

OSSERVATORIO PERMANENTE

SULLE PROPOSTE DI VIAGGIO
FORMULATE DAI TOUR OPERATOR



Analisi
degli aspetti tariffari
nelle località
estere e italiane
anno 2013

ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO

Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai Tour Operator

ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' BALNEARI
ITALIANE, ESTERE E NELLE CROCIERE - V EDIZIONE

Coordinamento generale: Mauro Zanini— Vicepresidente nazionale Federconsumatori

Gruppo di lavoro:

Stefano Cipolli - Federconsumatori C.R.E.E.F. - *Centro Ricerche Economiche Educazione e Formazione*

Silvia Saracino - Federconsumatori C.R.E.E.F. - *Centro Ricerche Economiche Educazione e Formazione*



Ente Bilaterale Nazionale del Turismo

Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

E-mail: info@ebnt.it

<http://www.ebnt.it>



Federconsumatori

Via Palestro 11, 00185 Roma

Tel. +39 06 42020755

Fax. +39 06 47424809

E-Mail: federconsumatori@federconsumatori.it

<http://www.federconsumatori.it>



FEDERCONSUMATORI

**Osservatorio permanente sulle
proposte di viaggio formulate
dai tour operator – anno 2013**

Quinta edizione

Indice:

1 - L' osservatorio.....	Pag.	13
- Viaggi vacanza nel 2012.....	“	13
- Viaggi vacanza nel 2013.....	“	15
- Internet e il ruolo della rete nelle strutture ricettive.....	“	17
- I tour operatore e le agenzie viaggi.....	“	19
2 - Oggetto dello studio.....	“	20
- Analisi degli aspetti tariffari nelle località monitorate.....	“	22
- Il campione e la tipologia dei dati.....	“	22
3 - Il turismo nelle località balneari italiane.....	“	25
4 - Il turismo nelle località balneari estere.....	“	32
5 - Il turismo nelle capitali nelle città d'arte europee.....	“	40
6 - Il turismo di crociera	“	43

PRESENTAZIONE

Il comparto turistico rappresenta, per il Sistema Italia, uno dei principali settori produttivi. La molteplicità dei fattori interni ed esterni che determinano la spiccata dinamicità del settore, richiederebbe un costante monitoraggio sul complesso dei fenomeni che lo caratterizzano.

Diversi sono i dati statistici ufficiali che puntualmente vengono diffusi dai singoli organi, i quali nonostante siano oggetto di continue revisioni che meglio rappresentano il risultato, limitano tuttavia l'analisi alle sole dimensioni che caratterizzano quel settore. La mancanza di una visione d'insieme ne determina la parzialità nella copertura informativa.

Tale fenomeno si ripercuote sulla capacità di rappresentare un valido supporto per i decisori nella fase di programmazione a medio – lungo termine in settori, come quello turistico, nel quale risulta fondamentale attuare iniziative idonee alle esigenze di chi opera nel comparto. In tal senso, a livello nazionale, risulta evidente l'assenza di valutazioni strutturate sui livelli tariffari, sulla competitività dei sistemi locali, sulle pratiche di sostenibilità del turismo e su altre importanti dimensioni d'analisi.

Federconsumatori da diversi anni cerca di colmare alcune di queste lacune informative, svolgendo indagini mirate a valutare le dinamiche dei prezzi praticati nelle strutture ricettive sia nazionali che internazionali e in questa sede, grazie alla lodevole iniziativa dell'Ente Nazionale Bilaterale del Turismo, estende tale indagine ai principali competitors del Sistema Italia.

Lo scopo della presente indagine è proprio costituire un Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio, relativo alle destinazioni turistiche sia estere che italiane, formulate da un numero rilevante fra i maggiori Tour Operator che operano nel mercato nazionale. La pubblicazione dell'Osservatorio permanente mette a disposizione dati ed analisi funzionali a cittadini ed operatori turistici, con il corredo della dimensione tariffaria, collocata in un quadro macro-economico del settore turistico.

L'intento è quello di suscitare un interesse tale da permettere la continuità del lavoro e l'ampliamento delle tematiche di indagine, al fine di raggiungere un livello di rilevazione e di analisi quanto più possibile esauriente per le esigenze degli Operatori del settore e degli utenti che usufruiscono dei servizi offerti.

Il Curatore del Rapporto:

Stefano Cipolli

Il turismo è una delle maggiori 'risorse naturali' del mondo in grado di produrre un'enorme ricchezza economica, culturale e sociale. È per questo un fenomeno dalle mille sfaccettature legato a molteplici aspetti, quello personale di coloro che vanno in vacanza, legato alle tradizioni popolari, al territorio e alla sua storia.

Gli innumerevoli eventi verificatisi in questi ultimi anni, dalla crisi economico-finanziaria mondiale alle calamità ambientali, hanno inevitabilmente avuto ripercussioni profonde nel settore turistico, contribuendo a modificare le tipologie e i comportamenti di consumo dei turisti.

Il WTO ha definito una destinazione o meta turistica locale come uno spazio fisico in cui il visitatore trascorre almeno una notte, essa comprende i servizi che un territorio offre, attrazioni e risorse turistiche nel raggio di un'escursione di una giornata e oltre.

L'Unione Europea rappresenta ancora la 'regione' con la maggiore domanda turistica e l'Italia è da sempre tra i paesi più visitati al mondo seppur negli ultimi anni, come dimostrano i dati dell'Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio formulate dai tour operator, le richieste si stanno diversificando e sta perdendo posizioni nella classifica mondiale.

E' in questo scenario che la competitività diventa un fattore rilevante, e i dati che emergono da questo studio non fanno altro che evidenziare quanto il nostro paese possa far di più proprio in termini di competitività, investendo in infrastrutture, promozione e formazione professionale.

In considerazione del fatto che il settore non può certo essere considerato un bene di prima necessità e che l'incertezza economica è un fattore molto rilevante in questo ambito, assistiamo a previsioni per questa stagione molto preoccupanti, sia per i viaggiatori che per gli imprenditori del settore, così come analizzate in dettaglio dall'Osservatorio realizzato dall'Ente Bilaterale Nazionale Turismo e Federconsumatori.

Premesso ciò, riteniamo che i dati emersi dal lavoro prodotto, siano un valido punto di partenza per analizzare gli scenari attuali e futuri ed un valido strumento per gli operatori del settore e per coloro che si occupano di promozione, sviluppo e formazione in Italia e all'estero.

Il Vicepresidente
Lucia Anile

Il Presidente
Alfredo Zini

L'ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO (EBNT), è un organismo paritetico costituito nel 1991 dalle organizzazioni sindacali nazionali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative nel settore Turismo: Federalberghi, Fipe, Fiavet, Faita, Federreti, Filcams - CGIL, Fisascat - CISL, Uiltucs - UIL.

EBNT, è un ente senza fini di lucro e costituisce uno strumento per lo svolgimento delle attività individuate dalle parti stipulanti il CCNL Turismo in materia di occupazione, mercato del lavoro, formazione e qualificazione professionali.

EBNT svolge e promuove attività di studio e ricerca, sperimentazione, documentazione, informazione e valutazione. Fornisce un supporto tecnico-scientifico e alla rete degli Enti Bilaterali Territoriali sulle politiche e sui sistemi della formazione e dell'apprendimento continuo, del mercato del lavoro e dell'inclusione sociale, ne coordina il lavoro e ne definisce le linee operative di indirizzo.

EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

L'impegno di **EBNT**, inoltre, è quello di offrire risposte alle situazioni di crisi congiunturali che si manifestano sul territorio nazionale, intervenendo con forme di sostegno al reddito a favore dei lavoratori dipendenti, salvaguardando l'occupazione e la professionalità degli addetti.

EBNT ha investito sul valore della bilateralità, interpretando le relazioni tra l'impresa e il sindacato come una risorsa.



Ente Bilaterale Nazionale del Turismo
Via Lucullo 3, 00187 Roma
Tel. +39 06 42012372
Fax. +39 06 42012404
E-mail: info@ebnt.it
<http://www.ebnt.it>



FEDERCONSUMATORI
FEDERAZIONE NAZIONALE CONSUMATORI E UTENTI

Quest'anno si prevede che solo un italiano su tre riuscirà ad andare in vacanza, è la prova di quanto le vacanze siano diventate un lusso. Sono molto lontani gli anni sessanta, quando le famiglie facevano anche venti giorni di vacanza al mare o in montagna: oggi, a fronte di una situazione drammatica legata alla perdita di potere d'acquisto, le vacanze sono diventate un bene di gran lunga secondario rispetto ai generi alimentari.

Il consumatore che vuole andare in vacanza deve dunque ingegnarsi per risparmiare: per questo il turismo è sempre più mordi e fuggi, vacanze brevissime che durano il tempo di un week end o poco più, prendono piede il turismo low-cost, organizzato su internet e forme di risparmio ottenute grazie allo scambio di case per le vacanze. In questo contesto di crisi, la promozione turistica del nostro Paese non può che far bene all'economia ma anche al consumatore.

Il rapporto qualità prezzo del nostro turismo ci vede sofferenti rispetto ad altri Paesi confinanti che sono molto più competitivi di noi. È importante ricordare che il turismo è il nostro 'petrolio', una risorsa che va valorizzata e per farlo serve una strategia di promozione e comunicazione unitaria: l'Italia deve far conoscere all'estero non solo le grandi città ma anche i centri minori ricchi di beni storici, artistici e naturali.

Ogni anno circa 50 milioni di turisti vengono a visitare l'Italia, se incrementiamo questa potenzialità riusciremo a guadagnare la distanza che ci separa da altri Paesi più competitivi di noi. E di questa strategia ne beneficeranno anche le agenzie di viaggio e i tour operator italiani, in forte crisi.

La strada giusta era stata avviata dal ministro del turismo Gnudi del precedente governo Monti, il quale aveva posto l'accento sulla necessità di evitare eccessiva frammentazione di interventi di promozione turistica e sviluppare la collaborazione tra Stato e Regioni. Questa strategia è stata accolta dal Governo Letta che si è impegnato nella sua attuazione, non va lasciata cadere.

Il Presidente
Rosario Trefiletti

Il vice Presidente
Mauro Zanini

Federconsumatori, costituita nel 1988 con il sostegno della Cgil, è un'associazione senza scopo di lucro che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti. Alla sua costituzione hanno contribuito esperti di consumerismo operanti nell'ambito dell'Università, dell'informazione e del Parlamento, impegnati da anni in difesa dei diritti dei consumatori.

Federconsumatori, è presente su tutto il territorio nazionale con una rete capillare di sportelli per fornire assistenza e consulenza a tutti i cittadini. Possono accedere agli sportelli e alle sedi dell'associazione tutti i consumatori indistintamente. Gli operatori degli sportelli svolgono soprattutto un'attività di informazione dei consumatori, dei loro diritti, delle leggi vigenti e delle azioni da intraprendere per risolvere i loro problemi.

I servizi di informazione, consulenza ed assistenza sono espletati da esperti qualificati. Il consumatore che lo desidera può associarsi alla Federconsumatori ed usufruire del relativo servizio di sportello versando una quota fissa annua.

Federconsumatori da oltre 25 anni opera con competenza e professionalità nella difesa dei diritti dei consumatori, ha promosso molteplici iniziative, incontri, dibattiti, conferenze, ricerche e campagne informative, a diversi livelli: locale, nazionale ed europeo.

L'associazione fa parte del CNCU (Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti) collabora con istituzioni comunitarie e nazionali: Commissione Europea per le politiche dei consumatori, Parlamento Europeo, il Comitato economico e sociale, i Ministeri, il CNEL, la Commissione di garanzia legge n. 146/90, le Regioni, le Province, i Comuni e le Camere di Commercio.



Federconsumatori
Via Palestro 11, 00185 Roma
Tel. +39 06 42020755
Fax. +39 06 47424809
E-Mail: federconsumatori@federconsumatori.it
<http://www.federconsumatori.it>

1 - L'OSSERVATORIO

L'osservatorio permanente sulle proposte di viaggio, formulate dai tour operator, è nato dalla collaborazione tra Ente bilaterale nazionale del turismo (Ebnt) e Federconsumatori come strumento di monitoraggio sulla competitività del sistema "turismo Italia".

L'intento di questo strumento è quello di mettere a disposizione agli interessati, riferimenti e informazioni sui principali segmenti dell'offerta turistica.

Come nelle precedenti edizioni, anche per quella del 2013 si è cercato di perfezionare la metodologia d'indagine attraverso l'uso dei dati raccolti, integrati con informazioni provenienti dalle diverse fonti del settore.

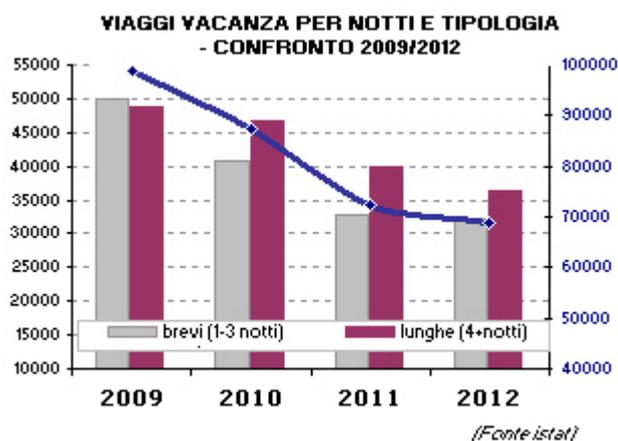
I VIAGGI VACANZA NEL 2012

L'anno 2012 sarà ricordato come uno tra i peggiori in termini, di flussi, della storia turistica nazionale. Al generale calo delle presenze-partenze dei turisti italiani, si è contrapposto un leggero aumento dei turisti provenienti dall'estero. Il saldo negativo, influenzato dall'aggravarsi della crisi economica, ha riportato alla luce i problemi che da sempre accompagnano il turismo italiano, problemi strutturali di competitività, di alti costi e promozione che, puntualmente riemergono ad ogni crisi del settore ma da sempre irrisolti.

Dalla lettura dei dati Istat, si è ulteriormente ridotto nel 2012, il numero dei viaggi vacanza con pernottamento (68milioni e 699 mila, in flessione del -5,3% rispetto al 2011 e -21,4% nell'ultimo biennio.) effettuati dalla popolazione residente.

I viaggi vacanza in relazione alla durata, si dividono in:

- *Vacanze brevi*: durata del soggiorno inferiore a quattro pernottamenti.
- *Vacanze lunghe*: durata del soggiorno è di oltre quattro notti.



Con riferimento a questa divisione, nel panorama dei viaggi per vacanza 2012, il 52,9% è stato effettuato per vacanze lunghe e il 47,1% per vacanze brevi.

Il periodo di maggior fruizione (malgrado prezzi e servizi costino di più), ha continuato ad essere il trimestre luglio-settembre. Rispetto al 2011, nel periodo estivo l'ammontare complessivo di turisti per vacanza breve si è leggermente ridotto (-1,3%), mentre più marcato è stato il calo degli stessi per vacanza lunga (-8,6%).

