



REGIONE LIGURIA



Camera di Commercio  
Genova

Camera di Commercio  
Riviere di Liguria  
Imperia La Spezia Savona



Unioncamere  
Liguria

## OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE DELLA LIGURIA

### RAPPORTO ANNUALE 2019

Settembre 2020

con il contributo tecnico scientifico di



ISNART

## Sommario

Premessa .....	3
Introduzione.....	5
1. Customer care - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria .....	8
2. Focus sulla nautica – Indagine ai Marina resort liguri .....	24
3. Il valore aggiunto del turismo .....	34
4. Rapporto sulla redditività degli alberghi liguri.....	40
5. Analisi comparativa dei flussi turistici sul territorio regionale ligure .....	45
Nota metodologica .....	49

## Premessa

Il presente rapporto, giunto alla dodicesima edizione, è dedicato al turismo in Liguria, curato dall'Osservatorio Turistico Regionale (L.R. n.28 del 4 ottobre 2006) della Regione Liguria con la Camera di Commercio di Genova (capofila) e la Camera di Commercio Riviere di Liguria, in collaborazione con Unioncamere Liguria, Isnart, Università di Genova (Dipartimento di Economia) e Liguria Digitale.

Il fine è di unire alla lettura dei dati ufficiali rilevati dagli Enti locali e dalla Regione (arrivi, presenze, consistenza e caratteristiche delle strutture ricettive e dell'offerta) una ricca mole di informazioni tratte da indagini dirette, curate dall'Isnart per l'Osservatorio Turistico Regionale, che ripercorrono la struttura dell'Osservatorio Nazionale del Turismo (istituito con la Legge 80 del 2005).

Per definire il piano di indagini che annualmente viene realizzato, l'Osservatorio prevede un Tavolo di confronto con gli operatori che assicura un legame diretto tra informazione e decisione che in altri casi non sempre è garantito. Inoltre, l'Osservatorio si è avvalso del progetto di informatizzazione della rilevazione dei movimenti turistici curato dalla Regione, un progetto che prevede la gestione del sistema di rilevazione dei dati dei movimenti della clientela delle strutture ricettive che operano sul territorio regionale.

I risultati delle indagini dell'Osservatorio sono pubblicate regolarmente sul sito regionale ([www.regione.liguria.it/argomenti/turismo-e-tempo-libero/osservatorio-turistico-regionale](http://www.regione.liguria.it/argomenti/turismo-e-tempo-libero/osservatorio-turistico-regionale)) al fine di rendere disponibili a operatori e studiosi i materiali di ricerca in modo tempestivo e completo. Il sito ospita anche altre ricerche condotte al di fuori dell'attività dell'Osservatorio (di cui i vari estensori sono gli unici responsabili).

Questo rapporto si prefigge di costruire un quadro sintetico di quanto è emerso dalle diverse indagini dirette condotte nel corso del 2019, relative alla dinamica della domanda e dell'offerta turistica regionale.

Tra le tematiche affrontate quest'anno vi sono un'analisi dedicata alla domanda turistica nella regione nel corso della stagione estiva: dalle motivazioni di vacanza ai canali di comunicazione che influenzano le scelte, dalle attività più praticate sul territorio al paniere di beni e servizi acquistati durante il soggiorno, fino ad arrivare al grado di soddisfazione del turista e ad una stima dell'impatto

economico generato sul territorio dalle spese dei turisti in vacanza nella regione. Segue un focus di indagine dedicato al turismo nautico ed in particolare ai Marina resort della regione e un'analisi dedicata al valore aggiunto del turismo.

Il rapporto si completa con un'analisi della redditività degli alberghi della Liguria e un rapporto sui flussi turistici desunto da informazioni relative alla banca dati delle comunicazioni degli albergatori e di operatori telefonici.

Si ricorda che, al fine di rendere più completo il quadro informativo, i dati delle indagini dell'Osservatorio Turistico Regionale considerano anche i residenti in seconde case o in alloggi in affitto non censiti come residenzialità turistica, completando la statistica regionale.

In appendice sono riportate le note metodologiche concernenti le indagini pubblicate sul sito e qui riprese in sintesi.

## Introduzione

I dati relativi al 2019 mostrano una situazione in crescita, rispetto al 2018, per quanto riguarda i turisti arrivati (+1,46%) e una lieve flessione delle giornate di presenza (-0,66%). Da un'analisi più dettagliata si evince un andamento migliore per le strutture extralberghiere rispetto a quelle alberghiere e un maggiore consolidamento della componente italiana rispetto a quella straniera. Non dimentichiamo che il crollo del Ponte Morandi, avvenuto nel 2018 e in fase di ricostruzione nel 2019, ha fortemente condizionato la stagione turistica ligure e, in generale, ridimensionato l'affluenza di turisti nel corso di tutto l'anno.

Tipologia	Arrivi			Presenze		
	2018	2019	Variaz.%	2018	2019	Variaz.%
Italiani	2.575.955	2.624.083	1,87	8.928.562	8.944.181	0,17
Stranieri	2.185.049	2.206.315	0,97	6.267.798	6.151.570	-1,85
Totale	4.761.004	4.830.398	1,46	15.196.360	15.095.751	-0,66
Alberghiera	3.391.565	3.400.057	0,25	9.763.462	9.594.913	-1,73
Extralberghiera	1.369.439	1.430.341	4,45	5.432.898	5.500.838	1,25
Totale	4.761.004	4.830.398	1,46	15.196.360	15.095.751	-0,66

I clienti italiani, che incidono per il 54% sul totale, risultano in crescita dell'1,87% rispetto al 2018: grazie alla vicinanza geografica e alla tradizionale "affezione", i lombardi con quasi 930mila arrivi (+1,49%) si confermano al primo posto tra gli italiani, seguiti dai piemontesi con 708mila arrivi (+3,15%).

Sul fronte straniero, gli arrivi sono complessivamente aumentati dello 0,97%: i francesi primeggiano in graduatoria con 365.556 clienti (in calo del 4,93%), seguiti dai tedeschi (302.639 clienti, -2,75%) e dagli svizzeri (201.578, in aumento del 4,84%). Da segnalare la continua crescita del mercato russo con 87.341 arrivi (+17,30%).

Le giornate di presenza degli italiani, che rappresentano il 59% delle presenze totali, sono rimaste pressoché stabili (+0,17%): anche in questo caso i lombardi restano saldi in cima alla classifica

con 3.513.522 presenze, pur se in contrazione dell'1,68%, subito dopo i piemontesi con 2.674.961 presenze, in crescita dell'1,80%.

Sono i tedeschi a rappresentare la maggior componente estera con 1.179.984 giornate di presenza, nonostante un ridimensionamento del 6,52%. Subito dopo i francesi (808.640 presenze), in calo del 6,44% e gli svizzeri (660.406 presenze) in crescita del 2,69%. In sviluppo costante il mercato russo (+12,93%).

Interessante fare una veloce disanima anche riguardo la tipologia delle strutture ricettive.

In linea generale le strutture extralberghiere hanno registrato un trend migliore rispetto ad alberghi, residenze d'epoca e R.T.A.

Gli arrivi nelle strutture alberghiere ammontano a 3.400.057 (+0,25% rispetto al 2018) e le strutture ricettive complementari hanno registrato 1.430.341 arrivi, il 4,45% in più.

Sul fronte delle presenze, il turismo alberghiero è diminuito dell'1,73% passando da 9.763.462 a 9.594.913 giornate, mentre quello extralberghiero è aumentato dell'1,25% passando da 5.432.898 a 5.500.838 giornate.

Anche le indagini condotte da ISNART confermano trend consolidati e forniscono nuove informazioni interessanti, soprattutto di tipo qualitativo.

L'indagine sulla Customer Care, rivolta ad un campione di due mila turisti che hanno soggiornato almeno 2 notti in Liguria tra luglio e settembre, rappresenta per l'Osservatorio una fonte importantissima di dati e permette di conoscere i comportamenti turistici e di consumo sia dei clienti delle strutture ricettive che dei turisti che hanno alloggiato in abitazioni private, nonché il grado di soddisfazione rispetto alla vacanza svolta e la spesa turistica individuale effettuata sul territorio.

Risulta pertanto interessante scoprire che, dal confronto con l'indagine svolta nell'estate 2017 (nel 2018 l'indagine è stata svolta nel periodo autunnale), c'è stata una crescita delle presenze turistiche complessive (+10,7%) legata esclusivamente alle presenze in abitazioni private che sono aumentate del +13,6%, mentre sono diminuite, sia pure di poco, quelle in strutture ricettive (-3,2%).

Resta elevata la quota dei repeaters, turisti che si sono trovati bene e sono tornati a visitare la Liguria.

Il turista italiano è più legato alla classica vacanza beach&sun rispetto allo straniero più interessato a quanto offre il territorio, a cominciare dalle produzioni enogastronomiche tipiche locali e dal patrimonio culturale.

Il giudizio complessivo della vacanza è positivo, soprattutto nei confronti del patrimonio naturalistico-ambientale, dell'offerta ristorativa e della qualità dell'alloggio; restano da potenziare e migliorare le forme di mobilità disponibili sul territorio e i posteggi, in molte località ancora carenti.

Capitolo particolarmente significativo quello riguardante la spesa per la vacanza: mediamente quella sostenuta nell'estate 2019 risulta più elevata rispetto a quella del 2017, soprattutto per i turisti stranieri. Si spende soprattutto per i pasti consumati in ristoranti e pizzerie, bar, caffè e pasticcerie, per l'acquisto di prodotti agroalimentari e prodotti tipici locali, e per lo shopping.

Un breve cenno, infine, allo studio realizzato dal Dipartimento di Economia dell'Università di Genova sulla redditività delle strutture alberghiere liguri.

L'indagine, che prende in esame il periodo 2016-2018, fa emergere una lieve crescita del volume di affari a cui si contrappone un calo della redditività operativa: in sostanza all'aumento di fatturato non si accompagna una crescita di margini, tanto che gli investimenti realizzati non sono stati indirizzati al rafforzamento della struttura ma al mantenimento della produzione.

Interessante anche il dato sulla solvibilità: le imprese oggetto di indagine non presentano problemi di struttura finanziaria e hanno un livello di indebitamento basso rispetto ai propri mezzi.

Queste informazioni, insieme a numerose altre che l'Osservatorio Turistico Regionale fornisce, permettono di evidenziare i punti di forza e di debolezza del turismo ligure e ci auguriamo che possano rappresentare un valido strumento per agevolare la politica di programmazione degli operatori del settore.

## 1. Customer care - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria

Per l'estate 2019 si stimano 49 milioni e 509 mila presenze turistiche in Liguria, di cui circa 7,4 milioni di pernottamenti in strutture ricettive e oltre 42,1 milioni in abitazioni private (secondo case, abitazioni in affitto, residenze di amici e parenti).

Dal confronto con l'indagine svolta nell'estate 2017<sup>1</sup> emerge una crescita delle presenze turistiche complessive (+10,7%), legata esclusivamente alle presenze in abitazioni private che aumentano del +13,6%, mentre diminuiscono, sia pure di poco, quelle in strutture ricettive (-3,2%).

Le spese per beni e servizi acquistati nel corso del soggiorno turistico estivo del 2019 hanno generato un impatto economico sul territorio stimato in 3 miliardi e 369,8 milioni di euro.

Una spesa in crescita rispetto all'estate 2017 del +6%, frutto di una sostanziale stabilità dei consumi dei turisti in strutture ricettive (+0,4%) e di una crescita dell'8,2% di quelli che alloggiano in abitazioni private.

I turisti che pernottano in strutture ricettive spendono di più rispetto all'estate di due anni fa per le spese di prodotti agroalimentari (prodotti tipici locali e altri prodotti enogastronomici acquistati in negozi specializzati e supermercati), per i trasporti locali (taxi, parcheggi, ecc.) e per l'alloggio, mentre spendono di meno per l'intrattenimento culturale e ludico, per lo shopping e per i pasti consumati in ristoranti, pizzerie, bar, caffè e pasticcerie.

I turisti che alloggiano in abitazioni private spendono di più rispetto all'estate 2017 per tutte le voci di spesa (alloggio, pasti consumati fuori casa, prodotti agroalimentari, trasporti, ecc.) con la sola eccezione dei divertimenti, delle attività culturali e dello shopping (escluso abbigliamento e calzature, per i quali si spende di più).

---

<sup>1</sup> I dati sono confrontati con quelli risultanti dalle interviste realizzate nell'estate 2017 poiché l'indagine 2018 è stata svolta nel periodo autunnale.

Dei 3 miliardi e 369,8 milioni di euro spesi complessivamente nell'estate 2019 dai turisti in vacanza in Liguria

- ✓ il 62,8% sono per alloggio e pasti consumati in locali di ristorazione (2 miliardi e 117 milioni di euro),
- ✓ il 13,2% sono stati spesi in prodotti agroalimentari (443,8 milioni di euro),
- ✓ il 9,7% in abbigliamento e calzature (325,2 milioni di euro) ed il 2,4% in altri prodotti manifatturieri (81,6 milioni di euro),
- ✓ il 2,6% per i trasporti locali (87 milioni di euro),
- ✓ il 9,4% per le attività ricreative, culturali e di intrattenimento (315,4 milioni di euro).

Il turista che visita la Liguria è in prevalenza adulto, di età compresa tra i 31 ed i 50 anni (il 22,8% ha 31-40 anni, il 29,3% 41-50 anni), diplomato (50,6%) e laureato (39,5%), lavoratore (73,8%).

Elevata la quota di turismo domestico (il 59,5% è italiano ed il 40,5% straniero) e quella dei repeaters, turisti che si sono trovati bene e tornano a visitare la regione, soprattutto tra gli italiani dove raggiunge l'87% dei turisti estivi (45,2% degli stranieri).

Ad influenzare le scelte di vacanza sono soprattutto precedenti, positive esperienze personali (per il 75,3% dei turisti italiani ed il 32,5% degli stranieri), le pubblicità via internet ed i social network (28,3% degli italiani, 60,4% degli stranieri) ed il classico passaparola di amici e conoscenti (23,4% degli italiani, 34,7% degli stranieri). Seguono, a distanza, le guide turistiche ed i libri (7,4% degli italiani, 23,1% degli stranieri), i media (4,1% degli italiani e 19,1% degli stranieri) e le agenzie di viaggio (5%).

