



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO  
MODENA

# IL TURISMO IN PROVINCIA DI MODENA

## Le strutture ricettive e il mercato alternativo Le scelte del turista nella prima estate del Coronavirus

Articolo 8 Statuto dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche  
Contributo consortile aggiuntivo  
Il Report 2020

Novembre 2020



Al fine di fornire ai soci un quadro sintetico e personalizzato delle dinamiche legate al settore turistico del territorio è stato avviato ad inizio 2019 un filone di indagine sul sistema di ospitalità locale, con approfondimenti sui singoli territori provinciali e confronti con il contesto regionale e nazionale.

Oltre a fornire lo scenario del turismo sul territorio oggetto di analisi, vengono approfondite tematiche di particolare interesse per il settore.

Questa quarta edizione presenta un quadro introduttivo di scenario, con i principali risultati delle indagini dirette alle imprese ricettive e alla popolazione italiana, svolte nel mese di settembre del 2020.

Segue un'analisi dello scenario turistico regionale e provinciale che si concentra sui seguenti dati:

- le imprese e gli addetti della filiera turistica locale
- l'analisi dell'andamento dei prezzi nelle strutture ricettive
- la digitalizzazione delle imprese
- il mercato alternativo (es. Airb&b, homeaway ecc.)
- le destinazioni turistiche



# Lo scenario Italia: indagini dirette alle imprese ricettive e alla popolazione italiana



dati settembre 2020

Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio



# Indagine alle imprese ricettive italiane

## *Metodologia*

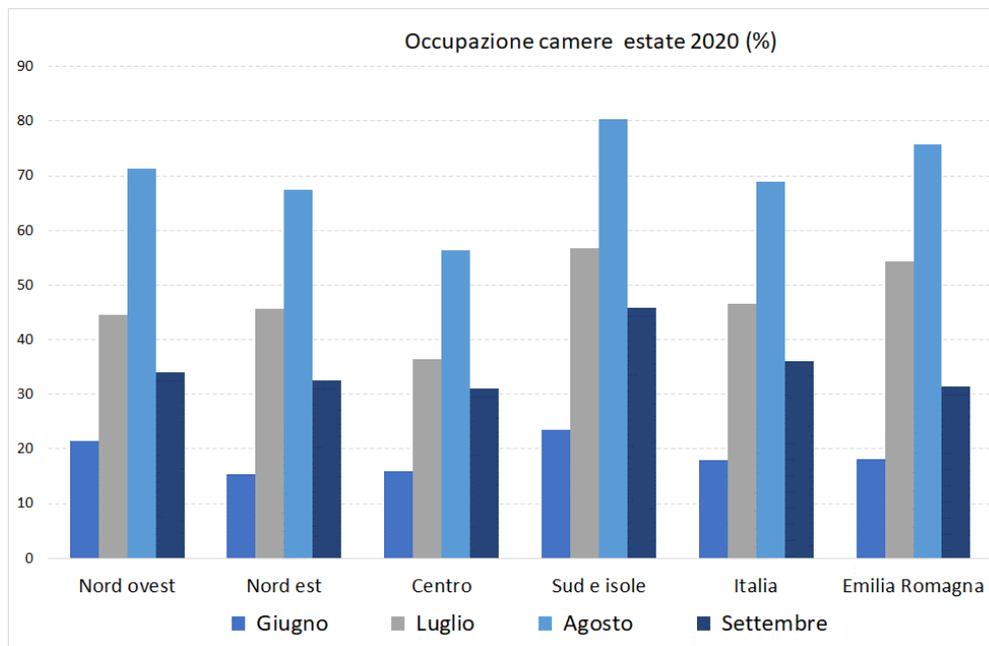
Nel periodo tra il 15 e il 27 settembre l'Isnart ha condotto una indagine sulle imprese ricettive italiane allo scopo di monitorare l'attuale fase di ripresa delle attività post emergenza sanitaria, verificandone l'impatto sia sotto il profilo degli effetti sull'offerta sia dal punto di vista della dinamica dei flussi turistici e delle caratteristiche di vacanza che vanno configurandosi.

Lo studio è stato realizzato tramite indagine CAWI ed indirizzato ad oltre 100.000 imprese ricettive.

All'indagine hanno risposto 2.700 imprese ricettive alberghiere e extralberghiere. Per l'analisi dei dati e il riporto all'universo delle imprese ricettive italiane è stato utilizzato un sistema di pesi ponderato per tipologia delle strutture e per area geografica.