Tav.1 – Viaggi per tipologia del viaggio e trimestre – anni 2011 e 2012*(Valori in migliaia e composizioni % - Fonte Istat)*

TRIMESTRE	VACANZA						LAVORO		TOTALE VIAGGI	
	1-3 NOTTI		4 o più NOTTI		TOTALE VACANZE		Numero	Comp.%	Numero	Comp.%
	Numero	Comp.%	Numero	Comp.%	Numero	Comp.%				
2011										
Gennaio-Marzo	6.920	43,2	5.683	35,5	12.603	78,7	3.402	21,3	16.006	100,0
Aprile-Giugno	9.690	55,0	5.360	30,4	15.050	85,4	2.576	14,6	17.626	100,0
Luglio-Settembre	9.169	25,2	25.691	70,4	34.860	95,7	1.580	4,3	36.440	100,0
Ottobre-Dicembre	6.990	52,4	3.055	22,9	10.045	75,3	3.301	24,7	13.346	100,0
TOTALE	32.769	39,3	39.789	47,7	72.558	87,0	10.859	13,0	83.417	100,0
2012										
Gennaio-Marzo	6.724	53,6	3.916	31,2	10.640	84,8	1.899	15,2	12.539	100,0
Aprile-Giugno	11.439	56,5	5.137	25,4	16.576	81,9	3.676	18,1	20.252	100,0
Luglio-Settembre	7.604	22,5	23.854	70,5	31.458	93,0	2.360	7,0	33.818	100,0
Ottobre-Dicembre	6.570	54,3	3.455	28,6	10.025	82,9	2.069	17,1	12.094	100,0
TOTALE	32.337	41,1	36.362	46,2	68.699	87,3	10.004	12,7	78.703	100,0

Dai dati delle imprese nazionali (fonte Fonte ONT – dati Unioncamere) nel trimestre estivo, periodo di massima concentrazione i flussi vacanzieri, sono risutati in diminuzione rispetto allo stesso periodo 2011.

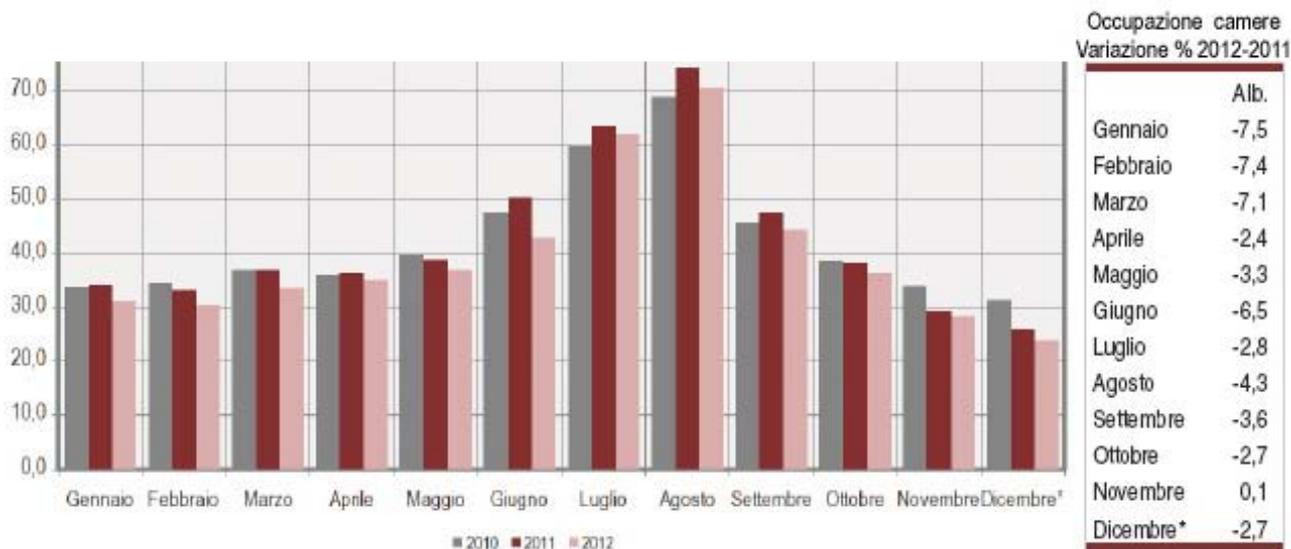
Un andamento negativo che ha riguardato in modo particolare il numero complessivo di camere occupate nelle strutture alberghiere, rispettivamente: a giugno 47,3% (-6,5 rispetto giugno 2011); 61,5% a luglio (-2,8% rispetto luglio 2011), 68,7% ad agosto (-4,3% rispetto agosto 2011).

Tav.2 – Occupazione camere per tipologia ricettiva % - confronto 2010-2012

Occupazione camere per tipologia ricettiva (%)									
confronto 2010-2012									
	2010			2011			2012		
	Alb.	Extra.	Totale	Alb.	Extra.	Totale	Alb.	Extra.	Totale
Gennaio	37,8	27,2	33,9	39,5	25,1	34,2	32,0	29,5	31,0
Febbraio	39,4	26,7	34,6	39,7	23,3	33,2	32,3	28,0	30,5
Marzo	41,4	29,7	36,9	42,8	27,6	36,8	35,7	30,9	33,6
Aprile	42,7	27,5	36,1	43,3	26,4	36,4	40,9	28,2	35,1
Maggio	45,0	33,3	39,7	45,3	31,0	38,8	42,0	31,4	36,8
Giugno	51,9	41,9	47,5	53,8	46,3	50,4	47,3	38,3	42,9
Luglio	60,1	59,7	59,9	64,3	62,7	63,6	61,5	63,0	62,2
Agosto	68,4	69,6	69,0	73,0	76,1	74,4	68,7	72,8	70,7
Settembre	50,4	38,4	45,6	54,7	39,3	47,5	51,1	36,4	44,3
Ottobre	45,4	28,5	38,5	48,0	27,1	38,4	45,3	26,1	36,5
Novembre	36,9	28,1	34,0	36,2	18,9	29,1	36,3	18,8	28,4
Dicembre*1	31,7	30,6	31,4	30,5	19,4	25,8	27,8	19,2	23,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Grafico occupazione camere per tipologia ricettiva % - confronto 2010-2012



I vacanzieri italiani nel 2012 hanno preferito per il 79,7% località nazionali e per il restante 20,3% destinazioni estere.

Le principali destinazioni vacanza in ordine di graduatoria sono state:

- ITALIA: Toscana, Veneto, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia.
- ESTERO: Spagna, Francia, Regno Unito, Grecia, Croazia, Egitto, Usa.

In generale i prezzi degli hotel in Italia (riferiti all'intero anno solare), hanno segnato un -1% rispetto al 2011; scesi di oltre 5 punti percentuali la categoria 2 stelle, stabili (-0,44%) la categoria 3 stelle, in flessione rispettivamente dell' -1,44% per gli hotel 4 stelle e -4,23% per la categoria 5 stelle (*fonte Trivago*).

In aumento il prezzo medio pagato per i viaggi nelle grandi capitali europee: Londra, Parigi e Praga. In controtendenza, risultano essere convenienti i Paesi dell'Est.

I VIAGGI VACANZA NEL 2013

Nel 2013 secondo l'Omt (Organizzazione mondiale del turismo) prevalgono segnali di moderato ottimismo per il mercato turistico, previsto a livello internazionale, in aumento tra il 2 e 4%. A causa della contrazione del Pil dei Paesi del Mediterraneo, risultano in calo i prezzi degli alberghi nel primo quadrimestre del 2013.

In Italia tuttavia, l'accentuata contrazione del potere d'acquisto delle famiglie, l'aggravarsi del quadro economico nazionale e l'incertezza in termini di occupazione e redditi, continuano a segnare per il comparto turistico definito "bene non di prima necessità", un ennesimo segnale di crisi per il 2013.

I molteplici sondaggi (di cui se ne riassumono i principali risultati), condotti dai diversi operatori sulle prospettive turistiche degli italiani per il 2013, concordano su un clima di incertezza in tema di prenotazioni o durata delle vacanze:

- indagine Trademark (campione di 1.150 turisti italiani con età tra i 18 e 65 anni con all'attivo nel 2012, almeno una vacanza di tre o più notti fuori casa). Rispetto all'anno precedente circa 5,4 milioni di italiani non andrà in vacanza; mentre per chi decide di partire, una contrazione del numero giornate vacanza e un ridotto budget. Il costo per una famiglia di 2,4 persone (media nazionale), in vacanza crescerà del 5% (circa 70€) con una spesa prevista attestata sui 1.460 euro;

- Indagine Tripadvisor (campione di 1160 viaggiatori italiani e 3751 Hotel). I risultati evidenziano da una parte, come le strutture ricettive italiane siano meno inclini ad aumentare i prezzi in vista delle poco ottimistiche previsioni per il 2013. Dall'altra i viaggiatori italiani pianificano di spendere la stessa cifra o anche di più rispetto all'anno scorso per i propri viaggi. Ricercate ed apprezzate le offerte proposte dalle strutture ricettive come: sconti sulle stanze, notti omaggio, wi-fi gratuito, esenzione da tassa di soggiorno).

- indagine Istat (fiducia delle imprese, servizi e commercio) nel mese di aprile, l'indice destagionalizzato del clima di fiducia nelle imprese dei servizi turistici scende da 69,0 a 64,9 (base 2005=100), crescono le corrispondenti aspettative sul livello degli ordini (da -22 a -10). Peggiorano nel complesso delle imprese le attese sull'andamento dell'economia, soprattutto nei servizi turistici dove il saldo passa da -46 a -61.

- indagine O.N.F. (Osservatorio Nazionale Federconsumatori). Saranno appena il 32% gli italiani pronti a partire per le vacanze estive di almeno una settimana, mentre si consolidano le modalità del turismo low cost, all'insegna della vacanza "mordi e fuggi" e del risparmio, ospitati da parenti ed amici e nelle località balneari più vicine.

Tav. 3 - Clima di fiducia dei servizi turistici*

Dicembre 2012-Aprile 2013, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2012		2013		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
SERVIZI TURISTICI					
Clima di fiducia	66,8	67,4	65,6	69,0	64,9
Giudizi ordini	-36	-36	-31	-28	-38
Attese ordini	-21	-15	-20	-22	-10
Attese economia	-46	-51	-56	-46	-61

Fonte Istat

Tav. 4 - Fattori di ostacolo all'attività dei servizi turistici*

II trimestre 2012- I trimestre 2013, valori percentuali

	Attività ostacolata		Motivi ostacoli (*)				
	SI	NO	Insufficienza di domanda	Scarsità di manodopera	Insufficienza di spazi e/o macchinari	Vincoli finanziari	Altri motivi
SERVIZI TURISTICI							
II - 2012	52	48	87	0	0	11	12
III	62	38	79	0	0	13	21
IV	65	35	83	3	0	17	19
I - 2013	73	27	81	0	0	7	31

(*) *Servizi turistici*: dove sono considerati Alloggio, Attività dei servizi di ristorazione, attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse.

INTERNET E IL RUOLO DELLA RETE NELLE STRUTTURE RICETTIVE

Risulta inarrestabile la crescita del numero dei consumatori che utilizzano la rete internet per la pianificazione dei viaggi vacanza. Grazie al sempre più diffuso utilizzo di strumenti tecnologici sia fissi che mobili di accesso (computer desktop, tablet, smartphone ecc.), nonché da specifiche applicazioni (wap), internet sostituisce sempre più i canali tradizionali di informazione turistica, consentendo al consumatore, in completa autonomia, di spaziare e sperimentare virtualmente una grande quantità di soluzioni e prezzi.

In aumento le prenotazioni online da parte dei turisti definiti di fascia giovane, fino a 40 anni, più avvezzi all'utilizzo di internet per prestazioni dirette, in particolare per viaggi semplici (pacchetti), viaggi low cost e last minute, dove, rispetto al di catalogo, il prezzo ne risulta più conveniente.

Nel rapporto tra turista e destinazione le informazioni rappresentano un bene essenziale: in quest'ottica la quantità di notizie reperibili sul web continua a far nascere e crescere social network (twitter, blog, siti specializzati) che sempre più vengono utilizzati sia dai viaggiatori che operatori turistici. I primi attraverso propri contributi, in una sorta di passaparola online, consentono di migliorare o peggiorare la reputazione turistica dei luoghi e delle stesse strutture di ospitalità. I secondi si pongono in un'ottica di ascolto verso i propri e potenziali clienti.

Tuttavia crescono da parte di gestori e albergatori le polemiche sulla credibilità delle stesse recensioni e delle valutazioni pubblicate in rete che possono sì esaltarne la struttura, ma allo stesso tempo metterne a rischio l'immagine con conseguenti gravi danni economici per l'impresa.

Le tre fonti di informazione online più usate dagli italiani nel ricercare e pianificare una partenza (*dati in % - TripAdvisor 2013*) risultano: siti di recensioni di viaggio (87%); agenzie online (59%); siti di operatori turistici (51%).

Il turismo online ha reso necessario da parte dei tour operator, una modifica alle strategie di commercializzazione e promozione, offrendo prodotti più flessibili e in grado di soddisfare una minor capacità di spesa delle famiglie.

La quasi totalità delle imprese (*Fonte Isnart "impresa turismo 2013"*) è ormai presente sulla rete e di queste, quasi la metà permette le prenotazioni attraverso sistemi di booking online. Le aziende ricettive che consentono il booking online ottengono una media di occupazione camere superiore rispetto alle altre.

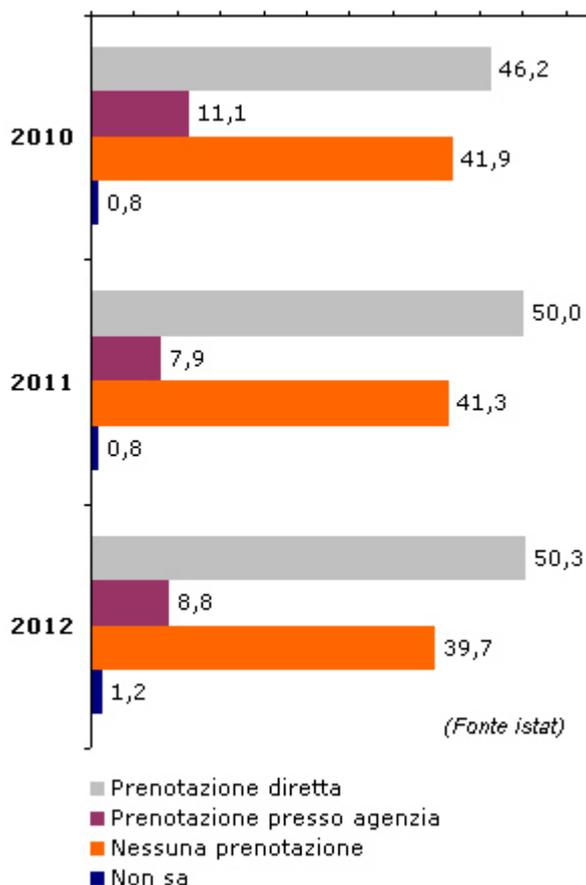
Il rimanente comparto delle imprese non online utilizza la rete come semplice e superato strumento di visibilità senza affiancarlo alla possibilità di acquisto e prenotazione.

Nel 2012 (*fonte Istat*) la prenotazione diretta ovvero, quella fatta direttamente presso la struttura ricettiva o la compagnia di viaggio si conferma con una percentuale del 50,3% la modalità preferita di organizzazione delle vacanze. Fa parte di questa modalità l'utilizzo di internet con una quota di prenotazioni passate dal 34,3% del 2011 al 37,4% nel 2012.