Il turista italiano è più legato alla classica vacanza beach&sun rispetto gli stranieri che si dimostrano più curiosi ed interessati a quanto ha da offrire il territorio, a cominciare dalle produzioni enogastronomiche tipiche locali e dal patrimonio culturale.

La Liguria, infatti, è scelta in estate soprattutto per vacanze nelle località della riviera (72,3% dei turisti italiani e stranieri), per soggiorni dedicati alla scoperta dei gusti e dei sapori locali (24,8% dei turisti italiani, 47,3% degli stranieri), per visitare palazzi e centro storici, musei e monumenti (14,5% degli italiani, 41,4% degli stranieri). Il 34,9% dei turisti italiani e l'11,9% degli stranieri viene in Liguria perché ospitato da amici o parenti o semplicemente per la seconda casa.

La vacanza è dedicata soprattutto al relax (per il 69,4% dei turisti), alle degustazioni di prodotti tipici locali (per il 49,8% dei turisti in generale ed in particolare per il 44,3% degli italiani ed il 57,9% degli stranieri), all'esplorazione del territorio con escursioni e gite (48,5%). Le visite di musei e monumenti hanno impegnato il 24,1% dei turisti (18,6% degli italiani, 32,1% degli stranieri), gli eventi enogastronomici e folkloristici il 22,8%, lo shopping, il 19,6% dei turisti e lo sport il 13,9%.

Tra i luoghi più visitati le spiagge (78,4% dei turisti), i centri storici (75,7%), i parchi e le aree protette (32,4%), seguiti da musei (17% dei turisti italiani ed il 29,9% degli stranieri), cantine e itinerari tematici (17,7%), botteghe artigianali (11%).

Si viaggia in prevalenza in coppia (43,3%) e in famiglia (37,1%), raggiungendo la destinazione di vacanza in auto/moto (69,9% dei turisti), treno (20,1%) o aereo (15,7%), spostandosi nel corso del soggiorno sul territorio soprattutto a piedi (76,8%) o in alternativa in macchina o moto (52,8%), treno (21,1%) o bicicletta (11,1%).

Circa la metà dei turisti alloggiano in abitazioni private: il 21,9% in appartamenti in affitto, il 21,3% in seconda casa di proprietà ed il 6,8% in abitazioni di amici o parenti. Gli hotel ospitano in media il 24% dei turisti estivi della regione (18,4% degli italiani e 32,2% degli stranieri), i B&B il 15,8%, i campeggi il 5,8%.

La spesa media per la vacanza è mediamente più elevata rispetto a quella sostenuta nell'estate 2017, soprattutto per i turisti stranieri che spendono di più sia per l'alloggio che per gli acquisti di beni e servizi sul territorio, mentre per gli italiani la spesa è più consistente per il solo alloggio.

Nel dettaglio, nell'estate 2019 si spende in media pro-capite

- per i turisti italiani 51 euro per il viaggio A/R, 51 euro al giorno per l'alloggio (42 euro nel 2017) e 40 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi sul territorio (43 euro nel 2017);
- per i turisti stranieri 221 euro per il viaggio A/R, 62 euro al giorno per l'alloggio (46 euro nel 2017) e 61 euro al giorno per gli acquisti (57 euro nel 2017).

Si spende soprattutto per i pasti consumati fuori casa in ristoranti e pizzerie (in media 18 euro in media al giorno a persona), bar, caffè e pasticcerie (6 euro), per i prodotti agroalimentari in supermercati e negozi (8 euro in media a persona al giorno) e prodotti tipici locali (6,50 euro),

shopping (15 euro in media a persona al giorno) e trasporti locali (7 euro in media a persona al giorno tra taxi, parcheggi e trasporti pubblici), attività ricreative (7 euro al giorno a persona per cinema, discoteca, ecc.) e culturali (5,50 euro).

Il giudizio sulla vacanza è positivo, soprattutto nei confronti del patrimonio naturalistico-ambientale delle destinazioni liguri, dell'offerta ristorativa e della qualità dell'alloggio: dichiarano un giudizio "positivo" o "molto positivo" per il paesaggio il 94,3% dei turisti, per la ristorazione e le occasioni di degustazione colte nel corso della vacanza l'85,9% dei turisti, per l'alloggio e le strutture ricettive il 78,8% dei turisti.

Apprezzate anche la semplicità di accesso ai siti turistici (giudicato "positivo" dal 49,4% dei turisti) e il rapporto qualità/prezzo (positivo per il 38,8% dei turisti). Da potenziare soprattutto le forme di mobilità disponibili sul territorio e le occasioni di posteggio, esperienze positive solo per il 25,2% dei turisti, negative per il 22,5% e molto negative per l'8,5% dei turisti in vacanza nella regione.

**Tabella 1**

<b>Stima delle presenze turistiche</b>			
<b>Estate 2019</b>			
<b>2017</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Presenze nelle strutture ricettive	4.444.301	3.155.521	7.599.822
Stima delle presenze nelle seconde case	29.753.000	7.355.000	37.108.000
<b>Totale</b>	<b>34.197.301</b>	<b>10.510.521</b>	<b>44.707.822</b>
<b>2019</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Presenze nelle strutture ricettive	4.382.000	2.978.000	7.360.000
Stima delle presenze nelle seconde case	33.323.000	8.826.000	42.149.000
<b>Totale</b>	<b>37.705.000</b>	<b>11.804.000</b>	<b>49.509.000</b>
<b>VAR% 2019/2017</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Presenze nelle strutture ricettive	-1,4	-5,6	-3,2
Stima delle presenze nelle seconde case	12,0	20,0	13,6
<b>Totale</b>	<b>10,3</b>	<b>12,3</b>	<b>10,7</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 2**

<b>Stima dei consumi turistici (valori in €)</b>			
<b>Estate 2019</b>			
<b>2017</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Consumi dei turisti che alloggiano in strutture ricettive	503.024.000	409.015.000	912.039.000
Consumi dei turisti che alloggiano in abitazioni private	1.730.535.000	537.037.000	2.267.572.000
<b>Totale</b>	<b>2.233.559.000</b>	<b>946.052.000</b>	<b>3.179.611.000</b>
<b>2019</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Consumi dei turisti che alloggiano in strutture ricettive	505.843.000	410.054.000	915.897.000
Consumi dei turisti che alloggiano in abitazioni private	1.832.768.000	621.131.000	2.453.899.000
<b>Totale</b>	<b>2.338.611.000</b>	<b>1.031.185.000</b>	<b>3.369.796.000</b>
<b>VAR% 2019/2017</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Consumi dei turisti che alloggiano in strutture ricettive	0,6	0,3	0,4
Consumi dei turisti che alloggiano in abitazioni private	5,9	15,7	8,2
<b>Totale</b>	<b>4,7</b>	<b>9,0</b>	<b>6,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 3**
**Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti strutture ricettive)**  
 Estate 2019

	italiani	stranieri	Totale
		euro	
Strutture ricettive	248.860.000	194.852.000	443.712.000
Ristoranti, pizzerie	82.674.000	71.907.000	154.581.000
Bar, caffè, pasticcerie	14.896.000	12.701.000	27.597.000
<b>Totale alloggio e ristorazione</b>	<b>346.430.000</b>	<b>279.460.000</b>	<b>625.890.000</b>
Agroalimentare	43.269.000	35.011.000	78.280.000
Abbigliamento e calzature	31.051.000	42.576.000	73.627.000
Altre industrie manifatturiere	18.693.000	11.912.000	30.605.000
Trasporti	13.421.000	11.663.000	25.084.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	52.979.000	29.432.000	82.411.000
<b>Totale</b>	<b>505.843.000</b>	<b>410.054.000</b>	<b>915.897.000</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 4**
**Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti strutture ricettive)**  
 Estate 2019

	Italiani	Stranieri	Totale
		%	
Strutture ricettive	49,2	47,5	48,4
Ristoranti, pizzerie	16,3	17,5	16,9
Bar, caffè, pasticcerie	2,9	3,1	3,0
<b>Totale alloggio e ristorazione</b>	<b>68,5</b>	<b>68,2</b>	<b>68,3</b>
Agroalimentare	8,6	8,5	8,5
Abbigliamento e calzature	6,1	10,4	8,0
Altre industrie manifatturiere	3,7	2,9	3,3
Trasporti	2,7	2,8	2,7
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	10,5	7,2	9,0
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 5**

**Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti seconde case)**  
Estate 2019

	italiani	stranieri	Totale
		euro	
Alloggio	352.213.000	167.507.000	519.720.000
Ristoranti, pizzerie	609.167.000	184.470.000	793.637.000
Bar, caffè, pasticcerie	122.878.000	54.757.000	177.635.000
<b>Totale alloggio e ristorazione</b>	<b>1.084.258.000</b>	<b>406.734.000</b>	<b>1.490.992.000</b>
Agroalimentare	283.395.000	82.107.000	365.502.000
Abbigliamento e calzature	185.115.000	66.444.000	251.559.000
Altre industrie manifatturiere	39.988.000	10.969.000	50.957.000
Trasporti	37.560.000	24.334.000	61.894.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	202.452.000	30.543.000	232.995.000
<b>Totale</b>	<b>1.832.768.000</b>	<b>621.131.000</b>	<b>2.453.899.000</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 6**

**Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti seconde case)**  
Estate 2019

	Italiani	%	Stranieri	Totale
Alloggio	19,2		27,0	21,2
Ristoranti, pizzerie	33,2		29,7	32,3
Bar, caffè, pasticcerie	6,7		8,8	7,2
<b>Totale alloggio e ristorazione</b>	<b>59,2</b>		<b>65,5</b>	<b>60,8</b>
Agroalimentare	15,5		13,2	14,9
Abbigliamento e calzature	10,1		10,7	10,3
Altre industrie manifatturiere	2,2		1,8	2,1
Trasporti	2,0		3,9	2,5
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	11,0		4,9	9,5
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>		<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 7**

<b>Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (Totale)</b>			
<b>Estate 2019</b>			
	Italiani	Stranieri	Totale
		euro	
Strutture ricettive	601.073.000	362.359.000	963.432.000
Ristoranti, pizzerie	691.841.000	256.377.000	948.218.000
Bar, caffè, pasticcerie	137.774.000	67.458.000	205.232.000
<b>Totale alloggio e ristorazione</b>	<b>1.430.688.000</b>	<b>686.194.000</b>	<b>2.116.882.000</b>
Agroalimentare	326.664.000	117.118.000	443.782.000
Abbigliamento e calzature	216.166.000	109.020.000	325.186.000
Altre industrie manifatturiere	58.681.000	22.881.000	81.562.000
Trasporti	50.981.000	35.997.000	86.978.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	255.431.000	59.975.000	315.406.000
<b>TOTALE</b>	<b>2.338.611.000</b>	<b>1.031.185.000</b>	<b>3.369.796.000</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 8**

<b>Stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (%)</b>			
<b>Estate 2019</b>			
	Italiani	Stranieri	Totale
		%	
Strutture ricettive	25,7	35,1	28,6
Ristoranti, pizzerie	29,6	24,9	28,1
Bar, caffè, pasticcerie	5,9	6,5	6,1
<b>Totale alloggio e ristorazione</b>	<b>61,2</b>	<b>66,5</b>	<b>62,8</b>
Agroalimentare	14,0	11,4	13,2
Abbigliamento e calzature	9,2	10,6	9,7
Altre industrie manifatturiere	2,5	2,2	2,4
Trasporti	2,2	3,5	2,6
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	10,9	5,8	9,4
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 9**

<b>Provenienza dei turisti (%)</b>	
Estate 2019	
Italiani	59,5
Stranieri	40,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 10**

<b>Identikit del turista (%)</b>			
Estate 2019			
<b>Età</b>	<b>Italiani</b>	<b>Stranieri</b>	<b>Totale</b>
da 18 a 20 anni	1,4	2,3	1,8
da 21 anni a 30 anni	11,3	19,0	14,4
da 31 a 40 anni	22,7	22,9	22,8
da 41 a 50 anni	29,0	29,8	29,3
da 51 a 60 anni	16,3	13,4	15,1
oltre 60 anni	19,3	12,6	16,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Titolo di studio</b>	<b>Italiani</b>	<b>Stranieri</b>	<b>Totale</b>
Licenza elementare	1,9	0,4	1,3
Scuola media inferiore	12,0	3,6	8,6
Diploma scuola media superiore	56,5	41,8	50,6
Laurea	29,6	54,2	39,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Professione</b>	<b>Italiani</b>	<b>Stranieri</b>	<b>Totale</b>
Occupato	70,8	78,2	73,8
Ritirato	16,5	10,0	13,9
Disoccupato/inoccupato	2,9	1,7	2,4
Casalinga	5,1	2,7	4,1
Studente	4,7	7,4	5,8
<b>totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 11**

<b>Turisti che hanno già visitato la Liguria (%)</b>			
Estate 2019			
	Italiani	Stranieri	Totale
Si	87,0	45,2	70,1
No	13,0	54,8	29,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 12**

<b>Prodotto di destinazione del soggiorno (%)</b>			
Estate 2019			
	Italiani	Stranieri	Totale
Località balneari	87,7	71,3	81,0
Città d'arte	7,3	17,0	11,2
Parco naturale	2,7	5,3	3,7
Campagna	1,3	5,0	2,8
Montagna	1,1	1,5	1,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 13**

<b>Il gruppo di soggiorno (%)</b>			
Estate 2018			
	Italiani	Stranieri	Totale
Sono da solo/a	7,8	7,3	7,6
In coppia	42,5	44,5	43,3
Con la famiglia	39,3	33,9	37,1
Sono con amici	8,8	11,9	10,0
Sono con un gruppo organizzato	0,7	1,5	1,0
Altro	1,0	0,9	1,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 14**

**Mezzi di trasporto utilizzati per raggiungere la destinazione di vacanza**  
 possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti  
 Estate 2019

	Italiani	Stranieri	Totale
Auto/moto	75,7	61,3	69,9
Treno	19,3	21,3	20,1
Aereo	3,4	33,8	15,7
Pullman	3,1	7,4	4,9
Nave/traghetto	1,0	2,1	1,4
Altro	1,0	1,1	1,1
Barca	0,1	0,1	0,1

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 15**

**Mezzi di trasporto utilizzati per gli spostamenti durante la vacanza**  
 possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti  
 Estate 2019

