

## COMUNICATO STAMPA

### REPORT 2008 DELL'OSSERVATORIO DEL TURISMO DELLA PROVINCIA DI PADOVA: FABBISOGNO DI CONOSCENZE PER UN NUOVO POSIZIONAMENTO

Padova, 5 maggio 2009

**E' stato presentato stamane in Sala Convegni della Cassa di Risparmio del Veneto a Padova il 3° Report annuale dell'Osservatorio sul Turismo della Provincia di Padova. Presenti a commentarlo, davanti a numerosi rappresentanti delle categorie del turismo e operatori del settore, il Presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo Antonio Finotti, il Presidente della Provincia di Padova Vittorio Casarin, il VicePresidente della C.C.I.A.A. di Padova Fernando Zilio, l'Assessore al Comune di Padova Ivo Rossi, il Direttore di Turismo Padova Terme Euganee Stefan Marchioro, Marzia Kichelmacher e Stefano Nagy per il Comitato Tecnico dell'Osservatorio e il Presidente di Turismo Padova Terme Euganee Ubaldo Lonardi.**

**58 eventi monitorati, 33 soggetti territoriali integrati come fonti nella banca dati, 3 anni di attività e analisi sperimentali: l'Osservatorio Provinciale sul Turismo è oggi un supporto operativo permanente per restituire al sistema turistico padovano e ai suoi operatori una visione d'insieme sullo stato del comparto e per attuare un efficace processo decisionale.**

La complessa interpretazione dei dati pone all'attenzione del sistema alcuni temi centrali. In **ambito termale** l'evidente necessità di riposizionamento ha messo in atto lo sviluppo di micro-progettualità in relazione a nuovi target, nuove domande, nuovi stili di fruizione, che richiede di avviare analisi mirate e approfondite della domanda potenziale nei territori e nelle offerte concorrenti. In **ambito urbano** è necessario un percorso analogo di ascolto degli imprenditori alberghieri, di conoscenza della domanda e di comprensione del mix di motivazioni dei target, per capire l'attuale posizionamento di Padova: media metropoli internazionale, città degli affari, della scienza o della cultura? Sull'attrattività della destinazione influisce anche il fatto che da anni Padova è una delle città con maggior copertura da parte della stampa turistica specializzata e non. Solo con queste risposte sarà possibile ridefinire il prodotto urbano e ipotizzare un riposizionamento efficace.

*"Tutte le analisi internazionali – afferma il Presidente di Turismo Padova Terme Euganee Ubaldo Lonardi – confermano che la conoscenza e il monitoraggio dei fenomeni sono in diretto rapporto con l'incremento delle performance degli operatori e della competitività dei territori. Ritengo, a tal riguardo, sia giunto il momento di decidere di dare all'Osservatorio del Turismo, che oggi è attivato grazie ad un Protocollo di intesa tra i Promotori del Progetto Strategico del Turismo e Partner territoriali, una vera e propria strutturazione, soprattutto in accordo con la C.C.I.A.A: un organismo che, a partire dalla lettura e dall'interpretazione dei dati critici, sviluppi una conoscenza diffusa sulla cultura dell'offerta per impostare strategie efficaci di riposizionamento. Oggi l'Osservatorio è uno strumento di lavoro prezioso e un supporto operativo permanente per tutti gli attori del sistema turistico ed economico padovano".*

All'interno del Report 2008 sono presenti, tra gli altri dati, i seguenti assi di ricerca:

- **Trend dei flussi turistici in ambito provinciale**
- **Monitoraggio in ambito urbano e fruizione turistica di Padova**
- **Trend dei flussi turistici in ambito termale 1997-2008.**

Su questa base di dati, Amministratori e operatori possono suggerire approfondimenti, incroci e correlazioni, individuando anche "vuoti di informazione" o specifici fabbisogni di conoscenze su cui impostare rilevazioni statistiche o indagini campionarie ad hoc. L'insieme dei lavori dell'Osservatorio è disponibile sul sito internet dell'Azienda Turismo, [www.turismopadova.it](http://www.turismopadova.it)

#### • **TREND DEI FLUSSI TURISTICI IN AMBITO PROVINCIALE**

L'analisi su 14 anni di arrivi turistici in provincia di Padova (1995-2008) evidenzia, da un lato, la crescita ininterrotta degli arrivi dal 2004 al 2007, con un **-0,72% nel 2008 rispetto al 2007**; dall'altro un andamento altalenante per le presenze, che dopo una risalita nel 2006 e 2007, chiudono **nel 2008 con il -3,18% rispetto al 2007**. Questi dati vanno correlati con il **trend di crescita delle strutture ricettive** a livello provinciale, che vede il continuo aumento dei posti letto negli alberghi (+ 4,5% tra 2005 e 2008 e + 1,9% tra '07 e '08) ma anche nelle strutture extra-alberghiere classificate e non.