## Andamento delle vendite nelle imprese ricettive italiane

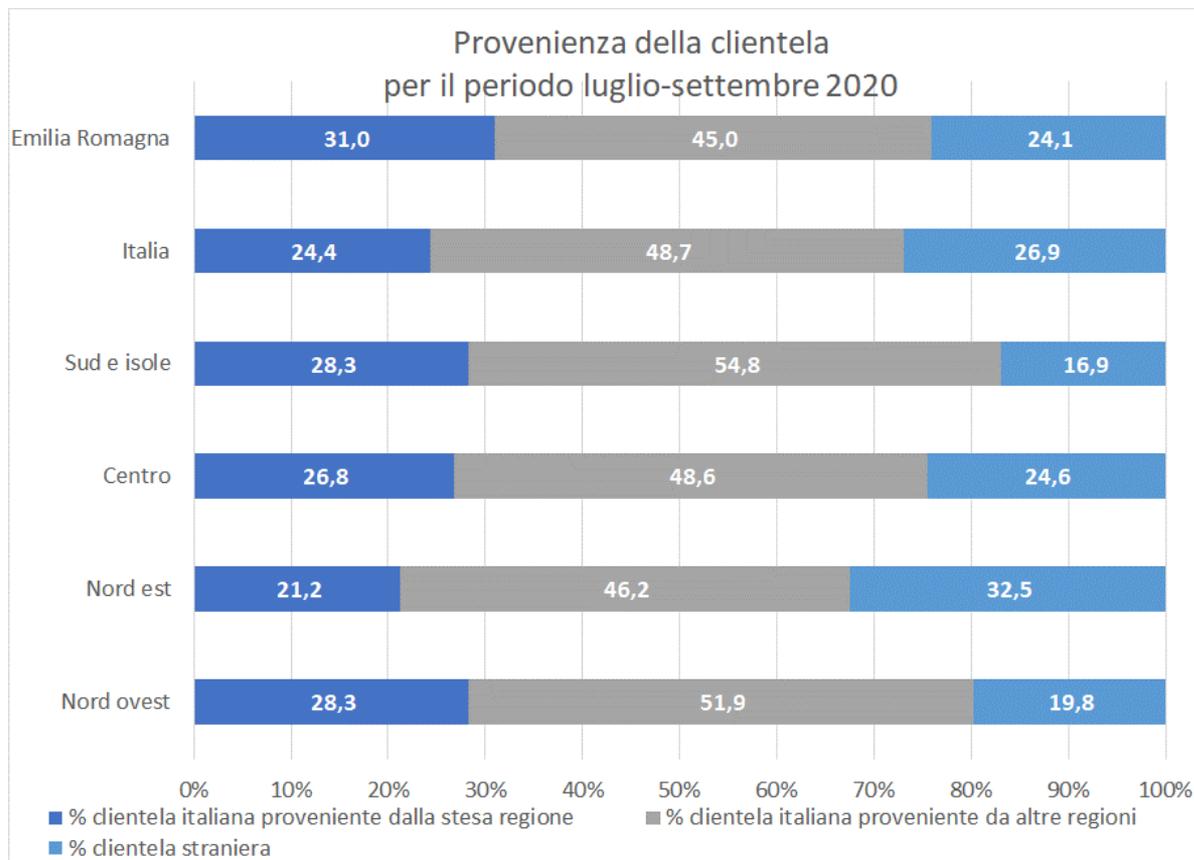


La vendita di camere in Italia è stata particolarmente contenuta nei mesi di giugno (appena il 18% il tasso di occupazione) e luglio (47%), mentre nel mese di agosto l'acquisto di camere si è fatto più sostenuto, occupando il 70% di quelle disponibili (73% nell'alberghiero) e dunque collocandosi leggermente al di sotto della media degli anni passati, con esiti relativamente migliori per destinazioni marine e rurali (72%) ma anche montane (67%). Con riferimento alle destinazioni urbane l'indagine ha consentito di distinguere tra le tradizionali grandi mete di vacanza italiane (con tassi di occupazione fermi al 54% nel mese di agosto, anche a causa della sostanziale assenza dei flussi internazionali che di norma in queste realtà assorbono circa due terzi delle presenze) e le altre città italiane che hanno invece sfiorato il 78% di occupazione ed hanno registrato un risultato molto positivo anche nel mese di settembre.

Le strutture ricettive dell'Emilia Romagna vendono in media solo il 18% delle camere disponibili a giugno, ma salgono fino ad una media di circa il 54% a luglio e al 76% ad agosto, per poi scendere nuovamente nel mese di settembre, con tassi di occupazione medi pari al 31%



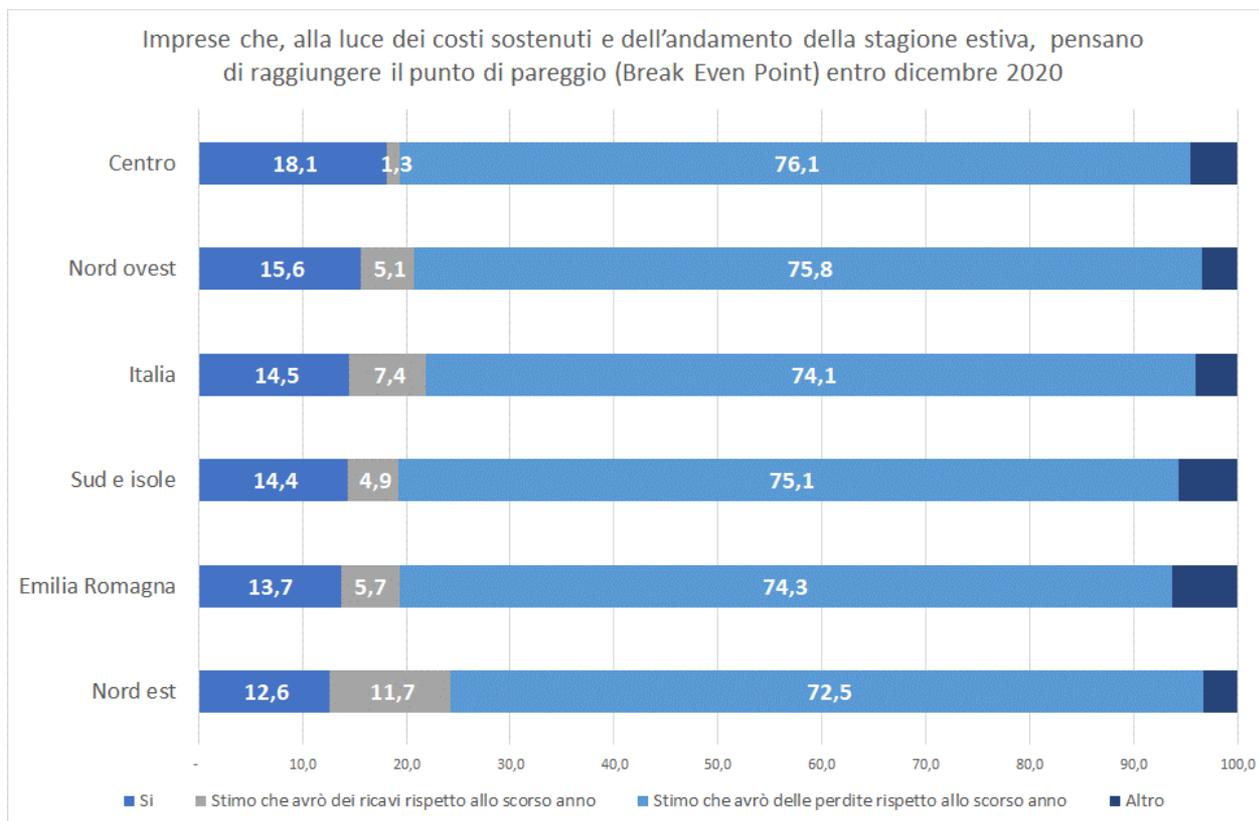
# Nelle imprese ricettive italiane 1 cliente su 2 proviene da altre regioni



Una clientela formata da una quota consistente di domanda italiana per le imprese ricettive, sia in Italia (73%) che nelle imprese dell'Emilia Romagna (76%), dove il 45% della clientela estiva proviene da altre regioni, mentre il 31% è emiliano-romagnolo. Il turista che viene dall'estero pesa in media sul 24% della clientela complessiva nella regione (poco meno del 26,9% della media del periodo nelle strutture ricettive italiane).



