico e privato ed ha creato un canale diretto di comunicazione tra operatori turistici, associazioni di categoria e ufficio provinciale di statistica, che ha permesso di recuperare efficienza sia per le imprese che per la pubblica amministrazione.

⁶ rilevazione "Movimento clienti negli esercizi ricettivi".

⁷ cfr. Achille Contino, aprile 2009

http://www.upinet.it/upiprg/usr_gf/home/news/2009/5/intervento%20CONTINO%20-%20Agrigento.pdf

⁸ L'interesse per il progetto è stato evidenziato anche nel programma di attività dell'Osservatorio del turismo dell'Emilia-Romagna, promosso dalla Regione in collaborazione con il sistema delle Camere di commercio. cfr. Ugo Girardi, aprile 2009 http://www.upinet.it/upiprg/usr_gf/home/news/2009/4/Intervento%20girardi.pdf

Lo studio progettuale della Provincia di Rimini ha prodotto **TOWER** (Tourism On WEB Rimini), un'applicazione web⁹ (il cui prototipo è stato presentato nell'ottobre del 2006) che mira a sostituire i modelli (ISTAT C/59 o Tavole di spoglio A1 e A2), ancorché informatizzati¹⁰, autocompilati dalle imprese ricettive (con cui vengono raccolti e riepilogati mensilmente i dati per le successive analisi statistiche), attraverso una nuova modalità di comunicazione tra imprese e pubblica amministrazione, mantenendo inalterata la metodologia ufficiale¹¹. Una nuova modalità che parte dalla registrazione dell'ospite (**check-in**), atto necessario alla gestione dell'impresa ricettiva.

Nel nuovo modello organizzativo le procedure informatizzate, sfruttano, a guisa di un moderno **cavallo di Troia**, l'organizzazione e l'impianto metodologico dell'Istat e la normativa del Ministero dell'Interno per la dichiarazione delle generalità delle persone alloggiate, razionalizzando contemporaneamente l'uso delle risorse economiche destinate alla rilevazione ufficiale e permettendo, al sistema turistico locale, di approfondire la conoscenza dei propri mercati di riferimento con tempi e modalità più funzionali mantenendo un'ottica di sistema (comparabilità e qualità dei dati).

Il **primo bilancio** (positivo) dell'esperienza ha convinto gli operatori privati e destato l'interesse anche di altre amministrazioni pubbliche¹² che hanno necessità di monitorare in tempo reale, la domanda turistica del sistema locale per valutare gli investimenti necessari per rafforzare il posizionamento nel mercato globale o il ritorno ottenuto dalla messa in campo di iniziative finanziate con risorse economiche pubbliche e private.

Tra le pubbliche amministrazioni che stanno condividendo i processi di innovazione con la Provincia di Rimini ci sono:

- la Provincia di **Forlì-Cesena** che con il progetto “WEBSTAT - Statistica di qualità”, ha inserito tra i suoi canali di raccolta dati (da gennaio 2009) anche quello tramite il sistema

⁹ Il prototipo è stato nell'ambito del progetto comunitario Adria tur Project – INTERREG III A, Adriatic Cross-borders Programme – Work Package 3 “Planning and creation of an innovative tourist website for the Adriatic.

¹⁰ Negli ultimi anni si sono diffusi sistemi che a fianco della raccolta cartacea prevedono modelli informatizzati prodotti da programmi ad hoc (anche su internet) o fogli di calcolo excel.

¹¹ L'integrità della rilevazione è garantita dall'applicativo “ISTAT Arrivi/Presenze” che si interfaccia con la *web application* e produce le informazioni di sintesi richieste dall'Istat, organizzate secondo i formati MOV/C e CTT/4.

¹² La *web application* e i prodotti ad essa collegati sono disponibili con la formula del riuso. Un riuso “informale” in quanto sono ancora in corso le procedure per l'inserimento nel catalogo dei prodotti a riuso.

web (TOWER) con l'obiettivo di semplificare l'attività degli operatori e fornire nuove informazioni sui target ospitati nel proprio territorio¹³

- la Provincia di **Parma** che ha recentemente acquisito il sistema TOWER per rinnovare la propria organizzazione di rilevazione ufficiale sul movimento turistico¹⁴
- la Regione **Piemonte** che sta completando la realizzazione di una applicazione da inserire nel proprio sistema informativo proprietario utilizzando la filosofia e l'analisi concettuale sviluppata dalla Provincia di Rimini
- la Provincia di **Cagliari** che sta valutando, assieme alle altre province della regione sarda, l'opportunità di adottare il sistema TOWER per le proprie specifiche necessità conoscitive.

2. UN PROGETTO IN PARTNERSHIP

La consapevolezza, che per raggiungere l'obiettivo si dovesse partire dalla semplificazione degli adempimenti coinvolgendo, già nella fase di ideazione, le imprese e le loro associazioni, ci ha visti impegnati a discutere il progetto e i relativi processi di produzione dei dati con gli imprenditori turistici. Discussione e progettazione alle quali hanno preso parte anche le aziende produttrici di software gestionale per l'impresa ricettiva¹⁵ che hanno condiviso la filosofia del progetto. Una collaborazione che, nell'arco di pochi mesi, ha portato alla realizzazione del sistema TOWER (Tourism On WEB Rimini), una *web application* per "catturare" i dati generati dalla fase di **check-in** dell'ospite e diminuire, contemporaneamente, il "disturbo statistico" sulle imprese, trasformandolo in un plus gestionale.