#### • **MONITORAGGIO CITTÀ DI PADOVA**

Per comprendere lo stato di salute del turismo urbano e mettere a punto gli strumenti conoscitivi necessari per impostare il processo di ri-posizionamento, occorre valutare in modo interconnesso alcuni fenomeni:

- la **crescita degli arrivi**, che l'OMT pone come indicatore preferenziale per valutare l'attrattività di una destinazione;
- l'esplosione della **ricettività** e la conseguente **riduzione del tasso di occupazione dei posti letto**, con l'innalzamento della concorrenza sui prezzi;
- il **calo delle presenze**, sul quale si basano la redditività aziendale e la ricaduta territoriale;
- la **riduzione della fruizione tipicamente turistica** della città.

Dal 1995 al 2008, infatti, **gli arrivi** registrano un incremento costante dal 2005 al 2007, con un **+10,71% tra 2006 e 2008** per attestarsi su un **-1,55% nel 2008** rispetto al 2007. **Le presenze** sono in crescita costante nel triennio 2005-2007 **con +14,46% tra '06 e '08** e un **-0,37% tra '07 e '08**. Continua la crescita degli italiani mentre si registra, per arrivi e presenze, un ridimensionamento degli stranieri dopo i risultati record degli anni precedenti.

Questo rallentamento, quindi non è parte di una serie storica, anche se questo tema va affrontato alla luce dell'effettiva redditività per gli operatori. Deve inoltre essere contestualizzato in una situazione più ampia di forte sofferenza per le città d'arte ed essere rapportato al risultato record del 2007, che ebbe un incremento sul 2006 del +12,45% di arrivi e +14,89% di presenze, trascinati entrambi dalla clientela straniera e - come già allora l'Osservatorio evidenziò - dalla crescita della ricettività e dalla dinamicità delle nuove strutture alberghiere.

Prosegue infatti la crescita degli arrivi negli hotel 4 stelle, assestandosi al +0,27% nell'ultimo anno dopo l'impennata 2006 e 2007, e aumenta anche nei 3 stelle. Parallelamente continua l'impennata di offerta dei posti letto delle strutture alberghiere, con riferimento soprattutto ai 4 stelle (+ 68% nel triennio 2006-2008) e ai 3 stelle (+6,8%) e di conseguenza **si abbassa il tasso di occupazione**. Rispetto al 2003, prima dei nuovi insediamenti alberghieri, il **tasso di saturazione nel 2008 è diminuito del 6,43% nei 4 stelle, del 3,57% nei 3 stelle** (media generale di tutte le categorie pari al 7,91%). Questo dato rende sempre più forte la necessità di indagare la redditività effettiva del turismo e il rapporto tra aumento degli arrivi/presenze e PIL turistico.

#### • **PADOVA: LA FRUIZIONE TURISTICA DELLA CITTÀ**

Il trend degli arrivi turistici nel 2008 evidenzia un andamento migliore rispetto alla fruizione turistica dei principali elementi di visita della città. Con **11.116 tessere vendute**, la **PadovaCard** si conferma come un importante strumento di gestione e promozione della destinazione, pur nel lieve ridimensionamento rispetto al 2007, che è appunto collegato al calo generale dei visitatori nei musei.

Il numero di **visite ai musei e monumenti cittadini** ha visto un'impennata nel 2006 grazie alla mostra del Mantegna, che è stata gestita come evento di attrazione turistica in città, mentre nel biennio 2007-2008 ha registrato un **calo medio** della fruizione.

E' necessario precisare che, in generale, salvo iniziative appositamente strutturate, i dati sulla fruizione dei musei non possono essere assunti a dati turistici "puri", perché l'affluenza e le visite sono determinati anche da altri canali: i residenti, gli escursionisti giornalieri, il turismo scolastico, le scuole locali, le modalità di fruizione dei beni culturali, ecc.

Il trend degli arrivi è comunque migliore di quello che l'Osservatorio Provinciale sul Turismo ha individuato come "**indicatore di fruizione turistica**".

L'analisi mette in correlazione, su base anno 2004, l'indice degli arrivi con l'indice sintetico di fruizione turistica, costituito dalla somma dei visitatori di 6 elementi: visitatori ai Musei Civici; gruppi in pellegrinaggio al Santo; numero di pellegrini al Santo; visitatori al Museo Antoniano, Museo della devozione popolare, mostra audiovisiva; tessere Padovacard vendute; persone trasportate dal City Sightseeing. L'**indice degli arrivi** - che viene preso a riferimento anche dall'Organizzazione Mondiale sul Turismo come indicatore preferenziale per valutare l'attrattiva di una destinazione - **nel 2008 cresce costantemente** da 1,00 a 1,32 nel 2007, con lieve calo nel 2008 (1,30), mentre l'**indice di fruizione turistica** della città, dopo essere salito lievemente nel 2006, **si riduce nel 2007 (0,98) e nel 2008 (0,93)**.

