

COMUNICATO STAMPA

UNO SGUARDO AL TURISMO DEL LAZIO NEL 2021

Presentato alle imprese del Lazio il “1° Report di analisi economico-territoriale”: si conferma un turismo di prossimità, perso il 70% del turismo internazionale dal 2019

Dall’indagine diretta svolta alle imprese ricettive del Lazio emerge che la vacanza nel Lazio si prenota online e che nel 2021 c’è stata una ripresa delle vendite nella stagione estiva, ma il trend torna a scendere in chiusura anno

Come leggere e analizzare i nuovi mercati e i fattori di cambiamento per creare opportunità per le imprese del turismo?

Se n’è parlato nel corso del webinar con le imprese e gli stakeholder del Lazio, svoltosi il 10 marzo 2022. L’evento è stato organizzato da Unioncamere Lazio, in collaborazione con le Camere di Commercio laziali, nell’ambito del Progetto regionale “Sostegno del Turismo”, a valere sul Fondo di perequazione 2019-2020 - di Unioncamere nazionale, con il supporto tecnico di ISNART.

Sono stati approfonditi i fenomeni turistici per supportare chi opera nel turismo a orientarsi tra i tanti elementi di incertezza determinati dalla crisi economica e sociale post pandemica.

Quali sono le previsioni per le prenotazioni 2022 per il mercato degli affitti brevi? Dalle prenotazioni già registrate sul portale di Airbnb (per camere private in affitto, camere affittate condivise, appartamenti per intero e camere in hotel) per i primi 5 mesi del 2022 emerge una crescita della domanda per il mercato degli affitti brevi del Lazio, decisamente più elevata di quella della media nazionale per questo comparto.

Aumentano, dunque del +80,8% le prenotazioni delle notti in alloggi privati per il mese di febbraio (+2,8% la media Italia), del +53,6% per marzo, (+3,8% Italia) del +62,9% per aprile (+9,6% Italia) e del +58,5% per il mese di maggio (+11,9% la media Italia).

Il Lazio è la seconda regione italiana per offerta dedicata al sistema turistico nazionale, preceduta dalla sola Lombardia.

Il Lazio ospita un sistema di imprese legate alla filiera turistica con quasi 72 mila imprese registrate al IV trimestre del 2021, ovvero l’11,5% dell’offerta complessiva di filiera italiana. Una elevata specializzazione produttiva in chiave turistica, quella del Lazio, che conta un totale di circa 351 mila addetti impiegati nelle imprese del settore, il 13,3% di quelli legati al turismo in Italia.

Le imprese di ristorazione sono il 59% delle strutture legate al turismo presenti nella regione, seguono le imprese di trasporto (13,4%) e quelle legate alle attività culturali e ricreative (11,9%), le imprese di alloggio (9%), le agenzie di viaggi e le altre imprese di servizi collegate alla filiera turistica (4,3%).

Nella provincia di Roma sono concentrate il 78% delle imprese della filiera turistica (oltre 56 mila) e l’86% degli addetti del settore impiegati nella regione (302 mila). Seguono la provincia di Latina (9% delle imprese e 6,4% degli addetti della filiera turistica del Lazio) e quella di Frosinone (6,4% delle imprese e 3,6% degli addetti della regione). Infine, nel viterbese vi sono il 4,4% delle imprese e il 2,9% degli addetti, nella provincia di Rieti poco meno del 2% di imprese della filiera turistica laziale e appena l’1% in termini di addetti.

Dall'indagine diretta svolta alle imprese ricettive del Lazio emerge per il 2021 una ripresa delle vendite nella stagione estiva, ma il trend torna a scendere in chiusura di anno.

In estate le strutture hanno venduto in media nel mese di giugno appena il 35,3% delle disponibilità del periodo, per poi salire gradualmente in luglio al 48,4% e in agosto al 53,6%. Un andamento al di sotto di quello medio nazionale, con la sola eccezione del mese di settembre quando con il 46,9% di camere occupate ci si avvicina ai dati medi del contesto Italia.

