

20.12.2018

Vacanze di Natale 2018: aspettative della piazza turistica ticinese

INCHIESTA

O-Tur

Tel +41 58 666 4666
Fax +41 58 666 4662

Via Maderno, 24 - CP 4361
CH-6904 Lugano

www.otur.usi.ch
otur@usi.ch

Vacanze di Natale 2018

Tradizionalmente, da un punto di vista statistico, con il mese di ottobre si conclude il periodo, iniziato a maggio, della bella stagione. Ritenuto dalla maggior parte degli operatori ticinesi il momento più importante dell'anno per quanto riguarda le presenze turistiche, il periodo estivo è in grado di offrire ai propri viaggiatori un clima mite, estati soleggiate e fresche, ed un'offerta variegata di eventi su gran parte del territorio.

Al contrario, storicamente, i mesi invernali rappresentano il periodo in cui si registra un minor numero di pernottamenti, numerose strutture ricettive sospendono la propria attività per un periodo di riposo, i servizi dedicati alla pratica degli sport invernali sono relativamente limitate rispetto all'offerta estiva e la varietà di eventi ricreativi è minore. Se, in particolare, si prendono in esame i mesi di dicembre e gennaio, si può notare come il numero di prenotazioni sia piuttosto esiguo, nonostante quello che ci si potrebbe aspettare visto il lasso di tempo maggiore di cui i viaggiatori possono disporre data la presenza delle vacanze natalizie. In termini quantitativi, considerando ad esempio gli ultimi 5 anni, si nota che i pernottamenti registrati nei mesi di dicembre e gennaio rappresentano in media rispettivamente il 3.3% e il 2.8% di quelli annuali, con una permanenza media registrata per il bimestre di 1,8 giorni.

Questa premessa sottolinea ancora una volta la problematica della stagionalità, tema ormai messo in evidenza in maniera regolare dall'Osservatorio da diversi anni. Le varie strutture si trovano di fronte alla necessità di dover sviluppare nuove prospettive ed ulteriori attrattive anche durante i mesi invernali per fronteggiare un turismo diverso rispetto al passato. A tal scopo, per poter competere con le strutture presenti in altre destinazioni della Svizzera nelle quali il turismo invernale appare ormai maggiormente sviluppato e consolidato da molti anni, è necessario uno sforzo superiore da parte delle strutture ticinesi in termini di offerta e promozione.

Relativamente a quanto detto, la presente inchiesta ha lo scopo di mettere in evidenza quelle che sono le aspettative degli operatori ticinesi in merito all'andamento della domanda turistica durante il periodo che va da sabato 22 dicembre 2018 a domenica 6 gennaio 2019. Gli elementi che vengono presi in considerazione fanno riferimento alla durata media del soggiorno, al livello di occupazione delle camere e ai fattori che influenzano una buona riuscita delle vacanze natalizie. I risultati che vengono presentati si riferiscono a una raccolta dati condotta tra lunedì 3 dicembre 2018 a mercoledì 13 dicembre 2018 comprendente un campione di 43 strutture. Nello specifico, si tratta di una indagine che viene effettuata per la prima volta durante questo periodo dell'anno, in grado di porre l'attenzione e di approfondire quelle che potrebbero essere le problematiche riscontrate dagli operatori nel corso del periodo natalizio, allo scopo di individuare occasioni di crescita e stimolo.

Analizzando le risposte fornite dagli intervistati in merito all'intenzione di rimanere aperte durante il periodo di Natale, i risultati presentati nella Figura 1 mostrano come 23 strutture (53%) hanno dichiarato di rimanere aperte dal 22 dicembre 2018 al 6 gennaio 2019, al contrario 20 strutture hanno preventivato un periodo di chiusura. Come accennato in precedenza, i motivi che potrebbero aver spinto tali strutture a rimanere chiuse potrebbero essere ricercati nel numero esiguo di prenotazioni ricevute oppure allo scopo di riservarsi un momento di riposo dopo la stagione estiva.

