



# ***PREVISIONI PER L'ESTATE 2008***

---

## ***I PREZZI TURISTICI***

---

## ***L'ANDAMENTO DEI WEEK END PRIMAVERILI***

---

**Maggio 2008**

*in collaborazione con*  
**trademark italia**

## **INDICE**

<b>1. Previsioni per l'estate 2008 sul Litorale del Lazio</b>	<b>pag.3</b>
1.1 L'andamento nelle singole aree del Litorale	pag. 5
<b>2. Analisi dei prezzi turistici</b>	<b>pag. 7</b>
2.1 I prezzi alberghieri dei litorali e delle isole del Lazio	pag. 8
2.2 I prezzi delle spiagge	pag. 9
<b>3. Il bilancio dei Ponti primaverili</b>	<b>pag 10</b>
<b>Metodologia degli studi</b>	<b>pag. 14</b>

## **1.PREVISIONI PER L'ESTATE 2008 PER IL LITORALE DEL LAZIO**

Dopo un 2006 all'insegna dell'ottimismo per le coste laziali (+2.4% di arrivi e +0,5% di presenze nell'estate) e un 2007 caratterizzato da una buona performance complessiva di tutto il nostro litorale (+0,9% di presenze)<sup>1</sup>, con alcuni incrementi effettivi delle presenze in molte località (Gaeta, Sperlonga, San Felice Circeo e Ventotene), oggi la percezione degli operatori (*sentiment*) e in generale dell'offerta di ospitalità (alberghi, appartamenti, ristoranti e stabilimenti balneari) è di **stabilità sul litorale di Roma, di leggera diminuzione sul litorale Pontino, e di flessione più marcata per il viterbese**. Questa percezione, emblematica dopo un decennio di performance positive, è causata da una diminuzione ad oggi di prenotazioni individuali e indipendenti per i mesi di giugno e luglio. Le indicazioni della maggioranza degli operatori del ricettivo, interpellati tra il 5 e il 22 maggio, appaiono infatti **negative nel breve periodo (giugno e prima parte di luglio), pur rimanendo fiduciose per le prenotazioni classiche dell'alta stagione**. Gli stessi operatori inoltre si dichiarano ottimisti per le attività di collaborazione che hanno in corso con i tour operator, e in 3 casi su 10 **contano sulle vacanze degli Europei che consentiranno di bilanciare in parte la contrazione della domanda italiana**.

Emerge dunque la prospettiva di un'estate tra il *difficile* e il *molto difficile*: in particolare si prevede un risultato di maggio in contrazione, un mese di giugno "sofferente" nelle prime due settimane e migliore nella seconda parte, un mese di luglio per il quale l'andamento delle prenotazioni lascia qualche margine di preoccupazione ed infine una dinamica positiva per il mese di agosto e buone prospettive per settembre. La tendenza conferma l'andamento difficile che il **prodotto mare Italia** ha conosciuto anche lo scorso anno, caratterizzato da un calo della domanda interna, dall'aumento del "pendolarismo" sulle coste, dalla tenuta degli stranieri. La domanda nazionale verso le coste laziali, influenzata dalle difficoltà economiche del Paese, subirà una riduzione non tanto degli arrivi turistici, quanto dei giorni di vacanza e della spesa complessiva: **assisteremo quindi a vacanze più brevi e "parsimoniose"**.

---

<sup>1</sup> Indagini condotte dall'Osservatorio di Litorale spa in collaborazione con Trademark rispettivamente nell'agosto 2006 e nel settembre 2007.

Si prevede dunque che il movimento turistico tendenziale sul Litorale del Lazio registrerà nel corso dell'estate 2008 un leggero incremento degli arrivi ed una evidente contrazione delle presenze rispetto al 2007.

#### MOVIMENTO TURISTICO TENDENZIALE NEL LITORALE DEL LAZIO

<b>ARRIVI</b>	<b>Estate 2007</b>	<b>Proiezioni Estate 2008</b>	<b>Var. % 08/07</b>
ITALIANI	625.000	630 / 640.000	+0,8% / +2,4%
STRANIERI	260.000	260 / 265.000	0,0% / +1,9%
<b>TOTALE</b>	<b>885.000</b>	<b>890 / 905.000</b>	<b>+0,6% / +2,3%</b>

<b>PRESENZE</b>	<b>Estate 2007</b>	<b>Proiezioni Estate 2008</b>	<b>Var. % 08/07</b>
ITALIANI	3.660.000	3.400 / 3.500.000	-7,1% / -4,4%
STRANIERI	820.000	810 / 850.000	-1,2% / +3,7%
<b>TOTALE</b>	<b>4.480.000</b>	<b>4.210 / 4.350.000</b>	<b>-6,0% / -2,9%</b>