Ad influire negativamente sui risultati dell'estate sono soprattutto le strutture ricettive della Capitale, che hanno risentito maggiormente del calo dei flussi turistici internazionali, in crescita rispetto al disastroso 2020, ma ancora lontani dalle performance raggiunte negli anni pre-covid. Meglio per le altre località di vacanza della regione, dove si registrano vendite medie del 56,7% a luglio e del 74,7% ad agosto.

In autunno vendute in media 5 camere ogni 10 disponibili nei mesi di settembre e ottobre, ma si scende a 3 camere vendute su 10 in dicembre.

Una domanda turistica in cui il turismo internazionale torna ad avere un ruolo di primo piano, ma solo in estate.

In estate il 44,2% della clientela degli esercizi ricettivi del Lazio è composta da stranieri, quota che nella sola città di Roma raggiunge una media del 48,7% mentre nelle altre località si ferma al 29,1% della domanda del periodo.

Seguono i turisti italiani provenienti da altre regioni del Bel Paese: sono il 39,6% della clientela delle strutture ricettive del Lazio (43,6% nella città di Roma). Il turismo interno alla regione pesa per il 16,2% sul totale ma con una netta differenza tra le destinazioni turistiche: è appena il 7,7% della clientela a Roma, mentre arriva al 44,3% tra la clientela delle strutture ricettive delle altre località turistiche della regione.

In autunno/inverno gli stranieri sono solo il 29,1% della clientela degli esercizi ricettivi della regione, mentre cresce l'influenza del turismo italiano di prossimità (42,5%) e quello proveniente da altre regioni (28,4%).

La vacanza nel Lazio si prenota on line.

I grandi portali di prenotazione on line sono ormai gli strumenti più utilizzati dalla clientela delle strutture ricettive, nel Lazio come nel resto del contesto nazionale ed internazionale. Canali di booking, quelli delle OTA, che hanno visto aumentare in modo significativo la loro quota di mercato proprio in seguito alla pandemia, grazie a politiche di prezzo al ribasso e legate alla possibilità di cancellare o modificare le prenotazioni in tempo reale.

In media ha prenotato la vacanza nel Lazio attraverso le grandi OTA il 58,7% della clientela nell'estate 2021, il 59,5% nel periodo ottobre-dicembre. Seguono a distanza le prenotazioni via e-mail (13,8% in estate, 13,4% in autunno) e quelle al telefono (12,1% in estate, 17% in autunno), il booking diretto on line attraverso il sito della struttura ricettiva (9,4% estate, 8,6% autunno) e quello che passa dal circuito tradizionale dell'intermediazione turistica (6,1% estate, ma appena l'1,4% dei clienti del periodo ottobre-dicembre).

Nel Lazio 8 imprese ricettive su 10 stimano perdite in bilancio.

Le vendite, nettamente inferiori rispetto agli anni pre-pandemia, fanno prevedere all'80,6% delle imprese ricettive del Lazio di non raggiungere il punto di pareggio in bilancio.

Un risultato in cui molto peso hanno avuto il calo dei flussi turistici internazionali soprattutto per le strutture ricettive della Capitale, le più colpite dalle misure di contenimento dei flussi turistici in uscita che molti Paesi internazionali ancora adottano per le vacanze oltre confine.

Il calo di ricavi rispetto al 2020 è stimato dagli operatori del Lazio intorno al -24%, più sostenuto rispetto a quello stimato per la destinazione Italia (-9,6%).

Sul mercato parallelo degli alloggi privati in affitto si registra una crescita delle prenotazioni per il 2022.

Dai dati di Airdna, il sistema che registra l'andamento dell'offerta sul mercato parallelo degli alloggi privati disponibili sul portale Airbnb (per camere private in affitto, camere affittate condivise, appartamenti per intero e camere in hotel) le prenotazioni già registrate per i primi 5 mesi del 2022

mostrano una crescita della domanda per il mercato degli affitti brevi del Lazio, decisamente più elevata di quella della media nazionale per questo comparto.