## Le imprese ricettive italiane: previsioni di bilancio



Alla luce dei costi sostenuti e dell'andamento della stagione estiva, appena il 15% delle imprese italiane intervistate prevede di presentare bilanci in pareggio per il 2020, una quota che in Emilia Romagna è, poco più bassa, pari al 13,7%.

La maggioranza delle imprese segnala, al contrario, la concreta possibilità di dover fronteggiare perdite di fatturato: è il 74,1% delle strutture ricettive italiane, quota analoga a quella della media delle imprese dell'Emilia Romagna (74,3%), regione dove però un esiguo 5,7% delle strutture prevede dei ricavi aggiuntivi rispetto al 2019.



# Indagine agli italiani

## *Metodologia*

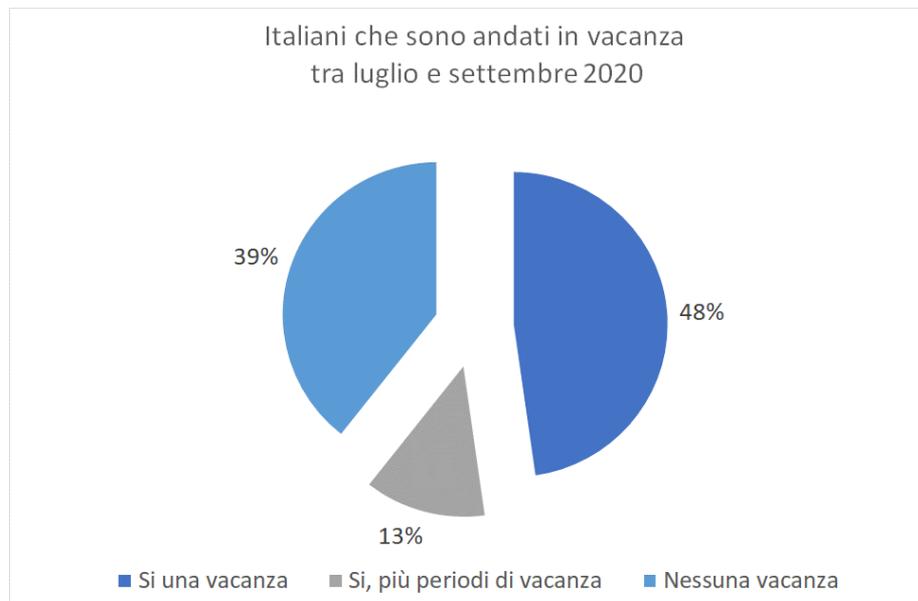
Per monitorare la domanda turistica interna, è stata condotta una rilevazione tra il 14 e il 24 settembre su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 2.000 individui.

Tale numerosità determina stime campionarie ad un livello di confidenza del 95% con un margine di errore dello (+/-) 1,5%.

La popolazione di riferimento è quella degli italiani maggiori di 18 anni. Il campionamento proporzionale è stato di tipo stratificato per genere, età e ripartizione geografica.

La metodologia adottata per la rilevazione del questionario, di durata complessiva media pari a circa 15 minuti, è stata quella C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviews), con questionario ad hoc

## Le vacanze estive degli italiani in tempi di Covid



Gli italiani che hanno svolto vacanze tra luglio e settembre 2020 sono stati, complessivamente, poco più di 27 milioni, circa il 20% in meno rispetto allo stesso periodo del 2019.

Di questi, la quasi totalità (96%) si è rivolta esclusivamente a destinazioni italiane, che hanno visto aumentare i propri visitatori di quasi il 5% rispetto all'estate 2019. Questo quadro va integrato con almeno due osservazioni: il buon risultato del turismo domestico ha solo marginalmente compensato il pressoché totale venir meno degli arrivi internazionali e, in secondo luogo, ben oltre la metà dei villeggianti, nella scelta dell'alloggio, si è indirizzata verso abitazioni (seconde case, appartamenti di proprietà o in affitto, ospite di parenti/amici) e campeggi, a svantaggio delle strutture alberghiere.