L'avvio da parte del Ministero dell'Interno di una sperimentazione¹⁶ con alcune Questure (tra cui quella di Rimini) che consente ai gestori delle strutture ricettive di inviare via

¹³ Per saperne di più:

http://www.upinet.it/upiprg/usr_gf/home/news/2009/5/Presentazione_generica_WEBSTAT.pdf

¹⁴ Per saperne di più: http://www.upinet.it/upiprg/usr_gf/home/news/2009/5/meo.pdf

¹⁵ Sono state contattate 22 aziende produttrici di software gestionale per le strutture ricettive tra le più rappresentative, nella provincia di Rimini, in termini di portafoglio clienti. La collaborazione instaurata con queste aziende ha portato alla realizzazione di una specifica funzione di trasmissione dati all'interno dei software gestionali. Attraverso il nuovo file di interscambio, generato ampliando il mix di informazioni richieste da Istat e **Ministero dell'Interno**, è possibile inviare la statistica giornaliera al server provinciale. Attualmente hanno realizzato il tracciato di scambio e le relative procedure per l'invio dati, investendo risorse proprie, le aziende: **Nice Informatica, Passepartout, HQ Soft, Lasersoft** e stanno promuovendo, verso i propri clienti, il gestionale aggiornato con le nuove funzioni. Sono ancora nella fase di test (per la compatibilità del tracciato di interscambio) le aziende: **Ericsoft, Relax Software, Norda Sistem, Sysdat Turismo e Proxima Service.**

¹⁶ Per saperne di più: <https://alloggiatiweb.poliziadistato.it>

internet le “schede alloggiati”, ha agevolato la realizzazione del nuovo processo di rilevazione dei flussi turistici negli alloggi collettivi e ha anche dato la possibilità di semplificare gli adempimenti obbligatori a cui sono sottoposte le imprese, diminuendo il disturbo statistico e migliorando e la qualità dei dati.

Per semplificare la realizzazione delle procedure informatizzate, si è partiti dal tracciato record ministeriale che prevede già, per ogni singolo ospite le variabili (di interesse statistico): data di nascita, sesso, nazionalità, comune di residenza (per gli ospiti italiani), tipo di alloggio (singolo, famiglia, gruppo) a cui si sono accodate le variabili relative alla data di partenza (per il calcolo delle presenze), al mezzo di trasporto utilizzato e alla motivazione del soggiorno per dimensionare i turismi vocazionali.

Il nuovo sistema di rilevazione¹⁷ consiste in una applicazione web¹⁸, soddisfa gli obblighi relativi alla comunicazione di dati e informazioni sui flussi turistici e sfrutta in modo innovativo le potenzialità della tecnologia telematica, una modalità del processo di produzione del dato, proposta, con il documento “Ipotesi progettuale per la riforma del sistema statistico nazionale del turismo” all’Osservatorio Nazionale del Turismo (ONT)¹⁹.

Le tecnologie informatiche, oramai largamente diffuse, se ben utilizzate, permettono di “catturare” in piena sicurezza i dati là dove si formano. Nel caso della rilevazione sulla domanda turistica è al momento del **check-in** dell’ospite che si creano flussi informativi che, se ben selezionati e direzionati, possono essere utilizzati contemporaneamente in più contesti, ma anche specificatamente per articolate statistiche mirate a soddisfare i bisogni informativi dei sistemi turistici locali.

Il **check-in** dell’ospite, adempimento obbligatorio sia per la gestione aziendale della clientela che per la dichiarazione delle generalità delle persone alloggiate (come previsto dall’art.109, comma 3 del Testo Unico delle Leggi di pubblica Sicurezza) genera dati utili a monitorare, praticamente “in tempo reale”, la domanda turistica.

Le strutture ricettive, che aderiscono²⁰ al nuovo modello organizzativo della Provincia di Rimini, possono adempiere agli obblighi normativi ed inviare i dati agli Enti competenti

¹⁷ Realizzato dalla software house G.I.E.S S.r.l. che ha mantenuto i contatti con le aziende produttrici di prodotti gestionali per le strutture ricettive e con il CEN del Ministero dell’Interno (per i test di verifica della compatibilità con i diversi prodotti gestionali).