	Italiani	Stranieri	Totale
A piedi	77,6	75,7	76,8
Macchina o moto	53,7	51,4	52,8
Treno	16,1	28,5	21,1
Autobus/metropolitana	14,4	17,0	15,4
Bicicletta	13,2	8,0	11,1
Traghetto	1,6	3,9	2,5
Taxi	0,6	1,8	1,1
Barca	0,8	1,1	0,9
Altro	1,0	1,5	1,2

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 16****Tipologia di alloggio utilizzata per il soggiorno (%)**

Estate 2018

	Italiani	Stranieri	Totale
Hotel	18,4	32,2	24,0
Appartamento in affitto	23,7	19,4	21,9
Casa di proprietà	30,2	8,2	21,3
Residenze di amici e parenti	6,8	6,8	6,8
B&B	12,8	20,4	15,8
Campeggio	4,3	7,9	5,8
Ostello	0,8	3,5	1,9
Altro	3,0	1,9	2,6

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 17****Le motivazioni del soggiorno**

possibile più risposte; % sul totale turisti

Estate 2019

	Italiani	Stranieri	Totale
Mare	73,0	71,1	72,3
Enogastronomia	24,8	47,3	33,9
Perché abbiamo la casa in questo luogo/parenti o amici ci ospitano	34,9	11,9	25,6
Cultura	14,5	41,4	25,4
Campagna e montagna	12,5	33,4	20,9
Attività ricreative	9,4	14,2	11,4
Sport	6,0	7,7	6,7
Siamo fidelizzati ad una struttura ricettiva	4,4	1,0	3,0
Lavoro/studio	2,4	2,7	2,5

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 18**

**Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno**  
possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti  
Estate 2019

	Italiani	Stranieri	Totale
La conoscevo già	75,3	32,5	58,0
Internet (pubblicità e social network)	28,3	60,4	41,3
Grazie al suggerimento di amici e conoscenti	23,4	34,7	28,0
Libri e guide turistiche	7,4	23,1	13,8
Media	4,1	19,1	10,2
Agenzia di viaggio	2,0	9,5	5,0
Era nel pacchetto	0,5	1,8	1,0

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 19**

**Attività svolte**  
possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti  
Estate 2019

	Italiani	Stranieri	Totale
Relax	76,1	59,4	69,4
Degustazioni di prodotti tipici	44,3	57,9	49,8
Escursioni e gite	41,3	59,0	48,5
Visite in musei, mostre, monumenti e siti di interesse archeologico	18,6	32,1	24,1
Partecipazione ad eventi enogastronomici/folkloristici	26,1	17,9	22,8
Shopping	19,7	19,4	19,6
Sport	14,4	13,1	13,9

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

Tabella 20

<b>Luoghi visitati dai turisti</b> possibili più risposte, % sul totale turisti Estate 2019			
	Italiani	Stranieri	Totale
Spiagge	79,9	76,1	78,4
Centro storico	74,0	78,3	75,7
Parchi e aree protette	30,9	34,5	32,4
Musei	17,0	29,9	22,2
Cantine e itinerari tematici	15,1	21,6	17,7
Botteghe (artigianato)	10,4	12,0	11,0

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 21**

<b>Giudizio su alcuni aspetti della vacanza (%)</b>							
<b>Estate 2019</b>							
		molto negativo	negativo	sufficiente	positivo	molto positivo	Totale
Mobilità e posteggio	Italiani	11,7	25,2	40,4	19,9	2,8	100,0
	Stranieri	3,8	18,6	36,6	32,9	8,1	100,0
	Totale	8,5	22,5	38,9	25,2	4,9	100,0
Ristorazione/degustazione	Italiani	0,4	1,5	15,9	59,2	23,0	100,0
	Stranieri	0,1	1,6	7,0	51,9	39,3	100,0
	Totale	0,3	1,5	12,3	56,3	29,6	100,0
Alloggio e strutture ricettive	Italiani	0,7	1,6	20,3	53,9	23,5	100,0
	Stranieri	0,1	1,7	17,2	51,6	29,4	100,0
	Totale	0,5	1,6	19,0	52,9	25,9	100,0
Paesaggio	Italiani	0,1	0,7	5,9	39,7	53,6	100,0
	Stranieri	0,0	0,5	3,8	32,8	63,0	100,0
	Totale	0,0	0,6	5,1	36,9	57,4	100,0
Semplicità di accesso ai siti turistici	Italiani	1,0	7,0	34,4	49,2	8,4	100,0
	Stranieri	0,6	6,1	26,4	49,7	17,2	100,0
	Totale	0,9	6,6	31,2	49,4	12,0	100,0
Rapporto qualità/prezzo	Italiani	2,0	11,4	52,3	31,1	3,3	100,0
	Stranieri	0,9	6,8	34,3	50,1	7,9	100,0
	Totale	1,6	9,5	45,0	38,8	5,2	100,0

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 22**

<b>Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai turisti</b>				
<b>Estate 2019</b>				
		Spesa media a persona in euro		
		Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio A/R		50,77	221,29	119,48
Alloggio (media giornaliera)		51,22	61,66	56,14

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 23**

**Quota di turisti per classe di spesa (escluso viaggio e alloggio)  
Estate 2019**

	Italiani	Stranieri	Totale
da 0 a 30	52,7	35,4	45,7
da 31 a 60	26,8	29,4	27,9
da 61 a 90	14,4	18,5	16,1
da 91 a 120	3,4	8,1	5,3
da 121 a 150	1,3	3,8	2,3
oltre 150	1,4	4,7	2,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Spesa media (escluso viaggio e alloggio)</b>			
Spesa media giornaliera	39,83	60,93	48,37

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

**Tabella 24**

	<b>Spesa media giornaliera a persona (Euro) Estate 2019</b>			<b>Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa (%)</b>		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale

	euro			%		
Ristoranti, pizzerie	14,54	22,98	17,96	91,5	91,8	91,6
Bar, caffè, pasticcerie	5,01	8,05	6,20	93,6	88,1	91,4
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	7,88	8,66	8,16	84,6	71,6	79,3
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	5,05	8,56	6,50	59,3	61,1	60,0
Trasporti	5,55	7,79	6,61	34,0	45,2	38,5
Shopping	10,86	19,63	14,68	50,9	57,8	53,7
Acquisti per lo sport	5,41	7,67	6,13	11,6	8,0	10,1
Attività ricreative (cinema, discoteca, ecc)	5,81	8,99	6,87	32,9	24,1	29,3
Attività culturali	4,50	6,84	5,52	22,5	25,8	23,9
Altre spese	4,93	6,80	5,59	22,6	17,9	20,7

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

## 2. Focus sulla nautica – Indagine ai Marina resort liguri

I Marina Resort della Liguria offrono un ventaglio molto ampio di servizi, diversificati a seconda della disponibilità di infrastrutture disponibili internamente al Marina ma anche del sistema di offerta della località che li ospita. Molti, infatti, i servizi dati in outsourcing dai gestori dei Marina Resort per supplire alle molteplici richieste della clientela, servizi che spesso incentivano con convezioni ed altre forme promozionali.

Tra i servizi più legati alla fruizione turistica e le varie attività promozionali emerge un'offerta multiprodotto che si rivolge a diversi target di consumatori, un quadro in linea con l'ultima indagine svolta dall'Osservatorio Turistico Regionale.

In una regione scelta soprattutto per vacanze all'insegna del relax (per il 69,4% dei turisti), con degustazioni di prodotti tipici locali (49,8% dei turisti), escursioni e gite (48,5%), visite di musei e monumenti, eventi enogastronomici e folkloristici, shopping e sport<sup>2</sup>, i Marina mettono a disposizione della propria clientela, in convenzione o con offerte dirette, una serie di servizi che rispecchiano le attività più praticate dal turista-tipo che soggiorna in Liguria.

Tra i servizi principali, infatti, troviamo:

- piscine, centri benessere e saune per vacanze dedicate al relax,
- palestre, campi da tennis e da golf, equitazione, centri diving e windsurf per gli amanti dello sport,
- convezioni con ristoranti, wine tasting per degustare le specialità enogastronomiche locali,
- noleggio di biciclette, servizi navetta, visite guidate ed escursioni organizzate per esplorare il territorio,
- servizi dedicati ai bambini per chi viaggia con i più piccoli,
- convezioni con stabilimenti balneari e con le strutture ricettive di prossimità.

---

<sup>2</sup> Customer care turisti – Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, Osservatorio Turistico della Liguria, estate 2019

La clientela è in prevalenza italiana (8 casi su 10) e stabile, sebbene vi siano dei casi particolari come quello di Portofino dove il turismo straniero costituisce l'80% della domanda ed ha una provenienza che va oltre la classica Francia e Svizzera per arrivare a comprendere clienti con imbarcazioni provenienti anche dalle Bahamas o dalle Bermuda.

Se da un lato i servizi strettamente legati all'assistenza tecnica nautica vengono soddisfatti, dall'altro, quelli più legati all'accoglienza e ai servizi turistici mostrano opportunità di investimento. Tra questi ultimi le richieste maggiori riguardano la ristorazione (nell'81,3% dei Marina Resort intervistati), la disponibilità di piscine e servizi sportivi, transfer, lavanderie e spiagge attrezzate.

Molte Marine dichiarano di riuscire a soddisfare le richieste della clientela solo ricorrendo ad altre imprese locali ma in alcuni casi mancano anche servizi attivi sul territorio adeguati alla clientela turistica dei Marina e, in ogni caso, un'offerta interna al Marina più ampia permetterebbe alle strutture di ottenere dei margini di profitto più consistenti, almeno per servizi quali un ristorante di qualità (il più richiesto dalla clientela) o i servizi sportivi ed i transfer, soprattutto per quelle realtà non collocate in centro città.

Per far luce sulle diverse realtà di strutture tanto diverse tra loro, è stata svolta un'analisi dettagliata delle varie Marine, andando ad evidenziare quei servizi più legati alla fruizione turistica ma anche la composizione e le caratteristiche principali della domanda, l'ubicazione in cui si trova il Marina (importante per la fruizione turistica del territorio) le sue disponibilità in termini di posti barca temporanei (ovvero quelli rivolti ai turisti) e le difficoltà incontrate nel soddisfare le richieste della clientela. Ne emergono tre gruppi di marine.

Nel primo gruppo, caratterizzato da un numero alto di servizi offerti troviamo quattro Marina, con elevata disponibilità di posti barca per i turisti ed un ventaglio variegato di servizi offerti che nella maggior parte dei casi corrispondono alle richieste della domanda, una clientela in prevalenza italiana e stabile nel tempo. Nel dettaglio, dei singoli Marina

- **Porto Lotti**, questa Marina della provincia della Spezia è localizzata fuori dal centro abitato, dispone di 75 posti barca ad uso temporaneo ed offre alla propria clientela un numero elevato

sia di servizi di accoglienza che di intrattenimento<sup>3</sup> (classificazione 4 stelle) tra i quali il ristorante, la tavola calda, piscina scoperta, campi da tennis, palestra, sauna, centro benessere, giochi per bambini, e centro diving (in convenzione), ma anche iniziative di promozione turistica per esplorare il territorio che li ospita quali convenzioni per escursioni e visite guidate, servizio di shuttle e persino cinema. In previsione la possibilità di realizzare una struttura ricettiva e offrire un servizio di taxi boat, servizio che insieme alla piscina è tra i più richiesti dalla clientela di questa struttura. Manca un servizio di lavanderia e una rivendita di tabacchi, servizi che potrebbero essere utili al turista in transito che soggiorna in barca, soprattutto in caso di vacanze lunghe che comprendono più destinazioni.

La clientela è in larga prevalenza costituita da italiani (95%), con un andamento stabile e un'occupazione media annuale dell'80% che nel periodo estivo (tra giugno e settembre) arriva in media al 92,5% ed un costo medio che oscilla tra i 50 ed i 1500 euro in funzione delle dimensioni della barca ed una permanenza media che è in genere di 7 notti;

- **Marina 3B** (Sarzanà, La Spezia), è localizzata fuori dal centro abitato. dispone di 122 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 4 stelle) ed è una struttura che comprende al suo interno anche la possibilità di soggiornare nel camping village ad esso collegato (offre bungalow, B&B e mobile home). Tra i servizi legati alla fruizione turistica vi sono il ristorante, la rivendita tabacchi, il negozio di souvenir, ma anche la piscina scoperta, i giochi per bambini, il noleggio di biciclette e la lavanderia a gettoni. Mancano altre attività ludico-sportive quali la palestra o la sauna, centro surf/diving, ecc.

La clientela è nel 90% composta da italiani, stabile nel tempo e richiede soprattutto il servizio di piscina e ristorante<sup>4</sup>, l'occupazione media annuale è pari al 76,7% ed in estate arriva fino al tutto esaurito;

- **Marina Genova Aeroporto**, localizzata nel centro abitato di Genova, offre ai propri diportisti la possibilità di alloggiare anche nell'hotel che si affaccia sul molo e di esplorare la città comodamente a piedi. Questa Marina dispone di 346 posti barca, ad uso temporaneo (classificazione 4 stelle), molti i servizi proposti, dal ristorante, alla tavola calda/fredda, dalla

---

<sup>3</sup> Reception, bar e parcheggio sono presenti in tutti i Marina.

<sup>4</sup> La struttura non ha fornito informazioni su permanenza media e prezzo

rivendita di tabacchi e souvenir, al servizio bancario, dalla lavanderia al centro diving e al noleggio di biciclette. Manca l'area giochi per bambini ma anche un'ampia disponibilità di attrezzature sportive a servizio della clientela, una mancanza che la gestione prevede di colmare in futuro. Tra le iniziative di promozione turistica attivate vi sono escursioni, visite guidate e wine tasting.

La clientela è composta dal 60% da italiani e dal 40% da stranieri (provenienti soprattutto dall'Africa, dagli USA e dal Regno Unito), stabile, richiede soprattutto servizi di navetta, ristoranti, attività sportive, escursioni e wine tasting. L'occupazione media annuale dei posti barca è pari al 75,8%, stabile anche nella stagione estiva, con una permanenza media di circa 3-8 notti ed un costo che oscilla tra i 180 ed i 250 euro per imbarcazione;

- **Porto Turistico di Lavagna** (Lavagna, Genova), situato nel centro abitato, offre 400 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 4 stelle) e tra i servizi legati alla fruizione turistica vi sono il ristorante, la tavola calda/fredda, la rivendita di souvenir, la piscina scoperta, la palestra, la sauna, il centro benessere, giochi per bambini, il centro diving e la lavanderia a gettoni. Manca la possibilità di noleggiare biciclette o un bancomat. Tra le attività promozionali i contatti con strutture esterne al porto che offrono servizi di escursioni con traghetto per raggiungere le Cinque Terre e Portofino.

