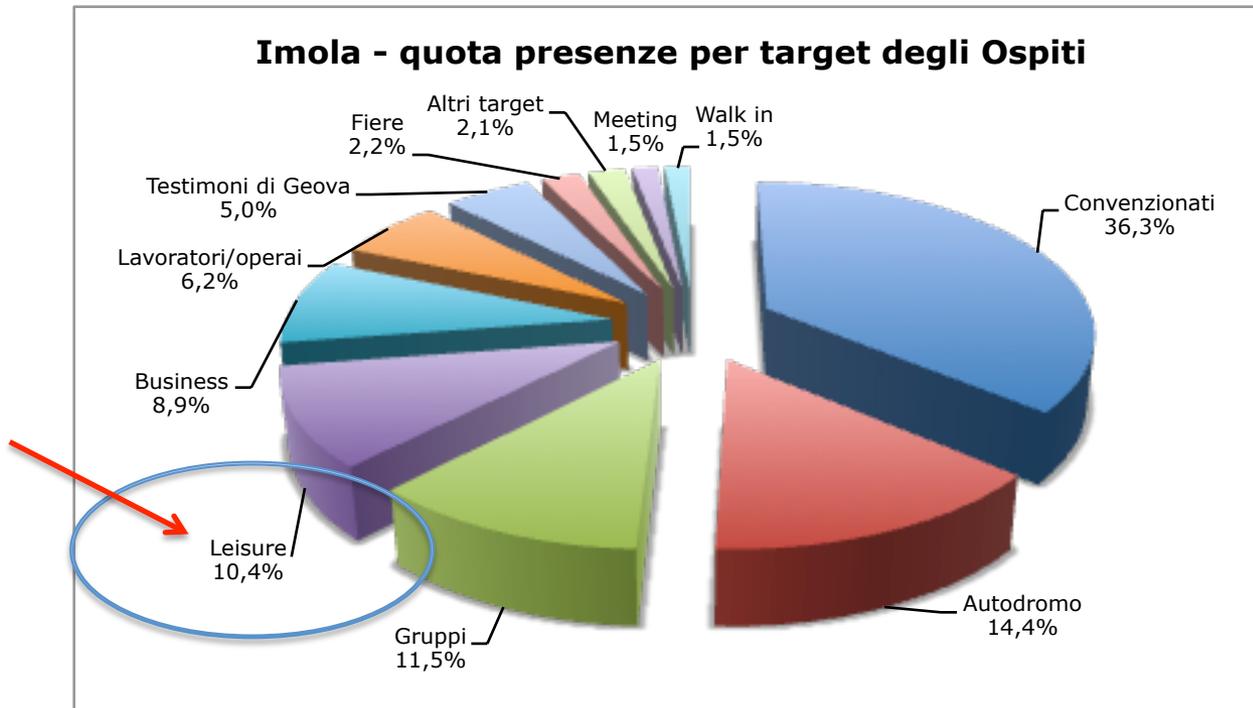




L'IMPATTO ECONOMICO DEL TURISMO



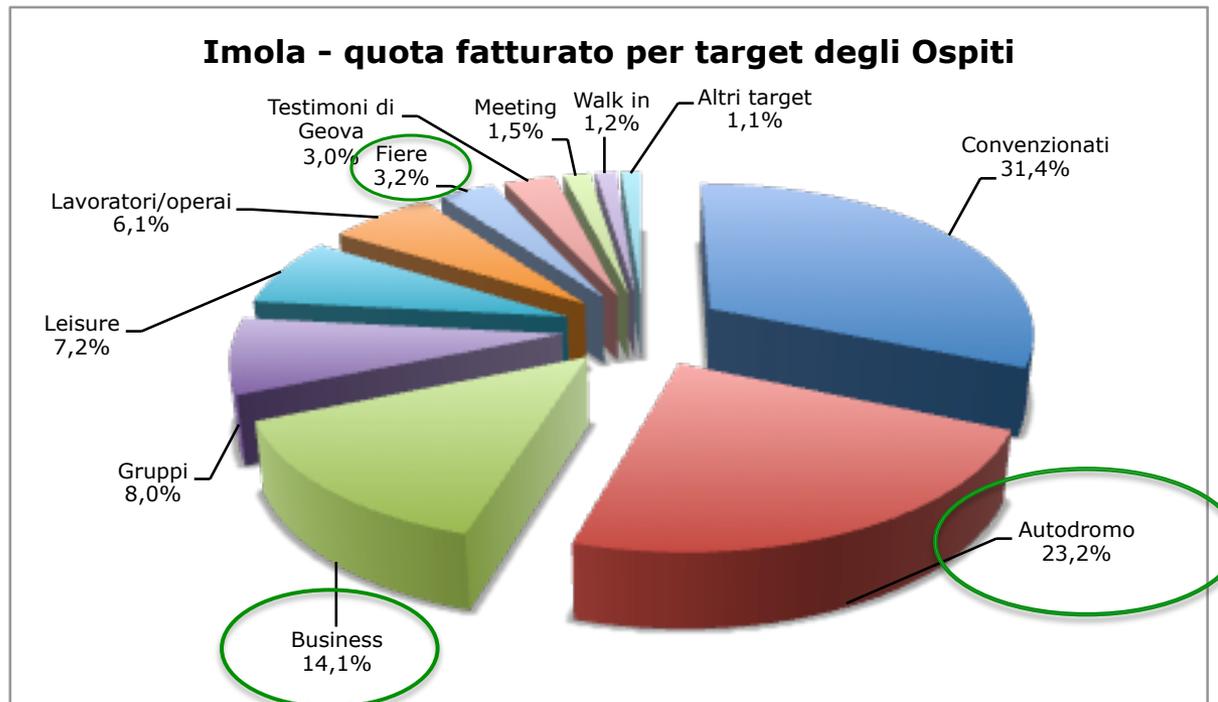
TARGET



- **ambito di analisi:** circondario imolese
- il **target** rappresenta la tipologia di clientela e non il sistema utilizzato per la prenotazione (diretta, OLTA, GDS, TO, etc.)



QUOTA FATTURATO PER TARGET



- le presenze generate grazie "all'Autodromo" hanno la maggiore incidenza positiva sul fatturato, pari al +61,5%;
- positiva anche l'incidenza per quanto riguarda le presenze legate al segmento "business" ed a quello "fiere" (rispettivamente +56,7% e +45,5%);
- tutte le altre presenze hanno un'incidenza negativa nel loro rapporto col fatturato, ed in particolare gli "altri target" (-42,9%) ed i "Testimoni di Geova" (-41,2%).



RAPPORTO CLIENTI/ROOM

Dato che permette di comprendere il valore dell'indotto economico che un preciso target può generare sul territorio.

• LEISURE	2,05
• TESTIMONI DI GEOVA	2,00
• GRUPPI	1,90
• LAVORATORI/OPERAI	1,86
	