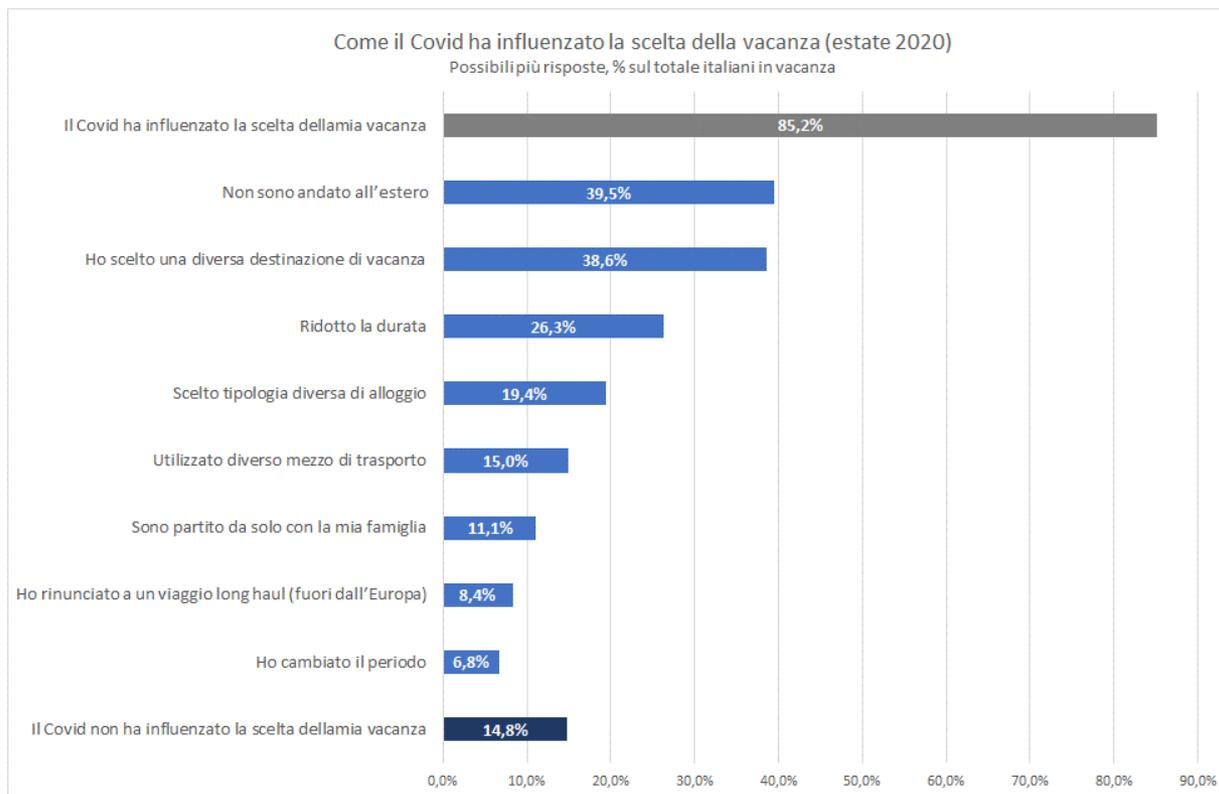


# Vacanze in Italia: cresce l'appeal di alcune destinazioni



Le principali regioni di destinazione degli italiani restano sostanzialmente invariate (Puglia, Campania, Sicilia, Calabria hanno accolto l'estate scorsa quasi 10 milioni di turisti italiani, pari al 40% del totale). Ciò che invece è mutato in maniera significativa è il peso relativo di alcune località di vacanza: si tratta in alcuni casi di regioni (Abruzzo, Molise e Umbria) con modeste dimensioni demografiche ma fortemente caratterizzate in termini territoriali, ambientali e naturalistici, la cui rilevanza turistica è più che raddoppiata nell'estate 2020 (per esempio, il notevole incremento dei flussi in Abruzzo ha fatto aumentare il peso di questa regione dal 2,6% del 2019 al 5,5%).

L'Emilia Romagna è, invece, nel gruppo che registra un calo di quote di mercato, con circa 1 milione e 641 mila turisti italiani, circa il 14% in meno rispetto all'estate 2019.



L'audacia verso Covid-19 esibita dai vacanzieri italiani prima dell'estate si è notevolmente ridimensionata all'atto della scelta di vacanza (appena il 15% degli intervistati si è dichiarato indifferente al virus). Oltre alla scelta di fondo di non varcare i confini nazionali, sono state diverse le modalità con cui gli italiani hanno fatto fronte al bisogno di sicurezza: quasi il 40% dei turisti ha individuato una destinazione di vacanza diversa da quella tradizionale o programmata, spesso accompagnandola ad una scelta dell'alloggio ritenuta più rassicurante e limitando alla propria famiglia la compagnia di viaggio.



# I Big Data nella provincia: filiera turistica, digitalizzazione delle imprese e il mercato alternativo delle abitazioni private



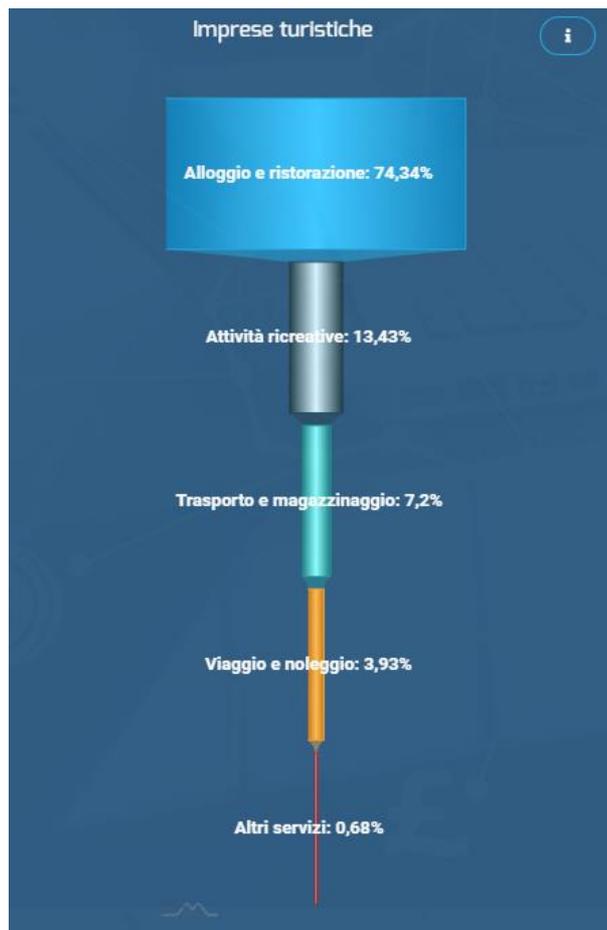
dati 2020

[www.turismobigdata.isnart.it](http://www.turismobigdata.isnart.it)

