

**1° REPORT DI ANALISI ECONOMICO - TERRITORIALE
PER LA CAMPANIA**

SINTESI PER COMUNICATO STAMPA

Aprile 2022

La Campania è al terzo posto per numero di imprese turistiche: di minori dimensioni e specializzate nella ristorazione

La Campania, dopo Lombardia e Lazio, è la regione con il più alto numero di imprese della filiera turistica: poco più di 60 mila registrate al quarto trimestre 2021, ovvero il 9,5% di quelle nazionali. Gli addetti turistici ammontano a oltre 6,2 milioni, il 7,3% del totale Italia.

La sola provincia di Napoli ospita oltre la metà di imprese (53,7%) e addetti (59,6%) della filiera turistica regionale. Segue quella di Salerno, con poco più di un quinto ciascuno. Fanalino di coda è Benevento con il 4,2% di imprese e il 3,2% di addetti mentre Caserta (13,1%; 10,1%) e Avellino (5,6%; 4,9%) si collocano nel mezzo.

Il settore predominante della filiera turistica campana è la ristorazione, che rappresenta il 64,5% del totale settori. A livello provinciale, spicca Caserta con il 75,7% di imprese ristorative. Caserta supera la media regionale anche per numero di imprese specializzate in attività culturali-ricreative (12,5%). Avellino e Benevento la “tallonano” sulla ristorazione, mentre Napoli e Salerno ospitano più imprese ricettive (superiori al 10,0% in ciascuna). Napoli spicca anche per le imprese di trasporto (10,4%) e le agenzie di viaggi (5,6%).

In Campania si registrano più imprese di dimensioni minori (3,2 addetti) rispetto alla media Italia (4,2), complice una stagionalità più marcata del turismo regionale.

I flussi turistici si concentrano maggiormente nei mesi più caldi, ma la *staycation* mostra una Campania di mezza stagione

Secondo i risultati dell’indagine diretta di Isnart alle imprese ricettive della Campania, la stagionalità turistica fa vendere fino a 8 camere su 10 in estate.

Tuttavia, come nei mesi caldi, anche in primavera e in autunno si registra una occupazione camere superiore alla media Italia. Grazie in primis al fenomeno della staycation o “delocalizzazione del lavoro”, per cui si ricerca un miglior stile di vita lavorativo in luoghi diversi da quello di appartenenza, il 2021 mostra la Campania come una potenziale destinazione multistagionale.

Nel confronto con il 2020, si registra un +28,3 punti percentuali sul totale camere vendute. Una crescita importante, soprattutto se confrontata con quella nazionale (+14,2).

Il Covid mette in difficoltà le imprese turistiche campane, ma non “affossa” i loro bilanci di esercizio

Le principali difficoltà del 2021, riscontrate dalle imprese campane, sono di natura logistica: dal reperimento di personale stagionale (nonostante l’alta occupazione camere estiva registrata) alle possibili disdette di prenotazioni per motivi di Covid (con un conseguenziale numero più alto di offerte *last-minute*).

Nonostante gli effetti della pandemia sul mercato turistico, quasi 5 imprese campane su 10 stimano di conseguire utili a fine 2021 (con un +1,9% di ricavi, rispetto invece alle perdite nazionali pari al -9,6%). Quasi un quinto delle imprese stima di raggiungere almeno il pareggio di bilancio.

Il Covid colpisce anche il mercato alternativo, ma il 2021 mostra i primi segnali di una ripresa

In Campania, anche gli alloggi in affitto su Airbnb (oltre 49 mila) soffrono gli effetti della pandemia, registrando un calo numerico pari al -12,4% nell’estate 2021.

L'andamento delle notti prenotate nelle strutture Airbnb in Campania si caratterizza per variazioni negative nel periodo 2021-2019, influenzate da una forte stagionalità tra giugno e settembre.

L'estate 2021 segna una lieve ripresa sul periodo pre-pandemia, nel quarto trimestre (novembre) si sfiora il valore del 2019 di notti prenotate (oltre 158 mila, più di 143 mila quelle campane).

Interessante è anche il mese di febbraio, in cui si registra un trend negativo meno marcato (sia rispetto a gennaio che al periodo successivo fino a giugno compreso).

I turisti in Campania amano lo svago e il relax, all'insegna di cultura e natura

Dall'indagine diretta svolta ai turisti in vacanza nella regione, emergono motivazioni legate alla cultura (34,7%), allo svago e relax (17,3%) in pieno stile *beach&sun* (33,9%), alla natura (11,0%) e all'enogastronomia (9,4%).

Tuttavia, una volta a destinazione, la ricerca di svago e relax porta le attività a contatto con la natura come escursioni e gite (64,3%) o nuotare al mare (55,2%) a prevalere su quelle tipicamente culturali, tra visite ai centri storici (39,9%), ai monumenti e siti di interesse archeologico (25,4%) ed a musei/mostre (12,9%). Seguono le degustazioni di prodotti enogastronomici locali (10,2%).

La spesa media giornaliera dei turisti in Campania nel 2021 ha registrato un aumento interessante rispetto ai tempi pre-pandemia: da 58,9 a 74,1 euro, complice la *staycation* che crea un turismo *bleisure* anche di lunga durata.

Diminuita invece la spesa media per l'alloggio, tra cui anche le case in affitto (da 60,1 a 51,2 euro), anche per via di un 11,5% di turisti che si fa ospitare da amici e parenti, riducendo così il peso economico del pernottamento e destinando il budget di vacanza alle spese di svago turistico.

Nel 2022 si concretizza la ripresa preannunciata nell'anno precedente, con una destagionalizzazione sempre più marcata

Le previsioni sulle prenotazioni di alloggi privati in Campania per il 2022 mostrano un chiaro segnale di crescita rispetto al 2021, con valori nettamente superiori alla media Italia. Complice in primis la staycation, che porterà la variazione percentuale delle notti prenotate ad aumentare del +762,5% nel mese di aprile.

Oltre allo scenario sulle prenotazioni, anche quello della ricerca online delle destinazioni campane per vacanza è positivo: nel primo trimestre 2022 si registra una crescita rispetto allo stesso periodo del 2021, con un picco massimo a metà febbraio.

Il trend delle ricerche svolte dagli italiani tramite Google, in merito al far vacanza in Campania, mostra una loro maggior fiducia sulla possibilità di viaggiare nei prossimi mesi (visto il divario positivo tra marzo 2022-2021), il che fa ben sperare in un ulteriore aumento delle prenotazioni in vista del prossimo periodo pasquale (anche last-minute).