

Illustrati ieri i dati del settore raccolti dall'Osservatorio Regionale

# Turista a Imperia? Adulto, istruito e viaggia in auto

Identikit di chi soggiorna in provincia: meta scelta con il passaparola, ancora poco utilizzato Internet

STEFANO DELFINO  
IMPERIA

Il turista che sceglie per le ferie la provincia di Imperia è un adulto di età giovane (tra i 21 e i 40 anni in oltre metà dei casi), ha un livello di istruzione medio-alto (diploma 57,2%, laurea 31,8%), lavora (69,6%) soprattutto come operaio o impiegato qualificato (23,8%), è single (40,8%) o sposato/convivente con figli (34,1%) e trascorre la vacanza in compagnia del partner (33,1%) o con amici (23%).

È questo l'identikit di chi viene a soggiornare qui, ricavato dall'analisi statistica dell'Osservatorio Turistico Regionale. Il Report 2011 è stato presentato ieri mattina alla Camera di commercio da An-

**La vacanza soddisfa gli ospiti in particolare per l'enogastronomia, la cortesia e l'ospitalità**

gelo Berlangieri, assessore regionale al Turismo, Maurizio Scajola, segretario generale di Unioncamere Liguria, Cinzia Fiore dell'Isnart (Istituto nazionale ricerche turistiche) e Mauro Palumbo dell'Università di Genova.

A fare gli onori di casa è stato Franco Amadeo, presidente della Camera di commercio: «Sappiamo quanto sia malato il turismo, però è uno dei settori sui quali la provincia di Imperia deve puntare, anche per-

**Incontro**  
Franco Amadeo tra l'assessore Angelo Berlangieri e Maurizio Scajola mentre si rivolge alle autorità intervenute



chè da esso qualche segnale positivo emerge. Bisogna riscoprire la voglia di turismo e si devono fare investimenti in esso, per creare un prodotto concorrenziale. Unioncamere ed ente camerale sono pronti a collaborare con la Regione».

Le cifre contenute nello studio costituiscono l'ulteriore conferma dell'importanza del comparto: «Si stima che in Li-

guria, lo scorso anno, l'impatto economico generato dal turismo sia stato di 5,2 miliardi di euro (erano 4,8 miliardi quelli calcolati nel 2010), per il 30% circa legati ai consumi dei turisti che hanno soggiornato in strutture ricettive e per il restante 70% a quelli dei vacanzieri delle seconde case», precisa l'assessore Berlangieri.

Il turismo balneare è il pro-



dotto che traina la domanda in provincia: soggiorna nelle località della Riviera l'81% dei turisti che visitano il territorio (su una media ligure in cui il prodotto mare «pesa» per il 64,8%). Osserva Maurizio Scajola: «Di rilievo sono anche i dati relativi al mercato organizzato internazionale: nel 2011 Imperia è cresciuta nell'interesse dei grandi buyers ed è venduta dal 25,9% dei tour operator che trattano la Liguria, contro appena il 3,3% dell'anno precedente».

Come sceglie, l'ospite stagionale, la destinazione turistica? Dal rapporto annuale risulta che si affida principalmente al «passaparola» (42,8%) e alla propria esperienza personale (38,5%), mentre Internet è meno utilizzato rispetto al 2010 (23,3%), specialmente nel segmento della domanda italiana (18,2% nel 2010 contro l'11,4% del 2011). La vacanza soddisfa i turisti (il voto medio è 7,8 su 10) in particolare per l'offerta enogastronomica, la cortesia e l'ospitalità della gente e delle strutture ricettive.

E infine da dove proviene il turista? La clientela italiana, maggiore target (67,2%), arriva da Lombardia e Piemonte, e si caratterizza anche per la presenza di over 60 (17,7%) e pensionati (13,1%). Viaggia in modo indipendente nel 91,7% dei casi, utilizza l'auto (52,7%) o il treno (27,4%) e alloggia in prevalenza (41%) nelle case private, soprattutto di proprietà. Stranieri: la maggior parte giunge da Germania, Francia e Regno Unito, è composta da studenti (11,9%) e adulti tra i 41 e i 50 anni (23,2%), viaggia per lo più in aereo (51,9%) e soggiorna nelle case private (37,6%).

PROVINCIA SALITE A 3,17 MILIONI, PIÙ 2,5% SUL 2010

# Presenze in crescita grazie agli stranieri



Si concentra nelle località costiere la maggior parte dei flussi turistici

IMPERIA

Al di là del boom dell'entroterra, dove le presenze sono cresciute del 18 per cento, è come sempre nei Comuni costieri che si è concentrato il grosso del movimento turistico nel 2011: le località della Riviera dei Fiori hanno assorbito l'86,5% degli arrivi e l'88,4% delle giornate di presenza sul totale provinciale, sia pure con una flessione rispetto al 2010 (90%).

Le principali performance? Per quanto riguarda gli arrivi, si sono registrate a Diano Marina e Ventimiglia (entrambe a +2,1%) e Imperia (+2%), mentre in negativo Cervo ha perso il 5,8%, San Bartolomeo il 5,2% e Ospedaletti il 4,8%. Presenze: Ventimiglia + 6%, Sanremo +0,9% e Diano Marina +0,8%. In calo, invece, Ospedaletti (-4,8%), Cervo (-3,8%) e Taggia-Arma (-0,9%).

Complessivamente, gli arrivi, in controtendenza sugli anni precedenti, hanno avuto un aumento medio che sfiora il 2%: la riduzione degli italiani (meno 2,6%) è largamente compensata dagli stranieri (più +9,9%). Le presenze salgono a 3,17 milioni con un incremento del 2,5% sul precedente anno (3,1 milioni). E anche in questo ca-

so, i flussi dall'estero (+12,3%) hanno sopperito al calo degli italiani (-2,8%).

La quota di giornate di presenza degli stranieri, rispetto al totale complessivo, è del 36,1%, con un incremento di oltre 3 punti percentuali sull'anno precedente (32,8%). E la permanenza media dei turisti è stata di 4,2 giornate, in linea con il 2010.

Strutture ricettive: dopo la graduale diminuzione degli ultimi anni (perdita di oltre il 20% nel decennio), nel 2011 la tendenza ha avuto una battuta d'arresto. Quelle censite sono 781, con una disponibilità di circa 32.000 posti letto. Di esse, 293 sono alberghi, uno in più che nel 2010 (e il 43% degli hotel è concentrato nei Comuni di Sanremo e Diano Marina), mentre gli esercizi complementari, cioè agriturismi e B&B, passano da 481 a 488.

Dalle comunicazioni dell'Ufficio Turismo della Provincia di Imperia si rileva infine anche un certo miglioramento dell'offerta turistica alberghiera: una decina di strutture hanno ottenuto la qualifica di 3 stelle, mentre aumenta di un'unità il gruppo dei «4 stelle». [S. D.]