¹⁸ Per saperne di più: http://www.provincia.rimini.it/informa/statistiche/turismo/2008_report/index.html

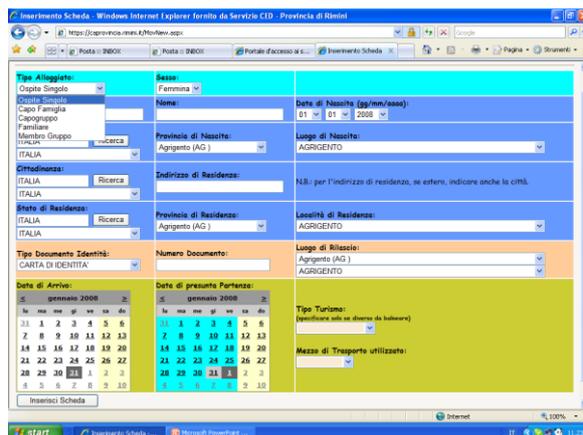
¹⁹ A cura di Achille Contino, maggio 2007

²⁰ Per garantire la copertura censuaria delle rilevazioni e i conseguenti dati di sintesi richiesti dalle circolari Istat il processo di rilevazione si basa su un sistema “multicanale” che prevede: la modulistica cartacea

scegliendo l'opzione più congeniale alla propria organizzazione aziendale per la trasmissione (al sistema TOWER) di dati e informazioni.

L'applicazione interagisce in modo produttivo e non invasivo con l'organizzazione e la gestione aziendale delle strutture ricettive e permette di scegliere la modalità più congeniale alla propria organizzazione:

- le strutture ricettive, con una reception che **non dispone** di software per la gestione aziendale ma è attrezzata con un collegamento internet, possono compilare una apposita scheda informatizzata che consente di effettuare il **check-in** dell'ospite e produrre la schedina degli alloggiati (file_schedina) per l'autorità di Pubblica Sicurezza e i dati giornalieri per l'Ufficio di Statistica Provinciale
- le strutture ricettive che sono organizzate con un **proprio software gestionale** possono inviare i dati (al sistema TOWER) tramite il proprio applicativo gestionale, appositamente aggiornato sulla base delle specifiche concordate con l'Ufficio Statistica della Provincia di Rimini.



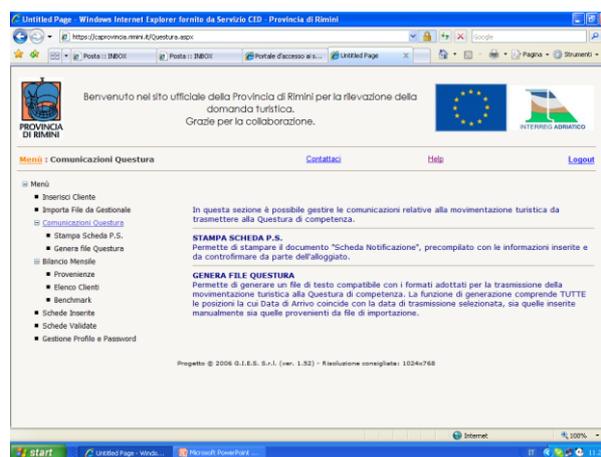
La sperimentazione, che serve anche a valutare l'estendibilità del nuovo processo di produzione di statistiche del turismo a tutto il territorio nazionale, ha già prodotto interessanti statistiche (cfr. par. 4.1) a supporto delle richieste informative dei sistemi turistici locali, ma è risultata utile anche in altri contesti di analisi (mobilità, bacini di utenza per accesso ai servizi, sostenibilità del territorio, protezione civile, ecc.).

3. UN SISTEMA PIENO DI VANTAGGI

Il nuovo modello organizzativo e le nuove procedure informatizzate, razionalizzando gli investimenti destinati alla rilevazione ufficiale, permettono, al sistema turistico locale, di approfondire la conoscenza dei propri mercati di riferimento con tempi e modalità più funzionali recuperando efficienza sia nell'organizzazione delle imprese sia in quella degli uffici provinciali competenti e conseguire altri molteplici vantaggi, tra cui:

(tavola A), quella informatizzata con il foglio di calcolo excel o works e il file di export da gestionale in formato dbf o txt che riporta fedelmente le informazioni richieste nei modelli Istat di rilevazione.

- l'attivazione di un canale diretto di comunicazione (tra operatori turistici e pubblica amministrazione) utilizzabile anche per altri adempimenti e/o esigenze a carico degli operatori turistici
- la razionalizzazione della commercializzazione dei software gestionali. Attualmente le aziende produttrici di software per le imprese ricettive sono costrette a gestire un grande numero di versioni del medesimo prodotto. La diversa organizzazione con cui le amministrazioni effettuano le rilevazioni richiede file di interscambio personalizzati che seppure con il medesimo contenuto informativo sono organizzati con una diversa struttura
- l'ampliamento del contenuto informativo della domanda turistica per il sistema locale. Un ampio contenuto più funzionale alle politiche di programmazione, di promozione e di investimento, che supera i limiti informativi della rilevazione ufficiale, salvaguardando le metodologie e gli aspetti organizzativi generali definiti dall'Istat
- la riduzione, dell'onere "statistico" unitamente a quello della consegna diretta della schedina degli alloggiati a carico delle imprese
- il miglioramento della qualità dei dati rilevati in linea con il Codice delle statistiche europee
- l'aumento delle garanzie per la privacy dei rispondenti secondo le più recenti norme sulla tutela del segreto statistico e dei dati personali
- la disponibilità di un servizio di **benchmarking**. Una apposita utility (all'interno della *web application*) consente alle imprese di comparare le proprie performance aziendali con quelle dei concorrenti presenti nel medesimo segmento di classificazione, classe dimensionale o area territoriale (comune, frazione, quartiere, centro storico, ecc.), a supporto delle scelte e della pianificazione dei miglioramenti aziendali
- la disponibilità di statistiche di sintesi sugli arrivi e le presenze, finalizzate alla compilazione, da parte delle imprese, degli studi di settore.