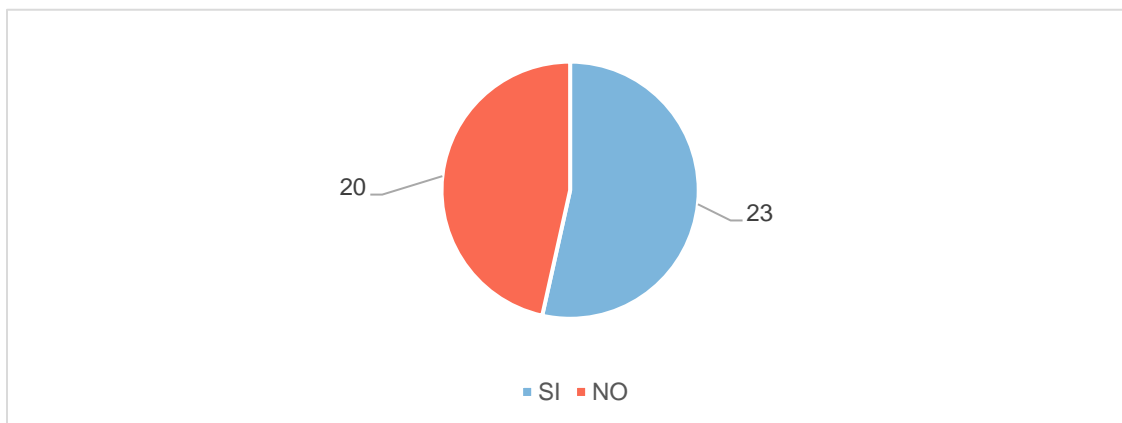


Figura 1 - Strutture che hanno intenzione di rimanere aperte durante le vacanze natalizie

Alle 23 strutture che rimarranno aperte durante il periodo natalizio è stato chiesto di indicare, tramite una scala da *per nulla importante* a *molto importante*, il rilievo delle vacanze di Natale in riferimento al fatturato registrato durante l'intera annata.

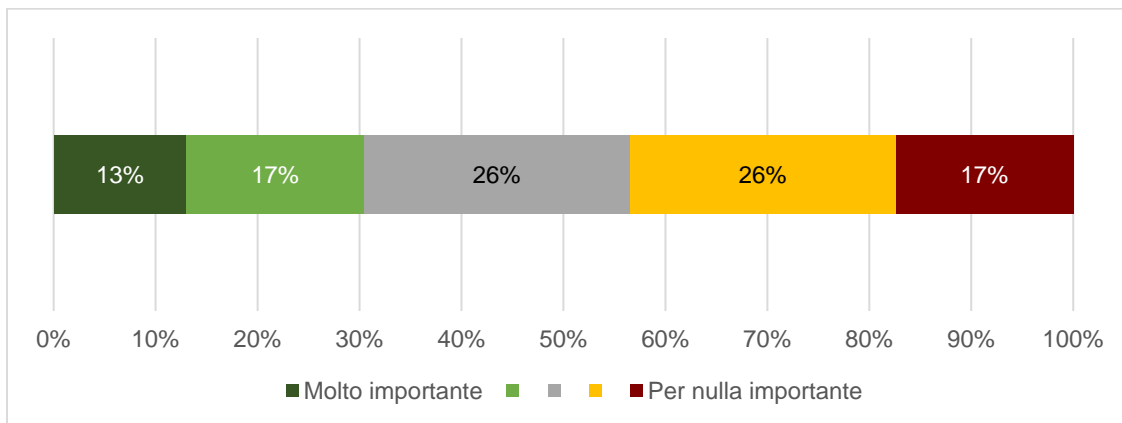


Figura 2 – L'importanza attribuita alle vacanze natalizie, dato il fatturato registrato durante l'anno

Sulla base del fatturato conseguito durante l'anno, 6 strutture (26%) ritengono il periodo di Natale *indifferente*, 4 (17%) lo considerano *importante* mentre per 3 operatori (13%) il periodo natalizio è da ritenersi *molto importante*. Dall'altro lato, per 6 (26%) rispondenti le vacanze di Natale sono un periodo *poco importante* rispetto all'intero fatturato annuale.

Un altro aspetto toccato dalla presente inchiesta è quello relativo all'incidenza delle vacanze natalizie sui pernottamenti registrati tra i mesi di dicembre e gennaio. Nel dettaglio, la Figura 3 mette in luce che per 12 strutture al massimo il 30% dei pernottamenti in tale bimestre è attribuibile alle vacanze di Natale invece per 7 rispondenti la percentuale arriva fino al 50-70%.