Aumentano del +80,8% le prenotazioni delle notti in alloggi privati per il mese di febbraio (+2,8% la media Italia), del +53,6% per marzo, (+3,8% Italia) del +62,9% per aprile (+9,6% Italia) e del +58,5% per il mese di maggio (+11,9% la media Italia).

Mare, cultura ed eventi: le vacanze del turista della provincia di Latina.

Se l'estate in provincia di Latina è dedicata al relax al mare (motivazioni di vista per il 57,5% dei turisti), agli eventi (15,9%) e allo shopping (14,3%), in autunno si scelgono le sue destinazioni per la ricchezza del patrimonio artistico- culturale (39,9%). Decisive anche le visite a parenti e amici (per 4 turisti su 10) e il desiderio di visitare luoghi sconosciuti, che suscitano curiosità (per 1 turista su 5). Influenzati da Internet (siti web e portali dedicati, social network e offerte on line), dal passaparola di amici e conoscenti ma anche da precedenti, positive esperienze personali (fondamentali per 1 turista su 2).

Una vacanza all'insegna dell'arte, con tante occasioni di divertimento per il turista della provincia di Roma.

Il turista che sceglie la provincia di Roma in estate lo fa per il patrimonio culturale (74,2%), certo, ma anche per curiosità (17,4%), per degustare i prodotti locali (12,2%), per soggiornare in località considerate «esclusive» (11,4%) e per le occasioni di divertimento (9,8%).

Decisive le offerte promozionali online, in estate (influenzano il 53,7% dei turisti) ma soprattutto in autunno (78,7%).

Vacanze in pieno relax, con gite ed escursioni consigliate da parenti e amici per il turista della provincia di Frosinone.

Arte e storia (17,1%), voglia di relax (10,6%) in luoghi di vacanza facili da raggiungere (13,3%) per i turisti estivi della provincia di Frosinone. Vacanze attive alla scoperta del territorio, con escursioni e gite in giornata per 8 turisti su 10. Il passaparola di amici e parenti è decisivo per il 72,4% dei turisti.

In autunno cresce il turismo di prossimità e il legame con la Capitale: per 3 turisti su 10 è decisiva la vicinanza con la località di residenza/origine della vacanza.

Arte e cultura e un buon rapporto qualità-prezzo dietro le scelte dei turisti della provincia di Viterbo.

Patrimonio culturale (37,3%), curiosità (18,4%) e il buon rapporto qualità/prezzo (11,9%) sono tra le principali motivazioni di vacanza dei turisti estivi del viterbese. Internet influenza le scelte del 61% dei turisti e in particolare per il 46,5% sono decisive le recensioni on line, mentre solo il 10,5% è influenzato dalle offerte commerciali del web.

In autunno, oltre al patrimonio artistico-monumentale, pesa molto la possibilità di usufruire dell'ospitalità di parenti e amici (per il 37,1% dei turisti) e della seconda casa (25,2%). In media 6 turisti su 10 sono habituè.

Montagna, arte e sport all'aria aperta: è una vacanza attiva quella in provincia di Rieti.

Non solo montagna per il turista che visita la provincia di Rieti: il 35,3% si muove per il patrimonio culturale e per il 42,6% è decisiva l'ospitalità offerta da amici e parenti. La vacanza è dedicata alle passeggiate del centro storico (per il 92,3% dei turisti), alle visite nei musei (46,8%), alle escursioni (24,8%), agli sport all'aria aperta (21,7%).

Internet fa presa soprattutto attraverso offerte promozionali e recensioni on line: influenzano rispettivamente il 67,4% e il 59,4% dei turisti. In media 6 turisti su 10 tornano nella provincia perché si sono trovati bene.