

OSSERVATORIO DEL TURISMO DELLA PROVINCIA DI SIENA

RAPPORTO

1° trimestre 2023

Giugno 2023

Centro Studi Sintesi e Smart Land

SEZIONE 1

Dinamiche del turismo in provincia di Siena nel 1° trimestre 2023

Nella seguente sezione si analizzano i dati relativi ai flussi turistici di italiani e stranieri nelle strutture della provincia di Siena durante il 1° trimestre 2023

Dinamiche del 1° trimestre 2023

Arrivi e presenze di turisti in provincia di Siena

Nel primo trimestre 2023 si sono registrati 236.595 arrivi rilevando un incremento del 30,7% rispetto al primo trimestre 2022.

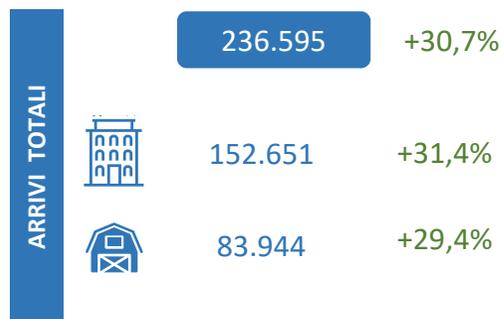
Le presenze sono state pari a 508.117, il 30,6% in più rispetto l'anno precedente.

La permanenza media nel 1° trimestre 2023 è di 2,1 giorni.

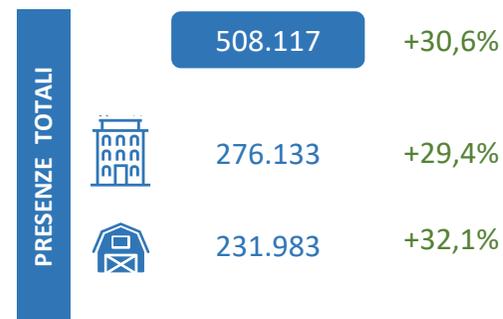
La maggior parte degli arrivi e delle presenze rilevate nel primo trimestre dell'anno è da attribuire a movimenti effettuati per lo più nel mese di marzo da parte di turisti italiani diretti in misura maggiore nel comparto alberghiero.

Gli arrivi e le presenze dei turisti stranieri iniziano a pesare solo nel mese di marzo mentre rimangono limitate nei primi due mesi dell'anno.

Arrivi 1° trim. 2023 e variazione su 1° trim. 2022



Presenze 1° trim. 2023 e variazione su 1° trim. 2022



Arrivi 1° trim. 2023 per struttura e provenienza del turista

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Italiani alberghiero	37.151 15,7%	29.439 12,4%	45.342 19,2%
Italiani extra alberghiero	18.245 7,7%	12.284 5,2%	22.542 9,5%
stranieri alberghiero	8.749 3,7%	8.858 3,7%	23.112 9,8%
stranieri extra alberghiero	5.333 2,3%	6.367 2,7%	19.173 8,1%

Presenze 1° trim. 2023 per struttura e provenienza del turista

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Italiani alberghiero	68.760 13,5%	48.264 9,5%	78.003 15,4%
Italiani extra alberghiero	53.707 10,6%	31.472 6,2%	51.258 10,1%
stranieri alberghiero	18.970 3,7%	18.057 3,6%	44.079 8,7%
stranieri extra alberghiero	19.313 3,8%	21.001 4,1%	55.233 10,9%

Dinamiche del 1° trimestre 2023

Arrivi e presenze: variazioni rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente

Confrontando gli arrivi e le presenze del 1° trimestre 2023 con quelle del 1° trimestre 2022 è possibile rilevare alcune dinamiche:

un incremento netto e assoluto in tutti i periodi sia per strutture alberghiere che extra alberghiere sia da parte di turisti stranieri, fattore che evidenzia la crescita del turismo secondo dinamiche pre-covid.

Le dinamiche degli arrivi e delle presenze di turisti italiani risultano in crescita nei mesi di gennaio e marzo anche se con trend nettamente inferiori rispetto quelli stranieri.

Il mese di febbraio rileva invece una contrazione rispetto l'anno precedente del 9,6% in termini di arrivi in strutture extralberghiere e del 3,4% in termini di presenze in strutture alberghiere solo per quanto riguardano i movimenti di turisti italiani.

Variazione arrivi per tipologia di struttura e provenienza del turista (1° trim. 2023 su 1° trim. 2022)

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Italiani alberghiero	36,7%	0,3%	14,2%
Italiani extra alberghiero	22,6%	-9,6%	13,4%
stranieri alberghiero	208,9%	118,1%	76,9%
stranieri extra alberghiero	126,1%	80,1%	80,4%

Variazione presenze per tipologia di struttura e provenienza del turista (1° trim. 2023 su 1° trim. 2022)

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Italiani alberghiero	31,2%	-3,4%	13,5%
Italiani extra alberghiero	20,7%	0,0%	12,4%
stranieri alberghiero	184,3%	95,7%	66,2%
stranieri extra alberghiero	99,5%	80,7%	68,4%

SEZIONE 2

La filiera del turismo in provincia di Siena

Nella seguente sezione si analizza la composizione attuale della filiera turistica in termini di numero di imprese e di addetti per tipo di attività economica

La filiera del turismo in provincia di Siena

Le imprese della filiera turistica nel primo trimestre 2023

Il primo trimestre 2023 si è chiuso con 24.049 imprese attive aventi sede in provincia di Siena. Rispetto a prima della pandemia, sono state perse 840 imprese che corrispondono ad una variazione del -3,4% rispetto al 1° trimestre 2019. Solo tra il primo trimestre 2022 e il primo del 2023, la perdita è stata di 482 sedi di impresa. Solo nell'ultimo anno, cioè, la flessione è stata del -2,0%.

La dinamica di contrazione del tessuto produttivo si riscontra anche per la filiera del turismo. Al termine del primo trimestre 2023 si è scesi sotto la soglia delle 3 mila imprese con una perdita in provincia di Siena di 84 unità rispetto allo stesso trimestre del 2019 (-2,7%). Gran parte della riduzione del numero di imprese attive nella filiera turistica è stata fatta segnare negli ultimi dodici mesi, ossia rispetto al primo trimestre 2022: -67 imprese pari al -2,2%.