• BUSINESS	1,20



VALORE MEDIO PRESENZA E VALORE MEDIO CAMERA (STRUTTURE ALBERGHIERE)

tipologia clientela	valore medio presenza
Autodromo	70,66 €
Business	68,39 €
Fiere	64,58 €
Meeting	44,35 €
Lavoratori/operai	42,65 €
Convenzionati	37,81 €
Walk in	35,08 €
Gruppi	30,44 €
Leisure	30,16 €
Testimoni di Geova	25,76 €
Altri target	23,67 €

tipologia clientela	valore medio camera
Autodromo	89,34 €
Fiere	87,01 €
Business	82,28 €
Lavoratori/operai	79,40 €
Leisure	62,02 €
Meeting	60,21 €
Gruppi	58,05 €
Testimoni di Geova	51,59 €
Convenzionati	48,49 €
Walk in	48,16 €
Altri target	30,29 €

- il “**valore medio presenza**” è il prezzo medio che ogni Ospite spende per una notte di soggiorno (pernottamento e prima colazione) con riferimento alla rispettiva tipologia;
- il “**valore medio camera**” è il prezzo medio che ogni tipologia di clientela spende per soggiornare una notte in una camera (più in linea con la valutazione EBITDA, in quanto è l’unità abitativa il termine valoriale di riferimento);