4. DALLE INFORMAZIONI “CATTURATE” CON IL CHECK-IN DELL’OSPITE AI DATI STRATEGICI PER IL MARKETING TURISTICO

Una curiosa statistica, ritrovata tra le cronache riminesi del 1883, è testimonianza di quanto un territorio come la riviera di Rimini, già agli albori della sua vocazione turistica, abbia sempre tenuto a monitorare con una grande attenzione la composizione dei suoi ospiti e a promuovere le specialità che caratterizzano il proprio territorio.

Domanda turistica nella riviera di Rimini. Anno 1883			
famiglie aristocratiche	95	medici con famiglia o senza	25
famiglie cittadini e borghesi	160	ingegneri con famiglia o senza	20
avvocati con famiglia o senza	34	musicisti con famiglia o senza	20
letterati con famiglia o senza	28	senatori con famiglia o senza	18

<<Si registra anche un numero infinto di altre persone, sole e in famiglia che vengono, danno una tuffatina nell’acqua, divorano una sogliola, inghiottiscono un

bicchiere del nostro eccellente vino, - e via>> (cfr. Cronache balneari riminesi di G.C. Mengozzi, 1976, p.50).

Con la sperimentazione in atto, la Provincia di Rimini ritorna a monitorare con un maggior dettaglio la complessità e la variabilità della domanda turistica del suo territorio, con una grande tempestività e una scansione temporale giornaliera, evidenziando per i diversi target (famiglie, giovani, anziani, flussi organizzati, ecc.) che scelgono l’offerta riminese i dettagli: sesso, età, cittadinanza (o comune di residenza), segmento di offerta, mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere il luogo di vacanza e motivazione (prevalente) del soggiorno (balneare, congressuale, fieristico, d’arte, sportivo, ecc.)

A dimostrazione delle **potenzialità** del sistema realizzato, nei paragrafi successivi sono presentati i principali risultati che rispondono alle domande: Quali sono le quote del turismo giovanile e quali quelle del turismo delle famiglie? Quale invece la quota dei gruppi organizzati? Per quale motivazione i turisti scelgono la Riviera di Rimini? Quanti turisti sono presenti nelle strutture ricettive in un determinato periodo?, ecc.

Alcune risposte consentono di approfondire anche la conoscenza di diversi fenomeni in atto come: *weekendizzazione* della vacanza, turismo di prossimità, turismo vocazionale e impatto degli eventi. Superando quindi il limiti della statistica tradizionale, ferma ai meri dati di sintesi mensili delle quote della domanda (nazionale ed estera), più orientata a restituire report di valore espositivo che ad offrire informazioni e dati utili agli operatori che devono affrontare i mercati con strategie adeguate ai cambiamenti in atto.

4.1 LA DOMANDA TURISTICA NELLA PROVINCIA DI RIMINI (GENNAIO-LUGLIO 2009)

Chi? Quanti?

Nel periodo considerato²¹, nel segmento alberghiero, sono stati registrati 1.699.255 arrivi (di cui il 19,2% esteri) e 8.421.872 presenze (di cui 22,2% estere). Tra i flussi originati dal mercato estero si registra la prevalenza (43,7%) di quelli provenienti dalla Germania (20,3% di presenze su totale estero), dalla Svizzera (12,7%) e dalla Francia (10,2%); per quelli del mercato nazionale oltre un terzo (36,3%) sono costituiti da due bacini storici: Lombardia (25,1%) ed Emilia-Romagna (11,2%)²².

età	maschi	femmine	Totale
fino 5 anni	2,2%	2,6%	4,8%
6-14	3,7%	4,2%	7,9%
15-17	1,7%	1,9%	3,6%
18-25	5,1%	5,4%	10,5%
26-35	9,0%	8,5%	17,4%
36-40	5,9%	5,1%	11,0%
41-64	19,8%	15,4%	35,1%
65 e oltre	4,4%	5,2%	9,6%
Totale	51,8%	48,2%	100,0%

Con il dettaglio che ci consente il data-base realizzato con la *web application*²³ possiamo constatare che, nel complesso dei vacanzieri che hanno trascorso un periodo di vacanza nella riviera riminese, ospiti delle strutture alberghiere, si registra un'età media di 38,4 anni, con una prevalenza di adulti tra i 41 e i 64 anni (35,1%). I bambini (fino a 14 anni) costituiscono il 12,8%, mentre i giovani (18-35enni) rappresentano il 27,9% e gli ultra64enni il 9,6% dei

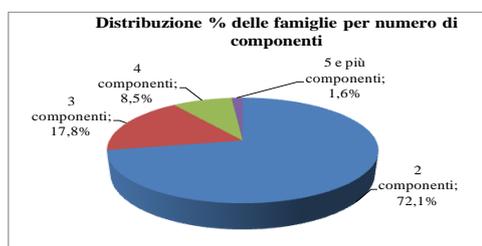
turisti presenti nel periodo gennaio-luglio 2009.

mese	Famiglia	Gruppo	Ospite Singolo	Totale
gen	2,8%	3,0%	8,7%	4,3%
feb	2,8%	2,3%	8,0%	4,0%
mar	3,6%	6,6%	8,8%	5,4%
apr	10,4%	25,2%	13,1%	13,5%
mag	21,2%	27,0%	22,2%	22,4%
giu	29,4%	21,8%	19,1%	25,6%
lug	29,8%	14,1%	20,0%	24,8%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Il 2% degli ospiti ha festeggiato il **compleanno** durante il periodo di soggiorno nella riviera di Rimini.