Provincia di Siena: numero imprese attive (sedi) totali e della filiera turistica alla fine del primo trimestre (v.a. e %).
Anni 2019, 2022 e 2023

	1° trim.	1° trim.	1° trim.	2019-2023		2022-2023	
	2019	2022	2023	v.a.	%	v.a.	%
filiera turismo	3.070	3.053	2.986	-84	-2,7%	-67	-2,2%
totale imprese	24.889	24.531	24.049	-840	-3,4%	-482	-2,0%

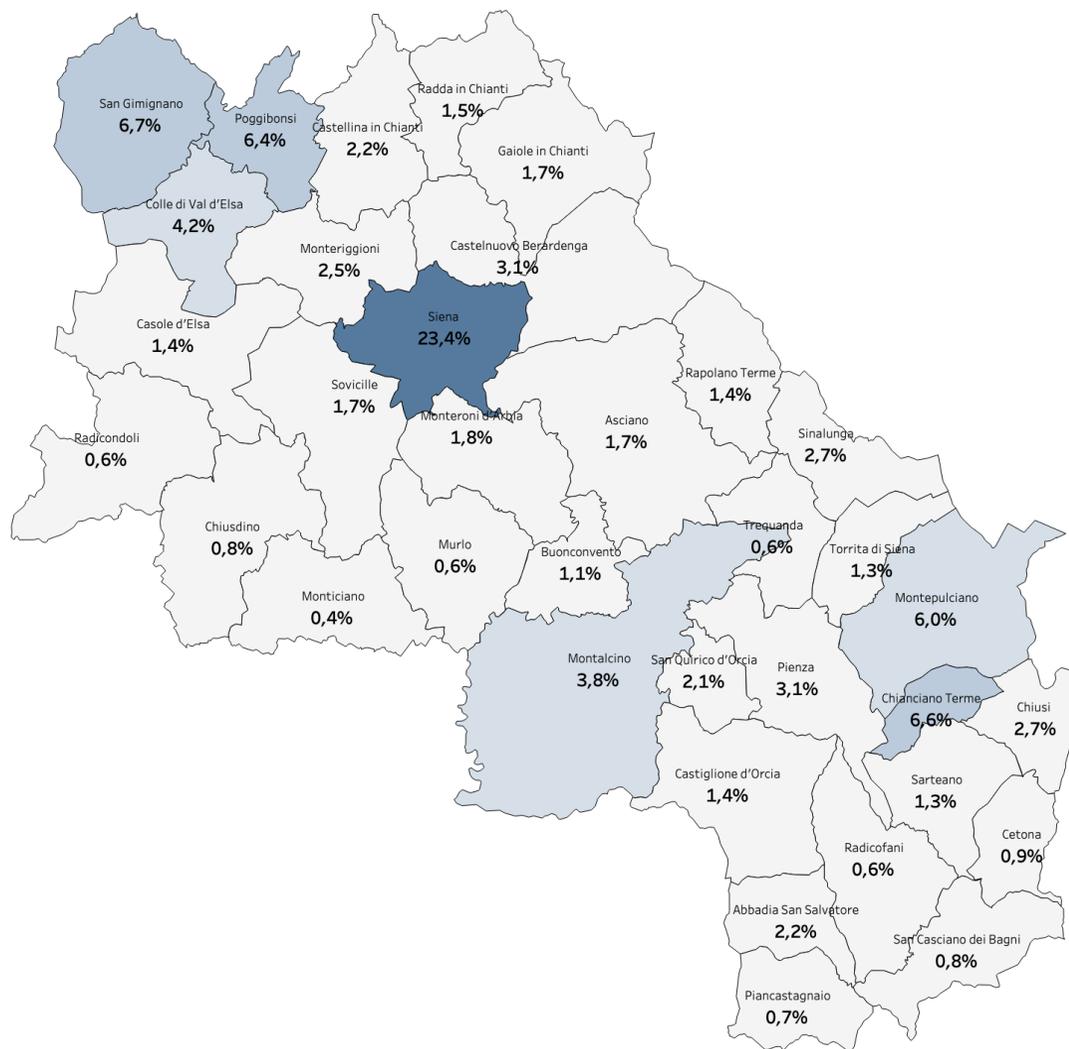
La filiera del turismo in provincia di Siena

Le localizzazioni delle imprese della filiera turistica nei comuni della provincia di Siena

Se si vuole scendere nel dettaglio comunale per osservare la distribuzione territoriale delle attività produttive, possiamo fare ricorso alle statistiche relative alle localizzazioni delle imprese (sedi d'impresa più unità locali). Alla fine del primo trimestre 2023 risultano presenti in provincia di Siena 4.790 localizzazioni di attività legate alla filiera turistica.

Nel comune capoluogo se ne contano 1.119 pari a oltre il 23% dell'intera provincia. A seguire San Gimignano, Chianciano Terme e Poggibonsi con poco più di 300 localizzazioni ciascuno (6-7%).

Comuni della provincia di Siena: distribuzione delle localizzazioni delle imprese attive nella filiera del turismo alla fine del 1° trimestre 2023 (v.a. e quota % sul totale provinciale)