La clientela è composta per l'80% da italiani ed il 20% da stranieri provenienti soprattutto da Francia, Germania e Svizzera che richiedono il servizio di wi-fi e parcheggi ma anche un supermercato interno, richieste soddisfatte, mentre tra i servizi che la struttura non riesce a soddisfare vi sono il parrucchiere e il servizio di bancomat<sup>5</sup>.

Il secondo gruppo è composto dai sei Marine, il livello di servizio offerto è medio ma all'altezza delle richieste della clientela, che è generalmente italiana tranne alcune eccezioni (es. Portofino), con una permanenza media in genere di 2-3 notti ma consente alle strutture di raggiungere quote di vendita mediamente alte anche in bassa stagione. Si tratta di un gruppo molto eterogeneo anche per quanto riguarda la capacità di spesa della clientela, media nella maggioranza dei casi ma molto alta o anche molto alta in altri.

---

<sup>5</sup> La struttura non ha fornito informazioni su occupazione, permanenza media e prezzo

Nel dettaglio le Marine di questo gruppo sono:

- **Porto Mirabello**, gode di una localizzazione privilegiata grazie alla posizione nel centro abitato di La Spezia, offre 357 posti barca ad uso temporaneo (un'offerta anche legata a clientela con disponibilità di spesa di fascia alta che arriva con superyacht) e servizi quali il ristorante, la tavola calda/fredda, il negozio di souvenir, piscina, palestra, sauna, centro benessere e noleggio biciclette. Tra le attività di promozione turistica vi sono contatti con strutture ricettive e servizi di transfer e noleggio di scooter, biciclette, auto di lusso, navette, courtesy car elettriche e su richiesta specifica anche il servizio di catering a bordo. Per il futuro è prevista una struttura ricettiva collegata con 10 suite per gli ospiti, una biblioteca, un'area riunioni e una zona lounge/relax. Mancano servizi che potrebbero essere utili al turista in viaggio quali la lavanderia e il bancomat;

La clientela è equamente divisa tra italiani e stranieri, in aumento per entrambi i target e con una prevalenza per il mercato straniero di turisti provenienti da Regno Unito, Germania e Russia. L'occupazione media è pari al 58,3%, anche in estate, la permanenza media varia tra le 2 e le 5 notti ed il prezzo medio tra i 130 ed i 170 euro per notte. I servizi più richiesti sono quelli legati alle attività sportive, il ristorante ed i transfer, tutti soddisfatti dalla struttura;

- **Marina di Portofino**, anch'essa inserita nel centro abitato e legata ad una clientela con possibilità di spesa di fascia elevata, offre 15 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 4 stelle) ed usufruisce di una serie di servizi offerti dalla "piazzetta" di Portofino come il negozio di souvenir, molti i servizi offerti in convezione quali quello dei ristoranti della zona, la lavanderia, la piscina, la palestra, la sauna, il centro benessere, il centro diving e il noleggio di biciclette. Tra le iniziative di promozione turistica extra-marina vi sono un centro informativo all'interno della struttura, con brochure informative e personale dedicato al front office, e convenzioni con società che organizzano pacchetti escursionistici.

La clientela è composta in netta prevalenza da stranieri (80%) ed i mercati di punta sono Francia, Svizzera, Bahamas e Bermuda. Un andamento stabile e una permanenza media di 2-3 notti, con un costo medio di circa 120 euro per imbarcazione ed un numero medio di passeggeri pari a 7. L'occupazione media dei posti barca è pari al 28,3% ma in estate si attesta intorno al 65%. I servizi più richiesti sono il ristorante e una spiaggia attrezzata e la struttura dichiara una difficoltà a gestire le richieste nei periodi di picco della domanda;

- **Marina di Loano** (Loano, Savona), ubicata appena fuori dal centro abitato di Loano, offre 764 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 4 stelle) e servizi quali ristoranti, piscina, palestra, giochi per bambini, equitazione, centro windsurf, centro diving, noleggio biciclette e lavanderia a gettoni. Tra le iniziative di promozione turistica, escursioni e visite guidate, golf club, possibilità di svolgere arrampicate e il collegamento con il circolo velico. Per il futuro si prevede di inserire un bancomat ed un supermercato interno al Marina.

La clientela è in larga prevalenza legata al mercato italiano (80%), in aumento e con una permanenza media di 1-2 notti ed un costo contenuto (60-90 euro) con equipaggi ristretti (2-3 passeggeri) ma l'occupazione media è elevata, pari al 73,3% nel corso dell'anno e fino all'80% in estate. I servizi più richiesti vanno dai ristoranti, ai parcheggi, dalle biciclette, alla piscina fino ad arrivare alle spiagge e talvolta agli alloggi in hotel, richieste che la struttura riesce a soddisfare, eccezion fatta per il servizio di bancomat;

- **Marina di Alassio**, ubicata nei pressi del centro abitato di Alassio (Savona) dispone di 450 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 4 stelle) ed offre servizi legati alla fruizione turistica quali il ristorante, la tavola calda/fredda, il centro windsurf e il centro diving, il noleggio di biciclette e la lavanderia a gettoni. Inoltre, hanno attivato collaborazioni con il locale circolo nautico per l'organizzazione di escursioni nei dintorni. Mancano altre infrastrutture legate allo sport (es. piscine e palestre) e un'area giochi per bambini. Tra i servizi che intendono attivare una macchina elettrica a disposizione degli ospiti del Marina e una gru che faciliti lo sbarco di clienti con disabilità motorie.

La clientela è in prevalenza italiana (90%) e in diminuzione, e fa raggiungere quote di vendita consistenti solo in estate (36,7% in media nell'anno, 80% in estate). La permanenza media è di 2-3 notti ed il prezzo medio applicato 49 euro per imbarcazione a notte. La clientela chiede soprattutto il servizio di parcheggio e il ristorante, richieste soddisfatte, mentre la struttura incontra difficoltà a soddisfare la richiesta di navette per il centro città;

- **Marina Ar Nav**, ubicata nel centro abitato di Ameglia (La Spezia) dispone di 62 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 3 stelle) ed offre servizi per la clientela turistica quali il noleggio di biciclette e la lavanderia a gettoni. Non dispone di un ristorante, ha solo una sala relax con bar e tavola calda/fredda. Tra le iniziative di promozione turistica convenzioni con stabilimenti balneari, piscine, campo da tennis e maneggio oltre che con servizi di noleggio

natanti. E' in corso di approvazione un progetto di ampliamento della struttura che prevede anche l'inserimento di un'area giochi per bambini e il miglioramento del collegamento wi-fi.

La clientela è stabile, italiana nell'85% dei casi, mentre il 15% sono stranieri provenienti soprattutto da Russia, Regno Unito e Libano. La permanenza media è di 2-4 notti, il prezzo di 95 euro a notte e gli equipaggi composti da circa 3 persone. L'occupazione media è pari al 67,5% nel corso dell'anno ma contenuta nel periodo estivo (45%). Le principali richieste riguardano indicazioni turistiche, ristorante e consegna della spesa in barca, accolte dalla struttura senza difficoltà, mentre non sempre riescono a soddisfare la richiesta di alloggio per l'equipaggio ricorrendo alle strutture presenti in città;

- **Marina del Fezzano**, ubicata nel centro abitato di Porto Venere (La Spezia), dispone di 225 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 3 stelle) ed offre servizi quali una palestra, un centro benessere con sauna ed una lavanderia a gettoni ma anche un ristorante e uno yacht club con angolo bar per la socializzazione della clientela. Tra le iniziative di promozione turistica si segnalano convezioni con strutture ricettive e servizi di noleggio di natanti e biciclette.

La clientela è nel 90% composta da italiani, in aumento e fa raggiungere un'occupazione media elevata, pari al 74,2% nel corso dell'anno e al 97,6% in estate, con una permanenza media di 2-3 notti ed un costo che oscilla tra i 50 ed i 150 euro (4 persone in media nell'equipaggio). Le richieste maggiori riguardano i servizi di ristorante, oltre ai parcheggi e alla manutenzione, mentre l'unica difficoltà incontrata dalla struttura riguarda l'impossibilità di fornire carburante.

Il terzo ed ultimo gruppo è caratterizzato da un livello di servizi legati al turismo basso, in molti casi non è disponibile un ristorante legato alla struttura ed i servizi ludico-sportivi sono molti limitati o assenti, carenze che sono colmate solo in parte da accordi o contatti con altri soggetti attivi nella filiera turistica locale. Si tratta di strutture di piccole dimensioni, fa eccezione solo il salone nautico di Genova che propone 100 posti barca ad uso temporaneo. La clientela ha un profilo di spesa medio-basso, è in netta prevalenza italiana e generalmente permette alle strutture di raggiungere livelli elevati di occupazione dei posti barca solo in estate.

Nel dettaglio in questo gruppo troviamo:

- **Marina di Andora**, ubicato nel centro abitato di Andora (Savona) dispone di 25 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 2 stelle), offre un ristorante e una tavola calda/fredda, un centro diving, il noleggio di biciclette e la lavanderia a gettoni. Mancano alcuni servizi legati allo sport e al tempo libero (quali la piscina, la palestra, ecc.) e un'area giochi per bambini, ma anche un servizio di bancomat. Tra le iniziative di promozione turistica extra-marina corsi di vela ed escursioni in battello per l'avvistamento di cetacei (whale watching). La clientela è stabile e composta nel 70% da italiani e nel 30% da stranieri provenienti in prevalenza da Francia, Germania e Svizzera, con una permanenza media di 1-3 notti ed un costo contenuto, tra i 25 ed i 30 euro a notte ed una di media di 3 passeggeri di equipaggio. Molto basso, tuttavia, l'occupazione media dei posti barca (circa 14% in media nell'anno, 20% in estate). Le principali richieste riguardano il ristorante, le spiagge e l'area attrezzata per bambini, tutte soddisfatte grazie alla filiera allargata del territorio;
- **Marina di Santa**, situato nell'abitato di Santa Margherita Ligure (Genova) dispone di 17 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 3 stelle). Tra i servizi offerti il ristorante e la tavola calda mentre manca l'intrattenimento sportivo-ricreativo. Forniscono solo indicazioni e contatti per golf club, taxi e lavanderia. Per il futuro prevedono di potenziare il wi-fi e migliorare le condizioni delle banchine. La clientela è composta nel 70% da italiani (stabile) e nel 30% da stranieri (in diminuzione) di provenienza principale dalla Svizzera, da Malta e dalle Bermuda. La permanenza media è di 3-6 notti (80-280 euro) con equipaggi medi di 3-5 persone e l'occupazione media è pari al 60% ma sfiora il tutto esaurito nell'alta stagione estiva. I servizi più richiesti, tutti

soddisfatti grazie al ricorso delle altre imprese del territorio, sono la lavanderia, il ristorante, la spiaggia attrezzata, i taxi e campi da golf;

- **Salone nautico resort**<sup>6</sup>, situato nel centro abitato di Genova, dispone di 100 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 2 stelle), offre servizi in convenzione per ristorante, tavola calda, centro windsurf e centro diving e come iniziative di promozione turistica propone ristoranti, escursioni e servizio shuttle. Mancano gli altri servizi legati all'intrattenimento, l'area giochi per bambini, il bancomat, ecc.

La clientela è nel 95% dei casi formata da italiani e richiede soprattutto il servizio di ristorante, lavanderia e shuttle;

- **Marina Colombiera**, ubicata fuori dal centro abitato di Ameglia (La Spezia), dispone di 36 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 3 stelle). Tra i servizi legati alla fruizione turistica vi sono solo i giochi per bambini (oltre il bar ed il parcheggio servizi disponibili in tutti i Marina).

La clientela è italiana nel 70% dei casi e in aumento, mentre gli stranieri sono il 30%, hanno un andamento stabile e provengono soprattutto da Belgio, Germania e Francia. La permanenza è particolarmente elevata (circa 1-2 settimane) ed il costo contenuto (30 euro a notte ad imbarcazione) per equipaggi formati in media da 4 persone. Ristorante e piscina sono due servizi che la struttura non riesce a soddisfare;

- **La Meridiana**, situata fuori dal centro abitato di Ameglia, dispone di 13 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 3 stelle) ed offre solo un servizio di piscina e giochi per bambini, mentre per il futuro hanno in programma di inserire un servizio di lavanderia.

Una clientela esclusivamente italiana che richiede soprattutto parcheggi, ristoranti e piscina e un'occupazione media consiste solo in estate (87,5%);

- **Riomare Resort**, ubicato fuori dal centro abitato di Ameglia, dispone di 50 posti barca ad uso temporaneo (classificazione 3 stelle), non offre servizi legati alla fruizione turistica ma ha in programma per il futuro di attivarsi per offrire una piscina ed un'area attrezzata per il relax.