Questa forbice, unitamente ai dati registrati - calo presenze, calo del tasso di occupazione delle stanze per aumento della ricettività, concorrenza sui prezzi - pone diversi interrogativi:

- Quale è oggi il posizionamento di Padova? Quale è la vocazione o quali vocazioni multiple attirano le visite e le permanenze?
- In che misura la vocazione di destinazione turistica è autonoma o di appoggio ad altre destinazioni?
- Qual è la composizione della domanda attuale e come si intrecciano le diverse motivazioni di visita? Quale tipologia e modalità di offerta e di prodotto può integrare o intercettare il turismo business o quello dei gruppi che oggi caratterizzano la città? Qual è il ruolo ed il peso degli eventi all'interno di questa composizione?

In altri termini: su cosa (prodotto) e su chi (target) si deve puntare? Su quali intenzioni (imprenditoriali ed istituzionali) si deve contare? Questo il prossimo compito dell'Osservatorio.

## • **TREND DEI FLUSSI TURISTICI IN AMBITO TERMALE 1997-2008**

Nel Bacino Termale il 2008 segna, nell'arco di un decennio, il record positivo degli arrivi e quello negativo delle presenze. Gli **arrivi totali** fanno registrare un **-0,01%**, dopo l'incremento costante dal 2004 e il record positivo assoluto nel 2007. La **clientela italiana** è in aumento costante dal 1997, con un **+2,95% record nel 2008 sul 2007**, dopo il +5,90% 2007 sul 2006 ed il +11,85% del 2006 su 2005. Gli **stranieri** sono invece in calo costante dal 2002, con il **record negativo nel 2008 pari a - 6,03%**.

Le **presenze**, in calo costante dal 2002, vedono un **record negativo nel 2008 (-3,59%)**, dovuto al fatto che la sostanziale **tenuta delle presenze italiane con un -0,25% nel 2008** (in incremento quasi costante con record positivo nel 2007), non compensa l'ulteriore **calo delle presenze straniere, pari al -7,30% nel 2008 sul 2007**.

Di conseguenza continua la riduzione del tempo di soggiorno con evidenti ripercussioni sul posizionamento della destinazione: infatti **il sorpasso degli italiani dal 2006 non compensa la perdita degli stranieri** e gli italiani hanno perso più di un giorno medio di permanenza.

La **riduzione della permanenza media** porta quindi ad interrogarsi sul posizionamento complessivo del settore e per questo sono fondamentali anche i dati relativi alle cure che, almeno per la clientela italiana, ad oggi consentono di valutare l'incidenza delle cure termali sul complesso degli arrivi e delle presenze.

Grazie alla collaborazione tra Associazioni di Categoria, Centro Studi Pietro d'Abano e Azienda Turismo Padova Terme Euganee, nel 2008 si è proseguito con l'**indagine continuativa sui curisti italiani**, di cui si è ricostruito il **trend del quadriennio 2005-2008**. L'analisi, che prevede l'incrocio dei dati sugli arrivi e sulle presenze turistiche degli italiani nel comparto termale con le "credenziali" (impegnative relative alle cure), consente di comprendere l'incidenza della cura termale e di avere una visione sul posizionamento turistico delle Terme, sia a livello generale che segmentata per ambiti, per provenienza dei target, per categoria alberghiera.

Per il periodo in oggetto si evidenzia con chiarezza il duplice fenomeno di **aumento di arrivi e presenze degli italiani** (a conferma dell'appeal delle Terme) a fronte della **riduzione dell'incidenza dei curisti sugli arrivi e delle cure sulle presenze**.

E' infatti possibile osservare che:

- la percentuale dei curisti sul totale degli arrivi è scesa dal 31,7% del 2005, al 26,7% nel 2006, al 24,2% nel 2007 ed al **21,7% del 2008**
- l'incidenza delle cure sulle presenze è passato dal 73,4% del 2005, al 65,7% del 2006, al 57,43% nel 2007 sino al **56,36% del 2008**;
- in generale la **permanenza media** di chi fa le cure è ancora relativamente coerente con il ciclo di cura, ma è comunque diminuita, passando dai 12,15 gg. del 2005 agli **11,73 del 2008**;
- cambia la **stagionalità**, che tipicamente era maggio-giugno e si distinguono due periodi di riferimento: **marzo - maggio** e **agosto - novembre**.

Queste indagini, unitamente alla prosecuzione dell'indagine sul profilo del **turista del weekend alle Terme** e all'analisi del modello di offerta con il **percorso di ascolto del sistema imprenditoriale termale**, hanno portato allo sviluppo di un **lavoro sull'innovazione del prodotto e su micro-progettualità**, avviati recentemente, con gruppi di imprenditori orientati allo sviluppo e alla specializzazione mirata di prodotti e modalità di offerta, in relazione a nuovi target, nuove domande, nuovi stili di fruizione: family hotel, SPA Day, sport- nordic walking, cicloturismo, segmento business, ecc.

Oggi occorre quindi **dare seguito allo sviluppo di micro-progettualità e al protagonismo del sistema imprenditoriale**, rafforzando il processo di riposizionamento di prodotto con una specializzazione imprenditoriale all'interno di complementarietà territoriale. Ma è anche fondamentale approfondire la conoscenza della domanda, avviando analisi mirate e approfondite della domanda potenziale, nei territori e nelle offerte concorrenti.