Elaborazioni Trademark Italia

Il fatturato "diretto" del comparto balneare del Lazio, calcolato nel 2007 in 680 milioni di euro, per un giro d'affari complessivo di oltre 1.000 milioni di euro, se come previsto sarà direttamente influenzato

- *dalla contrazione delle presenze,*
  - *dalla riduzione della disponibilità di spesa e*
  - *dalla crescente attenzione ai consumi da parte degli italiani e degli europei,*
- produrrà una **perdita di giro d'affari turistico stimabile in 95 milioni di euro.**

### 1.1 L'ANDAMENTO NELLE SINGOLE AREE DEL LITORALE

Il dettaglio delle singole località evidenzia una leggera diminuzione sul litorale pontino, accompagnata però dalla tenuta delle destinazioni più note e meglio attrezzate, una sostanziale stabilità del litorale romano, e flessioni più marcate per il litorale viterbese.

#### IL BAROMETRO DELL'ESTATE 2008 PER LE PRINCIPALI DESTINAZIONI BALNEARI DEL LAZIO

Località	ESTATE 2008
TARQUINIA / MONTALTO	
SANTA MARINELLA / LADISPOLI	
FREGENE	
OSTIA	
ANZIO / NETTUNO	
LIDO DI LATINA	
SABAUDIA	
SAN FELICE CIRCEO	
TERRACINA	
SPERLONGA	
GAETA	
FORMIA	
MINTURNO	
PONZA / VENTOTENE	

In base a queste prime indicazioni si può prevedere che nell'estate 2008, sul Litorale del Lazio si evidenzieranno 5 tendenze già emerse in passato:

- *un aumento degli arrivi pendolari e del sovraccarico, in particolare durante i fine settimana;*
- *un'ulteriore accorciamento delle vacanze e dei soggiorni alberghieri;*
- *la generale contrazione della durata dei soggiorni;*
- *un aumento dei prezzi, pur nella media nazionale;*
- *la vitale presenza per l'industria dell'ospitalità di quote elevate (oltre il 50%) di clientela fedele e repeater.*

## **2. ANALISI DEI PREZZI TURISTICI**

Il successo o l'insuccesso di una destinazione turistica è strettamente collegato alle capacità commerciali degli operatori che compongono il sistema ospitale. Quale indirizzo hanno preso gli operatori del Lazio per il 2008?

Il panorama dei prezzi praticati sul litorale conferma la classica **rigidità dei listini**, ma i test effettuati a maggio 2008 indicano che le offerte di prezzo telefoniche sono meno care di quelle ufficiali riportate sui listini. Anche le proposte ricevute via *email* risultano diverse dai listini prezzi e commercialmente migliori.

Questo per segnalare che la prassi di presentarsi con quotazioni generaliste e "rigide" continua ad essere molto diffusa, anche se i possibili effetti negativi vengono in parte controbilanciati dal contatto diretto (via telefono e posta elettronica) tra cliente ed operatore.

L'analisi del sistema dei prezzi negli alberghi di vacanza evidenzia, come nel 2007, l'assenza di aggiornamento commerciale:

- a) **non si utilizza la differenziazione dei prezzi** né in base ai servizi, né in base ai tempi di prenotazione. Al contrario, le differenze di prezzo dipendono da date di alta e bassa stagione: ad esempio, i prezzi scattano in avanti il 27 giugno e il 7 agosto, con modalità che ai turisti possono apparire "ostili";
- b) **non si offre l'*all inclusive***, una formula di packaging turistico che sta invece crescendo nelle riviere del medio e alto Adriatico.

L'attuale capacità di commercializzazione degli operatori privati appare fiacca, non si utilizzano le formule aggressive che hanno fatto scuola nelle compagnie aeree, né i toni rassicuranti dei villaggi turistici dove regna l'*all inclusive*.

## 2.1 I PREZZI ALBERGHIERI DEI LITORALI E DELLE ISOLE DEL LAZIO

Per quanto riguarda gli alberghi, sono stati rilevati i **prezzi medi** praticati in giugno, luglio e agosto 2008 per una camera doppia (2 persone), breakfast compreso, nelle principali destinazioni turistiche del Lazio.