Foto: Fotolia



# Imprese e addetti della filiera turistica Emilia Romagna



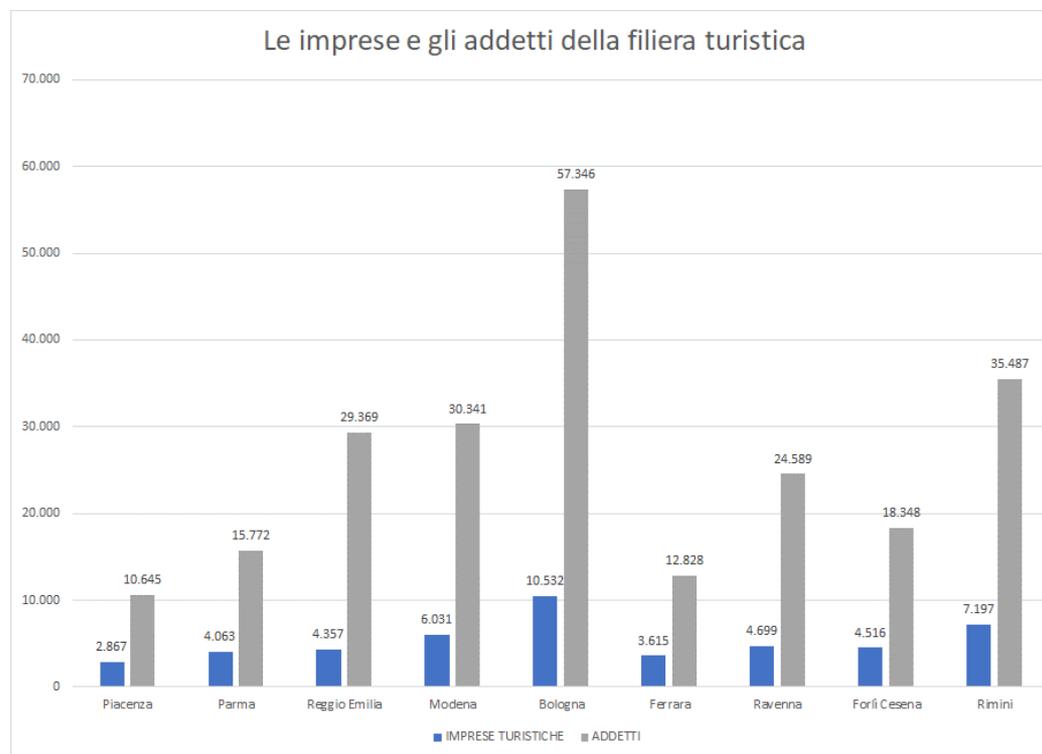
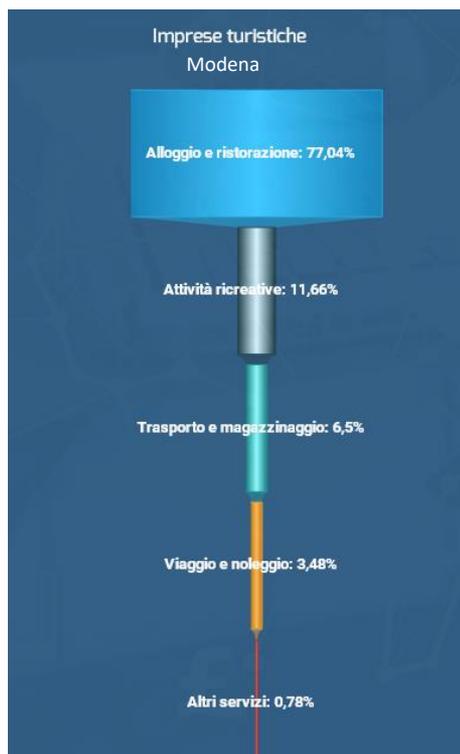
La filiera turistica allargata della regione conta quasi 47,9 mila imprese (il 7,6% delle imprese turistiche sul territorio nazionale) e 627,6 mila addetti (9,2% degli addetti impiegati in queste imprese in Italia).

Il settore alloggio (strutture ricettive alberghiere e complementari) e ristorazione (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) costituisce il 74,3% dell'offerta complessiva di filiera, mentre le imprese legate alle attività ricreative sono il 13,4%, quelle di trasporto e magazzinaggio il 7,2% e le imprese di viaggio e noleggio il 3,9%.

## La filiera turistica

	Imprese	Addetti
Emilia Romagna	47.877	234.725
Italia	627.587	2.542.202
% Emilia Romagna su Italia	7,6	9,2

# Imprese e addetti della filiera turistica Emilia Romagna



La provincia di Modena è terza, dopo quelle di Bologna e Rimini, per numero di addetti legati alla filiera turistica: oltre 30,3 mila addetti impiegati in circa 6 mila imprese, delle quali il 77% sono strutture di alloggio e imprese di ristorazione (ristoranti, pizzerie, bar, caffè, pasticcerie, ecc.), il 12% attività ricreative, il 6,5% attività di trasporto e magazzinaggio e il 3,5% viaggi e noleggi.



### *Metodologia*

La sezione relativa ai prezzi riporta i prezzi medi applicati on line nelle strutture ricettive e la quota di commercializzazione sui principali portali di vendita del settore (dati Google), dati che sono presentati anche in confronto storico negli ultimi tre bimestri di rilevazione, suddivisi tra strutture alberghiere e strutture extralberghiere. Per il prezzo medio delle strutture alberghiere è riportato il prezzo per categoria ricettiva. Infine, è presente un dato che riporta la quota di strutture ricettive che hanno il sito web.

La ricerca dei prezzi è rilevata tramite crawling su Google/Bing su 130 mila imprese ricettive (elenco realizzato da Isnart tramite OPENDATA) il relativo aggiornamento viene effettuato ogni due mesi.

La sezione relativa ai Social network riporta i dati sulle presenze on line delle strutture ricettive: presenza su Facebook, capacità di engagement (numero di like), n. check-in (dati Facebook).

La sezione dedicata alla reputazione on line delle strutture ricettive del territorio riporta il numero di recensioni on line e la relativa valutazione media su Google, Booking e Tripadvisor.