VALORI PER TARGET E RICADUTE TERRITORIALI

Quota di presenze per target di riferimento

tipologia clientela	presenze 2017	quota %
Convenzionati (aziende)	83.488	23,34
Autodromo	61.886	17,30
Business	37.102	10,37
Gruppi	20.921	5,85
Meeting/Convention	20.087	5,62
Leisure	18.852	5,27
Sanitario	17.423	4,87
Lavoratori/operai	16.001	4,47
Religioso	13.256	3,71
Fiere	8.676	2,43
Eventi extra Autodromo	7.939	2,22
Soggiorno attivo/sportivo/natura	7.918	2,21
Heritage	4.148	1,16
Termale	3.810	1,07
Walk in	3.149	0,88
Food & Wine	2.789	0,78
Golf	2.301	0,64
Shopping	319	0,09
Altri target (non classificabili)	27.896	7,80
TOTALE PRESENZE	357.961	100

- stima sulle presenze suddivise in base **alla motivazione primaria** di soggiorno; su tale base è stata definita una stima di spesa media differenziata per tipologie di strutture, tipologia di soggiorno, target di riferimento e media/occupazione;
- nel segmento "sanitario" rientra anche una quota di clientela legata alle cure termali più tradizionali (convenzioni);
- il segmento "termale" è composto da clientela termale con particolare interesse per le tematiche "benessere", "riabilitazione" e "termale privato".



VALORI PER TARGET E RICADUTE TERRITORIALI

- analisi delle **ricadute economiche** che il turismo ha generato nel 2017 sul territorio sottoposto ad analisi;
- trattasi solo del **fatturato generato dalle oltre 357mila presenze** (quindi della spesa degli ospiti che soggiornano almeno una notte nelle strutture alberghiere ed extra-alberghiere) e non dell'indotto in termini di occupazione;
- quindi, è la stima del **fatturato relativo al settore ricettivo** (alberghiero ed extra-alberghiero) ed a quello **indotto**, vale a dire la ricaduta sul territorio in termini di servizi (quelli ristorativi, del commercio, dei trasporti, dei servizi accessori, etc.);
- trattasi solo dei flussi turistici (quindi coloro che soggiornano) e **non di quelli puramente escursionistici**, di visita giornaliera.

27Milioni 676mila Euro

il 60,01% ricade direttamente sulle strutture ospitanti (vale a dire 16Milioni 608mila Euro), mentre il restante 39,99% (11Milioni 067mila Euro) viene distribuito sul territorio in altre imprese, quali negozi, ristoranti, bar, servizi, ingressi, etc.



VALORI PER TARGET E RICADUTE TERRITORIALI

tipologia clientela	fatturato settore ricettivo	fatturato servizi territorio	fatturato per tipologia
Convenzionati (aziende)	3.774.060,00 €	2.599.908,00 €	6.373.968,00 €
Autodromo	2.798.787,87 €	2.454.330,45 €	5.253.118,32 €
Business	2.628.466,17 €	1.665.929,26 €	4.294.395,43 €
Meeting/Convention	1.121.821,58 €	661.073,43 €	1.782.895,01 €
Leisure	979.552,65 €	696.989,39 €	1.676.542,04 €
Gruppi	752.922,92 €	376.461,46 €	1.129.384,38 €
Sanitario	609.441,53 €	383.077,53 €	992.519,06 €
Lavoratori/operai	638.680,49 €	303.373,23 €	942.053,72 €
Fiere	599.620,00 €	308.376,00 €	907.996,00 €
Religioso	383.394,12 €	158.645,84 €	542.039,97 €
Eventi extra Autodromo	317.029,68 €	190.217,81 €	507.247,49 €
Soggiorno attivo/sportivo/natura	260.601,00 €	126.352,00 €	386.953,00 €
Heritage	210.767,24 €	157.042,26 €	367.809,50 €
Food & Wine	138.827,85 €	152.710,64 €	291.538,49 €
Golf	156.060,00 €	121.635,00 €	277.695,00 €
Termale	170.100,00 €	83.160,00 €	253.260,00 €
Walk in	169.608,13 €	72.240,50 €	241.848,63 €
Shopping	14.192,10 €	30.591,86 €	44.783,96 €
Altri target (non classificabili)	885.062,43 €	525.505,82 €	1.410.568,25 €
TOTALE FATTURATI	16.608.995,76 €	11.067.620,48 €	27.676.616,24 €