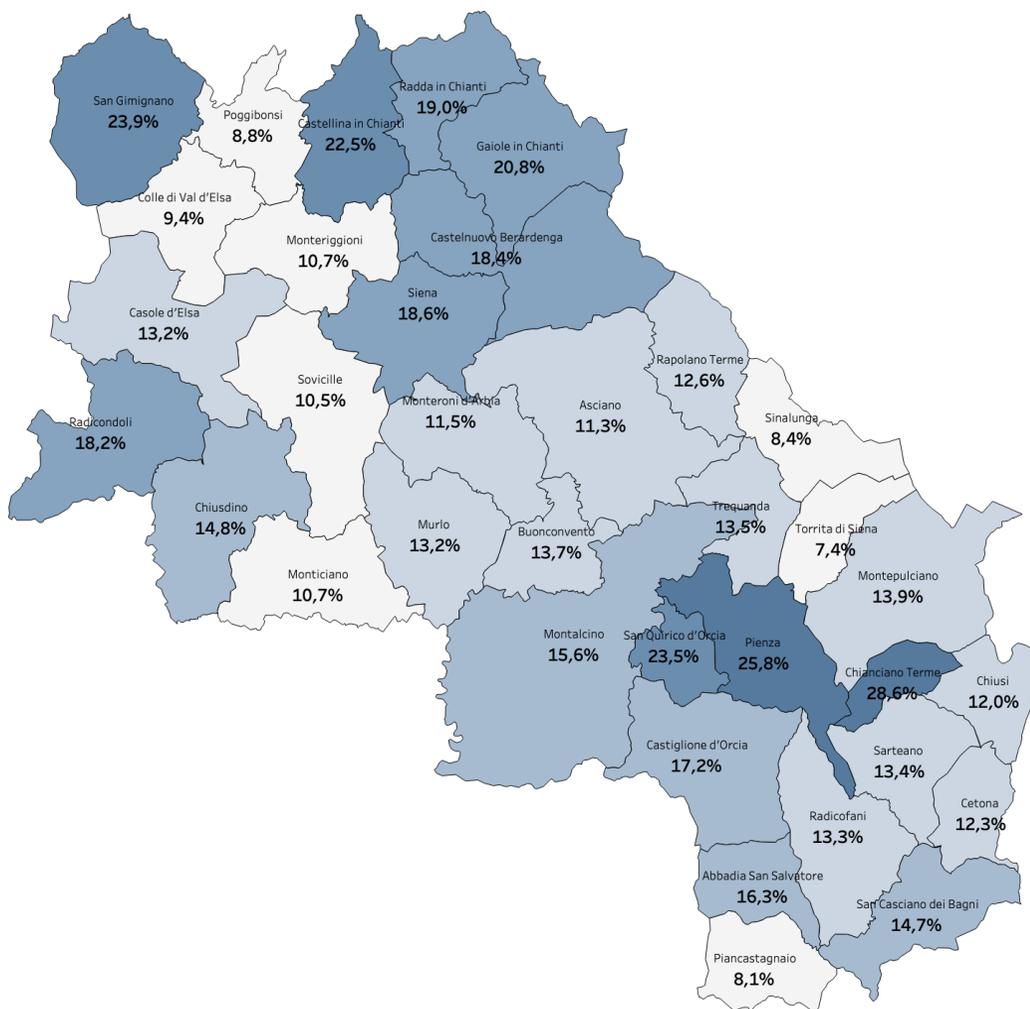
La filiera del turismo in provincia di Siena

Il peso della filiera turistica nel tessuto produttivo dei comuni della provincia di Siena

Alla fine del primo trimestre 2023, è ancora Chianciano Terme a confermarsi come comune della provincia di Siena con la più elevata concentrazione di attività economiche riconducibili alla filiera turistica: quasi il 29% delle localizzazioni (sedi d'impresa e unità locali) totali del comune contro una media provinciale che si ferma abbondantemente sotto il 15%.

A seguire vi sono Pienza con una localizzazione turistica su quattro (quasi il 26%), San Gimignano (24%) e San Quirico d'Orcia (23%).

Comuni della provincia di Siena: incidenza % delle localizzazioni delle imprese attive nella filiera del turismo alla fine del 1° trimestre 2023 rispetto al totale delle localizzazioni



SEZIONE 3

L'occupazione nella filiera turistica

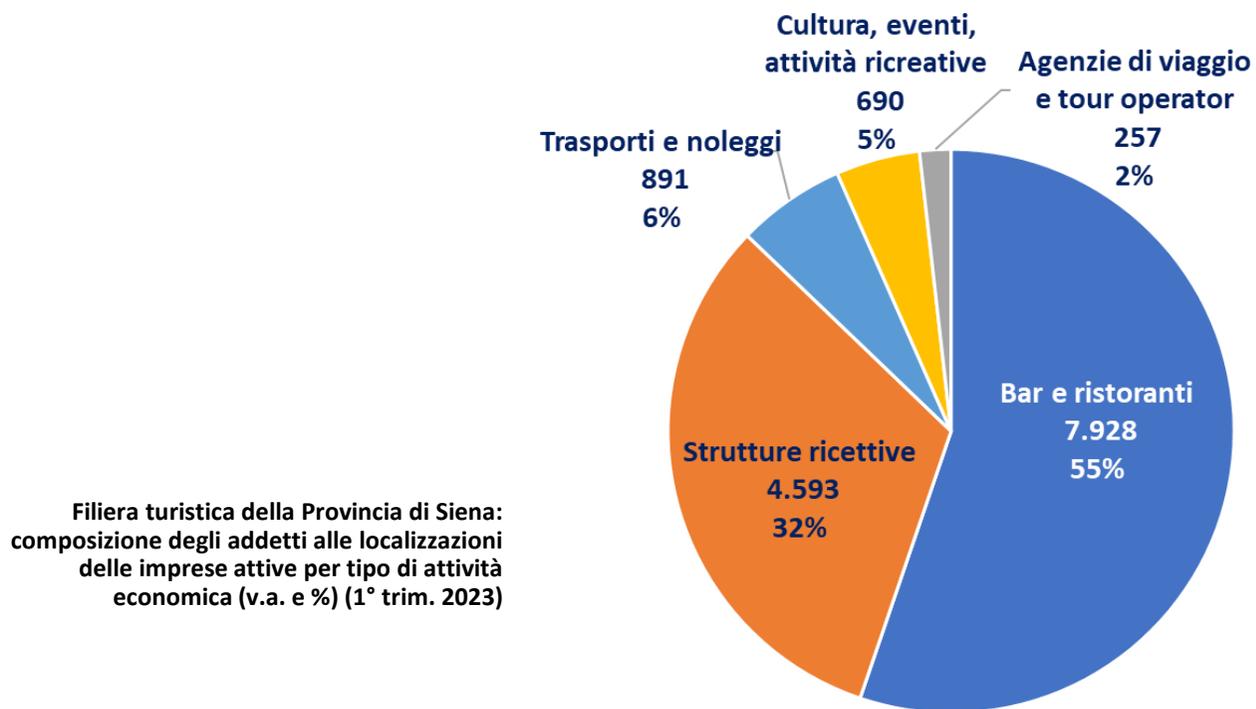
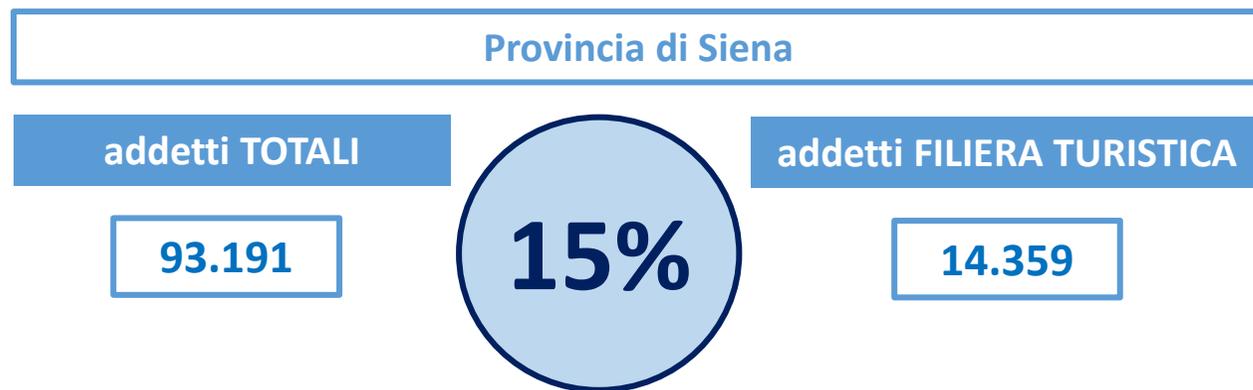
L'occupazione nella filiera del turismo in provincia di Siena