Le **famiglie** si confermano il target prevalente (58,8%) della riviera. Un segmento di mercato a cui l'offerta riminese pone grande attenzione attuando la promozione di specifici prodotti e offerte mirate.

Significativo è il numero di strutture alberghiere²⁴ che offre servizi dedicati come spazio giochi e attrezzature (33%) e menù dietetici (13%).



²¹ dati provvisori

²² cfr. comunicato stampa Assessore al Turismo Provincia di Rimini, Fabio Galli:
http://www.provincia.rimini.it/informa/comunicati/2009_08_11_02.pdf

²³ I dati sono riferiti al 5% degli arrivi registrati (nel periodo gennaio - luglio 2009) nelle strutture ricettive del segmento alberghiero nella provincia di Rimini. Il campione ha una buona rappresentatività sia in termini di classificazione che di distribuzione territoriale.

²⁴ Al 1° gennaio 2009 l'offerta alberghiera della provincia di Rimini registra 2.137 strutture (di cui 137 R.T.A.)

La presenza di una grande quota di famiglie con 2 soli componenti (72,1%) segnala anche una larga presenza di turisti in coppia.

Gli **ospiti “singoli”** sono invece un po’ più di un quarto (25,4%) della domanda del sistema turistico locale e sono presenti con quote maggiori (rispetto agli altri segmenti) anche nei mesi invernali in corrispondenza di eventi affaristico/congressuale.

Gli **ospiti in “gruppo”** fanno registrare una quota del 15,8% e sono, prevalentemente, più numerosi nei mesi primaverili: maggio (27% sul totale dei turisti in gruppo nel periodo gennaio-luglio 2009), aprile (25,2%) e giugno (21,8%).

Composizione target nella provincia di Rimini				
strutture alberghiere - periodo gennaio / luglio 2009				
dati provvisori				
	famiglia	gruppo	Ospite Singolo	Totale
fino 14 anni	10,1%	2,4%	0,2%	12,7%
15-17	1,5%	1,4%	0,7%	3,6%
18-25	4,8%	2,3%	3,4%	10,5%
26-35	9,5%	2,3%	5,7%	17,4%
36-40	6,8%	1,0%	3,2%	11,0%
41-64	20,5%	4,2%	10,4%	35,1%
65 e oltre	5,6%	2,2%	1,8%	9,6%
Totale	58,8%	15,8%	25,4%	100,0%

Per i diversi target le scelte di ospitalità risultano qualitativamente diverse: le **famiglie** e i **gruppi** preferiscono maggiormente le strutture a qualificazione media (3 stelle), mentre gli ospiti singoli sono più numerosi nelle strutture a più alta qualificazione (4-5 stelle).

Permanenza media per tipo di target e segmento hotel	classificazione			Totale
	alto	medio	basic	
famiglia	4,1	5,2	5,2	4,9
gruppo	2,1	4,6	4,7	4,1
ospite singolo	2,5	3,5	3,9	3,2
Totale	3,3	4,7	4,9	4,3

Rispetto al periodo di permanenza media si rileva che le **famiglie** fanno registrare un periodo di soggiorno più lungo: 4,9 giorni di permanenza media contro i 3,2 dell’ospite singolo e 4,1 dell’ospite in gruppo. Per tutti i target però la permanenza media più lunga (4,9 giorni) si registra nel segmento basic (1-2 stelle).

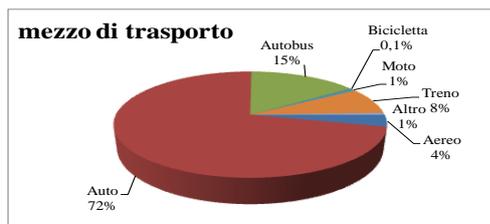
Mare, piacere, svago, lavoro nella destinazione Rimini

La struttura della **motivazione** (principale) di chi viene in vacanza nel territorio riminese è ancora incentrata su quella dell’attività balneare a cui, vista la grande differenziazione dell’offerta del territorio, vengono associati anche altri interessi, soprattutto da parte delle famiglie, che qui possono trovare risposte personalizzate alle esigenze dei diversi membri della famiglia. Ma il turismo motivazionale è sempre più composito e frequentato, anche nei mesi fuori dalla stagione estiva. Per quanto riguarda le altre tipologie di motivazioni (intesa come motivazione prevalente della vacanza) quella per l’affaristico/congressuale registra il 4% degli arrivi complessivi, quella legata allo sport il 17,3% (di cui il 67% degli ospiti arriva con un gruppo), quella religiosa il 16,7% (in cui spiccano gli ospiti di età tra 41 e 64 anni),

quella sociale il 19,1%. Presenti anche le motivazioni legate al fitness (3,8%), ai parchi tematici (2,1%), alla cultura/enogastronomia (3,3%) e alla gita scolastica (2,1%).