Rispetto alle presenze per tipologia di clientela:

- “scende” di due posizioni il target “**gruppi**”,
- salgono tutte le tematiche **puramente passionali ed esperienziali**, come il “leisure”, il “golf” ed il “food & wine”, per le quali gli ospiti sono disposti a spendere di più, anche sul territorio;
- sebbene la quota degli ospiti che soggiornano sul territorio grazie a “convenzioni” con le aziende sia quella maggiore (23,34%), risulta che i benefici economici generati da questo target crescano in misura percentuale **minore rispetto al valore generato** dall’“Autodromo” e dal settore “business”.



VALORI PER TARGET E RICADUTE TERRITORIALI

Rapporto tra presenze e valore economico generato

tipologia clientela	quota valore target Vs valore economico generato		variazione
	% target	% valore economico	
Convenzionati (aziende)	23,15	23,03	-0,12
Autodromo	17,07	18,98	1,91
Business	10,45	15,52	5,07
Meeting/Convention	5,65	6,44	0,79
Leisure	5,36	6,06	0,70
Gruppi	5,95	4,08	-1,87
Sanitario	4,91	3,59	-1,32
Lavoratori/operai	4,51	3,40	-1,11
Fiere	2,36	3,28	0,92
Religioso	3,73	1,96	-1,77
Eventi extra Autodromo	2,24	1,83	-0,41
Soggiorno attivo/sportivo/natura	2,22	1,40	-0,82
Heritage	1,17	1,33	0,16
Food & Wine	0,78	1,05	0,27
Golf	0,65	1,00	0,35
Termale	1,04	0,92	-0,12
Walk in	0,89	0,87	-0,02
Shopping	0,09	0,16	0,07
Altri target (non classificabili)	7,8	5,10	-2,70

- **differenziali positivi** soprattutto per clientela "business" (+5.07) e "autodromo" (+1,91);
- **differenziali negativi** soprattutto per clientela "gruppi" (-1,87) e "religioso" (-1,77%);



VALORI PER TARGET E RICADUTE TERRITORIALI

- ogni Ospite che soggiorna sul territorio è disponibile ad effettuare una spesa diversa a seconda della “**motivazione**” che lo spinge al soggiorno;
- questo valore stimato considera la **spesa media giornaliera** degli ospiti, comprendendo quindi l’insieme fatto di alloggio, ristorazione, acquisto di servizi, etc., ed è inoltre mediato sulle varie tipologie di alloggio presenti sul territorio analizzato;
- occorre considerare che trattasi della spesa definita per singola presenza: questo significa che per alcuni clienti, abituati a muoversi ed a soggiornare singolarmente (“business”, “fiere”, “meeting/convention”, etc.), l’incidenza del **soggiorno in camera DUS** è molto elevata ed alza, pertanto, anche la spesa complessiva;
- cosa che non avviene, ad esempio, per i clienti “leisure”, “food & wine”, “heritage”, “gruppi”, “soggiorno attivo/sportivo/natura”, che soggiornano in due o più persone per camera e, pertanto, la loro spesa può risultare bassa ma, in realtà, la presenza di più persone in camera **genera maggiore economia per il territorio**.

Valore medio presenza

tipologia clientela	valore presenza
Shopping	142 €
Golf	121 €
Business	116 €
Fiere	106 €
Food & Wine	105 €
Walk in	105 €
Meeting/Convention	89 €
Leisure	89 €
Heritage	89 €
Autodromo	85 €
Convenzionati (aziende)	76 €
Termale	67 €
Eventi extra Autodromo	64 €
Lavoratori/operai	59 €
Sanitario	57 €
Gruppi	54 €
Soggiorno attivo/sportivo/natura	49 €
Religioso	41 €
Altri target (non classificabili)	51 €



FOCUS: SOGGIORNO ATTIVO/SPORTIVO/NATURA

Opportunità in continua crescita per il territorio

Ciclo brevetto "unicum valoriale"