Gli addetti della filiera turistica in provincia di Siena

Riferendosi alle localizzazioni delle attività produttive, ossia considerando sia le unità locali sia le sedi di impresa attive sul territorio, è possibile contare gli addetti che svolgono il loro lavoro nella filiera del turismo della provincia di Siena.

I dati riferiti alle localizzazioni al primo trimestre 2023 indicano in quasi 14.400 gli addetti alla filiera turistica attiva in provincia di Siena. Corrispondono a oltre il 15% dei 93 mila addetti totali alle localizzazioni delle imprese attive in provincia.

Ben oltre la metà degli addetti alla filiera turistica lavora in bar e ristoranti (55%) e quasi un terzo (32%) nelle strutture ricettive. Più contenuto è il contributo delle altre attività della filiera.



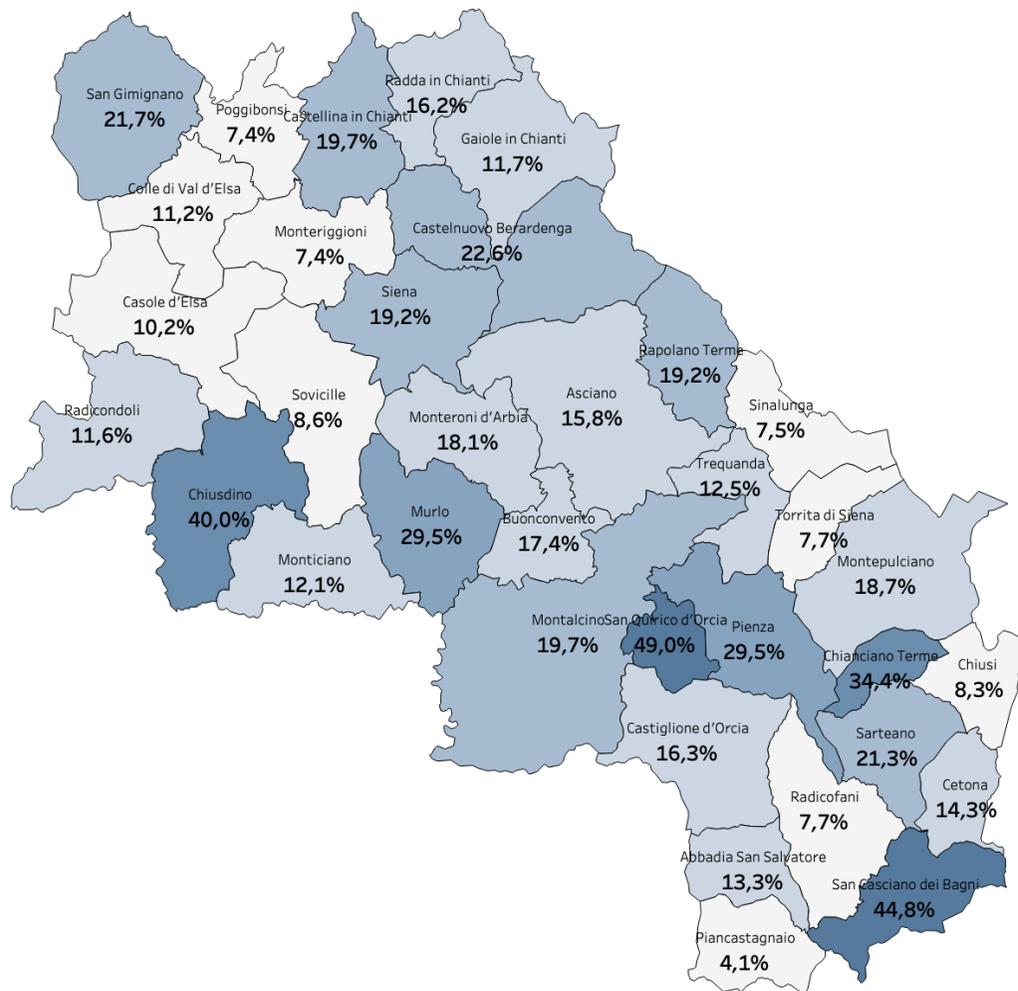
La filiera del turismo in provincia di Siena

Il peso degli addetti alla filiera turistica nei comuni della provincia di Siena

Gli addetti alla filiera del turismo rappresentano in provincia di Siena oltre il 15% degli addetti totali, ma l'incidenza cambia molto a livello territoriale in funzione del peso del turismo nei diversi comuni.

Il peso, infatti, varia da poco più del 4% per il comune di Piancastagnaio - dove l'occupazione in attività legate al turismo va quindi considerata marginale - per arrivare a quote di molto superiori alla media provinciale. È il caso di San Quirico d'Orcia dove si raggiunge quasi il 49%, o di San Casciano dei Bagni (45%) o di Chiusdino con il 40% degli addetti totali attivi nella filiera turistica.