PERIODO Località	GIUGNO 2008			LUGLIO 2008			AGOSTO 2008		
	★★	★★★	★★★★	★★	★★★	★★★★	★★	★★★	★★★★
Tarquinia	65,00	87,00	95,00	68,00	105,00	110,00	68,00	115,00	125,00
Ostia	95,00	125,00	140,00	95,00	126,00	140,00	95,00	126,00	140,00
Fregene	83,00	97,00	---	83,00	102,00	---	83,00	107,00	---
Nettuno	---	67,00	135,00	---	83,00	165,00	---	91,00	165,00
Sabaudia	60,00	90,00	168,00	80,00	118,00	214,00	100,00	145,00	232,00
Terracina	69,00	99,00	110,00	91,00	123,00	132,00	94,00	155,00	161,00
Gaeta	107,00	115,00	150,00	122,00	137,00	180,00	130,00	156,00	205,00
Ponza	107,00	111,00	221,00	113,00	129,00	255,00	143,00	155,00	335,00
Ventotene	90,00	105,00	---	110,00	125,00	---	130,00	175,00	---

N.B. I prezzi rilevati si intendono in euro per camera doppia con piccola colazione (B&B).

**I prezzi medi rilevati sia telefonicamente che nei siti di *booking online*, presentano incrementi medi tra il 4% e il 9% rispetto alle tariffe del 2007.** In alcuni casi però le tariffe sono rimaste uguali a quelle del 2007, e in 3 casi si è rilevata addirittura una leggera diminuzione (strutture ad Ostia, Sabaudia e Gaeta). Inoltre si osserva spesso una forte discrepanza nei prezzi di strutture ricettive dello stesso livello qualitativo, nella stessa località e nello stesso periodo dell'anno, suggerendo una certa cautela nel valutare i prezzi necessariamente medi indicati.

Una annotazione riguarda **le isole**, dove i prezzi alberghieri ricavati dai listini 2008 risultano mediamente superiori a quelli di altre isole italiane.

## 2.2 I PREZZI DELLE SPIAGGE

L'analisi dei prezzi turistici ha preso in considerazione le tariffe dei servizi in piccoli e grandi stabilimenti balneari del Lazio, ma anche l'atteggiamento degli operatori riguardo l'uso di ombrelloni, lettini e cabine. Rispetto al classico e schematico listino giornaliero, settimanale, quindicinale e mensile, alcuni gestori cominciano a ragionare su durate frazionali, ad esempio 5 giorni e 9 giorni. La rilevazione avvenuta tra il 2 e il 15 maggio 2008 evidenzia segnali di miglioramento della capacità commerciale degli operatori che nel 2007 apparivano più rigidi nella gestione della propria spiaggia. Da un servizio tradizionale "per regole" sono emersi i primi segnali di "servizio per eccezioni". Si sono rilevati ritocchi (in aumento) delle tariffe giornaliere dal 3% al 5% circa rispetto all'estate 2007.

### **I PREZZI DELLE SPIAGGE DEL LAZIO NEL 2008**

<b>OMBRELLONE + 2 LETTINI</b>	<b>BASSA STAGIONE 2008 (mag-giu-set)</b>		<b>ALTA STAGIONE 2008 (lug-ago)</b>	
	<b>1 giorno</b>	<b>7 giorni</b>	<b>1 giorno</b>	<b>7 giorni</b>
OSTIA	22,50	156,50	22,50	156,50
SABAUDIA	20,50	123,50	24,00	152,00
TERRACINA	20,50	123,50	24,50	138,50
SPERLONGA	19,00	123,50	24,50	166,50
GAETA	20,00	133,50	23,50	156,50

Prezzi medi giornalieri e settimanali per l'affitto di un ombrellone + 2 lettini o sedie a sdraio (escluse le prime due file) in bassa e in alta stagione in alcune località del Litorale del Lazio: sondaggio effettuato nel mese di maggio 2008 su un campione di almeno 5 operatori di spiaggia in ogni località.

### **3. IL BILANCIO DEI PONTI PRIMAVERILI IN ITALIA E SUL LITORALE DEL LAZIO**

#### ***IN ITALIA***

**I Ponti del 25 aprile e del 1° maggio hanno generato in Italia il movimento di oltre 15 milioni di italiani<sup>2</sup>.** Le palesi difficoltà economiche, i rincari di benzina, autostrade, alberghi e ristoranti, non hanno apparentemente influito sulla voglia di viaggiare e nella media i consumi “fuori casa” sono stati confermati. Gli italiani stanno guardando come sempre alle vacanze e si preparano per i tradizionali esodi e controesodi estivi.