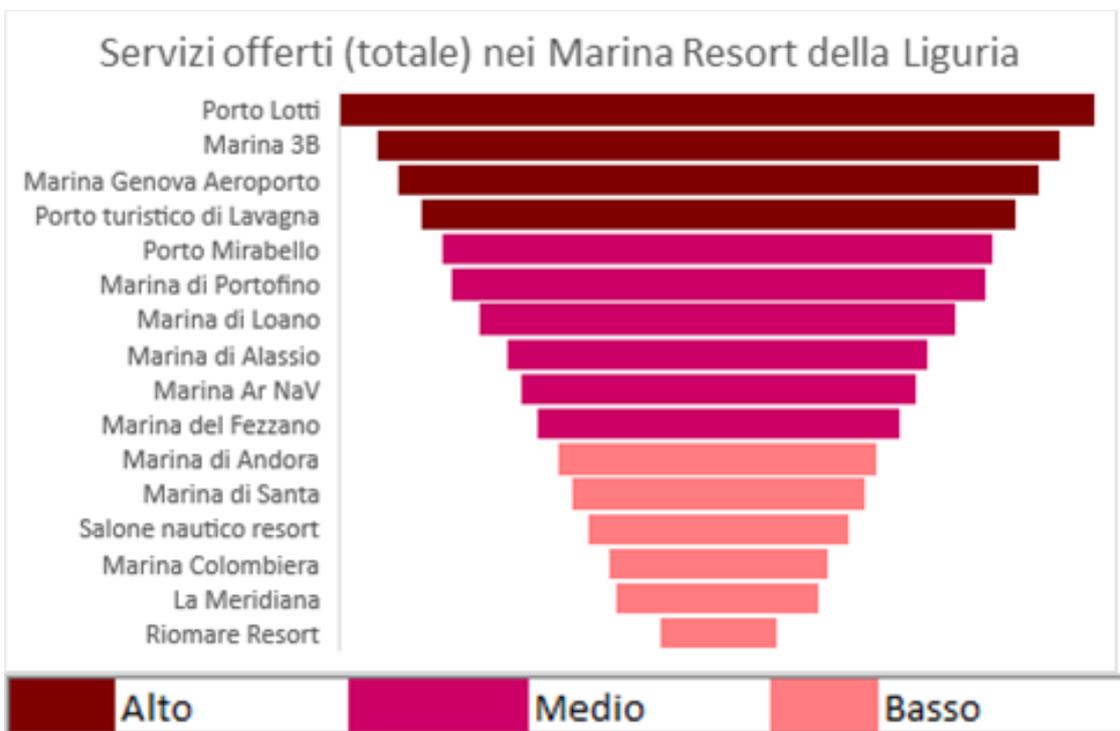
La clientela è per il 98% composta da italiani e l'occupazione media intorno al 77% nell'anno e fino all'86% in estate. La durata dei soggiorni è in media pari a 7 notti, il costo

---

<sup>6</sup> La struttura non ha fornito informazioni in merito all'occupazione media, alla permanenza media e ai costi.

intorno ai 20 euro a notte per equipaggi di circa 4 persone. Molto richiesto il ristorante, ma la struttura non riesce ad accontentare la clientela.

Figura 1



### 3. Il valore aggiunto del turismo

I turisti in vacanza nella regione Liguria acquistano una serie di beni e servizi, dall'alloggio alla ristorazione, dallo shopping agli ingressi in musei e monumenti, dagli stabilimenti balneari ai teatri, ecc, acquisti che producono una serie di effetti sull'economia locale (e non solo).

**Considerando per il 2019 circa 79,4 milioni di presenze turistiche stimate in Liguria, tra alloggi in strutture ricettive e permanenze nelle abitazioni private, si stima un impatto economico di oltre 5 miliardi e 550 milioni di euro legato alle spese sostenute nel corso della vacanza da questi turisti<sup>7</sup>.**

**Queste spese attivano sul territorio della Liguria:**

- **una produzione di beni e servizi stimata in 5 miliardi e 746 milioni di euro;**
- **un Prodotto Interno Lordo pari 3 miliardi e 288 milioni di euro;**
- **importazioni di beni e servizi, materie prime, semilavorati e prodotti finiti per 2 miliardi e 323 milioni di euro** di cui il 64,3% proveniente da altre regioni italiane (pari a 1 miliardo e 493 milioni di euro) e il 35,7% dall'estero (830 milioni di euro);
- **un'occupazione pari a 72 mila unità di lavoro**, di cui il 58,5% sono lavoratori dipendenti (pari a 42 mila ULA) ed il 41,5% autonomi (30 mila ULA).

Rispetto al 2018 emerge per la Liguria un bilancio tra luci ed ombre, con un trend sostanzialmente positivo in termini di presenze turistiche sul territorio, legate soprattutto al mercato parallelo delle abitazioni private e alla crescita di appeal nei confronti di un turismo internazionale in cerca di vacanze a misura di "famiglia" (nel 2019 sono il 33,9% dei turisti stranieri in Liguria)<sup>8</sup>, turisti che

---

<sup>7</sup> Poiché l'indagine Customer care nel 2019 è stata svolta nel solo periodo estivo, partendo dai dati rilevati nel corso delle indagini svolte sul territorio, tenuto conto delle stime calcolate per le presenze turistiche del 2019, si è fatta una stima sulla spesa complessiva dei turisti in Liguria nell'intero anno.

<sup>8</sup> Fonte: Customer care turisti, Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, anno 2019

spendono un pò di più, con una crescita generale della produzione di beni e servizi realizzati sul territorio regionale e dell'occupazione delle forze lavoro locali, mentre diminuiscono le importazioni dalle altre regioni e dall'estero e il PIL attivato dal turismo sul territorio regionale, che nel 2019 è il 6,5% del PIL complessivo della Liguria.

**Nel dettaglio si stima rispetto al 2018:**

- una **crescita delle presenze turistiche del +2,8%**, legata esclusivamente al mercato parallelo delle abitazioni private (+3,6%) ed in particolare ai turisti stranieri che alloggiano in queste abitazioni (+10%);
- una **crescita dell'impatto economico sul territorio del +2,2%**, conseguenza della crescita delle spese dei turisti che alloggiano in abitazioni private (+3,3%), soprattutto quelle dei turisti stranieri che scelgono queste soluzioni di alloggio e che, più numerosi rispetto al 2018, con le loro spese attivano sul territorio un impatto economico più elevato rispetto a quello dell'anno precedente. Cambiano anche le abitudini di spesa e il turista che alloggia in abitazioni private dedica una parte maggiore del budget di vacanza ai pasti, ai prodotti agroalimentari, allo shopping e agli spostamenti sul territorio;
- una **crescita della produzione dei beni e servizi acquistati dai turisti pari al +2,8%**. Per il solo turismo internazionale si calcola come le spese sostenute sul territorio attivino il 37% della produzione realizzata in Liguria (pari ad oltre 2 miliardi e 101 milioni di euro), con una crescita più elevata di quella del turista italiano (+4,1% per il mercato straniero, +2,1% per quello italiano), ma legata alla domanda che alloggia in abitazioni private (+9,1%), mentre gli stranieri in strutture ricettive fanno calare la produzione del -2,3% rispetto a quella del 2018;
- **un calo dell'8,8% del PIL**, ovvero del prodotto interno lordo attivato dalle spese dei turisti che soggiornano sul territorio e, di conseguenza, una minore quota del PIL legato al turismo rispetto al PIL generale della regione (nel 2018 era pari al 7,1%, per il 2019 si calcola il 6,5%),
- **un calo del 6,7% delle importazioni nella regione** di beni e servizi, materie prime, semilavorati e prodotti finiti utilizzati dalle imprese liguri per produrre i beni e servizi acquistati dai turisti nel corso del loro soggiorno sul territorio;

- **un aumento delle unità di lavoro impiegate nella regione per produrre i beni ed i servizi acquistati dai turisti pari al 7,5%**, con una conseguenza positiva per il mercato del lavoro locale, sia per il settore turistico che per tutti quei settori dell'economia locale legati direttamente ed indirettamente al turismo.

**Delle 79,4 milioni di presenze turistiche stimate in Liguria, si calcola come ogni turista spenda in media 70 euro al giorno**, considerando tutte le spese medie sostenute sul territorio, quali alloggio, ristorazione, shopping, spese per attività culturali e divertimenti e altre spese sostenute sul luogo di vacanza, ma anche spese di trasporto per la sola parte di viaggio realizzata nella regione.

**Si calcola poi come ogni presenza turistica in Liguria attiva nel 2019 sul territorio regionale 42 euro di PIL** (meno dei 47 euro del 2018) ed in particolare,

- ogni presenza turistica che alloggia in strutture ricettive attiva nella regione 74 euro (82 euro nel 2018),
- ogni presenza nelle abitazioni private attiva 34 euro di PIL (38 euro nel 2018), un peso più alto per i turisti che alloggiano in strutture ricettive legato alla presenza dei costi di alloggio nel costo medio sostenuto per la vacanza nella regione.

**Inoltre, si stima che per ogni 100 euro di spesa sostenuta dai turisti in Liguria viene attivato all'interno della regione stessa un PIL pari a 59 euro** (66 euro nel 2018) ed in particolare 64 euro attivato dai turisti in strutture ricettive e 57 euro dai turisti in abitazioni private. Mentre il PIL attivato nelle regioni da cui provengono materie prime, semilavorati e prodotti finiti importati dalle imprese liguri è stimato in 35 euro.

Infine, per ogni milione di spesa turistica sostenuta in Liguria si rendono necessarie 13 ULA, unità di lavoro impiegate in Liguria che rappresentano il 10,9% delle unità di lavoro impiegate complessivamente dalle imprese attive locali, quota più elevata di quella del PIL turistico (6,5% del PIL regionale) a conferma della connotazione del turismo come un settore produttivo ad alta intensità di lavoro, un settore che produce una serie di effetti diretti ed indiretti sull'economia locale,

contribuendo attivamente al benessere della popolazione locale e del sistema imprenditoriale del territorio.

**Tabella 25**

**Stima dell'impatto economico della spesa turistica (escluso viaggio)**

confronto 2018-2019

<b>2018</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Turisti che alloggiano nelle strutture ricettive	941.898.000	795.152.000	1.737.050.000
Turisti che alloggiano in abitazioni private	2.544.773.000	1.151.176.000	3.695.949.000
<b>Totale</b>	<b>3.486.671.000</b>	<b>1.946.328.000</b>	<b>5.432.999.000</b>
<b>2019</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Turisti che alloggiano nelle strutture ricettive	943.310.000	788.695.000	1.732.005.000
Turisti che alloggiano in abitazioni private	2.583.849.000	1.234.623.000	3.818.472.000
<b>Totale</b>	<b>3.527.159.000</b>	<b>2.023.318.000</b>	<b>5.550.477.000</b>
<b>Var % 2019/2018</b>	Italiani	Stranieri	Totale
Turisti che alloggiano nelle strutture ricettive	0,1	-0,8	-0,3
Turisti che alloggiano in abitazioni private	1,5	7,2	3,3
<b>Totale</b>	<b>1,2</b>	<b>4,0</b>	<b>2,2</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, Regione Liguria – Unioncamere Liguria

