

## **Comunicato stampa n. 21 del 12 maggio 2006**

### **PER UNA NUOVA STAGIONE DEL TURISMO SAVONESE**

Il turismo riveste nell'economia savonese un ruolo di primo piano, ma è sempre più esposto alla concorrenza internazionale e subisce un processo di erosione di quote di clientela.

La Camera di Commercio di Savona riconosce il valore strategico della conoscenza dei sistemi economici locali, quale base informativa e di analisi necessaria all'impostazione delle politiche camerali ma, soprattutto, ai processi decisionali e di governo del territorio, concertati con gli enti locali e le istituzioni economiche.

“Al fine di impostare efficaci azioni di promozione e sostegno del settore turistico, la Camera di Commercio di Savona ha necessità di implementare le informazioni di cui dispone in materia turistica, in modo che i dati raccolti non siano soltanto di carattere quantitativo, ma anche qualitativo. Il turismo costituisce infatti l'attività economica con il più elevato livello di integrazione tra le diverse componenti del sistema economico; presenta inoltre importanti effetti diretti e indotti nell'intera economia e altrettanto rilevanti ricadute occupazionali” ha dichiarato il presidente della Camera di Commercio, Giancarlo Grasso.

“I convegni e l'attività di analisi e studio realizzati in questi anni dalla Camera di Commercio di Savona costituiscono una solida base di conoscenza del settore e hanno contribuito a diffondere la cultura del turismo tra gli operatori pubblici e privati, nella crescente consapevolezza che realizzare azioni di promozione turistica significa promuovere e valorizzare l'intero territorio. Mi riferisco dunque non soltanto alle risorse naturalistiche, ma anche alla cultura nel senso più ampio del termine, quindi alla storia, alle tradizioni, anche gastronomiche, ai prodotti tipici, agli eventi che caratterizzano il territorio” ha proseguito il presidente Grasso.



## L'indagine sugli esercizi alberghieri della provincia di Savona

“Il 2005 non è risultato un anno turisticamente generoso per l'Italia e anche la nostra provincia, che risulta tra le prime dieci destinazioni preferite in Italia, ha subito negli ultimi anni una progressiva perdita di competitività” ha esordito Massimo Parodi, rappresentante in Giunta per il settore turismo. “Nel convegno organizzato dall'Ente camerale il 7 febbraio scorso alla Fortezza del Priamar, amministratori, operatori ed esperti del settore hanno concordato circa la necessità di varare iniziative di marketing su vasta scala per promuovere e rilanciare l'immagine del territorio, lavorando nel contempo all'innalzamento della qualità delle strutture e della professionalità degli operatori. Seguendo tali indicazioni, l'Ente camerale ha realizzato questa prima indagine sugli esercizi alberghieri, per conoscerne meglio gli standard e le caratteristiche strutturali, con la consapevolezza che, se ben riorganizzata, l'attività turistica può costituire, con le sue caratteristiche di trasversalità, un potente volano di sviluppo e di crescita economica per la nostra provincia. L'analisi dei risultati - ha proseguito Massimo Parodi - evidenzia che alla perdita di quote di mercato la provincia sta reagendo con il rinnovamento dell'offerta di strutture e servizi e lo sviluppo di proposte turistiche orientate a diverse motivazioni di vacanza. L'offerta turistica è infatti chiamata a intercettare le aspettative di benessere dei cittadini (sempre più “turisti” e sempre meno “bagnanti”), che hanno crescenti attenzione e sensibilità a quel complesso di situazioni che determinano il livello di qualità della vita.”

I risultati dell'indagine confermano la piccola dimensione delle strutture alberghiere della nostra provincia. In media, le imprese rilevate hanno una capacità di circa 100 posti letto per gli alberghi a quattro stelle e 60 posti letto per quelli a tre stelle, che scendono rispettivamente a 30 e 25 posti letto per gli alberghi a una stella.

Considerata la piccola dimensione media, è evidente come rivesta un ruolo fondamentale il lavoro prestato dai titolari di impresa. Per quanto riguarda i dipendenti, in media al 30 giugno si rilevano dai 24 dipendenti nelle strutture a quattro stelle fino al minimo di un dipendente nelle strutture a una stella, passando per gli 8 e i 2 dipendenti delle categorie intermedie.

Gli alberghi della provincia di Savona offrono un'ampia dotazione di impianti e attrezzature, in grado di soddisfare le aspettative della clientela. Riveste



un'importanza fondamentale la presenza di parcheggio privato/garage ed infatti tutte le strutture a quattro stelle intervistate e due terzi di quelle a tre stelle offrono tale servizio alla propria clientela. Anche però tra le strutture a due stelle e ad una stella il parcheggio privato ricorre come una dotazione strutturale largamente presente.

In media, la metà delle imprese alberghiere opera in immobili presi in locazione e l'altra metà in immobili di proprietà. Questo dato conferma l'importanza del fattore dell'accesso al credito, che la Camera pone su un livello di primo piano, per favorire gli investimenti degli imprenditori per la ristrutturazione e l'acquisto delle strutture immobiliari.

Per quanto riguarda le dotazioni tecniche ed informatiche, tutte le strutture intervistate a quattro stelle e il 94% di quelle a tre stelle ne dispongono, anche se tale percentuale scende al 60% e al 29% rispettivamente per le strutture a due ed a una stella.

Secondo le stime dell'Isnart, cresce fortemente l'influenza dei canali di intermediazione nelle prenotazioni e in particolare cresce la percentuale di quanti prenotano direttamente tramite internet (dal 6% del 2004 all'11% del 2005). Alla luce di tale fenomeno, risulta particolarmente interessante leggere quali servizi offrono gli alberghi intervistati.

Se tutte le strutture a quattro stelle hanno un sito web, la percentuale scende al 75% per gli alberghi a tre stelle, al 40% per quelli a due stelle e al 24% per quelli ad una stella. Si noti come negli alberghi a quattro stelle il sito venga utilizzato sia a fini promozionali che per prenotazioni on line, mentre soltanto un quarto circa delle strutture consentono anche il pagamento on line. Le prenotazioni on line risultano possibili soltanto nel 57% delle strutture a tre stelle, nel 26% di quelle a due stelle e nel 10% di quelle a una stella.

Per quanto riguarda le tariffe applicate, esse sono risultate del tutto in linea con quelle delle aree a noi concorrenti, mentre la clientela degli alberghi è risultata prevalentemente costituita da turisti singoli e famiglie; tale tipologia di clientela copre dal 65% del fatturato dei quattro stelle al 99% del fatturato delle strutture a una stella.

Al contrario, il turismo organizzato riveste un ruolo significativo prevalentemente negli alberghi a quattro e a tre stelle, dove contribuisce rispettivamente nella misura del 20% e del 15% del fatturato complessivo.

