

Indice

Premessa		
<i>Andrea Zanlari</i>	Pag.	7
Intervento introduttivo		
Un nuovo patto per lo sviluppo turistico della Regione Emilia-Romagna		
<i>Vasco Errani</i>	»	9
1. Caratteristiche e prospettive del sistema turistico regionale	»	13
1.1. Fiducia nel nostro turismo. Una visione nuova ed una strategia adeguata ai cambiamenti in corso		
<i>Andrea Babbi</i>	»	13
1.2. La recessione economica internazionale: un'occasione per la riorganizzazione delle strategie di sviluppo del turismo?		
<i>Ugo Girardi</i>	»	16
1.2.1. Impatto della crisi internazionale sull'economia italiana e su quella regionale	»	16
1.2.2. L'impatto della crisi sui flussi turistici	»	20
1.2.3. Le indicazioni della Conferenza regionale del turismo	»	23
1.3. La capacità ricettiva in Emilia-Romagna		
<i>Federico Pasqualini e Stefano Lenzi</i>	»	28
2. Il bilancio consuntivo 2008 del turismo in Emilia-Romagna		
a cura di <i>Trademark Italia</i>	»	35
2.1. L'estate 2008 in Italia e sulla riviera dell'Emilia-Romagna	»	35
2.1.1. L'andamento stagionale sulla riviera	»	41

2.1.2. La riviera negli altri mesi dell'anno	Pag.	53
2.1.3. La riviera: un'analisi SWOT	»	54
2.2. Le città d'arte e d'affari	»	57
2.2.1. Il turismo nelle città italiane nel 2008	»	59
2.2.2. L'andamento nelle città dell'Emilia-Romagna	»	63
2.2.3. Città d'arte e d'affari: un'analisi SWOT	»	65
2.3. Il turismo 2008 in montagna e sull'Appennino	»	68
2.3.1. Il quadro dell'Appennino emiliano-romagnolo	»	75
2.3.2. L'Appennino: un'analisi SWOT	»	79
2.4. La stagione termale 2008	»	81
2.4.1. L'andamento del sistema termale in Emilia-Romagna	»	84
2.4.2. Le località termali in Emilia-Romagna: un'analisi SWOT	»	89
2.5. Il turismo in Emilia-Romagna nel 2008	»	91
3. Dinamiche di mercato e condotta delle imprese		
a cura di <i>Iscom Group</i>	»	95
<i>Introduzione e metodologia del lavoro</i>	»	95
3.1. Analisi della domanda turistica straniera per provenienza in Emilia-Romagna	»	96
3.1.1. Metodologia	»	96
3.1.2. Provenienza da paesi europei	»	99
3.1.3. Provenienza da paesi extraeuropei	»	105
3.2. L'offerta ricettiva regionale al servizio dei turisti stranieri	»	109
3.2.1. Metodologia	»	109
3.2.2. Caratteristiche del campione	»	111
3.2.3. Come si sono strutturati gli operatori che operano con il segmento stranieri	»	112
3.2.4. Abitudini di consumo del segmento di turisti stranieri	»	116
3.2.5. Punti di forza e punti di debolezza dell'offerta ricettiva per la clientela straniera	»	128
3.3. Il sistema turistico regionale si valuta rispetto al mercato straniero	»	135
3.3.1. Metodologia	»	135
3.3.2. Strategie competitive per il sistema turistico regionale	»	136
3.3.3. Contesto competitivo	»	138
3.3.4. La promo-commercializzazione	»	140

3.3.5. Potenzialità di sviluppo del canale web per la promo-commercializzazione	Pag.	141
3.3.6. Infrastrutture e collegamenti	»	141
3.4. Conclusioni	»	142
3.4.1. Gli elementi da potenziare secondo gli opera- tori	»	143
4. Il turista low cost		
a cura del <i>Centro Studi Turistici</i>	»	145
<i>Introduzione e metodologia del lavoro</i>	»	145
4.1. Il fenomeno low cost	»	147
4.2. Il trasporto aereo in Italia	»	152
4.2.1. Gli anni 2006-2007	»	156
4.3. Gli aeroporti dell'Emilia-Romagna	»	157
4.3.1. Dati di traffico dell'aeroporto di Bologna	»	162
4.3.2. L'andamento del traffico passeggeri a Bologna	»	167
4.3.3. Dati di traffico dell'aeroporto di Forlì	»	177
4.3.4. Dati di traffico dell'aeroporto di Rimini	»	188
4.3.5. Dati di traffico dell'aeroporto di Parma	»	197
4.4. Confronti competitivi	»	199
4.5. Considerazioni di sintesi	»	208
4.6. Appendice	»	211
5. Turismo sociale: caratteristiche, qualità, tendenze		
a cura di <i>Press and Web</i>	»	221
<i>Premessa</i>	»	221
<i>Definizione concettuale: caratteristiche e qualità del "Turismo Sociale"</i>	»	225
5.1. Turismo/Turismi	»	225
5.2. La dimensione "sociale" del turismo	»	235
5.3. Uno sguardo d'insieme	»	240
5.4. In Emilia-Romagna	»	246
<i>Indagine operativa: le tendenze</i>	»	248
5.5. Metodologia e redazione del questionario	»	248
5.6. Questionario	»	251
5.7. Metodologia delle rilevazioni	»	252
5.8. Interviste	»	253
5.9. Analisi e proposte	»	299

6. Statistiche del turismo: dati più tempestivi e più funzionali al marketing: il caso di Rimini

di *Rossella Salvi, Massimo Zaghini ed Elena Sacchini*

<i>Introduzione</i>	Pag.	301
6.1. Un progetto in partnership	»	304
6.1.1. Le aziende del software gestionale	»	307
6.2. I flussi informativi per le statistiche del turismo ...	»	309
6.2.1. La rilevazione ufficiale	»	310
6.2.2. La comunicazione degli alloggiati all'autorità di pubblica sicurezza	»	312
6.2.3. La comunicazione dell'attrezzatura e dei prezzi alberghieri	»	313
6.2.4. L'archivio eventi	»	315
6.2.5. Il data-base cartografico	»	315
6.3. Il nuovo modello organizzativo della Provincia di Rimini	»	317
6.3.1. L'offerta ricettiva: dimensione e caratteristiche	»	318
6.3.2. La domanda turistica: dai dati mensili ai dati congiunturali	»	320

7. Tecniche anticicliche di crescita del business delle PMI nel turismo: esperienza e risultati del progetto Fattore K

di *Giuseppe Giaccardi, Lidia Marongiu e Andrea Zironi*

.....	»	329
7.1. Incipit	»	329
7.2. Focus di progetto, disegno operativo della ricerca e dell'analisi strategica	»	330
7.3. Modello e metodologia	»	335
7.4. Fattore K, prima fase di esplorazione: risultati del confronto tra PACA, Catalogna ed Emilia-Romagna	»	337
7.5. Fattore K, risultati della seconda fase di progetta- zione personalizzata: il caso Emilia-Romagna	»	344
7.6. Fattore K: tecniche anticicliche di crescita del busi- ness nelle PMI turistiche	»	353