Salta anche la percentuale di chi fa ricorso alla prenotazione tramite tour operator o agenzia, 8,8% nel 2012 (7,9% nel 2011). Infine i viaggi vacanza senza prenotazione risultano in flessione al 39,7% nel corso del 2012.

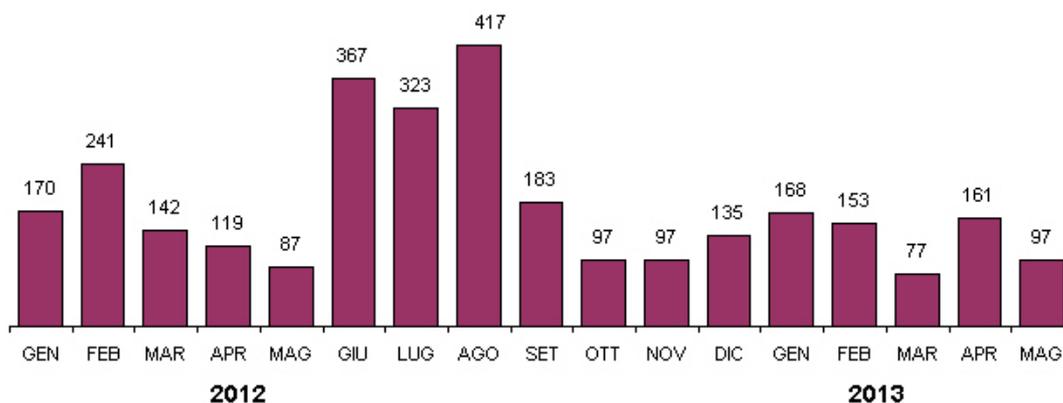
**Tav. 5 - Tavola e grafico vacanze per organizzazione del viaggio
Dati in percentuale – Anni 2010/2012**

ORGANIZZAZIONE DEL VIAGGIO	Vacanza 1-3 notti	Vacanza 4 o +notti	Vacanza
2010			
Prenotazione diretta	40,2	51,3	46,2
<i>di cui tramite internet</i>	22,5	32,3	27,8
Prenotazione presso agenzia	5,0	16,4	11,1
Nessuna prenotazione	53,9	31,5	41,9
Non sa/non risponde	0,9	0,8	0,8
TOTALE	100,0	100,0	100,0
2011			
Prenotazione diretta	42,7	55,9	50,0
<i>di cui tramite internet</i>	28,4	39,2	34,3
Prenotazione presso agenzia	5,2	10,1	7,9
Nessuna prenotazione	51,5	33,0	41,3
Non sa/non risponde	0,6	1,0	0,8
TOTALE	100,0	100,0	100,0
2012			
Prenotazione diretta	44,8	55,2	50,3
<i>di cui tramite internet</i>	30,7	43,4	37,4
Prenotazione presso agenzia	4,4	12,7	8,8
Nessuna prenotazione	49,7	30,9	39,7
Non sa/non risponde	1,1	1,2	1,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0



Restano sostenute da parte dei turisti, le segnalazioni riguardo disagi e disservizi subiti in vacanza. Nel 2012 attraverso lo Sportello Nazionale SOS Turista, ne sono state raccolte 2.378 e 656 nei primi 5 mesi del 2013. Le segnalazioni più ricorrenti hanno riguardato il "pacchetti tutto compreso" (il 39% dei casi), seguiti da "Trasporto aereo" (24,5%) in modo particolare a seguito della crisi della compagnia Wind Jet, "reclami alberghieri (10,0%), "agenzie viaggio" (4,8%), "affitto appartamenti e residence" (2,9%),

Grafico: SOS TURISTA - numero utenti assistiti per mese 2012-2013



I TOUR OPERATOR E LE AGENZIE VIAGGIO

I tour operator sono il cardine della progettazione e costruzione dei pacchetti vacanze e le agenzie di viaggio dell'intermediazione turistica. Entrambe in grado di adattare le proprie politiche attraverso accorpamenti di sigle e rimescolamenti, ai diversi e continui cambiamenti sui comportamenti d'acquisto e consumo delle vacanze.

Le agenzie viaggi rivestono un ruolo importante per quanto riguarda il settore turistico e il loro scopo principale è vendere, attraverso la stipulazione di un contratto, i pacchetti turistici per conto dei tour operator. Ad esse e' richiesta massima professionalità e competenza per far fronte ad un cliente sempre piu' esigente ed informato che si rivolge alle agenzie avere la garanzia di una vacanza sicura.

Le agenzie dotate di regolare licenza ammontavano nel 2012 ad oltre 9.000 in tutta Italia. Numeri in calo per effetto della crisi in atto e della forte concorrenza (da ultimo la vendita dei pacchetti vacanza all'interno della grande distribuzione attraverso politiche di prezzo aggressive, mirate al risparmio). Le agenzie viaggio possono presentarsi in diverse tipologie di aggregazione⁽¹⁾.

Il loro operato si svolge in due momenti fondamentali: in primo luogo il front office dove, attraverso la consulenza dell'agente di viaggio, vengono create con professionalità e competenza, le proposte di viaggio con le caratteristiche richieste dal cliente. Il front office si conclude con la vendita del pacchetto e la stipula del contratto.

La seconda fase del lavoro delle agenzie di viaggi è il back office, cioè il pagamento ai tour operator dell'importo per il pacchetto turistico venduto, nonché la cura del rapporto post vendita rappresentato da attività di gestione reclami e attività di fidelizzazione del cliente.

Le pratiche di pagamento ai tour operator permettono all'agenzia di viaggio un guadagno corrispondente alla percentuale sul prezzo del viaggio. La percentuale viene stabilita di volta in volta dai tour operator.

Dal punto di vista giuridico: *Sono agenzie di viaggi e turismo le imprese che esercitano attività di produzione, organizzazione di viaggi e soggiorni, intermediazione nei predetti servizi o anche entrambe le attività, ivi compresi i compiti di assistenza e di accoglienza ai turisti.* (Rif. art. 9 legge quadro 17/1983) integrato con D.lgs. del 23/5/2011 n.79, il quale con il nuovo codice del turismo, equipara le agenzie on-line a quelle tradizionali.

L'evoluzione del mercato turistico e la crisi economica in atto hanno imposto per quanto riguarda i tour operator, **una generale riduzione dell'offerta, con prodotti piu' flessibili a favore di una minor capacità di spesa delle famiglie.** Con riferimento invece alle agenzie, l'attività di intermediazione, viene integrata da quella di gestione e vendita di altri servizi come: l'accoglienza dei clienti nei viaggi all'estero, vendita di biglietti ferroviari ed aerei, assicurazioni di viaggio, organizzazione di viaggi per gruppi precostituiti (associazioni, scuole, ecc.), produzione di cataloghi personalizzati.

(1)

franchising: agenzie affiliate a un "network" che comprende altri punti vendita. Ha una sede centrale che effettua i contratti con i fornitori di servizi.

individuali: agenzie in contatto diretto con i tour operator e con i fornitori di servizi.

in networking: forma organizzativa che, attraverso la stipula centralizzata di contratti con i tour operator, fornisce agli associati agevolazioni su pagamenti, contratti con alberghi, società finanziarie e assicurative, associazioni di categoria. Le agenzie affiliate ad un network, al contrario di quelle in franchising, sono totalmente autonome con una propria licenza e direzione tecnica.

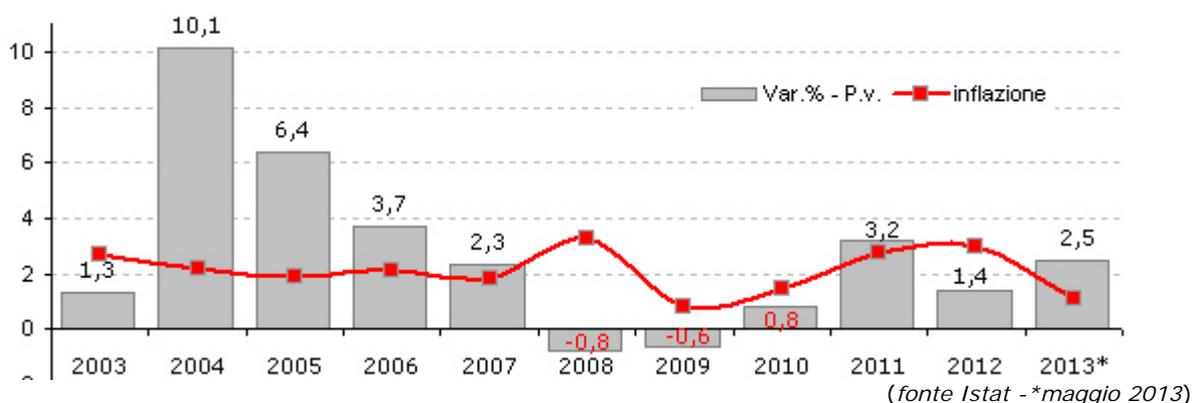
corrispondenti: sono agenzie ubicate in località diverse, in rapporto di corrispondenza, collaborano sulla base di un accordo. Ne sono esempio le agenzie multinazionali che hanno filiali e succursali in ogni continente, ma nell'impossibilità di avere agenzie in tutte le località, si avvalgono per le attività, di agenzie locali ("corrispondenti").

dettaglianti: (travel agent) dietro licenza regionale, sono intermediarie nella vendita dei servizi turistici, costituiscono la maggioranza delle agenzie operanti. L'attività di intermediazione delle Adv ha le caratteristiche dell'attività commerciale: mette a disposizione degli eventuali acquirenti, beni e servizi in nome e per conto di terze persone in località distanti.

2 - OGGETTO DELLO STUDIO

Oggetto principale dello studio, supportato da un opportuno piano di campionamento, e' l'analisi della spesa media, non comprensiva di agevolazioni e promozioni, sostenuta nel periodo di ferragosto 2013, da un individuo per l'acquisto di un **pacchetto vacanza tutto compreso**⁽¹⁾. Il soggiorno settimanale (7 notti), generalmente composto dalle seguenti voci: pernottamenti alberghieri, viaggio di trasferimento, polizze assicurative, tasse e altri servizi in loco, e' relativo ad una meta turistica marina, sia nazionale che estera tra le piu' richieste; una vacanza crocieristica (la scelta ha riguardato i paesi che si affacciano sul bacino del mediterraneo); infine una vacanza di 4giorni/3notti in una capitale europea.

Grafico variazione dei pacchetti vacanza rilevati dall' Istat e confronto con inflazione Italia - anni 2003-2012



I dati sono stati raccolti attraverso la consultazione dei cataloghi dei maggior tour operator, la stessa modalita' che l' Istituto nazionale di statistica (Istat) utilizza per il calcolo dell'indice dei prezzi in rappresentanza della voce "pacchetti vacanza".

Mensilmente l'Istituto rileva i dati su un campione di 346 pacchetti proposti da 28 tour operator, con riferimento a 14 macroaree nazionali ed estere.

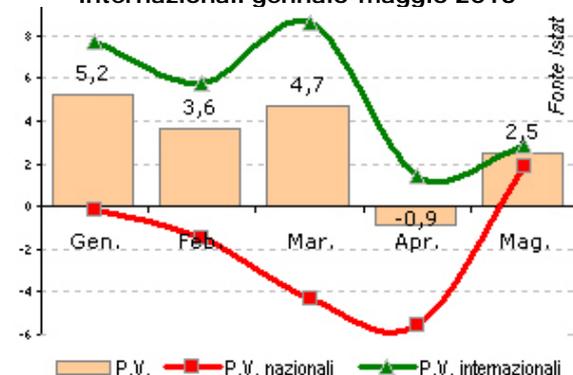
La procedura di estrazione del paniere dei pacchetti vacanza e la stima dei pesi utilizzati per il calcolo degli indici utilizzano le indicazioni provenienti da Astoi (*Associazione T.O. italiani*)

Dal 2012 la voce "Pacchetti Vacanza" e' stata disaggregata in:

- "pacchetti vacanza nazionali":
 n. 110 pacchetti rilevati
 n. 8 T.O.
 n. 4 Macroaree.

- "pacchetti vacanza internazionali":
 n. 236 pacchetti rilevati
 n. 20 T.O.
 n. 12 Macroaree.

Grafico confronto pacchetti vacanza nazionali e internazionali gennaio-maggio 2013



Non vengono considerate nello studio le agevolazioni, comuni a tutti i tour operator, proposte attraverso soluzioni o combinazioni di risparmio all'interno dei pacchetti vacanza. Le sconti che in molti casi non vengono applicate nel mese di Agosto (ovvero nel periodo di più alta stagione turistica), riguardano: l'acquisto anticipato del viaggio, agevolazioni per la clientela ultrasessantacinquenne, per gruppi o minigruppi, per genitori con figli, single, clienti neosposi (operatori propongono speciali cataloghi ad hoc per i viaggi di nozze). Altra caratteristica è la limitata disponibilità dei posti e non cumulabili tra di loro. Inoltre, alcune imprese attuano politiche di fidelizzazione del cliente con sconti progressive per chi ha già acquistato prodotti (utilizzo di carte-fedeltà con l'accumulo di punti...).

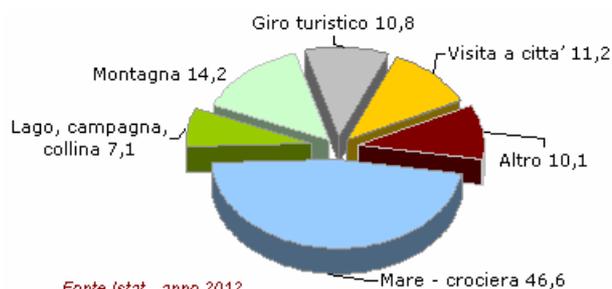
La decisione di prendere in esame le tariffe di una singola persona interessata all'acquisto di un pacchetto vacanza, non rappresenta quasi sicuramente il tipo di utente medio vacanziero, ma ne risulta l'unico strumento di analisi e comparazione.

Sarebbe risultato altresì impossibile (dagli stessi operatori del settore), stabilire un impianto osservatorio relativo alle proposte di viaggio pre-partenza, diverso da quello preso in esame.

Nonostante si sia ulteriormente ridotto il numero dei soggiorni, (-5,3% variaz. 2011/2012) le vacanze per svago e riposo rappresentano la maggioranza sul totale dei viaggi, il 77,1% per le vacanze lunghe e il 64,9% per le brevi (totale media vacanze 71,3% trascorse prevalentemente in strutture ricettive collettive, rispetto agli alloggi privati).

Tav. 6 - Viaggi di riposo, piacere e svago per tipologia. Anno 2012, composizione %.

Tipo di viaggio	% 2011	% 2012
Mare - crociera	46,6	46,6
Lago, campagna, collina	4,5	7,1
Montagna	17,3	14,2
Giro turistico	10,4	10,8
Visita a città'	13,3	11,2
Altro: vacanze e sport, parchi tematici, mostre, spettacoli..	7,9	10,1



Previsto per l'anno in corso un sensibile calo dei turisti italiani che si recherà all'estero, in particolare nelle destinazioni extraeuropee. In controtendenza, continuano a fare eccezione in Europa, le prenotazioni per Spagna e Grecia, preferite dai nostri connazionali, per i prezzi vantaggiosi. In aumento gli arrivi degli stranieri.

Dai dati raccolti dall'Osservatorio Nazionale Federconsumatori (O.N.F.), saranno appena il 32% gli italiani pronti a partire per le vacanze estive di almeno una settimana, mentre si consolidano sempre di più, in tal senso, le nuove modalità di turismo low cost, all'insegna di una "vacanza mordi e fuggi" e del risparmio, ospitati da parenti o amici, nelle località balneari più vicine.