La classifica delle mete preferite nei primi ponti festivi dell'anno vede in primo piano la Liguria, per la prossimità con le capitali industriali di Lombardia e Piemonte, poi le spiagge adriatiche dell'Emilia Romagna e del Veneto, e **al terzo posto le coste del Lazio**, sbocco naturale dei romani, dei residenti nel Lazio e dei turisti presenti nella Capitale. Buoni risultati anche per il Lago di Garda e la Versilia, mentre coste e isole campane (Capri e Ischia comprese) sono state penalizzate dall'emergenza rifiuti di Napoli. In crescita il movimento verso le aree italiane che offrono parchi di divertimento, come Gardaland (Lago di Garda), Mirabilandia (Ravenna), Italia in Miniatura (Rimini), Oltremare (Riccione). Anche l'Acquario di Genova è stato assediato da numeri crescenti di famiglie italiane.

In aumento le vacanze degli Italiani all'estero, che hanno raggiunto una quota del 19% circa del totale. Chi ha scelto l'Europa ha approfittato della moltiplicazione delle compagnie *low cost*, dei pacchetti tutto compreso, delle occasioni *last minute*. Le rilevazioni dicono che il 92% dei voli da Roma verso l'Europa erano “completi”. Posti “esauriti” nel trasporto aereo internazionale anche nei principali aeroporti italiani. Top destinations Londra, Parigi, Barcellona, Praga, Berlino e Dublino. Questa generale preferenza per le capitali europee è determinata dai collegamenti aerei a basso prezzo. La disponibilità di posti sui voli *low cost* è determinante per lo sviluppo dei flussi turistici italiani *outgoing*, ma potrebbe diventare un punto di riferimento anche per il turismo *incoming*.

---

<sup>2</sup> Rilevazioni di Trademark Italia

Analizzando all'inizio della stagione estiva le aree turistiche di maggior successo, la leadership delle richieste spetta alle destinazioni balneari, seguite dalle città d'arte e cultura e dai poli del benessere. Meno marcate che in passato le presenze italiane negli agriturismi. Deboli performances dei bed & breakfast, sulla cui competitività i turisti esprimono dubbi e perplessità. Le località emblematiche di benessere termale come Saturnia, Sirmione, San Casciano, Monsummano e le spa termali di Viterbo, Tivoli e Suio dichiarano soddisfacenti performance. Il rapporto tra italiani e benessere si intensifica anche nelle spa di alta quota, come Bormio e Pré Saint Didier. Performance simile al 2007 per le grandi mete d'arte, cultura e religione, Roma, Venezia, Firenze, Siena, Pisa e Assisi, dove il traffico degli italiani in vacanza si è sommato ai consueti flussi di turisti internazionali.

Si stima che durante i Ponti primaverili le destinazioni turistiche italiane siano state visitate da 2,3 milioni di turisti stranieri:

- 1,4 milioni di turisti individuali e indipendenti in auto,
- 0,9 milioni di persone arrivate in Italia con altri mezzi (aereo, pullman, treno, nave).

Soddisfatti dei risultati dell'inverno, alcuni impianti sciistici della montagna alpina italiana sono rimasti aperti e le ottime condizioni meteo hanno attirato generosi flussi di turisti ed escursionisti.

### **LE DESTINAZIONI PREFERITE NEI PONTI 2008**

1°	RIVIERA DI LEVANTE E PONENTE – ACQUARIO DI GENOVA
2°	RIVIERA ROMAGNOLA – MIRABILANDIA, ITALIA IN MINIATURA, OLTREMARE
3°	ROMA E LOCALITÀ BALNEARI DEL LAZIO (RIVIERA DI ULISSE)
4°	FIRENZE, SIENA, CHIANTISHIRE, CENTRI MINORI TOSCANI
5°	VENEZIA – LIDI VENETI E FRIULANI
6°	LAGO DI GARDA - GARDALAND E PARCHI DIVERTIMENTO VENETI
7°	VERSILIA - PISA
8°	ASSISI/UMBRIA
9°	SAN GIOVANNI ROTONDO/PUGLIA
10°	CENTRI BENESSERE E SPA TOSCANI

Fonte: rilevazioni Trademark Italia - aprile 2008

## **SUL LITORALE LAZIALE**

Le indicazioni fornite dal Panel di operatori turistici del Litorale interpellati sull'andamento del movimento in occasione dei ponti del 25 aprile e del 1° maggio<sup>3</sup>, esprimono una tendenza positiva del comparto turistico balneare del Lazio, con alcune perplessità per la discontinuità dei consumi.