Il mezzo di trasporto preferito per i viaggi

Il **mezzo di trasporto** prevalente preferito per raggiungere il luogo di vacanza “Riviera di

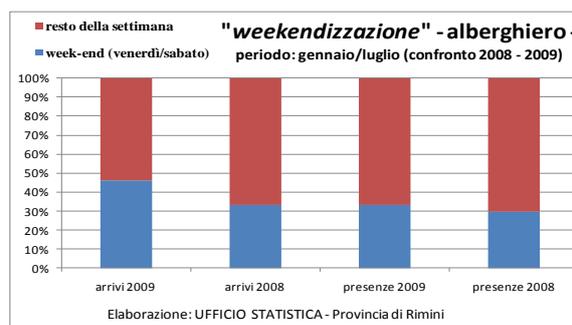


Rimini” è l’automobile. Il 72% dei vacanzieri arriva ancora, nella riviera riminese, con questo mezzo. I mezzi di trasporto collettivi sono utilizzati da circa un quinto (22%) dei turisti che si dividono tra il 12% di chi viaggia con l’autobus/pulman,

l’8% di chi arriva con il treno e il 4% di chi sceglie l’aereo.

4.1.1 La “weekendizzazione” della vacanza e i turisti del week-end

Nuovi modelli comportamentali e crisi hanno dato vita al fenomeno della *weekendizzazione* della vacanza (concentrazione di una consistente quota di presenza turistiche nei week end e vuoti, talvolta significativi nel resto del periodo settimanale), un turismo definito anche del “mordi e fuggi”, una tipologia di turismo che un tempo era vista come un problema, ma oggi, il turista che ha poco tempo a disposizione, viene visto, in un ottica diversa, come risorsa. Una microvacanza che non sembra più connotata come una vacanza di serie B perché il cliente “*short break*” ha maggiori aspettative e quindi seppure più faticoso da gestire è sicuramente più interessante dal punto di vista economico.



Nella provincia di Rimini il turista “breve” è presente, in maggioranza, nei mesi invernali/primaverili, mentre nei mesi successivi la quota dei turisti che pernottano uno /due/ tre giorni, si attesta intorno al 38% dei pernottamenti complessivi (maggio 38,5%, luglio 36,7%). Il confronto con l’anno precedente (2009 su 2008) per un analogo periodo (gennaio/luglio²⁵) evidenzia però un incremento degli “*short breaker*” (concentrati nei fine

²⁵ Nel periodo gennaio-luglio 2009 la permanenza media è di 5 giornate.

settimana) anche in questo territorio²⁶. La nuova tendenza segnala anche che molte strutture ricettive sono diventate più elastiche nell'applicare la formula inibitoria per concedere la camera solo dietro prenotazione di almeno tre pernottamenti.

4.1.2 I mercati di prossimità

Nella provincia di Rimini il mercato della domanda domestica costituisce il 77,6% della domanda turistica complessiva, con ai primi posti, i bacini storici di prossimità: Lombardia

% di turisti per target e distanza di provenienza				
	Famiglia	Gruppo	Ospite Singolo	Totale
entro 100 km	3,0%	0,5%	1,3%	4,9%
101-200 km	17,4%	2,7%	7,4%	27,5%
201-300 km	16,3%	4,1%	6,2%	26,6%
301-400 km	16,2%	5,4%	6,7%	28,3%
401-500 km	3,3%	1,2%	2,0%	6,4%
501-600 km	0,9%	0,3%	0,8%	2,0%
oltre 600 km	1,8%	1,0%	1,6%	4,4%
Totale	58,9%	15,2%	25,9%	100,0%

(25,1%) ed Emilia-Romagna (11,2%). Un approfondimento ulteriore sull'origine dei flussi, permette di passare al dettaglio provinciale e da questo a quello comunale, evidenziando, ad esempio che per la Lombardia i bacini più consistenti hanno

origine nella provincia di Milano (34% dei turisti lombardi), prevalentemente dal comune di Milano (45 % della quota provinciale), a cui seguono con percentuali inferiori: Cinisello Balsamo (3%), Sesto San Giovanni, Senago e Legnano (3%).

Complessivamente si registra un turismo con trasferte di medio e piccolo raggio: l'87,2% dei turisti percorre distanze che non superano i 400 chilometri e di questi il 27,5% arriva da luoghi che distano meno di 200 chilometri dalla località scelta per la vacanza.