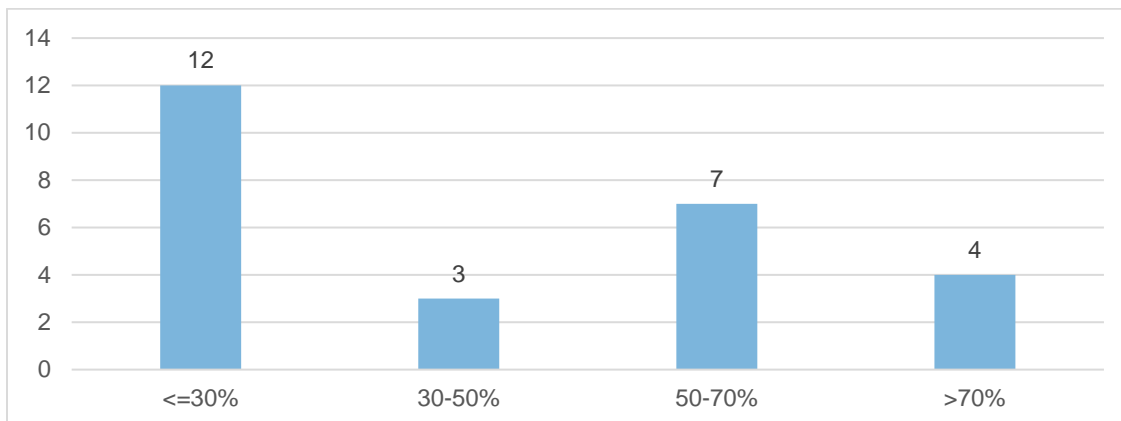


Figura 3 – Pernottamenti (%) registrati nel bimestre dicembre-gennaio attribuibili al periodo di Natale

Per quanto concerne l'andamento delle prenotazioni, in aggregato, 9 rispondenti le ritengono *buone* o *soddisfacenti* al contrario per 7 strutture ricettive risultano esseri *mediocri*. E' inoltre necessario sottolineare che 3 strutture di alloggio non hanno ancora ricevuto prenotazioni.

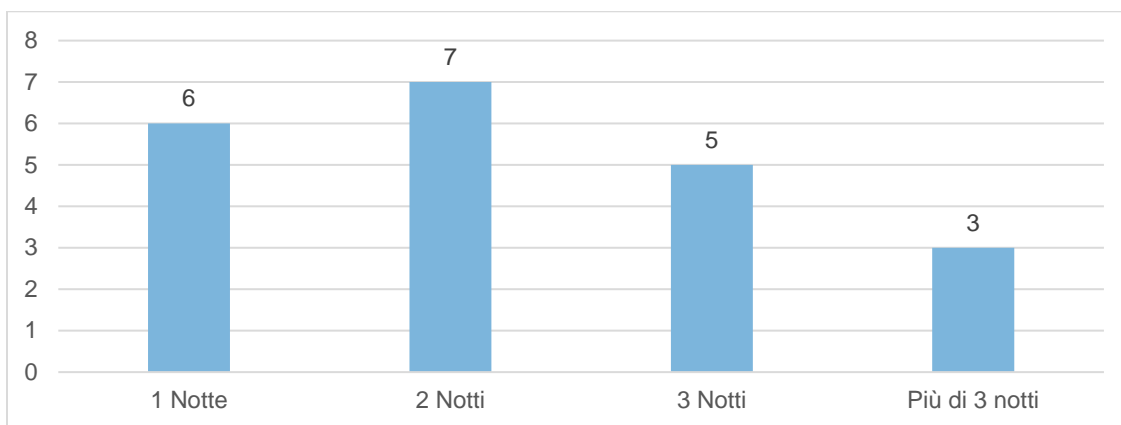


Figura 4 – Durata media del soggiorno

Tra le 20 strutture che hanno ricevuto prenotazioni durante il periodo di Natale, la durata media del soggiorno è pari a 1.5 notti, dal momento che la maggior parte delle strutture ha registrato prenotazioni tra 1 notte (6) e due notti (7). Questo risultato, seppur ottenuto da un campione di 20 strutture ricettive, sembra essere linea con la permanenza media fornita dalle statistiche ufficiali HESTA. Infatti, negli ultimi 5 anni la permanenza media nei mesi tra dicembre e gennaio è pari a 1.8 giorni. Ciò porta concludere che non ci sia una vera incidenza della vacanze natalizie sui pernottamenti registrati in questo bimestre e che quindi le misure adottate fino ad ora non