(1) La normativa sui pacchetti vacanza prevede che "La nozione di pacchetto turistico è la seguente: "I pacchetti turistici hanno ad oggetto i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso», risultanti dalla prefissata combinazione di almeno due degli elementi di seguito indicati, venduti od offerti in vendita ad un prezzo forfetario, e di durata superiore alle 24 ore ovvero estendentesi per un periodo di tempo comprendente almeno una notte:

a) trasporto;

b) alloggio;

c) servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio (omissis) ... che costituiscano parte significativa del «pacchetto turistico»" (art. 84 Cod. Cons.). Il consumatore ha diritto di ricevere copia del contratto di vendita di pacchetto turistico (ai sensi degli artt. 85 e 86 Cod. Cons.), che è anche documento per accedere eventualmente al Fondo di Garanzia di cui all'art. 20 delle presenti Condizioni Generali di Contratto."

ANALISI DEGLI ASPETTI TARIFFARI NELLE LOCALITA' MONITORATE

L'Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio, prosegue come già avvenuto nelle precedenti edizioni, il lavoro di monitoraggio sulla competitività del sistema "turismo Italia" per la stagione 2013.

I dati raccolti si basano sull'universo delle possibili mete di destinazione dei flussi turistici, costituiti dalle offerte contemplate nei cataloghi messi a disposizione dai maggiori tour operator che operano sul mercato nazionale attraverso le agenzie di viaggio: Costa crociere, MSC crociere, Royal Caribbean, Alpitour word (Alpitour, Francorosso, Karambola, Villaggi Bravo), Eden viaggi, Turchese, Inviaggi, Olympia Viaggi, Margò, Viaggi by Virtus, Turisanda, Marevero.

- IL CAMPIONE E LA TIPOLOGIA DEI DATI

Da un campione composto da 1.828 quotazioni ed opportunamente suddiviso in quattro tipologie di turismo, distinte a loro volta da altrettanti percorsi di campionamento (vedi tav. 7), si è sviluppata l'analisi riferita ad un unico arco temporale (*soggiorno nella settimana del ferragosto 2013*):

turismo balneare nelle località italiane: con destinazioni nelle maggiori località marine italiane, attraverso la raccolta dei prezzi dichiarati e pubblicizzati dai siti internet dei singoli alberghi.

turismo balneare nelle località estere: con destinazioni nelle località dei seguenti Paesi europei o del bacino del Mediterraneo: Slovenia, Croazia, Grecia, Spagna, Tunisia, Egitto, Turchia per un soggiorno con trattamento a pensione completa o mezza pensione, presso un villaggio o albergo, in camera doppia/unità abitativa di tipo standard.

turismo nelle città d'arte/capitali: dove per tale tipologia turistica vengono analizzate le offerte con destinazione nelle principali città/capitali europee, con trattamento di pernottamento e colazione, in albergo, camera doppia di tipo standard.

turismo di crociera all'interno del bacino del mediterraneo: per questa tipologia di vacanza sempre più diffusa in quanto associa al suo interno sia una parte delle peculiarità dei prodotti balneari, che del turismo nelle capitali/città d'arte (spesso incluse come tappa negli itinerari di navigazione).

Per i quattro segmenti turistici, dove è stata possibile la ricostruzione del prezzo medio 2012, si è provveduto ad un confronto con le tariffe dell'anno in corso. Le tariffe rilevate nei cataloghi dei tour operator o attraverso le pagine internet delle singole strutture alberghiere, fanno riferimento al periodo primavera-estate 2013.

Molte sono state le difficoltà intervenute in fase di raccolta dei dati che hanno costretto i rilevatori a sostituzioni forzate del campione, sia in termini di destinazione, per il perdurare dei tumulti socio-politici in diversi Paesi dell'area Mediterranea, sia per la sostituzione delle strutture ricettive non più in catalogo, a seguito della difficile crisi economica.

Tav. 7 - Il campionamento per l' analisi dei prezzi – anno 2013

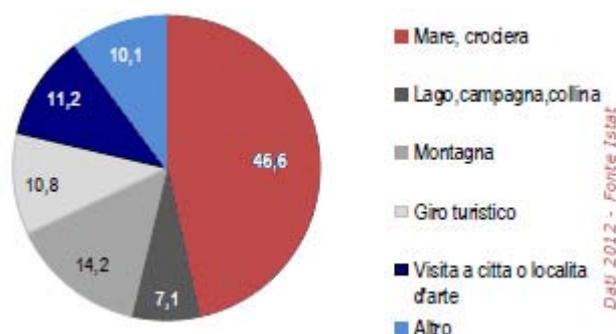
TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ITALIANE	TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ESTERE	TURISMO NELLE CAPITALI/CITTA' D'ARTE	TURISMO DI CROCIERA
<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Oggetto dello studio:</u></p> <p>Prezzo di un soggiorno (quota individuale non comprensiva di spese accessorie)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Oggetto dello studio:</u></p> <p>Prezzo di un soggiorno (quota individuale comprensiva di volo, tasse e spese accessorie)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Oggetto dello studio:</u></p> <p>Prezzo di un soggiorno (quota individuale comprensiva di volo, tasse e spese accessorie in una capitale/citta' d'arte)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Oggetto dello studio:</u></p> <p>Prezzo di una crociera all' interno del bacino del Mediterraneo (quota individuale con sistemazione in cabina doppia)</p>
<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Ambito temporale:</u></p> <p>Ferragosto 2013 – soggiorno settimanale (7 notti)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Ambito temporale:</u></p> <p>Ferragosto 2013 – soggiorno settimanale (7 notti)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Ambito temporale:</u></p> <p>Ferragosto 2013 – soggiorno della durata di 4giorni/3notti</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Ambito temporale</u></p> <p>Ferragosto 2013 – durata della crociera 7/8giorni</p>
<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Ambiti territoriali:</u></p> <p>Maggiori località turistiche balneari italiane (n. 139 Località camp.)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Ambiti territoriali:</u></p> <p>Località turistiche balneari delle nazioni: Grecia, Spagna, Egitto, Tunisia, Turchia, Slovenia, Croazia (n. 197 Località' camp.)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Ambiti territoriali:</u></p> <p>Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam, Londra, Budapest, Parigi, Praga, Vienna, Mosca, Sanpietroburgo (n. 12 Unità' primarie)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>Ambiti territoriali:</u></p> <p>Itinerari del bacino del Mediterraneo: Spagna, Francia, Malta, Grecia, Turchia, Croazia (n. 15 Itinerari)</p>
<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>strutture ricettive:</u></p> <p>Hotel (n. 780 quotazioni tariffarie campionate)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>strutture ricettive:</u></p> <p>Hotel e villaggi turistici (n. 705 quotazioni tariffarie campionate)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>strutture ricettive:</u></p> <p>Hotel (n. 318 quotazioni tariffarie campionate)</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>strutture ricettive:</u></p> <p>(n. 25 quotazioni tariffarie campionate)</p>
<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p style="text-align: center;"><u>Aeroporti di partenza:</u></p> <p>Roma, Milano</p>	<p style="text-align: center;"><u>Aeroporti di partenza:</u></p> <p>Roma, Milano</p>	<p style="text-align: center;"><u>Porti di partenza:</u></p> <p>Venezia, Savona, Genova, Civitavecchia, Livorno</p>
<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>trattamento:</u></p> <p>Sistemazione in camera doppia/unità abitativa di tipo standard – pensione completa</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>trattamento:</u></p> <p>Sistemazione in camera doppia/unità abitativa di tipo standard – pensione completa o mezza pensione</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>trattamento:</u></p> <p>Sistemazione in camera doppia tipo standard – pernottamento e prima colazione</p>	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;"><u>trattamento:</u></p> <p>Sistemazione in cabina doppia/unità' tipo standard</p>

3 - IL TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ITALIANE

L'Osservatorio permanente sulle proposte di viaggio 2013 presenta, per il secondo anno, il capitolo rappresentato da un campione di 780 quotazioni tariffarie rilevate in 139 località. Il rapporto è dedicato alla costruzione delle stime dei prezzi medi sulle tariffe dichiarate e pubblicizzate dai siti internet dei singoli alberghi, o rilevate attraverso i sistemi di booking online presenti nelle strutture, nonché contattando direttamente la direzione alberghiera.

L'Italia con gli oltre 7000 chilometri di coste (di cui il 92,2% balneabili) è il paese europeo con il maggior numero di acque di balneazione e una qualità delle stesse in continuo miglioramento.

Un riconoscimento che diventa un valore aggiunto e ne fa il prodotto turistico nazionale più gettonato. Nel 2012 il soggiorno al mare è stato scelto dal 46,6% dei vacanzieri, in modo particolare per le famiglie composte da 3-4 persone.



Sempre più diffuso risulta l'utilizzo della rete internet per l'organizzazione della vacanza che cambia a seconda delle fasce d'età. Per la famiglia tipo (genitori con figli) avviene in base alla località e budget (con particolare attenzione alle destinazioni fidelizzate, turisticamente rodute e prive di sorprese). La prenotazione diretta ne rimane la modalità preferita.

Mentre per i giovani la pianificazione delle vacanze passa anche attraverso: rete di siti specializzati, blog, passaparola, ecc., dove, oltre alla ricerca della convenienza e del tipo di alloggio vacanza, la scelta è influenzata dalla località di moda in quel momento.

Nel complesso si è ridotto il ricorso all'agenzia di viaggi o al tour operator per l'organizzazione di questo segmento turistico.

Tav. 8 - Viaggi vacanza per tipo e alloggio (composizione %) – Anni 2011-2012

TIPO DI ALLOGGIO	2011			2012		
	VACANZA 1-3 NOTTI	VACANZA 4 O PIU' NOTTI	VACANZA	VACANZA 1-3 NOTTI	VACANZA 4 O PIU' NOTTI	VACANZA
Strutture ricettive collettive	45,1	47,7	46,5	48,0	47,4	47,7
Albergo (a)	38,5	33,9	36,0	40,5	30,8	35,4
Altre strutture collettive (b)	6,6	13,8	10,5	7,5	16,6	12,3
Alloggi privati	54,9	52,3	53,5	52,0	52,6	52,3
Abitazione/stanze in affitto (c)	6,0	11,8	9,2	5,2	13,3	9,5
Abitazione di proprietà	12,1	9,5	10,7	9,3	9,0	9,1
Abitazioni di parenti e/o amici	35,8	30,1	32,7	36,0	27,7	31,6
Altri alloggi privati	1,1	0,9	1,0	1,5	2,6	2,1
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(fonte istat - anno 2012 dati provvisori)

(a) Include alberghi, motel, pensioni e istituti religiosi.

(b) Residenza per cure fisiche/estetiche, campo lavoro e vacanza, sistemazione in mezzo pubblico di trasporto (cucette, vagoni letto, ecc.), centro congressi e conferenze, villaggio vacanza, campeggio, agriturismo, ecc.

(c) Include bed&breakfast.

Per l'analisi del capitolo si e' volutamente mantenuta la reportistica utilizzata nelle precedenti edizioni che dal 2006 (anno nel quale e' stato costituito l'Osservatorio nazionale sul turismo di Federconsumatori ed Ente bilaterale), rilevano all'inizio di ogni stagione turistica i prezzi nel segmento turistico balneare italiano.

Attraverso questo monitoraggio, si intende fornire una stima di quella che potrebbe essere l'ipotetica spesa a carico delle famiglie italiane per le vacanze estive.

Sono tre i periodi considerati per la rilevazione tariffaria:

- Bassa stagione: 08-15 giugno 2013 (7 notti)
- Media stagione: 13-20 luglio 2013 (7 notti)
- Alta stagione: 10-17 agosto 2013 (7 notti)

I dati elaborati evidenziano a livello nazionale una tariffa alberghiera media pro-capite (2, 3, 4 stelle), in camera doppia per un trattamento di pensione completa, variare dai 65,00 €/giorno della bassa stagione ai 92,00 €/giorno di Ferragosto. (vedi tavola riepilogativa delle specificità territoriali - Tav. 9)

Tav. 9 – Tariffe medie giornaliere, suddivise per aree territoriali e loro variazione rispetto all'anno precedente

AREE TERRITORIALI	Tariffe in Euro					
	Bassa stagione (1)		Media stagione (2)		Alta stagione (3)	
Nord Italia	59	- 0,5	68	+1,9	79	+1,5
Veneto	71	+1,3	79	+3,6	87	+2,9
Friuli Venezia Giulia	72	+0,5	80	+2,6	89	+1,7
Liguria	75	- 0,4	84	+1,4	92	+1,2
Emilia Romagna	52	- 1,0	61	+1,6	74	+1,3
Centro Italia	67	- 0,7	82	+0,7	100	+0,4
Toscana	78	- 2,4	93	- 0,3	111	-
Marche	57	+0,3	70	+1,6	86	+1,3
Lazio	78	+1,6	94	+0,8	113	+2,8
Abruzzo	57	+0,2	72	+1,1	93	+1,0
Molise	64	0,8	73	+2,8	94	+2,7
Sud Italia e isole	79	+1,0	91	+0,1	117	+0,4
Campania	90	+1,0	92	- 0,9	110	- 0,3
Puglia	77	+1,6	95	+0,4	131	+1,6
Basilicata	69	- 0,1	81	+1,0	101	- 1,3
Calabria	59	+0,6	73	-0,7	104	+0,1
Sicilia	88	+0,7	97	+1,0	121	+0,8
Sardegna	79	+1,6	99	+0,4	129	+0,9
Italia	65	- 0,2	76	+1,2	92	+1,1

(1) Bassa stagione: 8-15 giu. 2013 (2) Media stagione: 13-20 lug. 2013 (3) Alta stagione: 10-17 Ago. 2013

Tav. 10 – Tariffe medie stagionali 2013: confronto tra stagionalità e aree territoriali.

AREE TERRITORIALI	Variazioni % tariffe		
	Media stagione/ Bassa stagione	Alta stagione/ Bassa stagione	Alta stagione/ Media stagione
Nord Italia	+15,3	+34,2	+16,3
Centro Italia	+21,5	+48,5	+22,1
Sud Italia e isole	+15,5	+49,1	+29,0
Italia	+16,8	+41,3	+21,0



Tav. 11 – Tariffe medie stagionali 2013: confronto tra aree territoriali e spesa media.

AREE TERRITORIALI	Tariffe (dato Italia=100)		
	Bassa stagione (1)	Media stagione (2)	Alta stagione (3)
Nord Italia	90,7	89,6	86,1
Centro Italia	103,4	107,6	108,7
Sud Italia e isole	121,1	119,8	127,7
Italia	100,0	100,0	100,0

(1) Bassa stagione: 8-15 giu. 2013 (2) Media stagione: 13-20 lug. 2013 (3) Alta stagione: 10-17 Ago. 2013

Le quotazioni riportate escludono, nella maggior parte dei casi, i costi per bevande ed extra, parcheggi, servizi spiaggia. È importante segnalare (come specificato in molti degli oltre 700 siti consultati) che i prezzi riportati nei listini online possono essere suscettibili di variazioni tariffarie senza preavviso. Mentre le tariffe rilevate attraverso il contatto diretto con le direzioni alberghiere, risultano suscettibili, da parte della stessa struttura, di un ampio margine di contrattazione.