4.2 L'impatto degli eventi

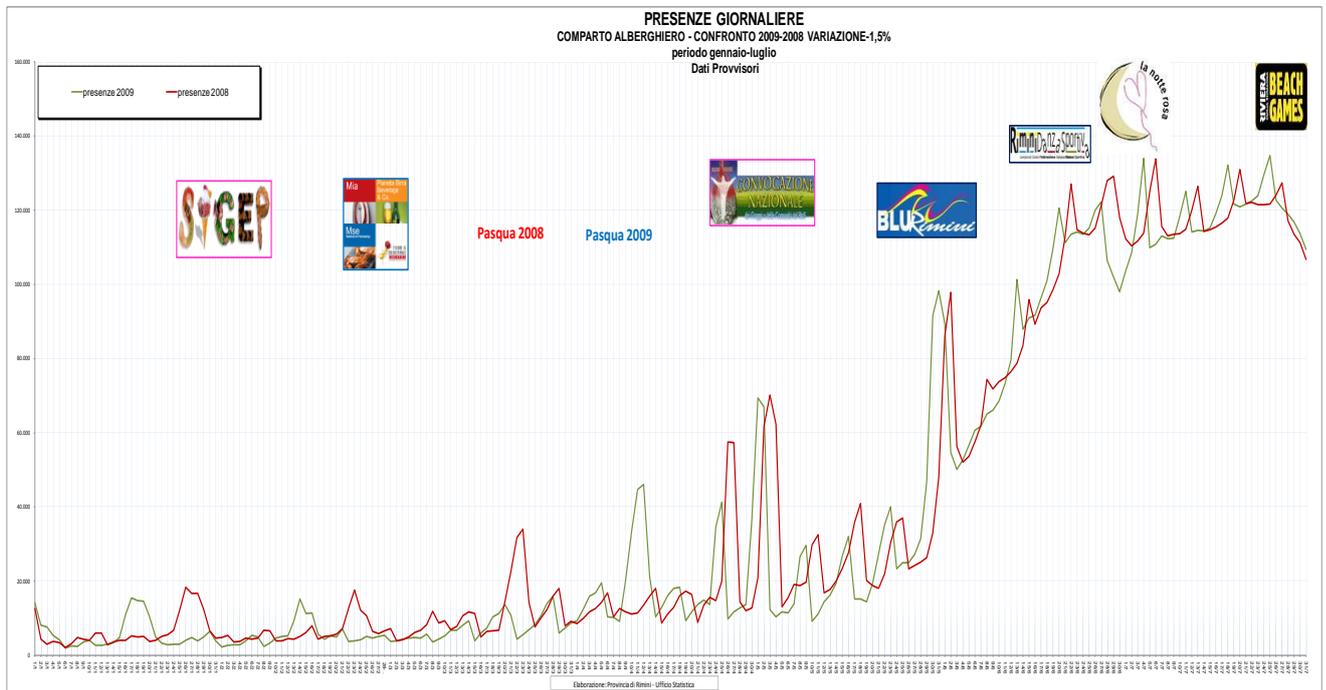
La disponibilità di dati giornalieri consente di analizzare la dinamica in cui opera la ricettività riminese. Rispetto ai tradizionali dati di sintesi mensili è interessante la *zoomata* ottenuta su una selezione di eventi e date particolari.

Nel grafico successivo è visibile la dinamica della domanda turistica nella provincia di Rimini, in relazione ad una selezione di eventi, manifestazioni, festività nel periodo

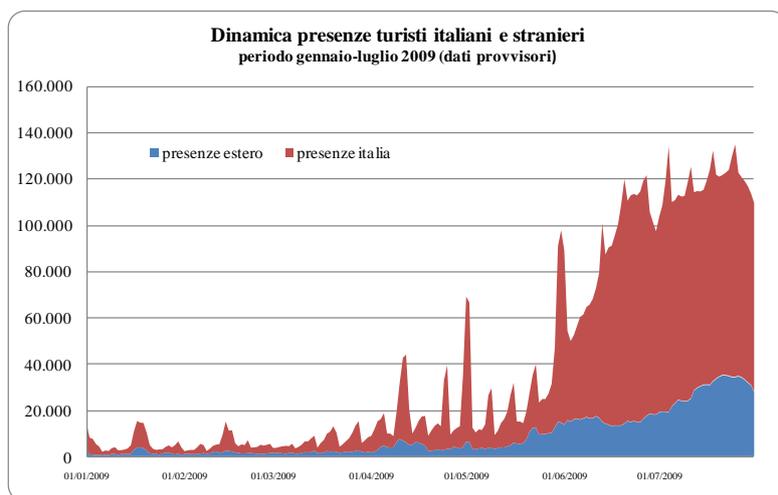
²⁶ cfr: Istat, Indagine trimestrale: "Viaggi e vacanze". <<La crescita costante del numero di vacanze brevi, osservata negli ultimi anni, è stata particolarmente rilevante nel 2008: l'incremento registrato per le vacanze brevi (+16,7%) ha costituito il fattore determinante per la crescita del numero complessivo dei viaggi nel 2008, aumentati del 9,4%. L'aumento delle vacanze brevi ha influito anche sull'aumento del numero di pernottamenti per questa tipologia di soggiorni (+17%).

Per la prima volta, il rapporto tra numero di vacanze brevi e lunghe si è invertito: nel 2008, infatti, il 41,4% dei viaggi è stato effettuato in occasione di vacanze lunghe (4 o più notti) e il 45,5% per vacanze brevi (1-3 notti)>>.

gennaio/luglio negli anni di confronto 2008 e 2009, che consente di valutare l’impatto di taluni eventi particolari, come ad esempio i ponti primaverili o quelli pentecostali.