Figura 2

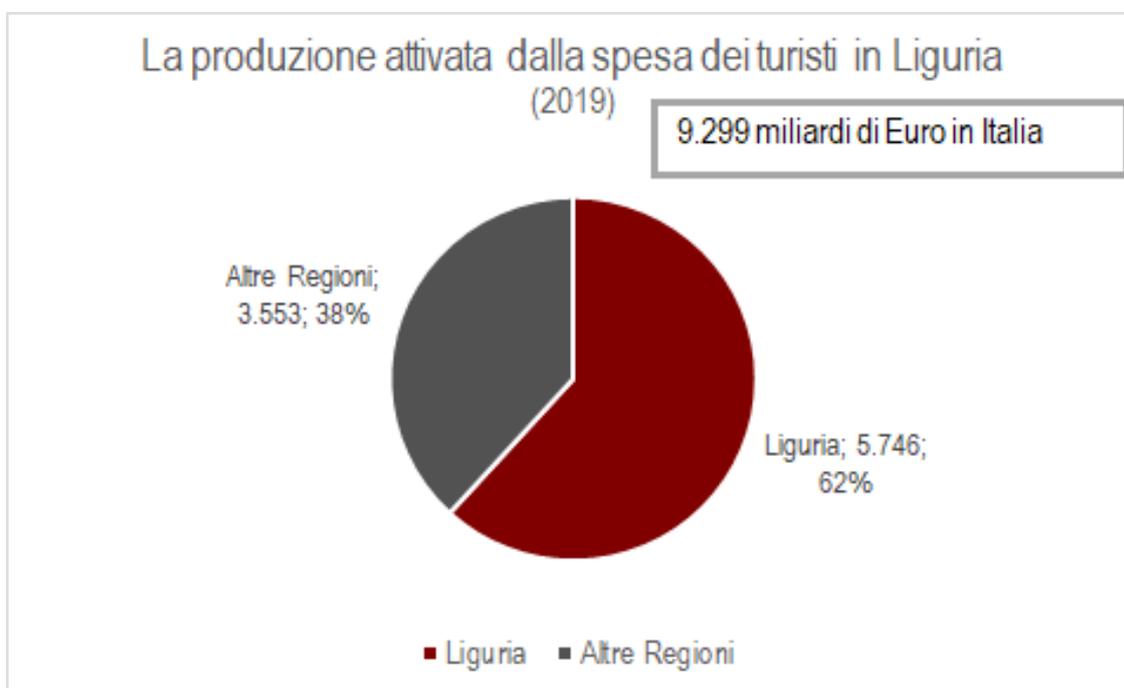


Figura 3

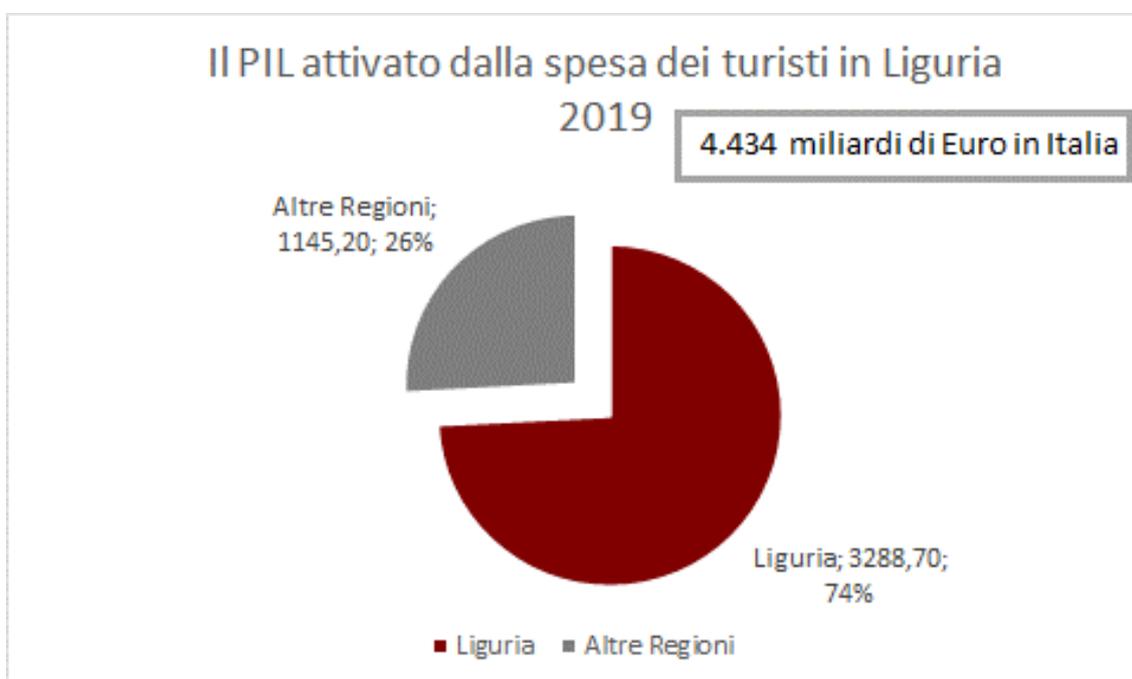


Tabella 26

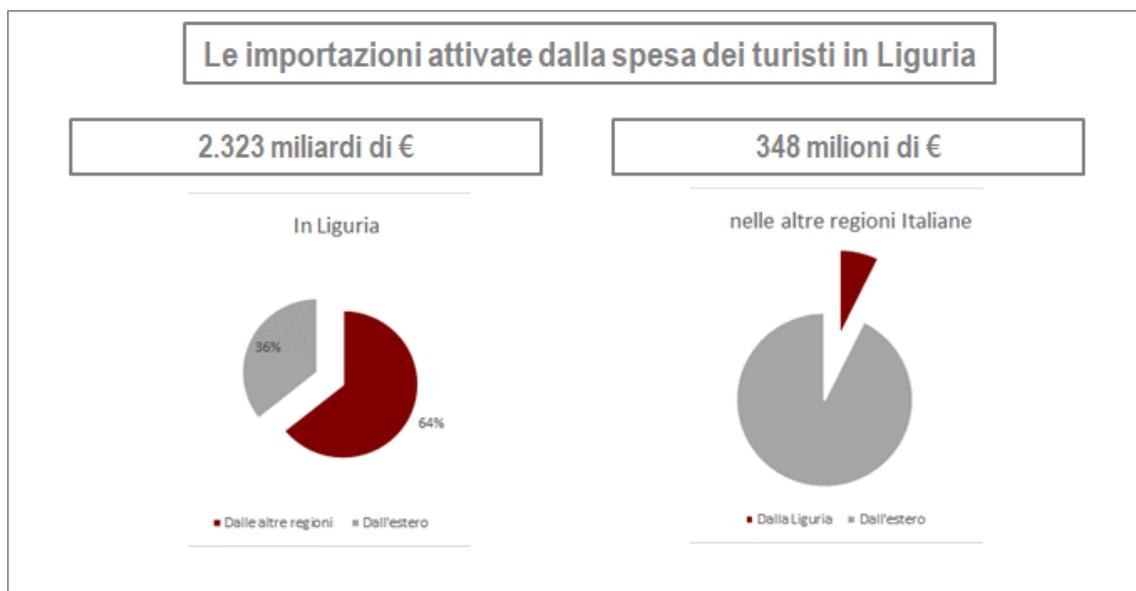
**Moltiplicatori di spesa e presenza del turismo in Liguria (2019)**

	Liguria			Resto d'Italia		
	Turisti ufficiali	Turisti non ufficiali	Totale	Turisti ufficiali	Turisti non ufficiali	Totale
Spesa media pro-capite giornaliera in Liguria	€ 115,00	€ 59,00	€ 70,00	-	-	-
Quota di spesa sul totale della spesa media regionale	5,37%	11,84%	17,22%	-	-	-
Pil per presenza turistica	€ 73,67	€ 33,91	€ 41,46	€ 35,79	€ 21,84	€ 24,59
Pil per 100 euro di spesa turistica	€ 64,04	€ 57,08	€ 59,25	€ 31,31	€ 36,66	€ 34,95
Quota di pil attivato su pil regionale	2,19%	4,30%	6,5%	0,02%	0,05%	0,06%

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, Regione Liguria – Unioncamere Liguria

\* Variazione % del pil per una crescita di presenze dell'1%

Figura 4



## 4. Rapporto sulla redditività degli alberghi liguri

L'analisi della redditività degli alberghi liguri rivela una lieve crescita nel volume di affari e nella ricchezza generata dalle attività alberghiere, desumibile dalla lettura di due grandezze chiave: i ricavi delle vendite e il valore aggiunto. Il fatturato degli alberghi liguri esaminati mostra un tasso di crescita annuo (CAGR) del valore medio pari a +2,8% e un CAGR del valore mediano pari a 3,00% tra il 2016 e il 2018.

Il valore aggiunto rappresenta una misura del valore generato da un'attività e viene calcolato come differenza tra i ricavi e i costi esterni. Il valore aggiunto rappresenta anche il valore che servirà come remunerazione dei differenti portatori di interessi (es. personale, fisco e investitori). Tale grandezza presenta un CAGR del valore medio tra 2016 e 2018 pari a +3,51% e un CAGR relativo al valore mediano pari a +2,97% nel periodo in esame. In crescita rispetto al 2017 le imprese in utile, pari al 73% (2017: 72%).

Anche l'analisi del fatturato per camera conferma questo buon andamento, salendo da un valore mediano di 22,30 nel 2016 a un valore di 23,63 nel 2017 e a 25,05 nel 2018 (CAGR: +4%).

A questo quadro apparentemente roseo si contrappone un calo della redditività operativa, che fornisce informazioni sulla capacità delle imprese di sfruttare i propri capitali per generare risultati reddituali positivi con riferimento alla gestione caratteristica. Il livello di redditività del capitale investito può essere misurato dal ROI (Return On Investment), il quale misura il rapporto tra risultato operativo e investimenti. Tale grandezza ha subito una costante contrazione nel periodo in esame, passando da un valore mediano di 4,70% nel 2016 ad uno di 4,31% nel 2017, scendendo al 3,75% nel 2018 (CAGR: -7,25%).

L'andamento del ROI può essere analizzato secondo lo schema DuPont, che individua due determinanti di tale indice: la redditività delle vendite, misurata come rapporto tra risultato operativo e fatturato, e il tasso di rotazione del capitale, misurato come rapporto tra fatturato e capitale investito.

Esaminando le due principali componenti della redditività operativa per gli alberghi liguri inclusi nell'analisi, è possibile notare come siano in calo sia la marginalità delle vendite (CAGR del ROS

mediano pari a -5% tra 2016 e 2018) che il tasso di rotazione del capitale, che passa da un valore medio di 1,15 nel 2017 a 1,11 nel 2018 e da un valore mediano di 0,87 nel 2017 a 0,83 nel 2018.

La riduzione della marginalità delle vendite è confermata anche da un altro indicatore: l'EBITDA margin. Tale grandezza è calcolata come rapporto tra l'EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization), grandezza reddituale che contrappone ai ricavi operativi i costi operativi monetari, e il fatturato. Esaminando l'andamento di tale indicatore, è possibile notare come il suo valore mediano sia diminuito dal 16,19% del 2016 al 14,81% del 2018 (CAGR: -2,93%).

Questi dati evidenziano come all'aumentare del fatturato non sia corrisposta una crescita dei margini altrettanto soddisfacente. Il motivo di tale andamento deve essere cercato nella dinamica dei costi operativi: il loro valore mediano è passato da circa 611.000 nel 2016 a circa 680.000 nel 2018 (CAGR: +3,63%). Su tutti, spiccano i costi per il personale, con un CAGR del valore mediano pari a +5,35% nel periodo (+5,18% considerando i soli salari e stipendi).

La riduzione del tasso di rotazione del capitale è determinata da un aumento degli investimenti lordi più che proporzionale a quello del fatturato. Il valore mediano degli investimenti passa da 36.851 a 39.886 Euro tra il 2017 e il 2018 (+8,24%). Tale dinamica dipende prevalentemente da un aumento degli investimenti in capitale fisso. La percentuale di fatturato assorbita dagli investimenti in capitale fisso è rimasta sostanzialmente invariata tra il 2017 e il 2018 (da 5,03% a 4,76%).

Questi investimenti, però, non sembrano essere volti all'espansione e al rafforzamento della struttura produttiva, ma piuttosto si configurano come investimenti di mantenimento della stessa, come dimostra il rapporto mediano tra ammortamenti e investimenti in capitale fisso. Quest'ultima grandezza consente di apprezzare se e in quale misura gli investimenti superino la quota di ammortamento, la quale riflette l'utilizzo e l'obsolescenza dei beni ammortizzati. Se inferiore all'unità, tale rapporto indica investimenti che eccedono gli ammortamenti, evidenziando uno sviluppo della struttura produttiva. Nel caso in esame, il valore mediano di questo indice è superiore all'unità sia nel 2017 (1,08) che nel 2018 (1,27).

Questi dati sono confermati da recenti rapporti pubblicati da Federalberghi nel 2017<sup>9</sup> e nel 2019<sup>10</sup>, i quali evidenziano una tendenza a una moderata crescita del fatturato degli alberghi in Italia, ma anche limitati investimenti strutturali.

Da un'analisi più accurata, emergono alcune differenze legate all'area geografica e alla tipologia di impresa. Le imprese della provincia di Imperia sono quelle che investono maggiormente. Con riferimento alla tipologia di albergo è possibile notare come, nonostante gli hotel a 4 stelle presentino la redditività maggiore, questi non abbiano un adeguato livello di investimenti strutturali. Da questo punto di vista, registrano maggiori investimenti gli hotel a 5 stelle e gli hotel di categoria più bassa (1 e 2 stelle), che mostrano investimenti di sviluppo e non di mero mantenimento.

Tra gli alberghi esaminati, inoltre, non vi sono imprese definibili come grandi secondo la classificazione proposta dall'Unione Europea, ma soltanto piccole e medie imprese (PMI) e microimprese. Queste ultime si sono dimostrate più sofferenti delle altre nel periodo in esame, con performance peggiori in termini di fatturato e valore aggiunto, minore redditività e investimenti.

Infine, dal punto di vista della solvibilità, gli alberghi liguri mostrano una buona capacità di sostenere gli oneri finanziari, il cui modesto valore risente dei bassi tassi praticati nel periodo in esame. Molte imprese si presentano anche solide dal punto di vista patrimoniale, mentre quelle con alti livelli di indebitamento potrebbero aver utilizzato l'effetto leva collegato al debito per sostenere i propri investimenti.

In conclusione, l'analisi condotta sembra evidenziare una situazione favorevole in termini di crescita nel volume di attività e di solvibilità per gli alberghi liguri. Lo sfruttamento di tali condizioni da parte delle imprese del comparto dipenderà in modo decisivo dalla gestione dei costi e dalle politiche di investimento e di espansione.

---

<sup>9</sup> Federalberghi (2017), Ottavo rapporto sul sistema alberghiero e turistico ricettivo in Italia.

<sup>10</sup> Federalberghi (2019), DATATUR Trend e statistiche sull'economia del turismo.

Tabella 27

**Dati su fatturato, capitale investito e valore aggiunto per provincia, tipologia di albergo e classe dimensionale (valori in migliaia di €)**

		Fatturato			Capitale investito			Valore aggiunto		
		2018	2017	2016	2018	2017	2016	2018	2017	2016
<i>Per aree geografiche</i>										
<b>GENOVA</b>	<i>Media</i>	1.713	1.643	1.576	3.954	3.737	3.721	877	851	813
	<i>Mediana</i>	646	634	637	727	547	600	308	278	262
<b>IMPERIA</b>	<i>Media</i>	1.057	1.003	1.041	1.979	3.880	4.147	526	474	481
	<i>Mediana</i>	699	606	594	670	683	776	312	274	283
<b>LA SPEZIA</b>	<i>Media</i>	894	821	767	1.649	1.463	1.451	439	383	365
	<i>Mediana</i>	812	719	676	1.022	1.073	1.063	380	332	329
<b>SAVONA</b>	<i>Media</i>	929	909	867	1.867	2.075	2.029	474	454	423
	<i>Mediana</i>	562	573	557	788	698	683	238	326	268
<b>ALTRE</b>	<i>Media</i>	2.439	2.457	2.372	6.377	6.323	6.289	1.105	1.130	1.092
	<i>Mediana</i>	2.872	2.743	2.604	3.243	2.547	2.370	1.081	1.261	1.129
<i>Per classe dimensionale</i>										
<b>MICRO</b>	<i>Media</i>	446	456	434	1.187	1.171	1.247	212	208	198
	<i>Mediana</i>	404	392	365	538	538	544	189	354	349
<b>PMI</b>	<i>Media</i>	2.156	1.866	1.768	4.462	4.639	4.438	1.091	941	875
	<i>Mediana</i>	1.221	1.086	1.062	1.637	1.271	1.171	622	542	517
<i>Per tipologia di albergo</i>										
<b>5 STELLE</b>	<i>Media</i>	7.452	7.860	7.619	15.995	15.791	14.980	3.845	4.177	4.074
	<i>Mediana</i>	5.770	5.873	5.445	11.462	9.920	9.172	2.338	3.172	2.927
<b>4 STELLE</b>	<i>Media</i>	1.974	1.911	1.794	4.681	6.471	6.378	1.002	970	899
	<i>Mediana</i>	1.438	1.408	1.414	2.503	2.565	2.637	746	752	732
<b>3 STELLE</b>	<i>Media</i>	708	698	679	1.395	1.293	1.309	342	325	313
	<i>Mediana</i>	572	573	546	667	614	601	293	256	241
<b>&lt; 3 STELLE</b>	<i>Media</i>	320	317	304	555	496	516	143	131	122
	<i>Mediana</i>	298	302	296	289	220	246	109	103	79
<b>TOTALI</b>	<i>Media</i>	<b>1.301</b>	<b>1.238</b>	<b>1.195</b>	<b>2.824</b>	<b>3.080</b>	<b>3.080</b>	<b>651</b>	<b>612</b>	<b>587</b>
	<i>Mediana</i>	<b>735</b>	<b>694</b>	<b>672</b>	<b>811</b>	<b>730</b>	<b>791</b>	<b>345</b>	<b>321</b>	<b>316</b>