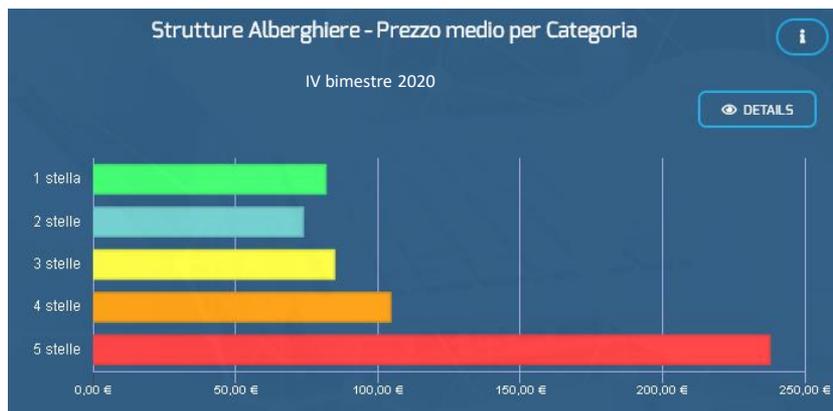
La sezione relativa al mercato alternativo riporta i dati della banca dati AIRDNA che registra i dati su AirBnB ed in particolare:

- il totale delle prenotazioni negli appartamenti per intero, nelle camere private, nelle camere in condivisione e nelle camere di hotel presenti su AirBnB. Sono dati visionabili in trend negli ultimi 13 mesi;
- tasso di occupazione, numero camere vendute sul totale disponibile
- ricavo medio dell'alloggio/camera (in euro), come rapporto delle entrate diviso il numero delle camere (incluse le non vendute),
- entrate complessive in €.



# Analisi dell'andamento dei prezzi

## Regione Emilia Romagna



I prezzi medi applicati sui grandi portali on line per gli hotel della regione sono pari a 82 euro per una camera doppia negli hotel 1 stella (75 euro la media Italia), 74 euro per i 2 stelle (84 euro la media Italia), 85 euro per i 3 stelle (96 euro la media Italia), 105 euro per i 4 stelle (129 euro la media Italia), 238 euro per i 5 stelle (310 euro la media Italia), con un trend del numero di offerte disponibili on line in progressivo calo fino al periodo di maggio-giugno ed una ripresa delle disponibilità di luglio-agosto.





## Analisi dell'andamento dei prezzi nella provincia di Modena

Sul mercato on line dei grandi portali di vendite del settore le strutture ricettive della provincia di Modena sono proposte in prevalenza su Booking (28,5% delle offerte) con un prezzo medio di 86 euro circa per una camera doppia.

Il secondo portale OTA è Expedia (13,2%) con un prezzo medio di 96 euro, seguito da Hotels (12,4% delle offerte on line della provincia) che propone camere con un prezzo medio di 98 euro.

Segue FindHotel (10% delle offerte) con prezzi più bassi, pari in media a 76 euro per la camera doppia in provincia.

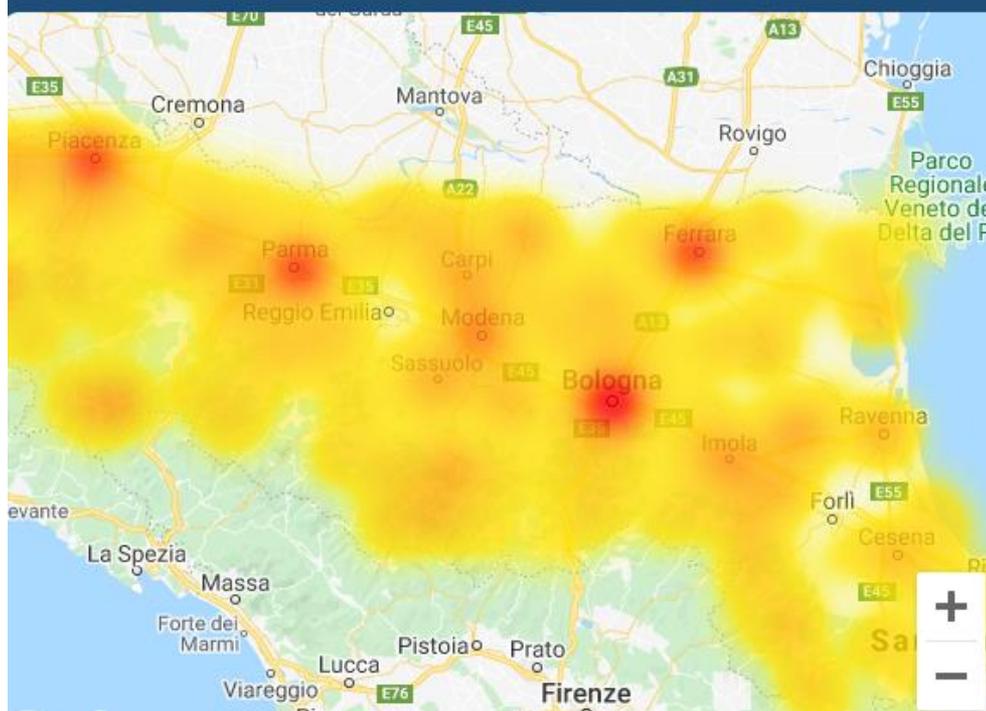
	Prezzo medio in €	Peso % dell'offerta
Booking	85,62	28,5
Hotels	98,38	12,4
Expedia	95,96	13,2
HRS	89,24	7,4
Tripadvisor	80,00	9,4
FindHotel	76,26	10,0
Agoda	81,59	5,0
Media singoli siti	91,64	14,1



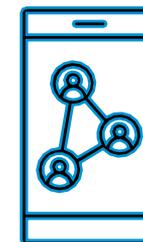
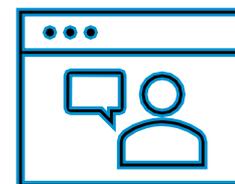
# Digitalizzazione delle imprese: social network



## Territorio & social



Sono poco più di mille le imprese turistiche della provincia con una pagina dedicata su Facebook, una presenza sui social network che conta 8,9 mila like in media ricevuti nel 2020 e 7,6 mila check in (valori medi per ogni pagina-impresa).