La tassa di soggiorno(**) se specificata nei singoli listini, è stata sommata alle voci che compongono la tariffa complessiva alberghiera.

(**) La tassa di soggiorno (introdotta per la prima volta nel 1931 ed abolita nel 1989) è un'imposta che tutti i turisti dovranno pagare pro-capite, per ogni notte di pernottamento in hotel, agriturismo, affittacamere, ostelli, camping ecc. ecc.

Con la tassa introdotta nel 2011 con la legge sul federalismo fiscale, i Comuni hanno la facoltà di applicare un'imposta che varia da € 0,5 fino a € 5 a notte, variabile in funzione della città e del tipo di alloggio.

I proventi della tassa dovranno essere reinvestiti nel turismo o per servizi pubblici locali. Viene pagata direttamente dall'utente all'interno della struttura ricettiva, per essere versata successivamente dai gestori al Comune di appartenenza.

Sono previsti particolari casi di esenzione: persone che soggiornano per terapie o ricoveri, loro accompagnatori, minori di 14 anni e per gli appartenenti alle forze dell'ordine.

A dicembre 2012 sono 377 i Comuni che hanno introdotto la tassa di soggiorno e 13 quelli che in alternativa, applicano l'imposta di sbarco, in particolare nei territori a forte vocazione turistica, mentre altre 40 Amministrazioni sono in fase di deliberazione. In mancanza di una regolamentazione nazionale in materia, la facoltà di applicazione dell'imposta ha creato concorrenza tra quegli operatori costretti ad applicarla e quelli no.

Rimane un caso il Comune di Cattolica (Rn) dove, tutte le categorie del settore turistico locale, per il secondo anno si sono autotassate, versando un contributo volontario al Comune, in cambio del blocco per il 2013 dell'imposta sui turisti.

Oltre alla congiuntura economica nazionale e, seppur contenuti, agli aumenti tariffari alberghieri, sicuramente non incentivanti per il rilancio delle località turistiche italiane - (nel valore medio generale - vedi tav.9 - non hanno superato il 2,8% annuo), occorre aggiungere al costo finale della vacanza le componenti legate ad elementi di vivibilità o fruibilità quali: servizi, logistica, intrattenimento ecc.

A questi vanno aggiunte le spese per il raggiungimento delle mete: carburanti, autostrade, trasporti.

L'automobile resta per il 63,7% (dato Istat 2012 in calo di 3,1 p.percentuali sul 2011) il mezzo più utilizzato per i viaggi vacanza, seguito da aereo (18,4%), treno (6,7%) nave (3,5%), altri (pulman, camper, ecc.) 7,7%.



Tav. 12 – Variazioni tendenziali indice costo vita per classi di prodotto, Giugno 2012/Giugno 2013 (Fonte Istat)

CLASSE PRODOTTO	Indici Istat		
	Giugno 2012	Giugno 2013	Var.%
Carburanti e lubrificanti:	130,3	128,1	- 2,0
- Gasolio	137,3	135,0	- 1,7
- Benzina	130,6	128,7	- 1,5
- Altri Carburanti	123,2	116,2	- 5,7
Trasporto passeggeri su rotaia	104,6	107,8	+ 3,1
Trasporti marittimi e vie d'acqua	159,0	155,9	- 1,9
Trasporto passeggeri su pullman	111,1	113,9	+ 2,5
Voli nazionali passeggeri	133,4	151,3	+ 13,4
Pedaggi e parchimetri	111,8	116,3	+ 4,0
Stabilimento balneare	108,3	111,0	+ 2,5
Variazione indice Istat N.I.C.			+ 1,2

Malgrado la diminuzione in termini complessivi rispetto al 2012 del costo dei trasporti e in modo particolare nei carburanti, un altro segnale della crisi congiunturale che sta attraversando il nostro Paese deriva dai dati sugli spostamenti registrati attraverso la rete autostradale.

Alla diminuzione complessiva del -7,5% nel 2012, della domanda di mobilità sulla rete autostradale per il traffico leggero (-20,3% per il traffico festivo) si è ugualmente contrapposta una revisione al rialzo, dei pedaggi sulla rete autostradale in concessione.

Per quantificare l'incidenza del costo viaggio nel complesso della vacanze abbiamo voluto simulare la presunta spesa sostenuta sia da un singolo vacanziero, che quella di una famiglia tipo (n. 3 persone: n. 2 adulti+n.1 ragazzo), del viaggio andata/ritorno in auto o in treno, per il raggiungimento di alcune localita' turistiche.

Le citta' di partenza sono Milano e Roma, le auto considerate: utilitaria di piccola cilindrata e una berlina, classica tre volumi di media cilindrata. Entrambe le automobili sono alimentate sia a gasolio che a benzina, utilizzano per il raggiungimento della destinazione, un percorso autostradale. Per il viaggio in treno supportato dal 2013 da un ampliamento dei collegamenti con treni ad alta velocità, è stata considerata la tariffa per un biglietto in 2^ classe sulle linee Freccia e Regionali di Trenitalia.

Tav. 13 – Spesa presunta per il raggiungimento di alcune localita' turistiche per tipo di mezzo.

Tragitto			Automobile A/R					Treno 2^ classe		
			Pedaggio (1)	Utilitaria (2)	Totale (1+2)	Berlina (3)	Totale (1+3)	Freccia rossa	Freccia bianca/argento	IC
MILANO RIMINI (Rn)	Km. 329	Benzina	43,20	85,56	128,76	99,54	142,74	120,00	86,00	71,00
		Gasolio		60,64	103,84	73,84	117,04			
MILANO PIETRASANTA (Lu)	Km. 249	Benzina	44,80	68,34	113,14	79,50	124,30	--	84,00	59,00
		Gasolio		48,44	93,24	58,98	103,78			
MILANO VASTO (Ch)	Km. 684	Benzina	85,40	171,16	256,56	199,02	284,42	162,00	159,00	107,00
		Gasolio		121,30	206,70	147,64	233,04			
ROMA RIMINI (Rn)	Km. 400	Benzina	38,80	108,66	147,46	126,30	165,10	141,00	152,00	**39,00
		Gasolio		77,02	115,82	93,68	132,48			
ROMA PIETRASANTA (Lu)	Km. 385	Benzina	49,80	102,12	151,92	118,76	168,56	105,6	105,60	49,10
		Gasolio		72,38	122,18	88,10	137,90			
ROMA VASTO (Ch)	Km. 303	Benzina	26,40	83,44	109,84	97,02	123,42	57,00	--	**31,00
		Gasolio		59,14	85,54	72,00	98,40			

I prezzi indicati nella tabella sono stati calcolati utilizzando il sito: www.viamichelin.it.

La spesa tragitto e' elaborata con valori: p. medio nazionale carburanti = Benzina verde € 1,816 lt. Gasolio € 1,719 lt. rilevati alla data del 18/6/2013.

Non sono stati considerati per la temporaneita' dell'iniziativa, i benefit a favore dei consumatori, relativi agli sconti applicati ai prezzi dei carburanti da alcune compagnie, in alcuni giorni della settimana.

(**) Treni Regionali.

Sono previsti inoltre adeguamenti tariffari legati a fattori di natura stagionale, su prodotti e servizi riguardanti l'attivita' turistica quali: stabilimenti balneari (+ 1,9% Agosto 2012), campeggi, agriturismi (+ 1,1% Agosto 2012), ingressi parchi divertimento (+ 7,0% Agosto 2012)

Tav. 14 - Stima pro capite del costo complessivo di una settimana in alcune localita' turistiche - ferragosto 2013.

Tragitto	ALBERGO (1)		Automobile A/R				Treno 2^ classe **					
			Utilit. (2)	TOTALE (1+2)	Berlina (3)	TOTALE (1+3)	Freccia rossa Base (4)	TOTALE (1+4)	Freccia bianca/argento Base (5)	TOTALE (1+5)	IC Base (6)	TOTALE (1+6)
MILANO RIMINI	459,00	Ben.	128,76	587,76	142,74	601,74	120,00	579,00	86,00	545,00	71,00	530,00
		Gas.	103,84	562,84	117,04	576,04						
MILANO PIETRAS.	678,00	Ben.	113,14	791,14	124,30	802,30	--	--	84,00	762,00	59,00	737,00
		Gas.	93,24	771,24	103,78	781,78						
MILANO VASTO	679,00	Ben.	256,56	935,56	284,42	963,42	162,00	841,00	159,00	838,00	107,00	786,00
		Gas.	206,70	885,70	233,04	912,04						
ROMA RIMINI	459,00	Ben.	147,46	606,46	165,10	624,10	141,00	600,00	152,00	611,00	**39,00	498,00
		Gas.	115,82	574,82	132,48	591,48						
ROMA PIETRAS.	678,00	Ben.	151,92	829,92	168,56	846,56	105,60	783,60	105,60	783,60	49,10	727,10
		Gas.	122,18	800,18	137,90	815,90						
ROMA VASTO	679,00	Ben.	109,84	788,84	123,42	802,42	57,00	736,00	--	--	**31,00	710,00
		Gas.	85,54	764,54	98,40	777,40						

Tav. 15 - Stima del costo complessivo per una famiglia di n. 3 componenti, per una settimana in alcune localita' turistiche a ferragosto 2013.

Tragitto	ALBERGO (1)		Automobile A/R				Treno 2^ classe					
			Utilit. (2)	TOTALE (1+2)	Berlina (3)	TOTALE (1+3)	Freccia rossa Base (4)	TOTALE (1+4)	Freccia bianca/argento Base (5)	TOTALE (1+5)	IC Base (6)	TOTALE (1+6)
MILANO RIMINI	1308,15	Ben.	128,76	1436,91	142,74	1450,89	250,00	1558,15	215,00	1523,15	165,00	1473,15
		Gas.	103,84	1411,99	117,04	1425,19						
MILANO PIETRAS.	1932,30	Ben.	113,14	2045,44	124,30	2056,60	--	--	210,60	2142,90	157,10	2089,40
		Gas.	93,24	2025,54	103,78	2036,08						
MILANO VASTO	1935,15	Ben.	256,56	2191,71	284,42	2219,57	405,00	2340,15	391,00	2326,15	267,60	2202,75
		Gas.	206,70	2141,85	233,04	2168,19						
ROMA RIMINI	1308,15	Ben.	147,46	1455,61	165,10	1473,25	402,00	1710,15	380,00	1688,15	**48,75	1356,90
		Gas.	115,82	1423,97	132,48	1440,63						
ROMA PIETRAS.	1932,30	Ben.	151,92	2084,22	168,56	2100,86	264,00	2196,30	260,60	2192,90	122,80	2055,10
		Gas.	122,18	2054,38	137,90	2070,20						
ROMA VASTO	1935,15	Ben.	109,84	2044,99	123,42	2058,57	155,50	2090,65	--	--	**77,50	2012,65
		Gas.	85,54	2020,69	98,40	2033,55						

Le tariffe alberghiere sono comprensive dello sconto 15% calcolato sul "terzo letto".

Treno: biglietto "base" 2 Adulti+1ragazzo, escluso agevolazioni quali: last minute, Economy, Bimbi gratis, Famila.

** Regionale

Tav. 16 - Stima pro capite del costo complessivo di una settimana in una località turistiche a ferragosto 2013 – dati per tipologia alberghiera.

Tragitto MILANO-RIMINI

Tipologia alberghiera	ALBERGO (1)		Automobile A/R				Treno 2 [^] classe					
			Utilit. (2)	TOTALE (1+2)	Berlina (3)	TOTALE (1+3)	Freccia rossa Base (4)	TOTALE (1+4)	Freccia bianca/argento Base (5)	TOTALE (1+5)	IC Base (6)	TOTALE (1+6)
2	414,00	Ben.	128,76	542,76	142,74	556,74	120,00	534,00	86,00	500,00	71,00	485,00
		Gas.	103,84	517,84	117,04	531,04						
3	460,00	Ben.	128,76	588,76	142,74	602,74	120,00	580,00	86,00	546,00	71,00	531,00
		Gas.	103,84	563,84	117,04	577,04						
4	667,00	Ben.	128,76	795,76	142,74	809,74	120,00	787,00	86,00	753,00	71,00	738,00
		Gas.	103,84	770,84	117,04	784,04						
Media	459,00	Ben.	128,76	587,76	142,74	601,74	120,00	579,00	86,00	545,00	71,00	530,00
		Gas.	103,84	562,84	117,04	576,04						

4 - IL TURISMO NELLE LOCALITA' BALNEARI ESTERE

L'analisi sul turismo nelle localita' balneari estere fa riferimento ai maggiori flussi turistici in partenza dall'Italia. Le mete oggetto di analisi hanno interessato, come nelle precedenti edizioni, le localita' piu' rinomate degli Stati stranieri, interne o che si affacciano nel bacino del Mediterraneo quali: Spagna, Grecia, Croazia, Slovenia, Tunisia, Turchia, Egitto.

Secondo le previsioni degli operatori turistici, nonche' dai risultati di alcuni sondaggi sulle prospettive di prenotazione, il 2013 vedrà proseguire la contrazione della domanda dei viaggi vacanza verso le destinazioni balneari estere come nel 2012. L'aggravarsi della crisi economica nazionale dell'ultimo anno condiziona, per chi ha deciso di partire nel corso dell'estate, la scelta turistica, privilegiando mete nazionali o estere meno costose.

In controtendenza fanno eccezione per chi progetta vacanze mediterranee, le isole Baleari e Grecia, particolarmente convenienti per prezzi e servizi.

Notevoli durante la rilevazione dei dati, sono state le difficoltà riscontrate nel costruire il campione d'indagine. Per mantenerne la rappresentatività, sono stati introdotti nuovi punti di monitoraggio, in sostituzione di quelli non piu' presenti. Il confronto con l'anno 2012 si e' ridotto ai soli punti comuni dei due periodi.



A livello territoriale, come nelle precedenti edizioni, i dati dell'Osservatorio sono stati organizzati in quattro livelli gerarchici:

Livello A:	livello nazionale (es. Spagna)
Livello B:	macro area (es. Spagna → Isole Baleari)
Livello C:	Raggrup. Località turistiche balneari (es. Spagna → Isole Baleari → Ibiza)
Livello D:	Località turistica balneare (es. Spagna → Isole Baleari → Ibiza → S. Antonio)

Le località inserite nel livello massimo di disaggregazione (Livello D), ammontano complessivamente a 197 mentre con riferimento alle strutture ricettive, sono state rilevate nel totale delle località balneari 705 quotazioni tariffarie.

Lo scopo dell'indagine è la stima del prezzo medio per un pacchetto vacanze all-inclusive, desunto dai cataloghi dei maggior tour operator distribuiti nelle agenzie di viaggio. La tariffa corrisponde ad un viaggio+soggiorno (camera doppia/unità abitativa di tipo standard con trattamento di pensione completa o mezza pensione) di 8giorni/7notti, in hotel o villaggio, per un turista adulto nel periodo di ferragosto 2013.

Le voci di spesa che concorrono alla definizione del prezzo finale oltre a viaggio+soggiorno, sono: assicurazione obbligatoria, quota gestione pratica, supplemento obbligatorio "surcharge" per tariffe aeree, visto d'ingresso (dove richiesto), tessera club settimanale. Per il soggiorno nelle località della Croazia, sono state escluse le spese relative al viaggio, per il quale l'utilizzo dell'auto propria o del traghetto, viene preferito all'aereo.