Varietà di percorsi esistenti per varie tematiche sportive

Ambito naturalistico di rilievo

Utilizzo polifunzionale dell'Autodromo (oltre la motoristica)

Soggiorno attivo/sportivo/natura	
presenze generate	40.502
valore medio presenza	74,6 €
fatturato complessivo generato	3.021.467,9 €

- si tratta di partecipanti ad appuntamenti bike, golfisti, trekker, partecipanti a gare e classiche del ciclismo, etc., ma anche singoli clienti che soggiornano sulla base di motivazioni di tipo sportivo;
- questo macro target rappresenta già oggi l'**11,3% del totale delle presenze** sul territorio ed il **10,9% in termini di fatturato turistico prodotto**;
- oltre ad **un ulteriore punto percentuale** (sia in termini di presenze che di fatturato) che potrebbe da attribuire ad una motivazione di soggiorno legata a tematiche di soggiorno attivo/sportivo/natura, all'interno della quota del 7,8% di clientela generica.



FOCUS: AUTODROMO DI IMOLA

- si tratta del valore economico generato dall'Autodromo di Imola, quindi il fatturato prodotto per le **imprese del settore ricettivo** del territorio, ma anche il fatturato generato per **ristoranti, bar, attività commerciali, servizi, trasporti, etc.** (indotto di consumi/acquisti effettuati dai visitatori in occasione di eventi, gare, prove di auto/moto, incontri commerciali, aperture al pubblico, etc.);
- **Ospiti:** il valore (differenziato) stimato per ogni singolo appuntamento (sia per il settore ricettivo, sia per i servizi) è stato riportato su una media comparata per rendere più facilmente leggibile il dato statistico e per tutelare il dato sensibile sul quale è stata sviluppata la stima;
- **Visitatori - Escursionisti:** è l'indotto generato sul territorio da coloro che non soggiornano ma che – siano essi residenti, visitatori o escursionisti giornalieri – generano;
- **Reddito distribuito:** si tratta della remunerazione del personale dell'Autodromo, in quanto trattasi di "reddito distribuito" sempre a beneficio della comunità e quindi dell'economia territoriale: 13.858 giornate uomo/lavoro, che portano ad una media annua di 40 persone impegnate ogni giorno. (Fonte: Bilancio Sociale 2016 – Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari)

Valore economico generato dall'Autodromo	
OSPITI	
fatturato settore ospitale	2.798.787,87 €
fatturato servizi complementari	2.454.330,45 €
VISITATORI- ESCURSIONISTI	
fatturato servizi complementari	3.188.685,50 €
REDDITO DISTRIBUITO	
remunerazione del personale	607.000,00 €
TOTALE	9.048.803,82 €



POTENZIALITÀ POLIFUNZIONALI DELL'AUTODROMO DI IMOLA

La valutazione prende come base di partenza il calendario delle attività, ed a tale dato si fa riferimento per definirne le potenzialità (con il solo utilizzo dell'area esterna).

mesi idonei per attività all'aperto

MESE	giornate occupate	giornate libere
gennaio	0	31
febbraio	0	29
marzo	7	24
aprile	16	14
maggio	31	0
giugno	18	12
luglio	11	20
agosto	8	23
settembre	18	12
ottobre	20	11
novembre	17	13
dicembre	22	9
TOTALE	168	198

- nel periodo aprile/settembre come il **55,7%** delle giornate siano già impegnate (vale a dire 102 giornate), mentre sono 81 (pari al 44,3%) le giornate potenzialmente utilizzabili (anno 2016);
- **ipotesi di sviluppo potenziale basato sui due sezioni (base triennale):**
 - *opzioni sportive che non producono rumore, ed in particolare bicicletta, e-bike, mobilità elettrica di vario genere, nordic walking, etc.;*
 - *opportunità legate ad eventi di tipo culturale, di vario genere, ed agli appuntamenti all'interno del concetto Motor Valley.*



POTENZIALITÀ POLIFUNZIONALI DELL'AUTODROMO DI IMOLA

opzioni sportive che non producono rumore, ed in particolare bicicletta, e-bike, mobilità elettrica di vario genere, nordic walking, etc