## Social network

### Profili pubblici su Facebook-imprese turistiche

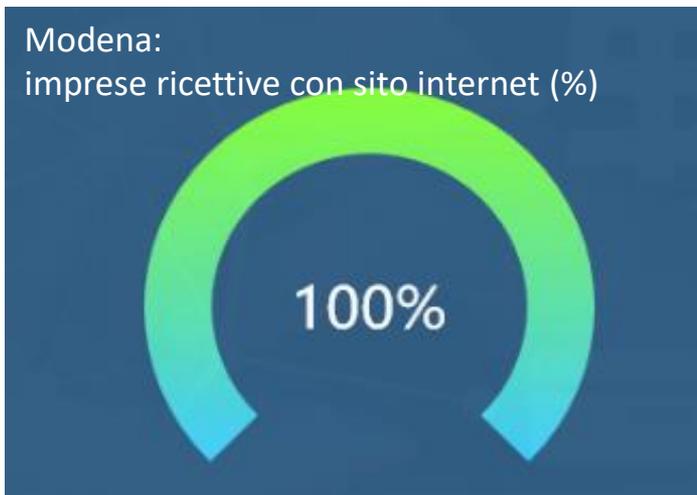
	Modena	Emilia Romagna	Italia
Aziende presenti	1.094	7.060	124.071
Capacità di Engagement (media)	8.881	8.016	6.060
Checkin (media)	7.589	5.795	4.471



# Digitalizzazione delle imprese: i siti web e la banda larga



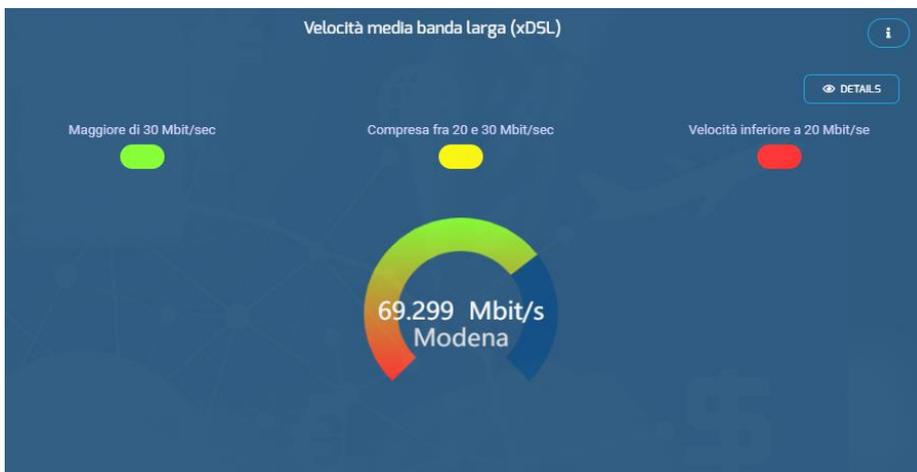
Modena:  
imprese ricettive con sito internet (%)



Il sito web per proporre offerte e promozioni o anche solo per presentare le facilities della propria struttura è uno strumento adottato da tutte le imprese ricettive della provincia di Modena.

Sul territorio la diffusione della banda larga ha una velocità di connessione elevata, arrivando a superare in media i 30 Mbt/s.

Fonte: <https://turismobigdata.isnart.it>, dati Google-Bing IV bimestre 2020



Fonte: <https://turismobigdata.isnart.it>, elaborazione su dati Agcom 2020





## la reputazione on line

Tra i grandi portali di recensione on line, Booking è primo per visibilità: ha quasi 40 mila recensioni delle strutture ricettive della provincia di Modena (6,5% delle recensioni dell'Emilia Romagna), con una valutazione media pari a 4,3 (in una scala da 1 a 5).

Secondo Google che ospita circa 37 mila recensioni delle strutture ricettive della provincia (7% del totale regionale) e la valutazione media di 4,2 per i vari post rilasciati dalla clientela.

Terzo Trip Advisor, con 23,2 mila recensioni (il 4,2% di quelle della regione) e una valutazione media per le strutture della provincia presenti pari a 4.



Numero recensioni		
	% Modena su Emilia Romagna	% Emilia Romagna su Italia
Google	7,0	5,7
Booking	6,5	6,4
Tripadvisor	4,2	6,0

Fonte: <https://turismobigdata.isnart.it>, elaborazione su dati Google-Bing IV bimestre 2020



## le prenotazioni su Airbnb

Per le prenotazioni sul mercato degli affitti brevi dei privati (intera casa/appartamento, stanze private, stanze condivise) offerti sul portale Airbnb per la provincia di Modena si registra un andamento tipico stagionale, con un calo ad inizio anno che per questo 2020 è proseguito e si è ampliato in seguito alle misure di restrizione indotte dal Covid-19.

Scendono dunque le prenotazioni a partire dai mesi di lockdown e per tutto il resto dell'anno (negli appartamenti affittati per intero in marzo -60%, in aprile -70,7%, a maggio -63,5%, a giugno -52,5%), con un timido miglioramento a 1,5 mila ad agosto), rimanendo comunque nettamente al di sotto di quelle dell'estate 2019 (-39,8% luglio, -40,7% agosto)