Comuni della provincia di Siena: incidenza % degli addetti alle localizzazioni delle imprese attive nella filiera del turismo rispetto al totale degli addetti al primo trimestre 2023



SEZIONE 4

L'indagine qualitativa: dinamiche congiunturali e strutturali della filiera turistica dal punto di vista degli operatori del territorio

1° TRIMESTRE 2023

Stagione invernale 2023 (gennaio-marzo) rispetto 2022

Un'impresa su 2 ha rilevato una stabilizzazione del fatturato a fronte del 26,5% che ha rilevato una crescita. In contrazione sono il 18,5% delle imprese per lo più afferenti al commercio

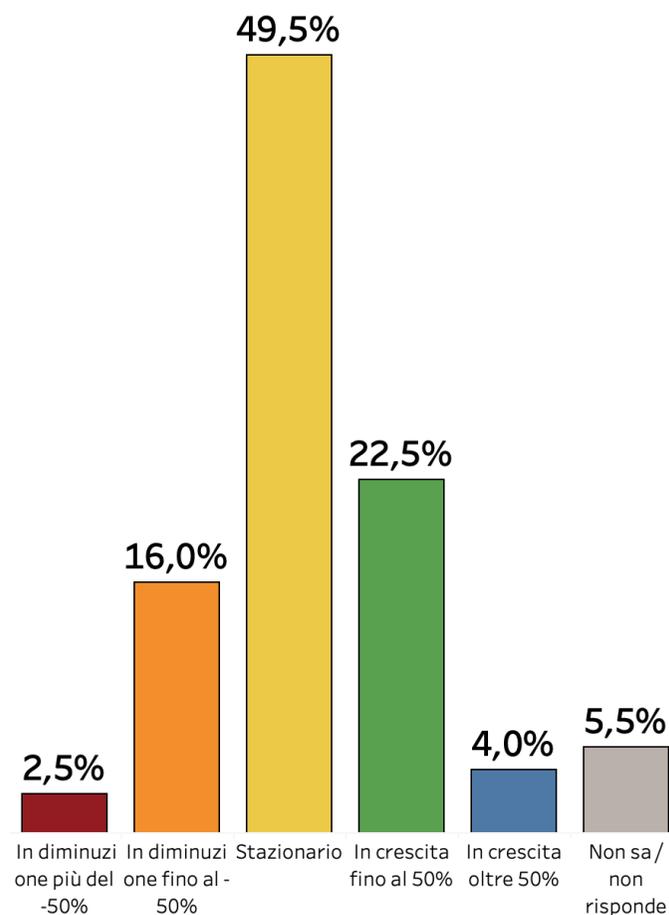
Per il 49,5% del campione, il primo trimestre 2023 risulta caratterizzato da performance stazionarie in termini di fatturato rispetto quanto rilevato nel 2022 mentre per il 26,5% risulta una crescita del fatturato.

In particolar modo è il comparto ristorativo quello che ha subito le migliori performance con una crescita del fatturato rilevato dal 56% delle aziende.

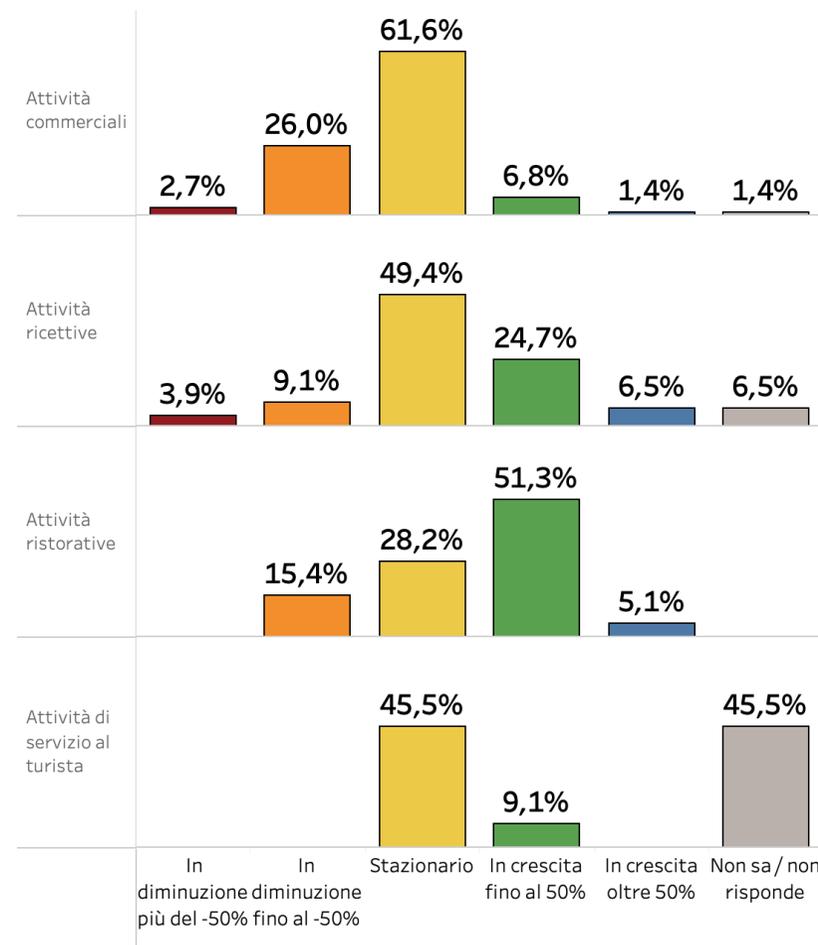
Sono il 18% le imprese che invece riscontrano un peggioramento della propria situazione; si tratta in particolare di attività commerciali.

Indicare la variazione del fatturato della stagione invernale 2023 (gennaio-marzo) rispetto medesima stagione 2022