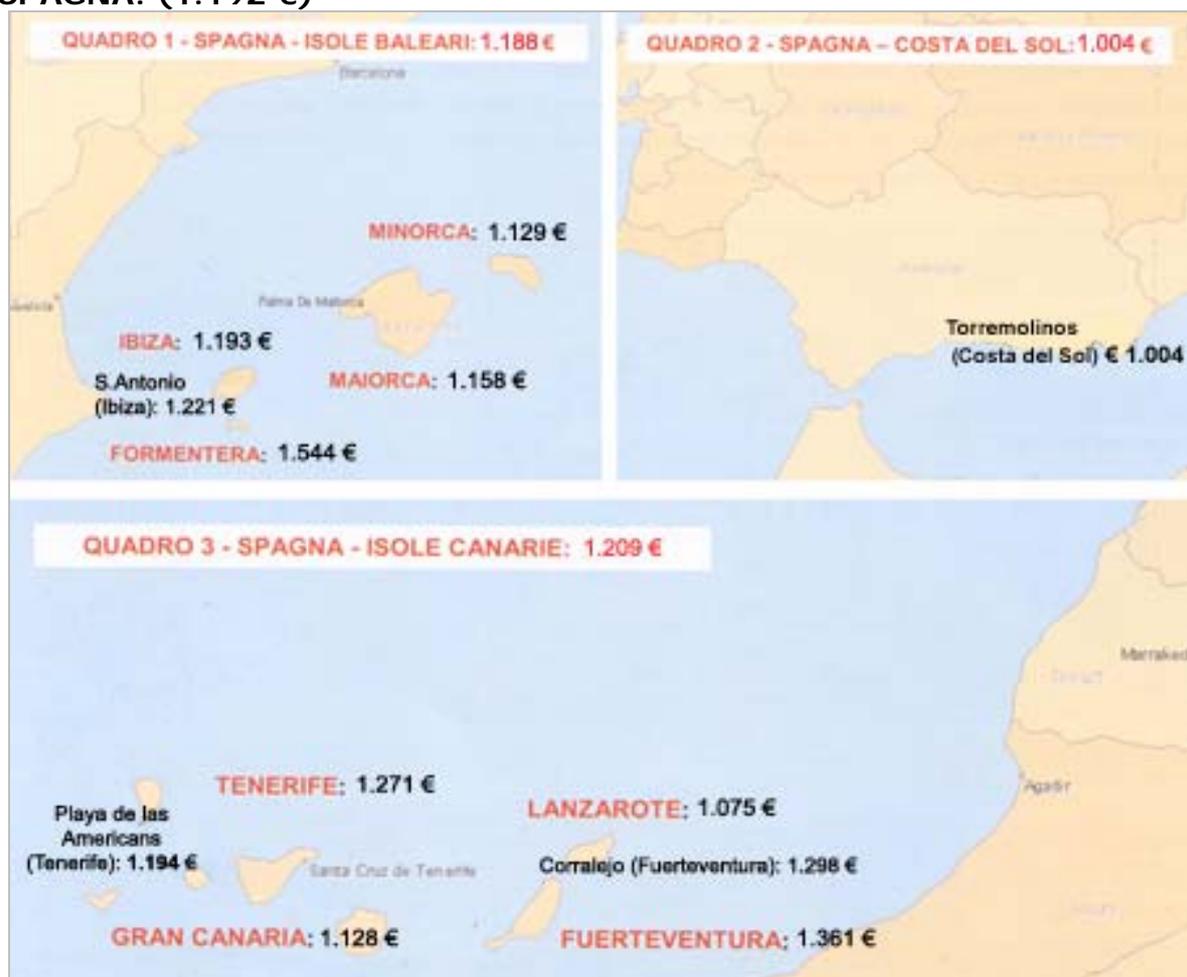
I valori riportati nelle tavole seguenti costituiscono un indicatore su quello che è il livello dei prezzi di un pacchetto vacanza, ma come già più volte sottolineato negli altri capitoli dell'osservatorio, non ne rappresentano l'effettiva spesa a carico del turista. Come precisato anche all'interno dei cataloghi, le informazioni relative alle voci che compongono un pacchetto vacanza (soggiorno, volo, servizi..), sono suscettibili all'atto del contratto con l'agenzia, di variazioni dovute a: cambio della compagnia aerea, variazione del prezzo dei carburanti causato dalle fluttuazioni del costo del petrolio ("surcharge") ecc. ecc.

La spesa media stimata per un soggiorno nel complesso delle n. 197 località, ammonta a € 1.198,00, come dal quadro di sintesi dei singoli ambiti territoriali sotto riportato.



Segue ora, dal dettaglio geografico dei quadri territoriali campionati nell'impianto osservatorio, l'analisi delle singole aree corredate dalla relativa cartografia schematica. In alcuni casi ci si ferma alla rappresentazione a livello C (raggruppamento per località turistiche), mentre per altri si riporta anche una sezione di dati al livello D (singola località).

SPAGNA: (1.192 €)



Destinazione preferita dal 14,5% dagli italiani nel 2012 (*fonte Istat*), la Spagna con le sue isole anche per il 2013, risulta tra le mete piu' richieste dai vacanzieri con target fino a 50 anni. I prezzi rilevati nelle varie localita', risultano in linea (ad eccezione di Formentera) al valore medio elaborati nei singoli quadri.

La quota tariffaria risultante dal complesso delle localita' campionate per la Spagna, fa riferimento a tre macro aggregazioni (*Livello B*):

Isole canarie.....	€ 1.209 (+0,5%)	Tra cui:	
- Tenerife	€ 1.272	<i>Villaggi:</i> n.d.	<i>Alberghi:</i> € 1.271
- Gran Canaria	€ 1.128	<i>Villaggi:</i> € 1.221	<i>Alberghi:</i> € 1.122
- Lanzarote	€ 1.075	<i>Villaggi:</i> € 1.183	<i>Alberghi:</i> € 1.041
- Fuerteventura	€ 1.361	<i>Villaggi:</i> € 1.175	<i>Alberghi:</i> € 1.367
Costa del Sol.....	€ 1.004 (n.d.)		
Isole Baleari.....	€ 1.188 (+0,4%)	Tra cui:	
- Minorca	€ 1.129	<i>Villaggi:</i> € 1.439	<i>Alberghi:</i> € 1.096
- Maiorca	€ 1.158	<i>Villaggi:</i> € 1.430	<i>Alberghi:</i> € 1.134
- Ibiza	€ 1.193	<i>Villaggi:</i> € 1.416	<i>Alberghi:</i> € 1.174
- Formentera	€ 1.544	<i>Villaggi:</i> € 1.908	<i>Alberghi:</i> € 1.492

EGITTO: (1.171 €)



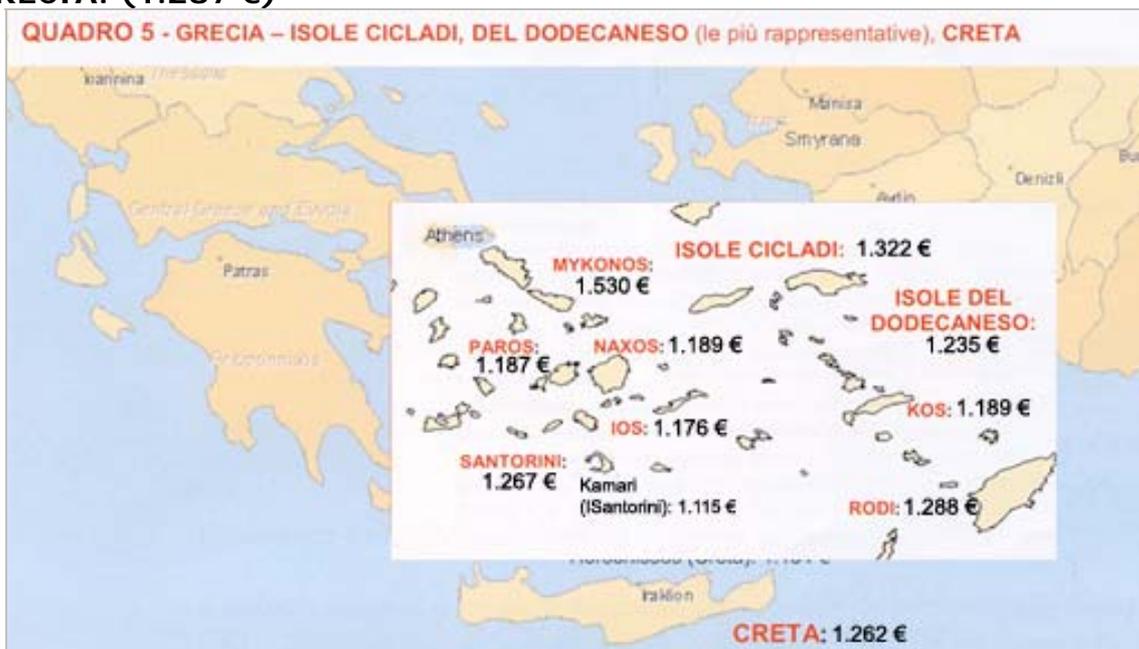
Le spese degli italiani in Egitto hanno mostrato una marcata crescita fino al 2010, trainata dalle vacanze balneari; nel 2011 la spesa ha subito un crollo, raggiungendo in un anno la meta' dei flussi turistici dello scorso decennio, in conseguenza dei disordini accaduti nel Paese.

Nel 2012, a conferma del rinnovato interesse, il paese egiziano e' stato scelto dal 5,5% degli italiani in vacanza all'estero. Tuttavia il clima di instabilita' socio-politico riesplso a maggio 2013, pur non coinvolgendo i principali centri di attrazione turistica del paese, influenzerà negativamente le prossime destinazioni dei vacanzieri.

Il quadro territoriale d'analisi che raggruppa sia localita' che si affacciano sulla riva del Mediterraneo, sia quelle nel Mar Rosso registra variazioni in diminuzione nella media generale, ma differite a seconda della destinazione:

- Sharm El Sheikh	€ 1.229	<i>Villaggi:</i> € 1.333	<i>Alberghi:</i> € 1.187
- Hurghada	€ 994	<i>Villaggi:</i> € 934	<i>Alberghi:</i> € 999
- Marsa Alam	€ 1.233	<i>Villaggi:</i> € 1.324	<i>Alberghi:</i> € 1.182
- Soma Bay	€ 1.345	<i>Villaggi:</i> € 1.044	<i>Alberghi:</i> € 1.420
- El Nabq	€ 1.127	<i>Villaggi:</i> € 1.153	<i>Alberghi:</i> € 1.118

GRECIA: (1.287 €)



La Grecia, da sempre una delle destinazioni più gettonate del Mediterraneo, definita "meta forte per le prenotazioni estive", prevede per l'estate 2013, un incremento dei turisti. La diminuzione del prodotto interno lordo -6,4%, seguita da un calo dei prezzi e ad una riorganizzazione dei servizi seguita alla crisi finanziaria degli scorsi mesi nel paese.

La stima media tariffaria nazionale e' il risultato dell' aggregazione dei valori relativi alle localita' quali:

Isole del Dodecaneso	€ 1.235 (-0,6%)	Tra cui:		
- Rodi	€ 1.288	Villaggi:	€ 1.589	Alberghi: € 1.016
- Kos	€ 1.189	Villaggi:	€ 1.461	Alberghi: € 1.023
Isola di Creta.....	€ 1.262 (n.d.)	Villaggi:	€ 1.575	Alberghi: € 1.037
Isole Cicladi.....	€ 1.322 (+2,4%)	Tra cui:		
- Mykonos	€ 1.530	Villaggi:	€ 1.815	Alberghi: € 1.415
- Paros	€ 1.187	Villaggi:	-	Alberghi: € 1.187
- Los	€ 1.176	Villaggi:	€ 1.590	Alberghi: € 1.156
- Naxos	€ 1.189	Villaggi:	€ 1.069	Alberghi: € 1.195
- Santorini	€ 1.267	Villaggi:	€ 1.662	Alberghi: € 1.174

TURCHIA: (1.192 €)

Mediante politiche promozionali, il turismo, in particolare quello balneare cresciuto negli ultimi 20 anni, è divenuto per la Turchia una delle fonti di maggior reddito del paese.

Nell'ultimo biennio malgrado i prezzi concorrenziali, e infrastrutture dedicate, risulta essere per la clientela italiana poco richiesta.



TUNISIA: (1.075 €)

Dopo aver raggiunto i 472 mila turisti nel 2006, il tasso di crescita dei flussi turistici italiani verso la Tunisia, ha registrato una significativa diminuzione a seguito dei cambiamenti avvenuti nel Paese nel 2011.

Per il clima di incertezza proseguito nel 2012, il numero dei turisti italiani e' sceso a 216 mila unita'.

Sono attualmente in corso da parte del Governo tunisino campagne per promuovere il turismo sul mercato italiano e portare a conoscenza i vantaggi turistici della Tunisia.

I prezzi rilevati nel periodo marzo/aprile 2013 sono risultati mediamente nell'ordine di:



- Djerba	€ 1.099	Villaggi:	€ 1.145	Alberghi:	€ 1.052
- Hammamet	€ 1.040	Villaggi:	€ 1.052	Alberghi:	€ 1.036

SLOVENIA E CROAZIA: (647 €)



E' continuata anche nei primi mesi del 2013, la flessione registrata gia' dallo scorso anno, dei flussi turistici in partenza dall'Italia, malgrado i prezzi competitivi (647 € di media), ne facciamo di queste destinazioni le mete turistiche tra le piu' convenienti.

- Slovenia € 698
- Istria € 655
- Quarnaro € 645
- Dalmazia € 628

Per il soggiorno nelle localita' del quadro 8, sono state escluse le spese relative al viaggio, per il quale l'utilizzo dell'auto propria o del traghetto, viene preferito all'aereo.

Tav. 17 - Quadro tariffario riepilogativo dei prezzi nelle principali localita' balneari – Valori assoluti per area territoriale.

Area territoriale		Prezzo (€)	Var. %
SPAGNA		1.192	+0,9
	Isole Baleari di cui:	1.188	+0,4
	Minorca	1.129	+1,0
	Maiorca	1.158	+1,0
	Ibiza	1.193	+1,5
	Formentera	1.544	-3,5
	Costa del Sol	1.004	+5,0
	Isole Canarie di cui:	1.209	+0,4
	Tenerife	1.271	+0,9
	Gran Canaria	1.128	+1,9
	Lanzarote	1.075	+1,7
	Fuerteventura	1.361	-0,9
GRECIA		1.287	+1,2
	Creta	1.262	+0,3
	Isole del Dodecaneso	1.235	-0,6
	Rodi	1.288	+0,3
	Kos	1.189	-1,8
	Isole Cicladi	1.322	+2,4
	Myconos	1.530	+1,5
	Paros	1.187	+1,5
	Los	1.176	+5,8
	Naxos	1.189	-1,8
	Santorini	1.267	+2,3
EGITTO		1.171	-5,2
	Nabq	1.127	+0,3
	Sharm El Sheikh	1.229	-2,9
	Hurghada	994	-1,5
	Marsa Alam	1.233	-9,2
	Soma Bay	1.345	-8,9
SLOVENIA e CROAZIA		647	-3,4
	Slovenia	698	n.d.
	Istria	655	-1,4
	Quarnaro	645	-4,5
	Dalmazia	628	-2,1
TUNISIA di cui:		1.075	+7,5
	Djerba	1.099	+4,4
	Hammamet	1.040	+1,9
TURCHIA			
	Costa di Antalya	1.192	+2,7
Totale		1.198	

ATTENZIONE: le variazioni percentuali riportate fanno riferimento non all'universo delle quotazioni rilevate, ma solamente a quelle effettivamente confrontabili (anche mediante la ricostruzione del prezzo) con l'anno precedente.