La tavola che segue è la sintesi delle indicazioni della congiuntura ottenute dal Panel di riferimento. Rappresenta il **sentiment** del campione di operatori riguardo all'andamento dei Ponti primaverili.

### **IL MOVIMENTO TURISTICO NEI PONTI PRIMAVERILI SUL LITORALE DEL LAZIO**

<b>PONTI 2008</b>	<b>Diminuzione</b>	<b>Stabilità</b>	<b>Crescita</b>
Litorale di Viterbo	31,5%	53,2%	15,3%
Litorale di Roma	26,8%	44,5%	28,7%
Litorale Pontino	38,7%	43,3%	22,4%
<b>LITORALE DEL LAZIO</b>	<b>34,1%</b>	<b>44,5%</b>	<b>21,4%</b>

Le località turistiche del Lazio hanno mediamente registrato:

- un domanda di pernottamenti meno intensa di quella del 2007;
- un maggiore interesse per i prezzi e la disponibilità del mese di giugno;
- un giro d'affari simile (o leggermente inferiore) a quello dello scorso anno;
- un movimento turistico più dinamico, volubile e altalenante.

**Si può affermare che la maggioranza degli operatori del ricettivo delle località balneari, con palesi differenze da litorale a litorale, dichiara risultati leggermente inferiori o paragonabili a quelli del 2007. Per il 21,4% degli operatori il movimento è stato invece superiore.** Le risultanze del sondaggio mostrano andamenti differenziati nei vari comparti dell'offerta di ospitalità del litorale del Lazio. **Il comparto alberghiero è quello che ha ottenuto i risultati migliori.** Tra alti e bassi, gli stabilimenti balneari si dichiarano soddisfatti; perplessi per una contrazione dei coperti i ristoratori tradizionali e i gestori di agriturismi.

---

<sup>3</sup> Trademark tra il 2 e il 16 maggio ha contattato, per conto dell'Osservatorio della Litorale SpA il panel di riferimento composto da oltre 300 operatori che da circa un decennio forniscono informazioni affidabili ed aggiornate, delineando un quadro turistico che altrimenti non sarebbe possibile ottenere.

<b>1. Strutture ricettive alberghiere</b>	<b>STABILITA'</b>
<b>2. Strutture ricettive extralberghiere</b>	<b>LEGGERA DIMINUZIONE</b>
<b>3. Alloggi privati per vacanze</b>	<b>FORTE DIMINUZIONE</b>
<b>4. Ristoranti, Pizzerie, Agriturismi</b>	<b>LEGGERA FLESSIONE</b>
<b>5. Stabilimenti balneari</b>	<b>STABILITA'</b>
<b>6. Spesa turistica</b>	<b>DIMINUZIONE</b>

Le variabili che possono avere influito sulle performance insoddisfacenti di alcuni operatori sono:

- 1°** la qualità degli esercizi. Chi ha riqualificato, ringiovanito e/o ristrutturato ha ottenuto risultati soddisfacenti, migliori di quelli del 2007;
- 2°** la capacità dei singoli operatori di comunicare, di sfruttare Internet, di negoziare con i Tour Operators, di rispondere alle richieste con cordiale flessibilità;
- 3°** l'abilità commerciale nel pricing e nel packaging.

# **METODOLOGIA DEGLI STUDI**

## ***Previsioni estate 2008***

Con questo rapporto previsionale dell'Estate 2008, Litorale spa e Trademark Italia propongono una lettura professionale della congiuntura balneare nel Lazio.

Lo scenario stagionale e la stima dei flussi turistici si basano sulla gestione di un vero e proprio sistema informativo così composto:

1. il Panel degli operatori dell'offerta alberghiera ed extralberghiera,
2. il Panel degli operatori della domanda organizzata,
3. le fonti provinciali e nazionali che raccolgono dati istituzionali,
4. altre fonti in grado di fornire dati indiretti (distributori di prodotti alimentari e bevande per alberghi e pubblici esercizi, stabilimenti balneari, consorzi di operatori del trasporto, agenzie di affittanze e intermediazione ...)
5. le opinioni di intermediari, esperti e consulenti internazionali.

Le rilevazioni periodiche dell'Osservatorio Congiunturale sono effettuate su un panel di 320 operatori delle località balneari del Lazio contattati direttamente da Trademark (via telefono, fax, email).

L'ampiezza campionaria è sufficiente a contenere l'errore statistico delle stime entro l'1,5%.

A differenza del dato ufficiale (Istat), questo osservatorio esamina anche un campione di operatori dell'extralberghiero che il sistema statistico nazionale non è in grado di rilevare (appartamenti, case per ferie, etc.).