Campione complessivo



Campione per tipologia di attività

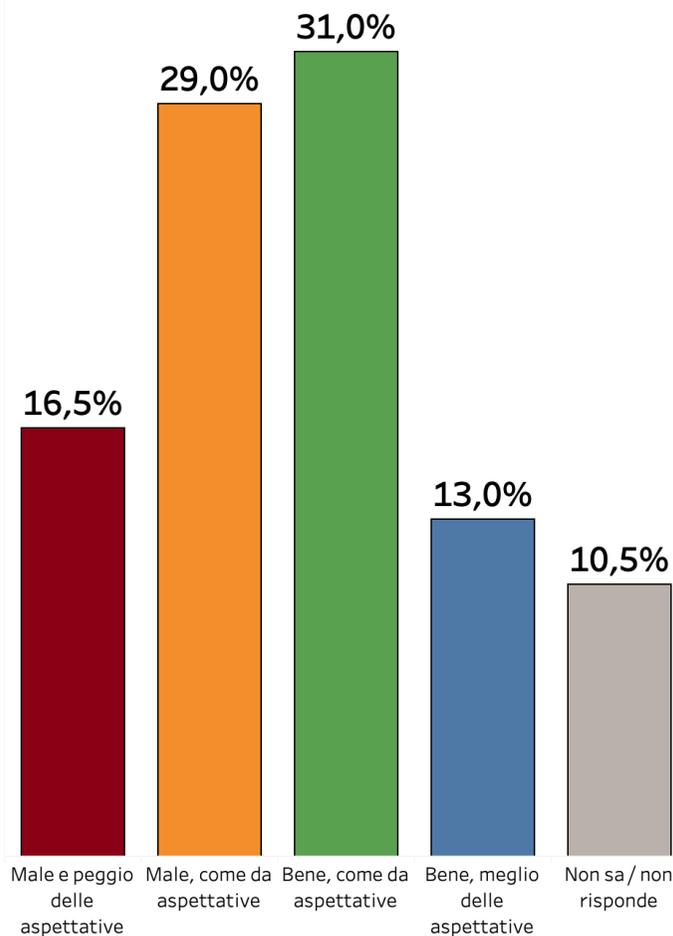


Giudizio generale della stagione invernale

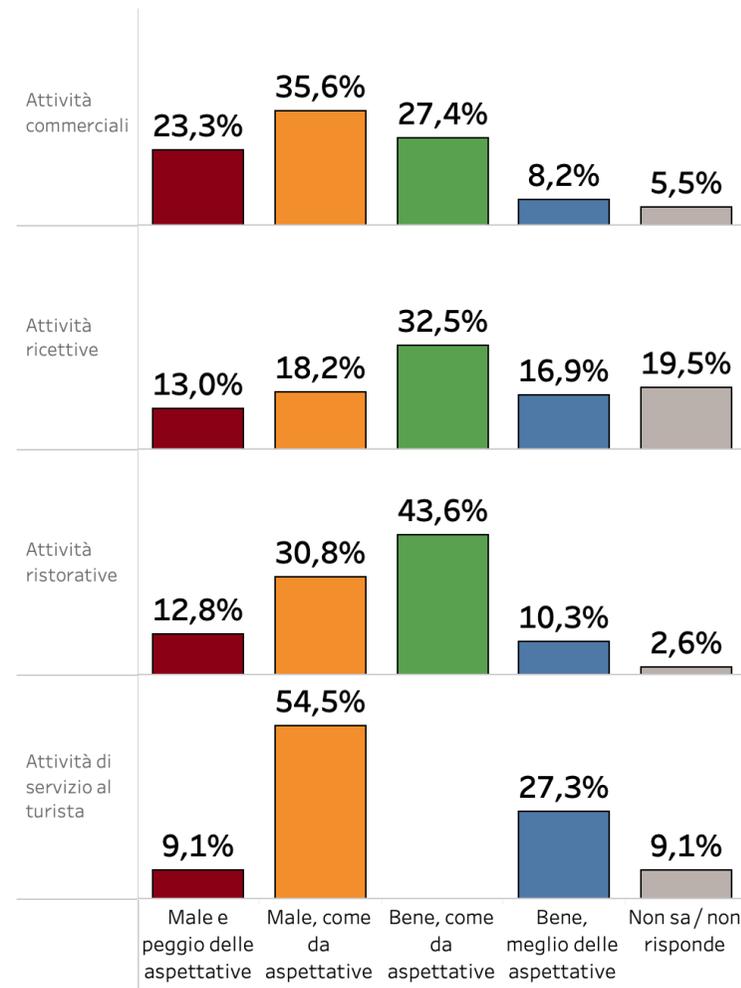
Nel giudizio della stagione invernale appena trascorsa si rileva una diversità di visioni: il 16,5% ha dato un giudizio negativo e peggiore alle aspettative mentre un 29% negativo, ma come da aspettative. Il 31% ha un giudizio positivo come da aspettative.

In linea generale come giudica la stagione invernale appena trascorsa (gennaio-marzo 2023)

Campione complessivo



Campione per tipologia di attività



La stagione invernale appena trascorsa, gennaio-marzo 2023, appare andata bene per il 44,0% delle attività mentre per il 45,5% delle attività è andata male. Il peso dei giudizi negativi e positivi risulta bilanciato.

I giudizi positivi sono stati in particolar modo rilevati dalle attività ricettive e ristorative mentre quelli negativi sono stati rilevati con più incidenza dalle attività afferenti al comparto commerciale e dei servizi al turista.

Reperibilità del personale necessario per la stagione invernale

La maggior parte delle imprese non ha avuto necessità di reperire nuovo personale. Di chi l'ha cercato, il 69% ha avuto difficoltà a trovarlo e di questi poco più della metà non l'ha trovato.

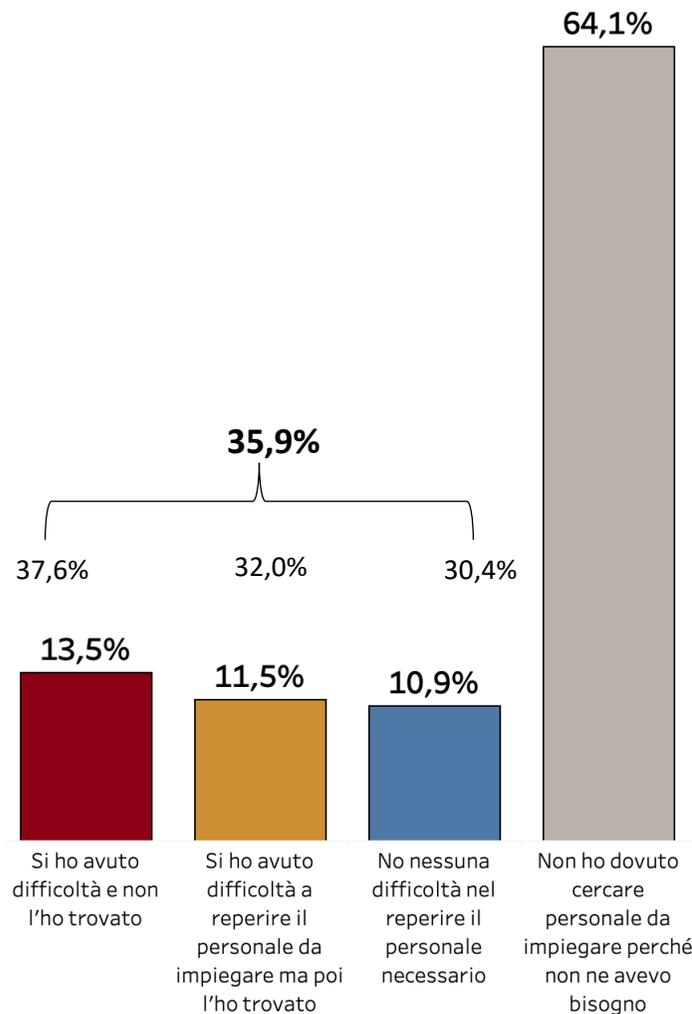
Quasi il 64% delle attività non ha avuto bisogno di reperire personale per la stagione invernale appena trascorsa (gennaio-marzo 2023).