sembrano essere sufficienti ad incrementare le presenze turistiche nonostante il periodo di vacanza. Dando uno sguardo alle previsioni sull'occupazione delle camere ciò che emerge dalla Figura 5 è che, in aggregato, 12 strutture hanno risposto di aspettarsi un'occupazione media delle camere oltre il 40%. Infatti, rispettivamente 5 e 7 strutture hanno dichiarato un'occupazione media delle camere pari al 41-60% e oltre il 60%. Tuttavia, emerge un altro aspetto, ovvero, che per 7 operatori l'occupazione media delle camere si prospetta essere al massimo del 20%.

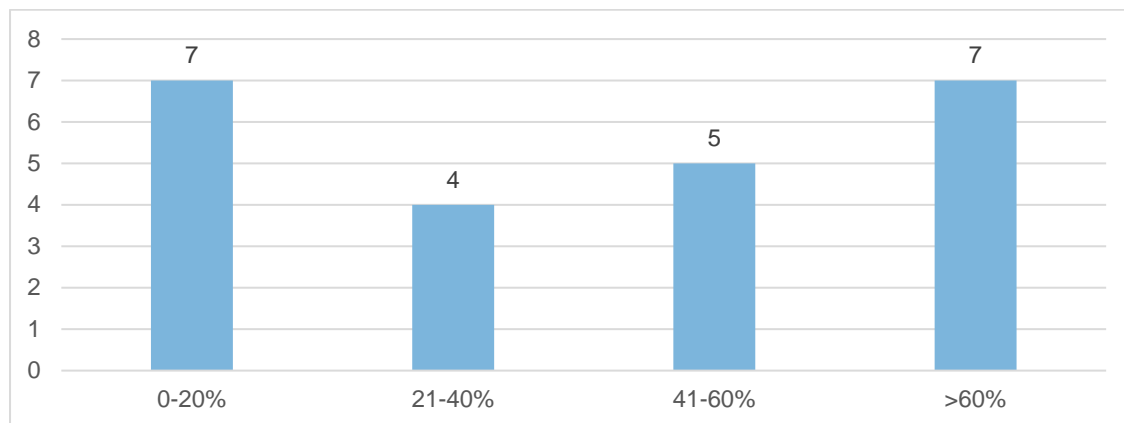


Figura 5 – Camere occupate

Per un buon risultato durante il periodo natalizio, agli operatori è stato chiesto di indicare quale fosse l'importanza dei seguenti fattori: gli eventi organizzati sul territorio, le promozioni e le offerte *ad hoc* (sconti e pacchetti dedicati ai turisti), la mobilità e accessibilità in Ticino (AlpTransit, Ticino Ticket, etc) e le condizioni meteo. Nel dettaglio, la Figura 6 mostra che, in aggregato, 12 strutture (52%) considerano le condizioni meteorologiche un fattore *importante* o *molto importante* per buon risultato durante le feste natalizie, 4 (17%) operatori lo ritengono un fattore *indifferente* invece 2 (9%) giudicano la meteo un fattore *per nulla importante*.