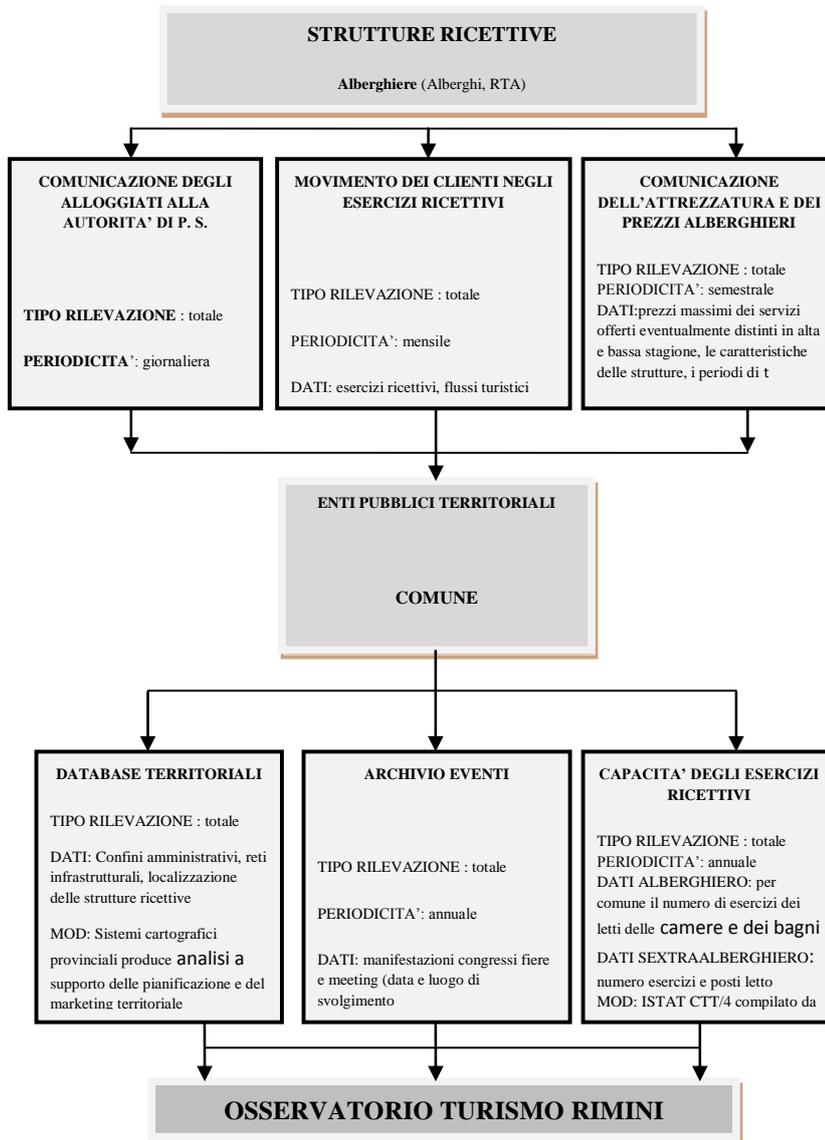


Più in dettaglio si può osservare anche, che se nel territorio riminese non si scende mai sotto la soglia delle 1.966 presenze giornaliere (periodo gennaio/luglio), nella giornata di festività pasquale del 2009 si sono registrati oltre 46.000 turisti (di cui l’86,3% costituiti da connazionali), il sabato della “notte rosa” (4 luglio) le presenze sono arrivate a 134.000 (per il 15% provenienze estere).



Nel mese di luglio il picco (134.700) di presenze si è verificato nella giornata del 25 contro una presenza giornaliera di turisti che sfiora le 104.000 unità e che vanno a sommarsi agli oltre 300.000 residenti.

5. L'OSSERVATORIO TURISTICO PROVINCIALE



Nel più ampio sistema degli Osservatori provinciali della Provincia di Rimini, l'Osservatorio turistico provinciale si occupa dell'implementazione dei dati relativi alle ricorrenti rilevazioni della statistica ufficiale a cui si sono affiancati altri flussi informativi: eventi, basi territoriali, dati meteo

In questo contenitore, si inserisce la sperimentazione dello studio progettuale che ha prodotto la *web application* e i relativi dati.

Inoltre la disponibilità di un GIS (geographic information system) e di una piattaforma di B.I (business intelligence) consentono di mettere a sistema

i diversi flussi informativi per analizzare la situazione dell'offerta, l'andamento e l'evoluzione della domanda e dei mercati turistici, ma anche la sostenibilità della destinazione Rimini distribuendo le informazioni quando servono, dove servono con una reportistica dettagliata.

Questa organizzazione e la tempestività con cui, nel corso della stagione corrente sono diventati disponibili i risultati (provvisori) e l'articolazione delle informazioni sulla domanda turistica (lato offerta) ha consentito l'annuale conferenza stampa²⁷ di mezza estate dell'Assessorato al turismo con alcuni giorni di anticipo rispetto all'anno precedente, per il primo consuntivo stagionale.

²⁷ Per saperne di più: http://www.provincia.rimini.it/informa/comunicati/2009_08_11_02.pdf