Il rimanente 36% ha avuto necessità di integrare con altre figure professionali il personale; di questi, il 37,6% non è riuscito a trovarle mentre un 32% le ha trovate, ma con difficoltà.

Le attività ristorative sono quelle che hanno sentito l'esigenza maggiore di integrare il personale per la stagione e sono al contempo quelle che hanno avuto più difficoltà a trovarlo.

Ha avuto difficoltà a reperire il personale da impiegare durante la STAGIONE INVERNALE (gennaio-marzo) 2023?

Campione complessivo



Campione per tipologia di attività

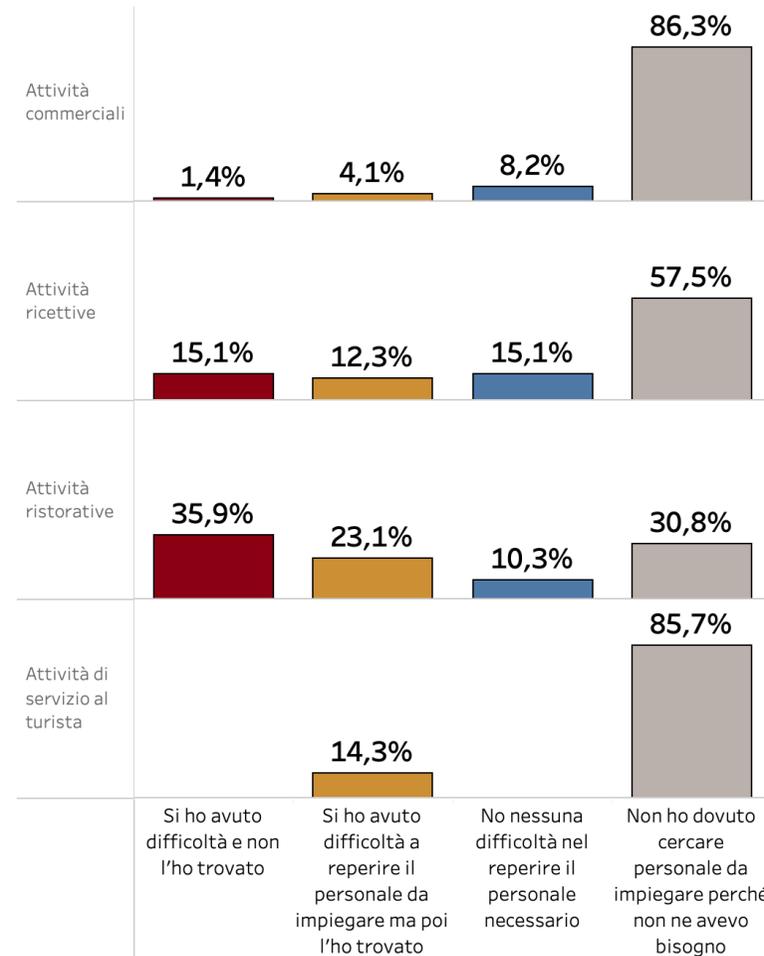


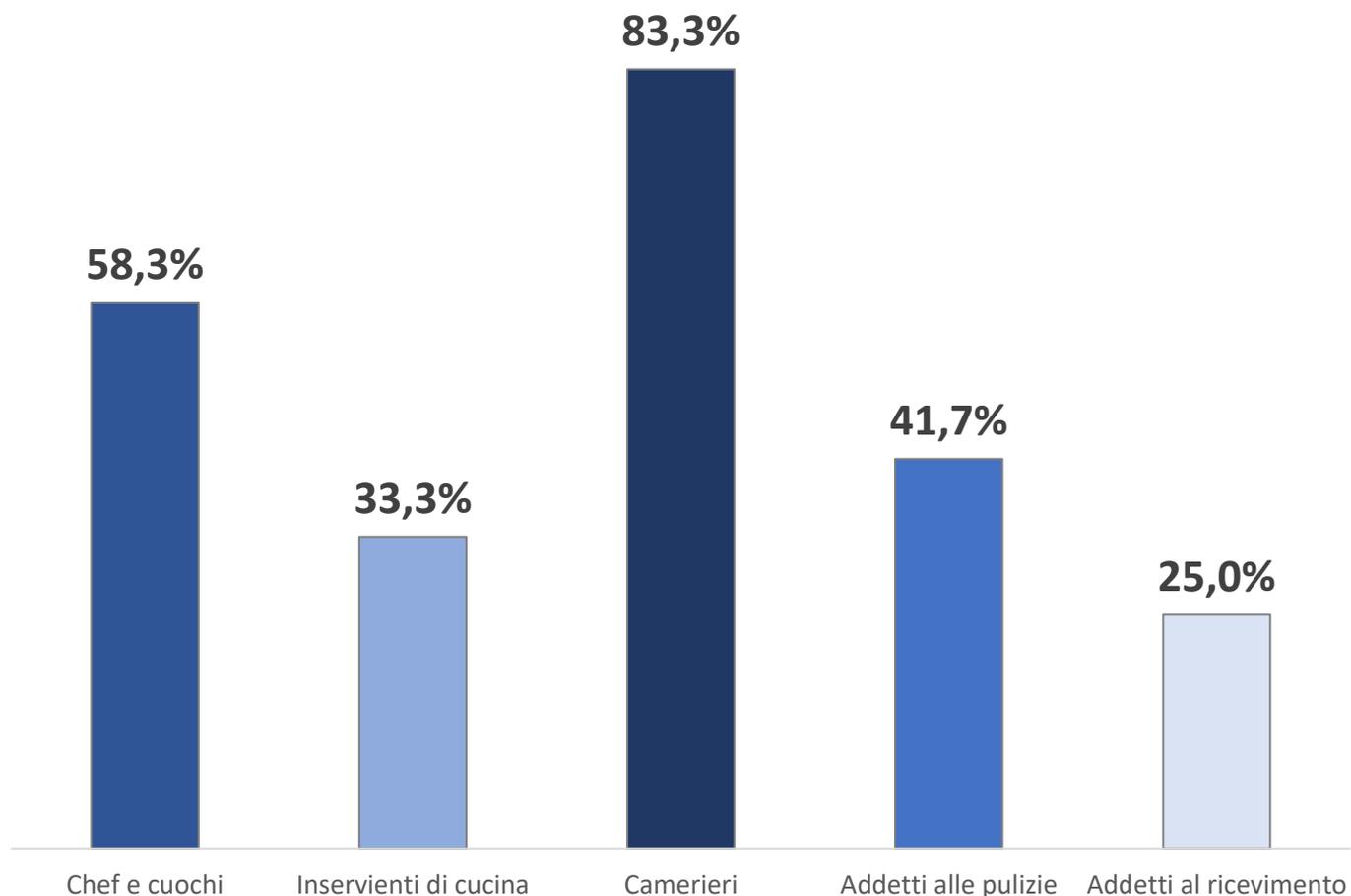
Figure professionali ricercate dal comparto ricettivo

I camerieri sono le figure professionali più difficili da trovare durante la stagione invernale

Se sì, per quali categorie professionali ha avuto difficoltà a reperire il personale nella STAGIONE INVERNALE (gennaio-marzo) 2023?