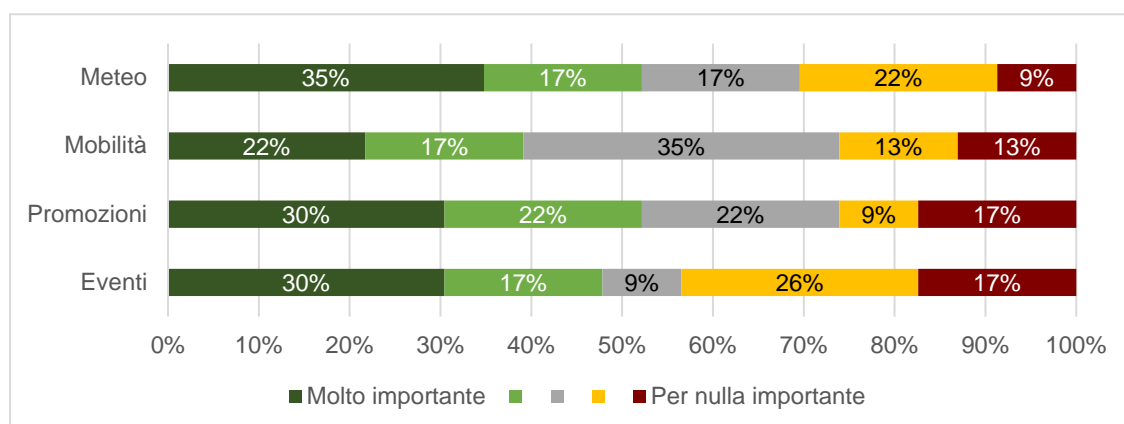


Figura 6 - Fattori per una buona riuscita delle vacanze natalizie

La mobilità e l'accessibilità in Ticino è ritenuta da 5 (22%) rispondenti un fattore *molto importante*, da 4 (17%) operatori un fattore *importante* mentre 8 (35%) strutture affermano che è *indifferente*.

In riferimento alle promozioni e offerte *ad hoc*, la Figura 6 mostra che, in aggregato, 12 (52%) intervistati ritengono tale fattore almeno *importante* per una buona riuscita delle vacanze di Natale, mentre per 2 (9%) e 4 (17%) strutture ricettive è un elemento rispettivamente *poco importante* e *per nulla importante*. Per 7 (30%) operatori gli eventi organizzati sul territorio sono un fattore *molto importante*, 4 (17%) lo considerano *importante* mentre in aggregato per 10 (43%) strutture di alloggio gli eventi organizzati sul territorio ticinese sono un fattore *poco importante* o *per nulla importante*. I risultati appena presentati evidenziano come il fattore meteorologico sia l'elemento più importante per conseguire un buon risultato durante il periodo di Natale. Tale evidenza è in linea anche con quanto era stato dichiarato dagli operatori del settore turistico nell'inchiesta sulle aspettative di Pasqua 2018. Infatti, anche in quell'occasione, la meteo era stata ritenuta un fattore imprescindibile per la buona riuscita del weekend pasquale.

Da questo confronto è possibile dedurre che, da un lato, è normale ritenere le condizioni meteo un fattore molto importante in quanto il lasso di tempo considerato è breve (per le vacanze natalizie circa due settimane invece per la Pasqua un weekend allungato), dall'altro, significa voler vincolare le *performance* della propria struttura a un fattore indubbiamente poco stabile. Sarebbe pertanto opportuno cercare di sviluppare ulteriormente gli altri fattori, come le offerte e le promozioni ad hoc o l'organizzazione di eventi sul territorio, che a differenza della meteo possono essere pianificate con largo anticipo.

Infine, rispetto alle vacanze natalizie dello scorso anno, secondo 8 rispondenti i pernottamenti saranno *di meno*, 6 ipotizzano che saranno *uguali* mentre secondo 7 strutture ricettive le presenze turistiche saranno *di più* rispetto al 2017.

L'indagine e la descrizione del campione

La presente inchiesta condotta da O-Tur fa riferimento a una raccolta dati condotta tra lunedì 3 dicembre 2018 e mercoledì 13 dicembre 2018. In totale sono state contattate 120 strutture ricettive per un tasso di risposta pari al 36% (43 strutture di alloggio). Tra i 43 operatori turistici ticinesi che hanno risposto al sondaggio, la maggior parte di essi (18) è situata nella regione del Lago Maggiore e Valli, 14 sono localizzati nel Luganese invece i restanti 11 sono distribuiti tra il Mendrisiotto (1) e il Bellinzonese (10). Per quanto riguarda la tipologia di alloggio, 31 strutture sono Hotel, 5 sono B&B invece 7 sono distribuite tra campeggi, capanne e appartamenti di vacanza. Tra gli hotel intervistati, oltre la metà sono strutture a 3 stelle, seguite dai 0-2 stelle e dai 4 stelle.

Contatti



Autore
Andrea Pellegrini
Collaboratore O-Tur
andrea.pellegrini@usi.ch



Autore
Stefano Scagnolari
Responsabile O-Tur
stefano.scagnolari@usi.ch



Università
della
Svizzera
italiana