Tabella 28

## Dati sugli investimenti per provincia, tipologia di albergo e classe dimensionale

		Rotazione capitale investito			Investimenti/fatturato		Ammortamenti/investimenti	
		2018	2017	2016	2018	2017	2018	2017
<i>Per aree geografiche</i>								
GENOVA	<i>Media</i>	1,11	1,15	1,06	6,67%	9,62%	3,04	2,65
	<i>Mediana</i>	0,89	0,95	0,87	4,52%	4,53%	1,37	1,02
IMPERIA	<i>Media</i>	1,11	1,16	1,13	31,05%	13,68%	2,47	2,21
	<i>Mediana</i>	0,83	0,9	0,84	8,47%	5,92%	0,88	1,05
LA	<i>Media</i>	1,07	1,12	1,13	25,54%	13,02%	3,27	3,15
SPEZIA	<i>Mediana</i>	0,71	0,76	0,67	5,74%	5,08%	1,01	1,31
SAVONA	<i>Media</i>	1,14	1,14	1,27	12,90%	11,13%	4,01	2,35
	<i>Mediana</i>	0,83	0,92	0,89	3,86%	5,11%	1,01	1,1
ALTRO	<i>Media</i>	1,16	1,35	1,27	5,45%	5,39%	3,15	2,94
	<i>Mediana</i>	0,79	0,7	0,73	3,23%	2,69%	1,58	1,8
<i>Per tipologia di albergo</i>								
5	<i>Media</i>	0,85	0,82	0,92	35,18%	18,52%	1,36	3,85
STELLE	<i>Mediana</i>	0,46	0,5	0,52	10,37%	1,62%	0,84	0,92
4	<i>Media</i>	0,98	0,98	0,96	9,46%	12,11%	4,03	2,82
STELLE	<i>Mediana</i>	0,79	0,65	0,53	4,26%	4,70%	1,99	1,34
3	<i>Media</i>	1,18	1,22	1,16	16,57%	10,14%	2,98	2,32
STELLE	<i>Mediana</i>	0,84	0,97	0,88	5,04%	5,20%	1,26	1,09
<3	<i>Media</i>	1,18	1,34	1,57	20,08%	10,95%	3,5	2,93
STELLE	<i>Mediana</i>	0,9	1,04	1,01	5,89%	3,89%	0,52	1,03
<i>Per classe dimensionale</i>								
MICRO	<i>Media</i>	1,03	1,08	1	19,32%	10,36%	3,63	2,7
	<i>Mediana</i>	0,76	0,86	0,79	4,29%	4,32%	0,97	1,13
PMI	<i>Media</i>	1,2	1,22	1,27	12,39%	11,71%	2,9	2,51
	<i>Mediana</i>	0,92	0,92	0,84	4,96%	5,34%	1,5	1,11
TOTALE	<i>Media</i>	<b>1,11</b>	<b>1,16</b>	<b>1,15</b>	<b>15,82%</b>	<b>11,11%</b>	<b>3,21</b>	<b>2,61</b>
	<i>Mediana</i>	<b>0,83</b>	<b>0,87</b>	<b>0,81</b>	<b>4,76%</b>	<b>5,03%</b>	<b>1,27</b>	<b>1,08</b>

## 5. Analisi comparativa dei flussi turistici sul territorio regionale ligure

Obiettivo dell'analisi è approfondire la conoscenza in merito ai turisti che soggiornano in Liguria e supportare l'attività di analisi dei flussi turistici.

Sono stati considerati i profili sia dei turisti italiani, sia degli stranieri. Il periodo di riferimento è quello estivo, di maggior incidenza turistica, che va da giugno a settembre per l'anno 2019, in merito alla copertura geografica sono stati presi in considerazione in modo particolare 9 comuni liguri (Alassio, Diano Marina, Lerici, Levanto, Monterosso al Mare, Noli, Rapallo, Sanremo, Sestri Levante).

Il lavoro ha restituito un data-set con le informazioni provenienti dalla banca dati delle comunicazioni obbligatorie degli albergatori e i dati rilevati dagli operatori telefonici TIM e Vodafone. I contenuti sono stati resi disponibili sulla piattaforma di Liguria Digitale dove è possibile effettuare comparazioni ed interrogazioni specifiche.

Di seguito alcuni abstract.