5 - IL TURISMO NELLE CAPITALI E NELLE CITTA' D'ARTE EUROPEE

Il capitolo dell' osservatorio si occupa dell' analisi tariffaria relativa al costo di un pacchetto vacanza (comprensivo di volo aereo), per un soggiorno turistico di 4giorni/3notti, (vacanza breve), nella settimana del ferragosto (periodo 14/17 agosto 2013), in una capitale o citta' estera.

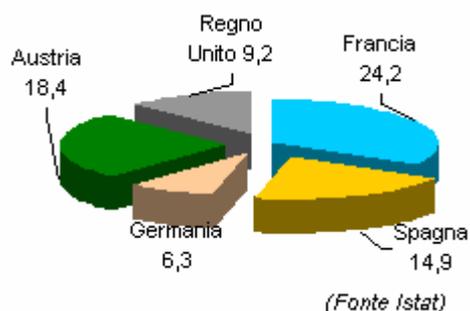
Malgrado le stime di vendita risultino in calo rispetto agli anni precedenti, causa la crisi economica in atto, questo tipo di vacanza e' uno dei segmenti piu' ampi del turismo europeo. Grazie alla crescita culturale conseguente al processo d'integrazione europeo e all'aumento dei collegamenti low cost in Europa, esso ne rappresenta il maggior tasso di sviluppo dagli anni 2000. L' 11,6% dei viaggi vacanza complessivi effettuati nel 2012 (dati Istat), ha avuto come destinazione una localita' europea (10,0% per i paesi dell'Unione; 1,6% per altri paesi europei).

Con riferimento al contesto territoriale europeo e alle stime di vendita dei tour operator sulle destinazioni maggiormente richieste dai turisti italiani per l'estate 2013, sono state oggetto di rilevazione le citta': Lisbona, Barcellona, Berlino, Madrid, Amsterdam, Londra, Budapest, Parigi, Praga, Vienna, Mosca, San Pietroburgo.

Tav. 18 - Graduatoria delle principali destinazioni Europee 2012
(dati per 100 viaggi vacanza 1-3 notti effettuati)

	Totale viaggi vacanza
Europa	99,8
Francia	24,2
Austria	18,4
Spagna	14,9
Regno unito	9,2
Germania	6,3
Altri	...
Resto del mondo	...

Grafico viaggi vacanza Europa permanenza 1-3 notti



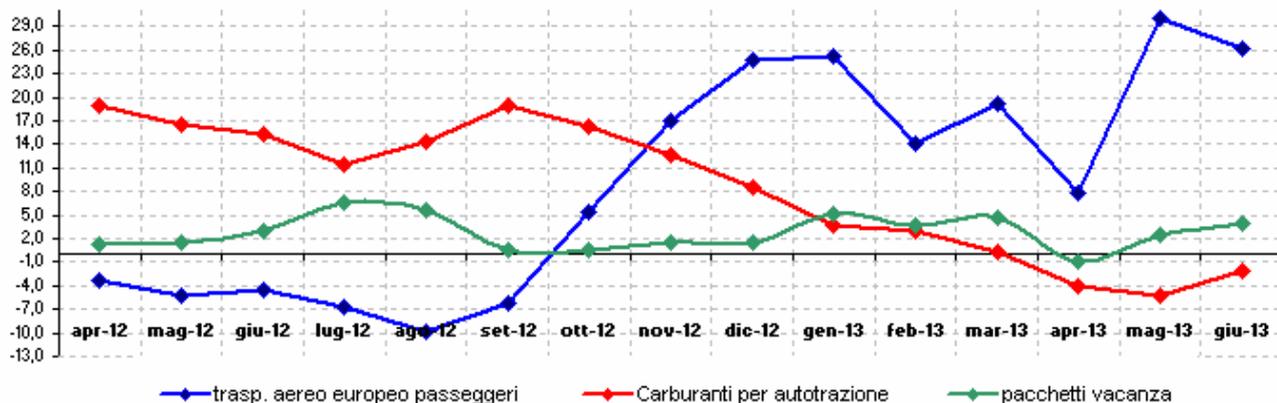
Fonte Istat – Viaggi e vacanze in Italia e all'estero 2012

L'indagine condotta fa riferimento ai prezzi desunti dai cataloghi messi a disposizione dalle agenzie di viaggio. Sono state rilevate 318 quotazioni tariffarie (comprensive di volo aereo) rappresentative delle citta' campionate e che riguardano la sistemazione in camera doppia di tipo standard, pernottamento e prima colazione, nella fascia di hotel da 3 a 5 stelle, nel periodo di riferimento, nonche' tutte le voci accessorie che concorrono alla formazione del prezzo finale.

Le singole quotazioni, tuttavia, rappresentano una stima approssimativa della vacanza, in quanto, al momento della prenotazione, possono essere oggetto di oscillazioni attribuibili ai diversi fattori che compongono il pacchetto: variazione costo albergo, volo, tasse aeroportuali, visti di ingresso (se richiesti), surcharge (*supplemento obbligatorio sulle tariffe aeree, che rappresenta l'adeguamento al prezzo del carburante, calcolato come percentuale variabile sul costo del viaggio e applicato fino a 21 giorni prima della data di partenza*).

I valori possono sicuramente non trovare corrispondenza tra, il prezzo del catalogo cartaceo con una validità di diversi mesi (e a cui questa indagine fa riferimento), e le tariffe calcolate on-line, dove diversamente a quanto sopra, oltre ad essere aggiornate quotidianamente, pubblicizzano in modo particolare valori civetta (nelle quali escludono commissioni amministrative, commissioni per transazioni, per assistenza telefonica ecc.) che ben difficilmente ne rispecchiano il reale prezzo finale.

Grafico variazioni tendenziali di alcuni prodotti Apr. 2012 – Giu. 2013.



Fonte Istat: rilevazione prezzi al consumo

Il dato medio individuale per un turista adulto, ammonta nel complesso a € 520,00.

Dalla disaggregazione di tale valore sono state individuate e suddivise le città in tre fasce tariffarie (vedi tav. 19): una al di sotto della media complessiva (ne fanno parte n. 5 località), una fascia intermedia (n. 4 località), e per ultimo, una fascia con prezzi superiori al dato medio complessivo (n. 3 Località) che comprende alcune realtà campionate più distanti dall'Italia.

Tav. 19 - Tavola riepilogativa per fasce tariffarie rilevate.

(valore medio individuale nelle 12 città = € 520,00)	
Città fascia inferiore:	Madrid, Lisbona, Berlino, Praga, Budapest
Città fascia intermedia:	Vienna, Amsterdam, Londra, Barcellona
Città fascia superiore:	Parigi, San Pietroburgo, Mosca

Nello specifico, partendo dalla parte orientale europea:

Citta'	P.Medio	+/- (*)	Valore minimo	Valore massimo
San Pietroburgo	763,00	+ 2,0	612,00	1.072,00
Mosca	898,00	+ 2,8	784,00	1.136,00
Berlino	444,00	+ 0,5	282,00	563,00
Praga	440,00	+ 0,2	352,00	574,00
Vienna	511,00	-16,7	249,00	838,00
Budapest	311,00	n.d.	267,00	388,00
Amsterdam	566,00	+3,5	443,00	741,00
Londra	552,00	- 3,3	283,00	869,00
Parigi	575,00	+ 5,7	456,00	801,00
Madrid	465,00	+27,7	289,00	552,00
Barcellona	490,00	+ 6,3	366,00	840,00
Lisbona	468,00	-11,4	321,00	610,00

* Variazione stimata rispetto allo stesso periodo 2012, dove ne e' stata possibile la comparazione

Per le citta' di: Berlino, Vienna, Londra, Lisbona, si registra una diminuzione delle tariffe alberghiere. In controtendenza le tariffe risultano in aumento nelle citta' di Barcellona, Madrid, Amsterdam, Praga, Mosca.

Da segnalare infine l'incremento per quanto riguarda la maggioranza delle destinazioni (soggette a modificazioni sino alla conferma del contratto), delle tariffe aeroportuali e surcharge. Invariati i costi assicurativi e di gestione pratica.

Tav. 20 - Cartografia schematica riepilogativa.



6 - IL TURISMO DI CROCIERA

La quarta parte dell'osservatorio sulle proposte di viaggio è dedicata al turismo di crociera. Segmento che, malgrado la sfavorevole contingenza economica cui soffrono altri comparti dell'industria turistica, conferma la propria solidità.

Dopo una stagione invernale a luci ed ombre, e i timori legati al ricordo del naufragio della Costa Concordia, nell'agosto 2012 le maggiori compagnie di navigazione, grazie a politiche di prezzo aggressive, hanno registrato il tutto esaurito, in modo particolare sulle navi in rotta nel Mediterraneo.

Forte di un'ampia offerta tariffaria alla portata di tutti, del costante miglioramento che coinvolge le navi in termini di strutture e servizi offerti, la vacanza in crociera viene scelta da un numero sempre più elevato di persone e famiglie, a svantaggio di quella dei villaggi turistici.

In meno di trent'anni la vacanza crocieristica ha subito una profonda evoluzione, passando da prodotto di lusso a prodotto di massa. Questa trasformazione continua attraverso le strategie di espansione delle maggiori compagnie con la costruzione di navi sempre più grandi e accessoriate, permette inoltre di produrre all'interno della filiale distributiva un'offerta straordinariamente dinamica e competitiva a favore di una clientela di qualsiasi età e disponibilità economica.

I dati presentati al Seatrede di Miami (appuntamento annuale delle maggiori compagnie Crocieristiche mondiali), stimano per l'Italia un incremento di quasi 2 punti percentuali del numero di passeggeri movimentati rispetto allo scorso 2012. Nell'anno precedente i passeggeri imbarcati in Italia sono stati 2,08 milioni, pari al 36,1% del totale.

Questi valori oltre ad evidenziare la solidità economica, confermano la crescita del mercato crocieristico stesso, passato dai 5,7milioni di turisti nel 1995 agli oltre 20milioni stimati globalmente per il 2013, divenendo uno dei fenomeni socio-economici di maggior rilevanza.

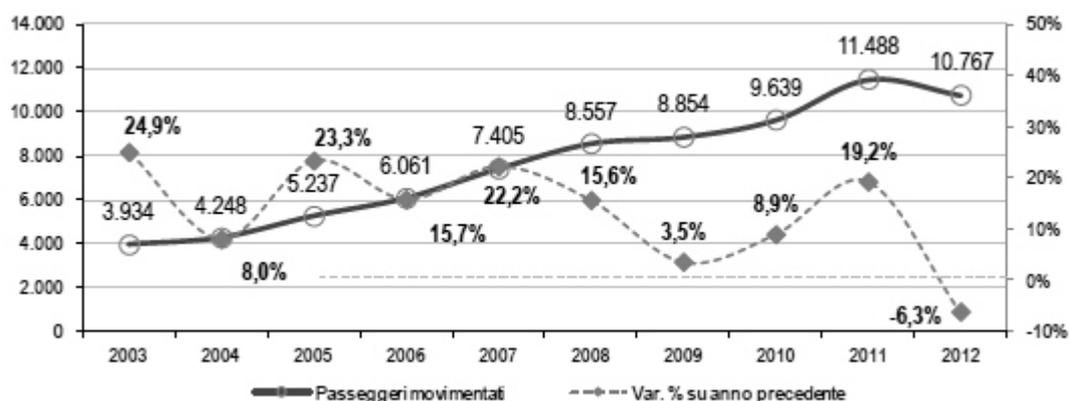
Tabella 1 - Crescita del mercato crocieristico mondiale: passeggeri 1970-2015.

Anno	Passeggeri
1970	500.000
1980	1.400.000
1990	4.495.000
2000	9.768.000
2004	13.378.000
2005	14.400.000
2010*	18.841.000
2015*	24.924.000

Fonte: CLIA 2006, Peisley 2003. * Valori stimati dal 2010 al 2015.

Fonte: OMT, nel 2020 il sistema muoverà circa 1 miliardo 500 mila persone.

Grafico mercato crocieristico italiano: passeggeri e tasso di crescita 2003-2012

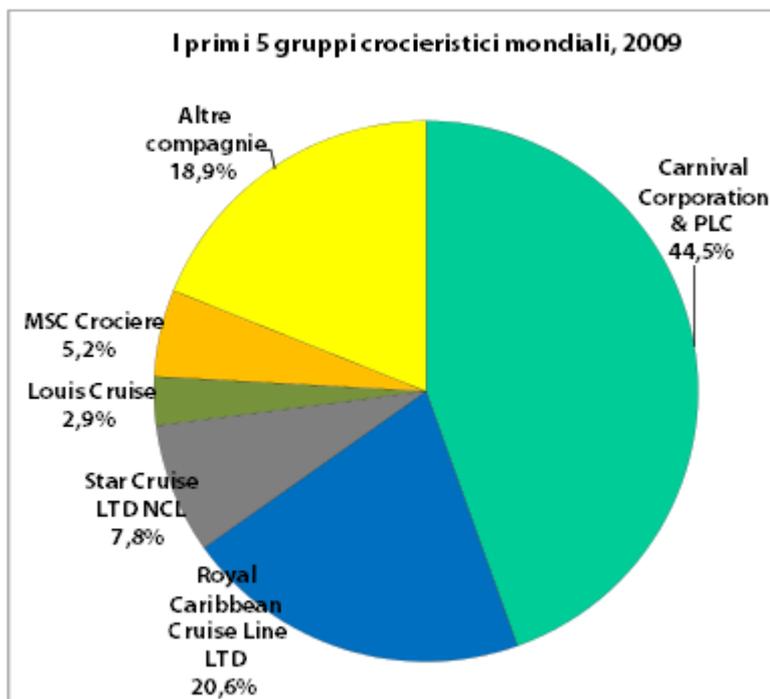


Fonte: Elaborazioni Risposte Turismo – valori in milioni

Il movimento passeggeri nei porti italiani, inteso come somma degli imbarchi-sbarchi e transiti registrati dai porti crocieristici, cresciuto senza sosta negli ultimi dieci anni, nel 2012 fa registrare un calo rispetto all'anno precedente nella movimentazione passeggeri, mantenendosi comunque vicino agli 11 milioni.

Il "turismo di crociera" indicato come "un viaggio multidestazione a bordo di un impianto galleggiante che produce servizi tipicamente alberghieri" è una forma di vacanza estivo-balneare all-inclusive che associa comodità, divertimento, cultura, relax, oltre alla possibilità di visitare con escursioni a terra, le destinazioni di approdo della nave. Una vacanza dunque, lungo un itinerario in mare, senza cambi di sistemazione alberghiera, dove sulla stessa nave convivono nazionalità diverse più che in qualsiasi albergo o villaggio del mondo.

Rappresentativa del "turismo di crociera" è la compagnia di navigazione, la quale (spesso proprietaria degli scafi) organizza, produce, gestisce e vende, direttamente, o mediante i tour operator, il prodotto crociera.



Fonte: Seatrade, 2009

A caratterizzare l'offerta nel settore è un'elevata concentrazione in grandi gruppi crocieristici multibrand.