Nuovo utilizzo giornate periodo aprile/settembre	numero giornate appuntamenti bike/e-bike/mobilità elettrica	media pax/day (al netto di chi non alloggia)	totale nuove presenze ospiti (al netto di chi non alloggia)	valore medio presenza "soggiorno attivo"	Totale potenziale valore generato
1° anno	6	1.200	7.200	49,00 €	352.800,00 €
<i>3 appuntamenti per 6 day totali</i>					
2° anno	8	1.500	12.000	50,50 €	606.000,00 €
<i>4 appuntamenti per 8 day totali</i>					
3° anno e succ.	10	2.000	20.000	52,00 €	1.040.000,00 €
<i>5 appuntamenti per 10 day totali</i>					

- **1° anno:** si ipotizzano 3 appuntamenti della durata di due giorni (6 giornate totali) con un numero di presenze alloggiate pari a 1.200/day;
- **2° anno:** si ipotizzano 4 appuntamenti per totali 8 giornate (1.500 presenze/day alloggiate),
- **3° anno e successivi:** si prevedono 5 appuntamenti per totali 10 giornate (2.000 presenze/day alloggiate).



POTENZIALITÀ POLIFUNZIONALI DELL'AUTODROMO DI IMOLA

opportunità legate ad eventi di tipo culturale, di vario genere, ed agli appuntamenti all'interno del concetto Motor Valley

Nuovo utilizzo giornate periodo aprile/settembre	numero giornate appuntamenti heritage, motor valley, etc.	media pax/day (al netto di chi non alloggia)	totale nuove presenze ospiti (al netto di chi non alloggia)	valore medio presenza "heritage, motor valley"	Totale potenziale valore generato
1° anno	4	600	2.400	89,00 €	213.600,00 €
<i>2 appuntamenti per 4 day totali</i>					
2° anno	6	750	4.500	90,00 €	405.000,00 €
<i>3 appuntamenti per 6 day totali</i>					
3° anno e succ.	8	900	7.200	91,50 €	658.800,00 €
<i>4 appuntamenti per 8 day totali</i>					

- **1° anno:** si ipotizzano 2 appuntamenti della durata di due giorni (4 giornate totali) con un numero di presenze alloggiate pari a 600/day;
- **2° anno:** si ipotizzano 3 appuntamenti per totali 6 giornate (750 presenze/day alloggiate),
- **3° anno e successivi:** si prevedono 4 appuntamenti per totali 8 giornate (900 presenze/day alloggiate).



POTENZIALITÀ POLIFUNZIONALI DELL'AUTODROMO DI IMOLA

Complessivamente, il valore aggiunto che si può ottenere (utilizzando, il primo anno, altre 10 giornate delle 81 disponibili) è pari a 566mila euro;

cifra che raggiunge, il terzo anno, 1 Milione 700mila Euro circa, grazie all'utilizzo di 18 giornate.

Valore potenziale	Totale
1° anno	566.400,00 €
2° anno	1.011.000,00 €
3° anno e succ.	1.698.800,00 €



PANORAMICA SULLO SHARING TOURISM

Rapporto diretto fra host ed ospite

Focus su Airbnb (fine febbraio 2018)

COMUNE	CAMERE	POSTI LETTO
Imola	87	149
Castel San Pietro Terme	45	98
Dozza	16	40
Castel Gueglo	3	6
Castel del Rio	20	45
Casalfiumanese	9	16
Borgo Tossignano	3	8
Fontanelice	2	4
Medicina	4	23
Mordano	1	2
TOTALE	190	391

190 camere – 391 posti letto

Prezzo medio camera: 63 €

Prezzo medio posto letto: 31 €

COMUNE	Prezzo medio camera	Prezzo medio posto letto
Imola	46 €	27 €
Castel San Pietro Terme	144 €	66 €
Dozza	56 €	22 €
Castel Gueglo	43 €	22 €
Castel del Rio	62 €	28 €
Casalfiumanese	57 €	32 €
Borgo Tossignano	49 €	18 €
Fontanelice	103 €	52 €
Medicina	41 €	7 €
Mordano	30 €	15 €
TOTALE	63 €	31 €



GRAZIE

MASSIMO FERUZZI