Figura 5

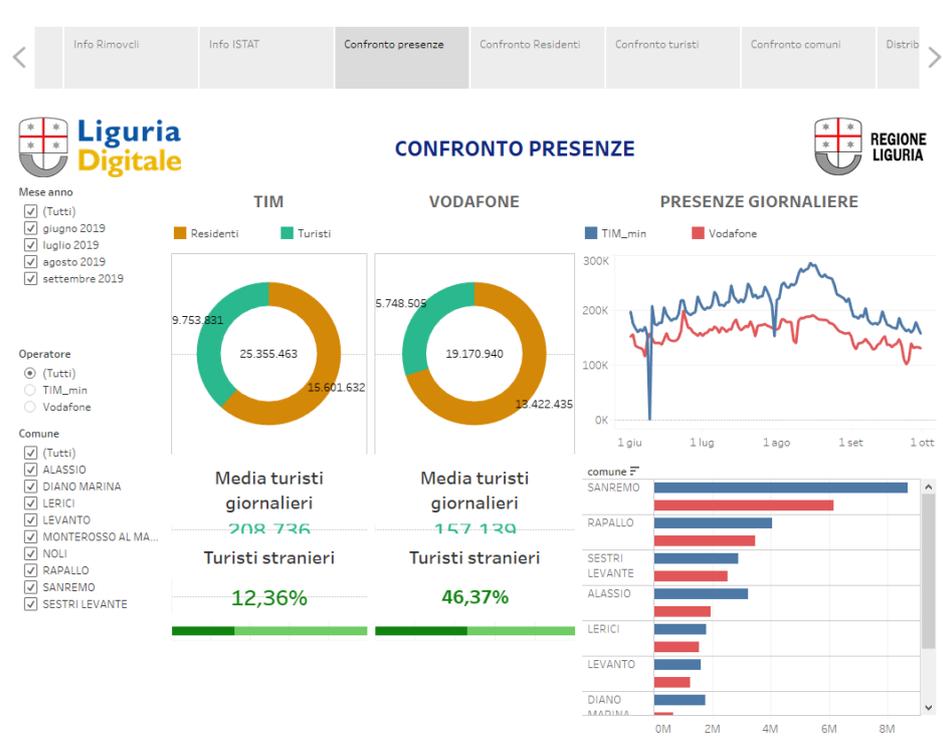


Figura 6



Figura 7

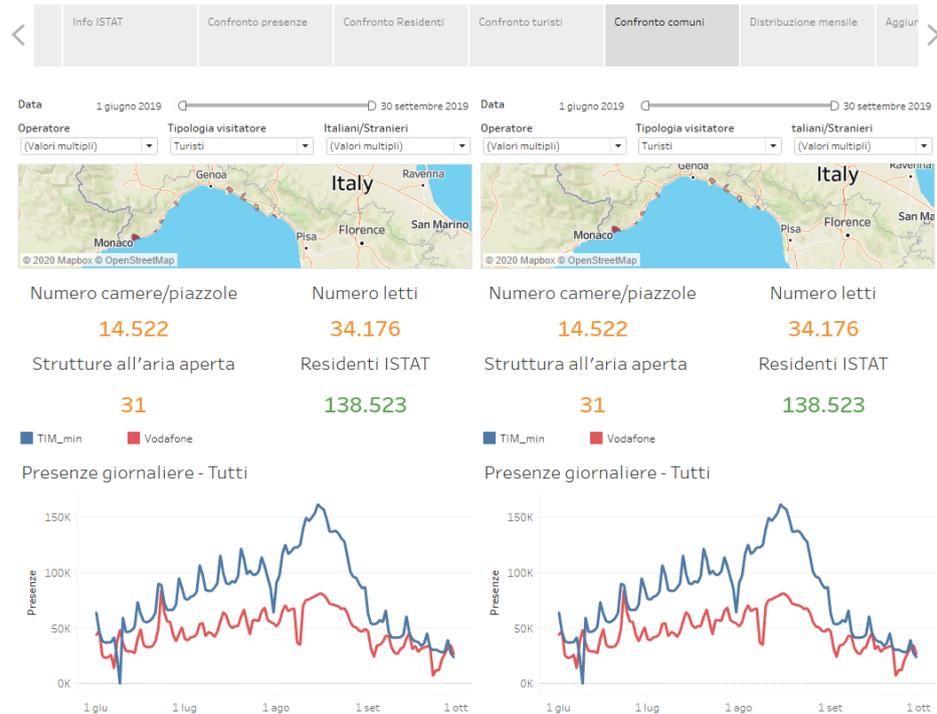


Figura 8

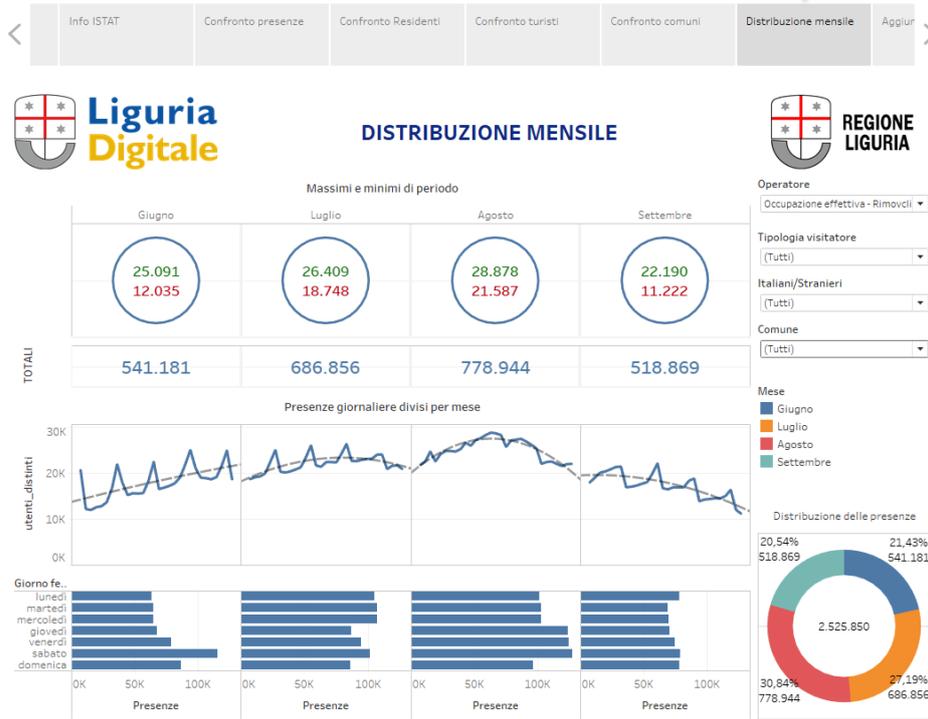


Figura 9

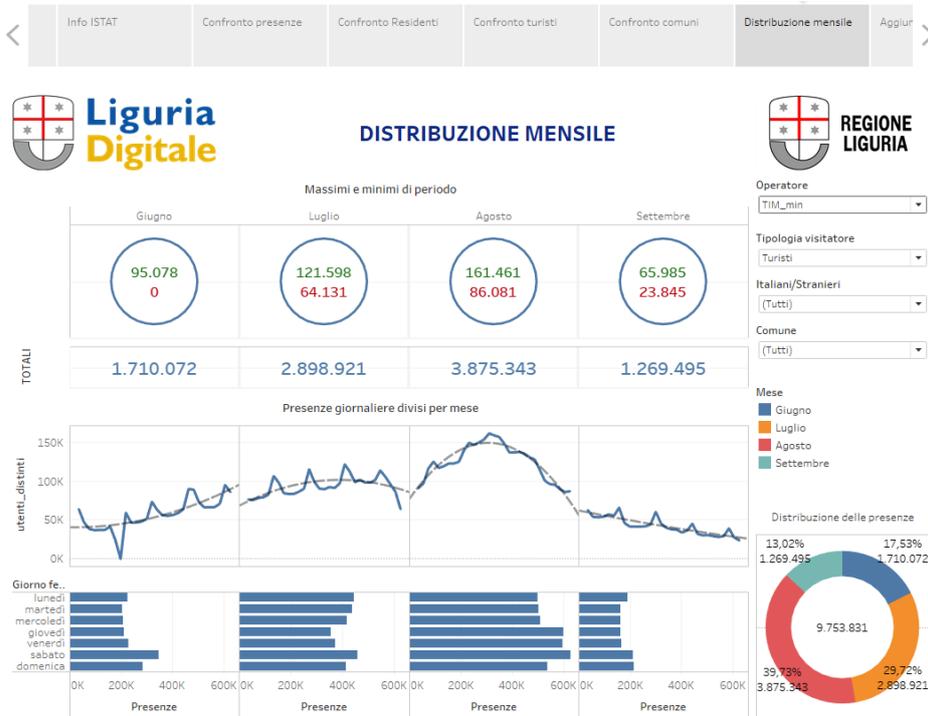


Figura 10

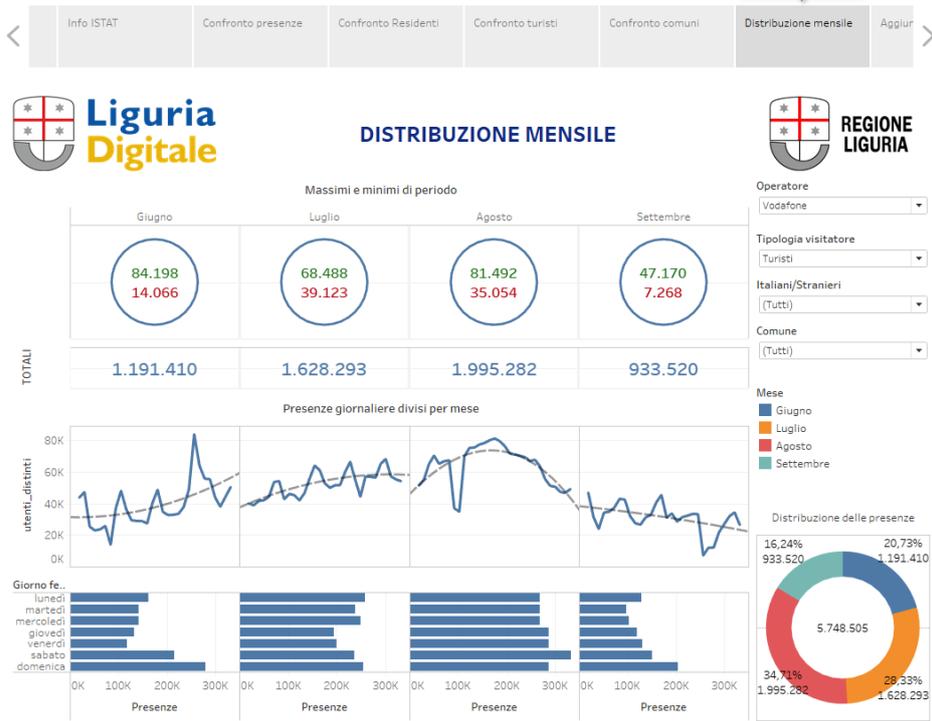
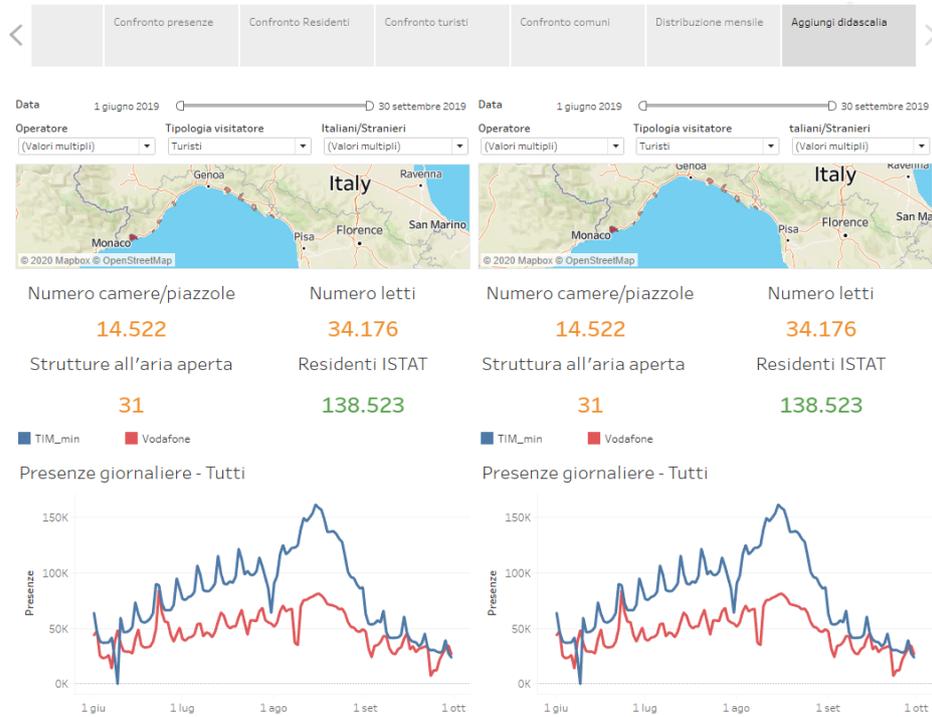


Figura 11



## Nota metodologica

### Customer care – Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato nell'estate 2019 si è rivolta ad un campione di turisti italiani e stranieri che hanno soggiornato almeno due notti nelle località della regione.

Un individuo è considerato eleggibile per essere intervistato se non è residente nella località di effettuazione dell'intervista e se vi ha trascorso almeno due notti; non possono inoltre essere intervistate più di due persone appartenenti a uno stesso gruppo, questo sia per rilevare tutte le eterogeneità del fenomeno che per controllare l'eccesso di duplicazioni per quanto riguarda le informazioni sul comportamento di visita e sull'organizzazione del viaggio.

I questionari sono stati somministrati a turisti italiani e stranieri nei principali centri turistici e nelle vicinanze delle strutture ricettive ponendo una forte attenzione alle specificità di prodotto regionali. Ogni intervista ha avuto una durata media di 10 minuti e, per i turisti stranieri, sono stati somministrati questionari in lingua.

L'indagine mira a rilevare:

- le caratteristiche strutturali del turista (età, provenienza, titolo di studio e professione);
- i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, organizzazione del soggiorno, canali di influenza, attività svolte, soddisfazione e valutazione per il soggiorno turistico svolto);
- il grado di soddisfazione sull'offerta turistica del territorio;
- l'importo della spesa individuale.

Le località interessate sono state le seguenti:

- per la provincia di **Genova**: Cogoleto, Genova, Portofino, Santa Margherita Ligure, Santo Stefano d'Aveto, Sestri Levante;
- per la provincia di **Imperia**: Dolceacqua, Imperia, Perinaldo, Sanremo, Ventimiglia;
- per la provincia di **Savona**: la città di Savona, Alassio, Albenga, Loano, Sassello, Spotorno, Varazze;
- per la provincia **della Spezia**: le città della Spezia, Lerici, Riomaggiore.

Non avendo a disposizione i dati sull'universo di riferimento (nell'indagine vengono intervistati non solo i turisti che alloggiano nelle strutture turistiche ufficiali ma anche i turisti delle seconde case e presso parenti e amici) il campione viene pesato utilizzando i dati delle presenze nelle strutture ricettive raccolti dall'Istat. Tali pesi, attribuiti ad ogni singola unità, sono costruiti rapportando il totale delle presenze nel territorio al numero di interviste effettuate. I pesi sono differenziati per italiani, stranieri, e provincia. Questo sistema di pesi permette di riproporzionare le interviste effettuate in base alle provenienze e in questo modo viene dato maggior peso alle località con maggiori flussi turistici in termini di presenze nelle strutture ricettive.

<b>Distribuzione delle interviste per località</b>			
	Italiani	Stranieri	Totale
ALASSIO	137	47	184
ALBENGA	193	65	258
COGOLETO	19	19	38
DOLCEACQUA	6	5	11
GENOVA	200	184	384
IMPERIA	26	19	45
LA SPEZIA	34	57	91
LERICI	26	43	69
LOANO	91	33	124
PERINALDO	7	5	12
PORTOFINO	58	50	108
RIOMAGGIORE	42	86	128
S. MARGHERITA L.	5	4	9
S. STEFANO D'AVETO	5	5	10
SANREMO	88	53	141
SASSELLO	7	3	10
SAVONA	36	11	47
SESTRI LEVANTE	45	41	86
SPOTORNO	49	16	65
VARAZZE	62	20	82
VENTIMIGLIA	47	38	85
<b>TOTALE</b>	<b>1.183</b>	<b>804</b>	<b>1.987</b>

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

<b>Distribuzione delle interviste per provincia e tipologia di alloggio</b>				
		Italiani	Stranieri	Totale
Genova	Seconde case	154	121	275
	Strutture ricettive	178	182	360
	Totale	332	303	635
Imperia	Seconde case	138	36	174
	Strutture ricettive	36	84	120
	Totale	174	120	294
La Spezia	Seconde case	39	60	99
	Strutture ricettive	63	126	189
	Totale	102	186	288
Savona	Seconde case	366	67	433
	Strutture ricettive	209	128	337
	Totale	575	195	770
Totale	Seconde case	697	284	981
	Strutture ricettive	486	520	1.006
	Totale	1.183	804	1.987

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

## Indagine ai Marina Resort liguri

Nel corso del mese di dicembre 2019, è stata attivata un'indagine qualitativa ad hoc, con interviste dirette, rivolta ai Marina Resort liguri, strutture ricettive organizzate per la sosta e il pernottamento di turisti all'interno delle proprie unità da diporto ormeggiate in uno specchio acqueo appositamente attrezzato, che forniscono i servizi accessori alla sosta e al pernottamento di tipo alberghiero, previsti dalle specifiche disposizioni attuative, approvate con delibera della Giunta regionale n. 407/2015 e 861/2016 ai sensi di quanto disposto dalla L.R. 32/2014 .

L'indagine mira a conoscere i servizi offerti ai clienti, le principali richieste dalla clientela, le caratteristiche della clientela, le iniziative in ambito turistico, i prossimi servizi che intendono attivare.

<b>Elenco Marina Resort</b>		
<b>Marina</b>	<b>Comune</b>	<b>Provincia</b>
Marina di Santa	Santa Margherita Ligure	Genova
Salone Nautico Resort	Genova	Genova
Marina di Portofino	Portofino	Genova
Porto Turistico di Lavagna	Lavagna	Genova
Marina Genova Aeroporto	Genova	Genova
Porto Mirabello	La Spezia	La Spezia
Marina Ar NaV	Ameglia	La Spezia
Riomare Resort	Ameglia	La Spezia
Porto Lotti	La Spezia	La Spezia
Marina 3B	Sarzana	La Spezia
Marina Colombiera	Ameglia	La Spezia
La Meridiana	Ameglia	La Spezia
Marina del Fezzano	Porto Venere	La Spezia
Marina di Alassio	Alassio	Savona
Marina di Andora	Andora	Savona
Marina di Loano	Loano	Savona

## Il Valore aggiunto del Turismo

L'analisi dell'impatto economico del turismo in Liguria combina le informazioni sulla spesa dei turisti dello studio "Customer care Liguria, Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, 2019", dell'Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, con un sistema di matrici input-output multiregionali elaborate dalla Regione Liguria, Ufficio di Statistica (*cf. nota metodologica della Customer care*). In particolare, l'indagine fornisce i dati di spesa media individuale dei turisti per 12 voci di spesa direttamente turistica (viaggio, alloggio e pacchetto turistico) e indirettamente turistica (trasporti, pubblici, taxi, parcheggi, ristoranti, pizzerie, bar, caffè, pasticcerie, cibi e bevande in supermercati, abbigliamento, calzature e accessori, gioielleria, bigiotteria; altro shopping, sigarette, giornali, guide, ingressi musei, mostre, cinema, discoteche; spettacoli teatrali, concerti; eventi sportivi; igiene personale e salute, altre spese).

Poiché l'indagine Customer care nel 2019 è stata svolta nel solo periodo estivo, partendo dai dati rilevati nel corso delle indagini svolte sul territorio, tenuto conto delle stime calcolate per le presenze turistiche del 2019, si è fatta una stima sulla spesa complessiva dei turisti in Liguria nell'intero anno.

Il sistema input-output analizza statisticamente le interazioni tra le industrie di una nazione; permette di legare la domanda finale di beni e servizi sul territorio alla produzione, al PIL, alle importazioni ed alle unità di lavoro. L'analisi si basa sulla tavola input-output o tavola delle interdipendenze settoriali e offre una rappresentazione schematica delle relazioni determinate dalla produzione e dalla circolazione (acquisti e vendite) dei beni tra i vari settori in cui si articola un sistema economico e con l'esterno (importazioni ed esportazioni); determina l'impatto sulle industrie fornitrici rispetto a cambiamenti della produzione in una singola industria.

Il sistema input-output considera un'economia di scambio (a livello nazionale o regionale) suddivisa in un certo numero di settori produttivi (detti anche branche di attività economiche o industrie) individuati generalmente per tipo omogeneo di prodotto realizzato. Ciascun settore, nel suo insieme, si pone sul mercato con un duplice ruolo: da un lato come acquirente dei beni e dei servizi degli altri settori e di fattori che impiega nel processo produttivo e dall'altro come venditore della merce che produce.

Per quanto riguarda il confronto con l'anno precedente, ci possono essere alcune differenze che dipendono da aspetti metodologici come l'utilizzo del FRAME territoriale nella costruzione della nuova matrice, ma anche dai nuovi conti economici regionali ISTAT, soprattutto per il 2016 che è

l'anno di costruzione della tavola SUT. Sono cambiati i coefficienti di valore aggiunto in seguito alla ri-stima della matrice, essendo stata aggiornata la matrice ponte fra le funzioni di spesa turistica e i settori.

## **Rapporto sulla redditività degli alberghi liguri**

L'indagine ha riguardato le società di capitali che svolgono in via esclusiva o prevalente l'attività alberghiera in Liguria nel periodo 2016-2018. La scelta delle società di capitali è legata alla disponibilità di dati pubblici, essendo le imprese che adottano la forma di società di capitali tenute a depositare il bilancio. In particolare, si è fatto riferimento alla lista di alberghi che ci è stata fornita dalla Camera di Commercio di Genova, per un totale di 306 strutture potenzialmente analizzabili.

Per alcune di queste non è stato possibile reperire i dati necessari per mancanza di bilanci depositati o perché non si è potuto individuare l'azienda sulla banca dati Aida. Tali imprese sono state pertanto escluse.

Inoltre, per evitare problematiche legate a variazioni sostanziali del campione, non si è tenuto conto delle società con un fatturato pari a zero che redigono il bilancio in forma "micro". Infine, non sono state prese in considerazione le società costituite nell'anno 2019, le società in stato di liquidazione e le società con sede legale in Liguria ma con alberghi in altre città.

A integrazione dell'elenco fornitoci dalla Camera di Commercio, è stata svolta una ricerca sulla banca dati Aida al fine di individuare ulteriori alberghi aventi sede legale o operativa in Liguria (codice Ateco 55100) aggiunti successivamente al campo d'indagine. Infine, in seguito a una approfondita verifica, alcune imprese della lista identificate come attività alberghiere in base al codice ATECO si sono rivelate imprese aventi come attività principale quella di residenza per anziani. Tali imprese sono state escluse.

In conclusione, sono stati analizzati complessivamente 254 alberghi presenti nel territorio ligure con disponibilità di bilanci per almeno un anno nel triennio di analisi. Queste imprese rappresentano circa il 22% del totale delle imprese alberghiere con sede in Liguria (fonte: Regione Liguria).

## **Analisi comparativa dei flussi turistici sul territorio regionale ligure**

Nell'ambito dell'Analisi Comparativa sono state confrontate 3 tipologie di dati differenti, con integrazioni di dataset open ISTAT al fine di inquadrare e contestualizzare la comparazione e renderla più incisiva. Oltre ai dati delle comunicazioni obbligatorie degli albergatori, per descrivere lo stato del turismo in Liguria, sono stati presi in considerazione i dati delle presenze turistiche fornite dagli operatori telefonici TIM e Vodafone. Tutte le fonti dati sono state importate nella piattaforma di analisi di Liguria Digitale (attualmente in fase di sperimentazione avanzata) dove, al fine di rendere possibile la comparazione e la successiva visualizzazione, si sono rese necessarie operazioni di pulizia, aggregazione, armonizzazione e integrazione

Periodo di interesse:

Si fa riferimento al periodo estivo di maggior incidenza turistica che va da giugno a settembre per l'anno 2019

Area geografica:

Sono stati presi in considerazione 9 comuni liguri scelti dal committente (Alassio, Diano Marina, Lerici, Levanto, Monterosso al Mare, Noli, Rapallo, Sanremo, Sestri Levante)

Granularità temporale:

Si è rivelato necessario aggregare a cadenza giornaliera tutte le fonti di dato per renderle comparabili. Oltre all'analisi per giorno, è stata predisposta una vista mensile, che copre tutto il periodo di interesse.