

Il turismo in FVG tiene nonostante un giugno horribilis

Villa Chiozza di Cervignano, 18 luglio 2012 - Il primo semestre dell'anno, rispetto all'analogo periodo del 2011, registra il +2% negli arrivi e rimane stabile nei pernottamenti: questi i primi dati raccolti dall'Agenzia TurismoFVG con il riscontro delle imprese turistiche del Friuli Venezia Giulia. A deprimere i flussi ci ha pensato il mese di giugno: -5,5% gli arrivi, -9,9% le presenze.

Non è andata meglio nel Paese che nel primo semestre nel suo insieme ha perso il 2,2% dei pernottamenti (-5,4% a opera degli italiani e +1,3% degli stranieri) e nel solo mese di giugno l'8% delle presenze (-7,1% di italiani e -8,2% di stranieri), secondo una recente indagine di Federalberghi. In Friuli Venezia Giulia il mese di giugno ha invece dovuto scontare condizioni climatiche sfavorevoli per alcuni week-end, ma è stato soprattutto influenzato dal calendario delle tradizionali feste, vissute come vacanza dai turisti di lingua tedesca, distribuite nel 2012 in maniera completamente diversa: a differenza di quanto accaduto nel 2011, in cui tutte le festività cadevano nel mese di giugno, quest'anno l'Ascensione e la Pentecoste si sono tenute a maggio mentre a giugno soltanto quella del Corpus Domini. Infatti se confrontiamo i dati di maggio 2012 con quelli di maggio 2011 otteniamo, grazie alla ricaduta di queste festività, il +15,9% negli arrivi e il +16,6% presenze.

L'impatto della crisi economica generale dà i suoi segnali e incide non solo sulla capacità di spesa degli italiani, ma anche su quella degli stranieri, che nel primo semestre hanno fatto registrare incrementi modesti negli arrivi (+1,5% di stranieri contro il +2,4% degli italiani) e un leggero calo nelle presenze (-0,3% di stranieri contro il +0,3% di presenze italiane).

Stringendo lo spettro di analisi ai diversi ambiti del Friuli Venezia Giulia, si constata il permanere di una criticità della montagna che, escluso il Tarvisiano e Sella Nevea (-2,8% di arrivi, ma +5,1% di presenze), ha perso sia in arrivi che in presenze: Carnia a -4,4% negli arrivi e -4,6% nelle presenze; Piancavallo e Dolomiti friulane (-11,7% gli arrivi e -16,1% le presenze). Un'analogha situazione si registra nel Goriziano (-2% di arrivi e -1,4% di presenze) mentre il mare si mantiene a galla con gli arrivi, scontando sempre più il fenomeno del turismo "mordi e fuggi" (Grado a +3% gli arrivi e -0,9% le presenze; Lignano a +2% gli arrivi e -5% le presenze). Il Pordenonese ottiene una buona performance in termini di presenze +3,8% e rimane carente negli arrivi -4,8%, mentre l'Udinese e soprattutto Trieste mostrano tendenze assolutamente in controtendenza rispetto al resto della regione e dell'Italia, evidenziando aumenti sia negli arrivi rispettivamente del +3,5% e +10,2% sia nelle presenze con il +7,8% e il +7,5%. Aumenti significativi ma che vanno inquadrati ricordando che tali ambiti rappresentano soltanto il 20% delle presenze turistiche complessive in FVG.

"Le leve promozionali messe a punto e avviate in questi primi sei mesi del 2012 sono state massive e di forte impatto – sostiene l'assessore regionale Federica Seganti - dall'accoglienza di oltre 90 giornalisti dall'Italia all'estero (*Newsweek, Die Welt, Via Michelin, Marie Claire Maison, the Independent*, per citarne solo alcuni), nove troupe televisive, 40 redazionali su testate nazionali ed estere, una penetrante campagna di comunicazione online e offline volta alla fidelizzazione, la produzione di ben due monografici sul FVG, di cui uno per i mercati di lingua tedesca, per non dimenticare fiere e workshop. Insomma un lavoro che non ha lasciato tregua a nessuno dei nostri target!"

“Se confermato dai dati definitivi, il primo bilancio semestrale getta alcune ombre sull’intero anno turistico della nostra regione (e ancor più dell’Italia), che potrebbe ridimensionare le attese degli operatori, anche se non possiamo ancora parlare di vera e propria crisi di un settore che tutto sommato risulta conservare ancora buoni livelli occupazionali, rappresentando ancora una delle risorse fondamentali per la tenuta del PIL regionale” – sostiene Edi Sommariva, direttore generale di TurismoFVG. “In ogni caso dobbiamo rimboccarci le maniche ed essere ancora più efficaci nella promozione, soprattutto nei confronti dei mercati di prossimità che, in una fase di crisi, possono privilegiare gli spostamenti brevi. Sappiamo cosa fare e lo faremo. Ma è opportuno che la macchina del turismo non perda di vista la necessità di un’innovazione profonda, rivolta ai servizi e anche all’accoglienza, soprattutto in quelle aree che risentono maggiormente della situazione negativa, in modo da essere più attrattiva e più competitiva nel mercato”.