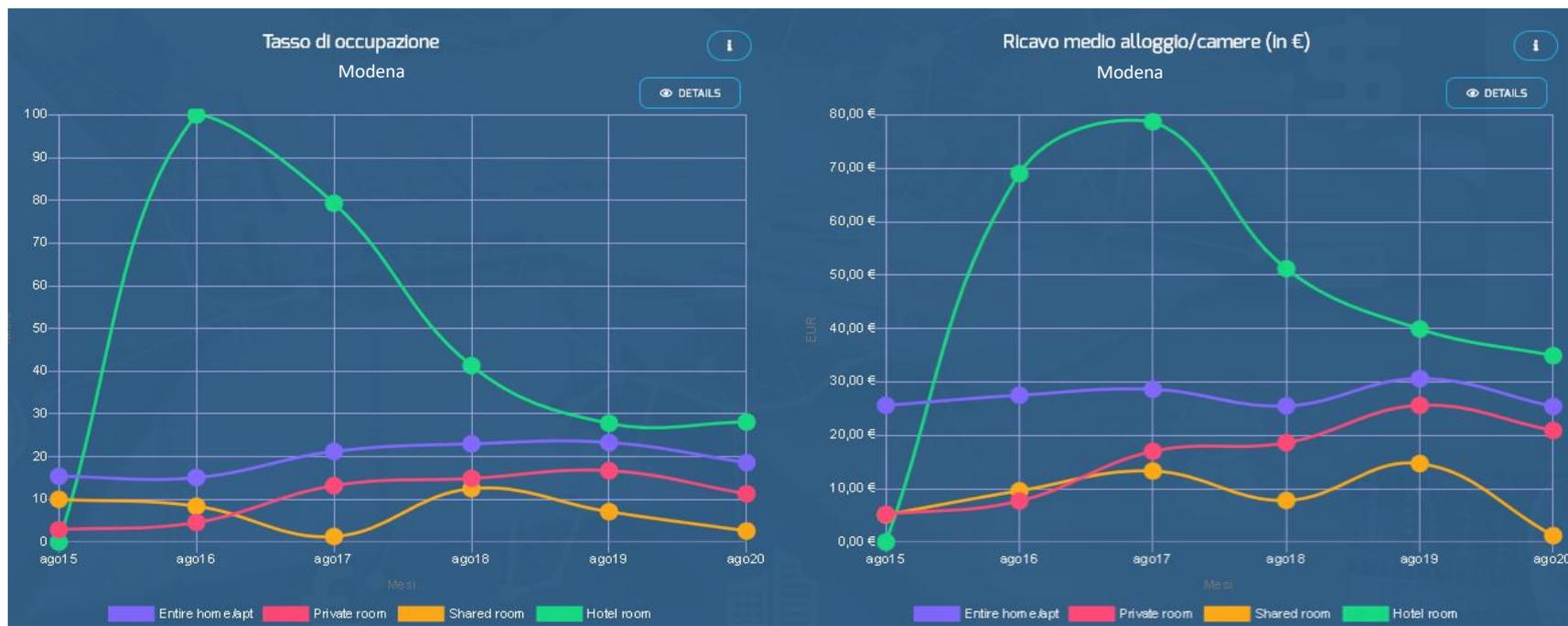




## tasso di occupazione e ricavi degli alloggi

Per il mese di agosto il tasso di occupazione degli appartamenti privati dati in locazione per intero nella provincia di Modena è mediamente pari al 18,6% (più basso del 23,3% dell'agosto 2019), con un ricavo medio per il gestore pari a 25 euro (31 euro nel 2019).

Per le stanze private il tasso di occupazione nell'agosto del 2020 è pari ad 11,3% (16,7% nello stesso periodo del 2019) con un ricavo medio di 21 euro (26 euro nel 2019).





## quanto rende al privato che offre on line

La curva che segue descrive l'andamento delle entrate complessive delle strutture presenti su Airbnb, con una tipica flessione nei primi mesi dell'anno, ampliata dall'effetto lockdown (in marzo -49,1% le entrate degli appartamenti per intero, in aprile -58,7%, a maggio -58%) e un trend al di sotto di quello del 2019 che prosegue per il resto dell'anno, nonostante i segnali di ripresa in estate, con entrate più elevate dei mesi precedenti ma sempre più basse di quelle del 2019 (-44,2% giugno, -33,3% luglio, -19,8% agosto).





ISNART

# Le destinazioni turistiche



CAMERA DI COMMERCIO  
MODENA



<http://www.revealsrl.it/simoo/gui/>

Foto: Fotolia

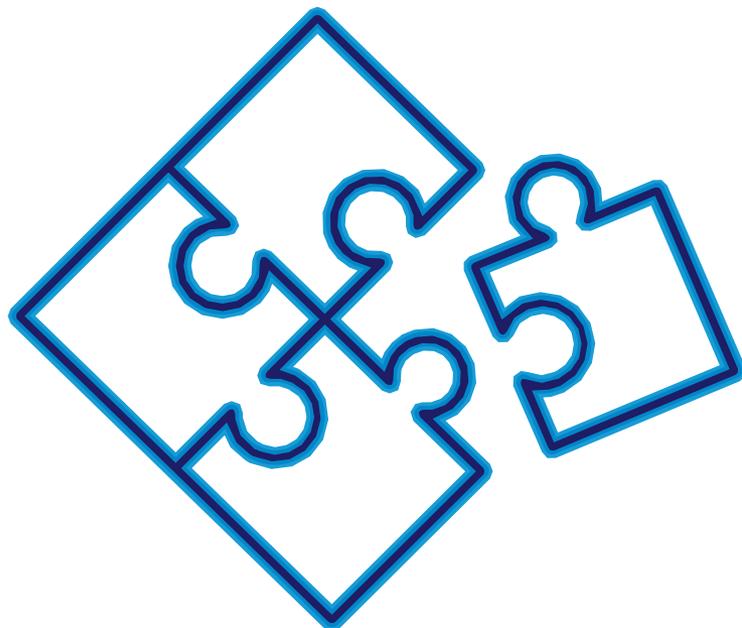


ISNART

# Le destinazioni turistiche dell'Emilia Romagna



CAMERA DI COMMERCIO  
MODENA



Area Pedecollinare Bologna-Modena (BO)

Bassa Parmense (PR)

Bassa Reggiana (RE)

Delta del Po - ER (FE)

Montagna Bolognese (BO)

Montagna Modenese (MO)

Romagna Forlivese (FC)

Terre di Faenza (RA)

Val Trebbia (PC)

Valconca (RN)

Le destinazioni della regione, sulle quale si sta lavorando sul portale Simoo++

<http://www.revealsrl.it/simoo/gui/>



# La destinazione turistica della provincia di Modena



Sito web	<a href="https://www.inappenninomodenese.it/">https://www.inappenninomodenese.it/</a>
Ente gestore	DT Bologna Metropolitana e Modena
DMO, DMC o ambito	DT Bologna Metropolitana e Modena
Sito DMO	<a href="https://www.emiliaromagnawelcome.com">https://www.emiliaromagnawelcome.com</a>
Note	<a href="https://emiliaromagnaturismo.it/it/natura-outdoor/parchi-naturali/parco-regionale-alto-appennino-modenese">https://emiliaromagnaturismo.it/it/natura-outdoor/parchi-naturali/parco-regionale-alto-appennino-modenese</a>

Comprensorio Montagna Modenese

Comuni FANANO FIUMALBO FRASSINORO GUIGLIA LAMA  
MOCOGNO MONTECRETO MONTEFIORINO MONTESE PAVULLO NEL  
FRIGNANO PIEVEPELAGO POLINAGO RIOLUNATO SERRAMAZZONI SESTOLA ZOCCA