Circa l'80% della capacità ricettiva è in mano ai primi 5 soggetti economici:

- Carnival Corporation & PLC,
- Royal Caribbean Cruise Line
- Star Cruises
- MSC Crociere

Elaborazioni Ebnt – report 2010

Un ruolo rilevante nel processo distributivo del prodotto viene gradualmente ricoperto dalle agenzie di viaggio, dal momento in cui il settore crocieristico ha perso i suoi connotati di esclusività per diventare alternativa di vacanza alla più ampia base di domanda.

La stagione crocieristica 2013, riconferma anche quest'anno, l'Italia come la più importante destinazione europea nel settore delle crociere. La nuova stagione coinvolgerà ben 56 compagnie di navigazione (47 nel 2012), 151 navi da crociera (148 nel 2012), interesserà 12 regioni, mentre saranno ridotti rispetto ai 66 attracchi del 2012, per effetto del decreto "salva coste", il numero dei porti italiani minori.

L'indagine e il campione 2013

Partendo dalla realtà emersa nel quadro precedentemente esposto, anche per il 2013 l'indagine prende in considerazione una gamma di tratte interne al bacino del Mediterraneo. Area che grazie a fattori quali: condizioni meteo e marine favorevoli, accessibilità ai porti, offerta turistica variegata, destagionalizzazione, diventa il principale bacino d'utenza della clientela.

Le tratte di navigazione considerate, partendo dai porti italiani di Genova, Savona, Livorno, Civitavecchia, Venezia, Bari, toccano le nazioni come Spagna, Tunisia, Malta, Turchia, Croazia, Grecia, Francia.

Tavola n. 21 - Crescita indicizzata del traffico passeggeri nei primi 15 porti italiani. 2003-2012

Anno	2003	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	2012
porto	v.a.	Valori indicizzati (anno 2003=1*)										v.a.
Civitavecchia	557	1,0	1,0	1,3	1,4	1,5	1,7	1,4	1,6	1,8	1,6	912
Venezia	450	1,0	1,0	1,0	0,9	1,1	1,2	1,2	1,4	1,5	1,5	661
Napoli	465	1,0	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,3	1,2	1,1	1,1	492
Livorno	316	1,0	1,0	1,2	1,4	1,6	1,8	1,4	1,6	1,6	1,5	465
Savona	363	1,0	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	213
Genova	93	1,0	2,1	2,1	1,8	2,2	2,1	2,0	1,9	2,5	2,2	207
Bari	122	1,0	1,0	1,1	1,0	1,0	1,2	1,5	1,2	1,7	1,7	206
Messina	242	1,0	0,8	0,7	0,8	0,8	1,0	0,6	0,9	1,1	0,8	187
Palermo	176	1,0	0,8	1,1	1,1	1,2	1,3	1,1	1,0	1,4	0,9	156
Catania	42	1,0	1,3	2,0	1,7	2,0	2,1	3,0	2,7	2,7	3,0	128
Olbia	41	1,0	0,8	1,0	1,1	1,3	2,6	2,9	2,3	1,7	2,1	87
Salerno*	1	-	-	-	-	1,0	1,7	2,0	3,1	2,9	4,2	72
Ancona*	0	-	-	1,0	0,7	0,9	0,7	0,9	1,5	1,5	1,6	56
Ravenna	80	1,0	0,4	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	1,0	0,8	67
Cagliari	62	1,0	1,0	0,9	0,7	1,0	0,9	0,9	1,3	2,5	1,2	72
Totale Italia**	3.192	1,0	1,0	1,1	1,1	1,3	1,4	1,4	1,5	1,7	1,5	4.835

Fonte: elaborazioni Risposte Turismo.

Nota (*): poiché il porto di Ancona ed il porto di Salerno hanno fatto registrare traffico marginale in transito sino al 2004 e 2006 si è scelto di considerare rispettivamente il 2005 e 2007 quale anno indice per effettuare calcoli ed addivenire a risultati interpretabili.

(**): il dato è riferito a 28 scali crocieristici nazionali per cui è possibile ricostruire l'intera serie storica.

Da segnalare che il porto di Civitavecchia si conferma il principale scalo crocieristico nazionale con 2.450.000 passeggeri stimati per la stagione 2013, gestisce assieme a Venezia e Napoli, oltre il 50% del traffico crocieristico italiano.

Oltre Civitavecchia, (*fonte Cemar*) altri quattro porti italiani nel 2013 supereranno quota un milione di passeggeri (Venezia, Genova, Napoli e Savona), tre si assesteranno tra 500.000 e 1.000.000 (Livorno, Bari e Messina), sei porti tra 100.000 e 500.000 passeggeri (Catania, Palermo, Salerno, Ancona, Cagliari e Ravenna) e poi ancora quattro porti tra 50.000 e 100.000 passeggeri e 12 porti tra i 10.000 e i 50.000. A seguire 31 porti minori italiani con meno di 10.000 passeggeri movimentati.

Le rilevazioni fanno riferimento al prezzo individuale pagato per una crociera nel bacino del Mediterraneo, su una nave di una delle principali compagnie di navigazione, della durata di 8 giorni/7notti nella settimana del ferragosto 2013.

Le principali compagnie in navigazione nel Mediterraneo rilevate nel campione sono:

- **MSC Crociere** (con le navi: Magica, Spendida, Orchestra, Fantasia, Sinfonia, Divina, Melody, Armonia)
- **COSTA Crociere** (con le navi: Fascinosa, Favolosa, Classica, Magica, Serena, Voyager)
- **ROYAL Caribbean** (con le navi: classe Voyager, classe Vision, classe freedom)
- **TOP Cruise** (con le navi: Norwegian jade, Sovereign, Epic)

Non rientrano nel campione le compagnie Grandi Viaggi Veloci in quanto effettuano crociere con itinerari fino a 4 giorni e Easy Cruise Crociere, compagnia specializzata in navigazioni a basso costo.

Delle compagnie prese a campione, sono state analizzate n. 25 crociere raggruppate quest'ultime in 15 itinerari. I dati sono stati organizzati in due livelli gerarchici:

- 1 – Macro area:** Medit. occidentale (n. 13 crociere), Medit. Orientale (n. 12 crociere).
- 2 - Per itinerario**



Fra le principali tappe di navigazione in evidenza con partenze dai porti italiani di Genova, Civitavecchia, Livorno, Venezia:

per Mediterraneo Occidentale

- Italia: - Genova
- Livorno
- Savona
- Napoli
- Catania
- Palermo
- Messina
- Olbia

- Francia: - Cannes
- Marsiglia
- Villafranche

- Spagna: - Barcellona
- Valencia
- Minorca
- Ibiza
- Palma de Maiorca

- Tunisia: - Tunisi

- Malta: - La Valletta

per Mediterraneo Orientale

- Italia: - Venezia
- Ravenna
- Ancona
- Bari

- Croazia: - Dubrovnik
- Spalato

- Montenegro: - Kotor

- Grecia: - Argostoli
- Pireo
- Katakolon
- Santorini
- Mykonos
- Rodi
- Corfu'
- Gythion
- Zante

- Turchia: - Smirne (Izmir)
- Istanbul
- Kusadasi (Efeso)

- Creta: - Chania (Souda)

Per ogni singolo itinerario e' stato rilevato il prezzo medio di partenza, pagato da un turista per un soggiorno di una settimana nel mese di agosto in una cabina doppia. Il prezzo analizzato si riferisce alla media delle quotazioni proposte per le diverse tipologie di cabine (con l'esclusione delle suite), tariffe facoltative, escursioni, pacchetti bevande presenti in ogni singola nave.

Sono state inoltre escluse dal calcolo tutte le agevolazioni o scontistiche che in questo segmento turistico si possono trovare. Risultano innumerevoli le possibilità di risparmio che i tour operator offrono attraverso soluzioni o combinazioni all'interno dello stesso pacchetto crociera, scontistiche che riguardano: l'acquisto anticipato del viaggio, agevolazioni per gruppi o minigruppi, genitori con figli, single, anniversari o ricorrenze, per viaggi di nozze con specifici cataloghi dedicati, ecc.

L'applicabilità delle offerte e' soggetta a proroghe o deroghe, limitata nel numero di posti e alle disponibilità del momento.

I prezzi desunti dai cataloghi delle compagnie di crociera prese in esame, sono puramente indicativi. I prezzi pagati (come evidenziato sugli stessi opuscoli e confermato dai diversi operatori delle agenzie viaggio ai quali ci siamo rivolti), sono calcolati in base alle tariffe valide al momento della stampa dei cataloghi. Esse variano giornalmente a seguito di numerosi fattori: costo del carburante, variazione diritti e tasse portuali e/o assicurative, camere invendute o non prenotate, l'avvicinarsi della partenza ecc. ecc. In tutti i casi la tariffa finale viene ufficialmente definita al momento della formalizzazione della prenotazione o revisionata attraverso la quota di partecipazione fino a 20 giorni prima della partenza.

I risultati dell'indagine

Le informazioni rilevate evidenziano una tariffa individuale di partenza per una crociera nel bacino Mediterraneo della durata di 8 giorni/7notti, mediamente quantificata in € 1.943,95 (minimo € 1.559,51 massimo € 2.321,43) con una variazione (dove ne e' stata possibile la comparazione) in aumento rispetto ai valori dell'anno precedente di +11,1%.

I confronti tariffari eseguiti sugli stessi itinerari e scali delle compagnie sono stati possibili solo su una parte del campione per mancanza di omogeneità dello stesso.

La crisi economica nel suo complesso, i costi del carburante, le tariffe e i servizi portuali elevati, eventi socio-economici, risultano determinanti nella scelta delle rotte e degli scali attuate annualmente dalle compagnie.

Le tariffe 2013 sono risultate nel complesso in aumento, con incrementi medi del +19% per la compagnia MSC, +12% per Costa, +6,7 TOP Cruise e +0,7% Royal C.

Nell'impianto osservatorio, i dati tariffari elaborati per macro area risultano rispettivamente:

Area	Tariffa minima €	Tariffa massima €	Tariffa media €	Var. 2012-2013
Mediterraneo OCCIDENTALE	1.597,14	2.367,53	2.000,12	+13,76%
Mediterraneo ORIENTALE	1.518,74	2.271,49	1883,10	+ 8,37%

Tav. 22 - Quadro tariffario riepilogativo delle quote tariffarie nel complesso, per area e singoli itinerari di crociera.

	Tariffa minima €	Tariffa massima €	Tariffa media €	Var. 2012/13
Nel complesso	1.559,51	2.321,43	1.943,95	+11,11%
Mediterraneo OCCIDENTALE	1.597,14	2.367,53	2.000,12	+13,76%
1 Genova, Napoli, Palermo, Tunisi, Palma di Maiorca, Barcellona, Marsiglia	1.881,50	2.911,50	2.425,00	+14,26%
2 Genova, Marsiglia, Barcellona, Valencia, Palermo, Civitavecchia, Genova	1.759,00	2.435,00	2.133,00	+16,88%
3 Genova, Villefranche, Barcellona, Tunisi, Civitavecchia, Livorno, Genova	1.165,52	2.354,52	1.691,52	(n . d .)
4 Genova, Civitavecchia, Catania, Tunisi, Ibiza, Villefranche, Genova	2.095,00	2.903,00	2.537,00	+44,56%
5 Livorno, Capri, Malta, Tunisi, Cagliari, Minorca, Barcellona, Villefranche	1.675,00	2.159,00	1.944,35	+11,88%
6 Savona, Civitavecchia, Olbia, Ibiza, Palma, Marsiglia, Savona	1.843,50	2.781,50	2.395,00	+17,88%
7 Civitavecchia, Livorno, Marsiglia, Villefranche, Palma M., Barcellona, Napoli	1.182,57	1.715,57	1.424,07	- 0,64%
8 Civitavecchia, Genova, Ajaccio, Barcellona, Palma de M., (Tunisi o Cagliari)	1.289,11	1.975,11	1.631,61	- 0,91%
Mediterraneo ORIENTALE	1.518,74	2.271,49	1.883,10	+ 8,59%
1 Venezia, Bari, Olimpia, Izmir, Istanbul, Dubrovnik	1.908,00	3.301,00	2.518,00	+14,85%
2 Venezia, Bari, Olimpia, Santorini, Mykonos, Atene, Corfu', Dubrovnik	1.502,28	2.229,53	1.864,70	+ 8,90%
3 Venezia, Ancona, Kotor, Corfù, Gythion, Argostoli, Dubrovnik, Venezia	1.423,00	1.809,00	1.635,00	+ 5,83%
4 Venezia, Dubrovnik, Pireo, Izmir, Spalato, Venezia	1.064,50	1.564,50	1.281,20	+18,92%
5 Messina, Pireo, Efeso (Turchia), Chania (Creta), Civitavecchia, Messina	1.332,61	1.936,61	1.625,61	+ 2,95%
6 Trieste, Ancona, Dubrovnik-Medjugorje, Corfu', Cefalonia, Kotor, Spalato, Trieste	1.688,50	2.361,50	2.046,50	- 0,71%
7 Venezia, Bari, Corfu', Mykonos, Pireo, Dubrovnik	1.202,61	1.704,61	1.467,61	+ 4,09%

I dati della tavola fanno riferimento al prezzo medio di partenza pagato per un soggiorno di una settimana nel mese di agosto in cabina doppia. Il prezzo analizzato si riferisce alla media delle quotazioni proposte per le diverse tipologie di cabine (con l'esclusione delle suite e di tutte le agevolazioni o scontistiche) presenti in ogni singola nave.

La tariffa individuale di partenza e' calcolata sommando al costo della cabina, gli oneri obbligatori quali: quota d'iscrizione, quota di servizio, assicurazione.

Il dato rilevato, risulta difficilmente confrontabile con quanto spesso pubblicizzato dalle compagnie che utilizzano a riferimento la tariffa piu' bassa, con partenza in bassa stagione e senza gli oneri obbligatori sopradescritti.

BIBLIOGRAFIA

- Istat, "Viaggi e vacanze in Italia e all' estero anno 2012"
- Istat, "indice dei prezzi al consumo N.I.C. – serie storiche"
- Istat, "Il sistema dei prezzi al consumo"
- Istat, "Andamento del turismo trimestrale"
- Istat, "I pacchetti vacanza nel paniere dei prezzi anno 2013"
- Istat, "fiducia delle imprese"
- World travel & tourism council, "L'economia del turismo in Italia"
- Isnart, "Impresa Turismo 2013"
- Ebnt - Ente bilaterale Naz.le Turismo, "Osservatorio su traffico delle crociere"
- Enit, "Il turismo straniero in Italia"
- Ministero del Turismo, "Rapporto sul Turismo italiano "
- Federturismo, " Il turismo in Italia"
- Turismo e finanza, "statistiche sul turismo".
- Cemar – Agency network – divisione crociere
- Osservatorio Nazionale Turismo, "Traffico croceristico in Italia 2012"
- Trademark Italia, "dove vanno in vacanza gli italiani – 2013"
- Unioncamere, "Comportamenti turistici degli italiani 2012"
- BTO, "Rapporto sul turismo online"
- Federalberghi, "Rapporto su imposta di soggiorno"
- Federalberghi, "Andamento del turismo alberghiero"
- Tripadvisor, "sondaggio tendenze industria turismo 2013"

Un particolare ringraziamento alla Sig.ra Annamaria Veroni – Robintour Modena, per la disponibilita' e consulenza prestata.

Documento ultimato nel mese di Giugno 2013