Campione selezionato (ricettivo)

Per il comparto ricettivo, i camerieri sono state le figure professionali più difficili da trovare per la stagione invernale; delle imprese che hanno ricercato personale, l'83% ha infatti avuto difficoltà nel reperire tale tipologia di lavoratori, mentre il 58% delle imprese ha avuto difficoltà a reperire cuochi e chef.



Previsioni stagione primaverile 2023 (aprile-giugno) rispetto 2022

La maggior parte delle imprese (42,5%) non prevede sostanziali differenze per la stagione primaverile 2023 rispetto 2022. Circa 1 impresa su 3 invece rileva una potenziale crescita del fatturato.

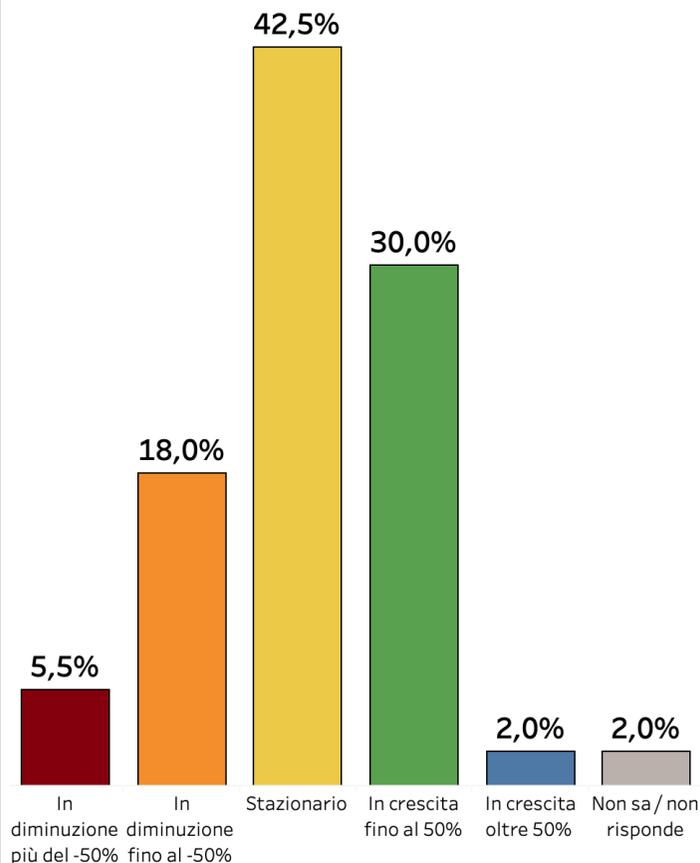
Per il 42,5% del campione il secondo trimestre 2023 risulterà caratterizzata da performance assimilabili a quelle del 2022 mentre per il 32% le performance saranno migliori

Vi è comunque un 23,5% che prevede un peggioramento della propria situazione; si tratta in particolare di attività commerciali.

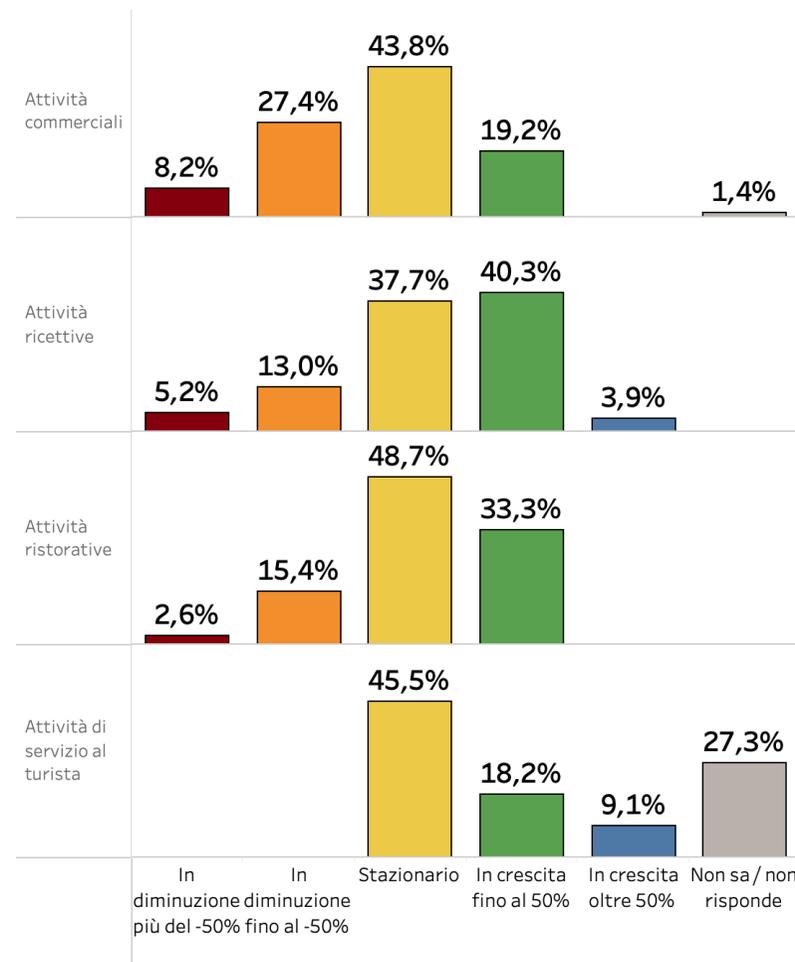
Le attività ricettive sono quelle che prevedono performance migliori nel periodo di esame rispetto il medesimo periodo 2022.

Indicare le previsioni della variazione del fatturato della stagione primaverile 2023 (aprile-giugno) rispetto medesima stagione 2022

Campione complessivo



Campione per tipologia di attività



Influenza dell'aumento dei costi delle materie prime sull'attività

Il 94,5% delle imprese ha risentito dell'aumento dei prezzi nella sua attività

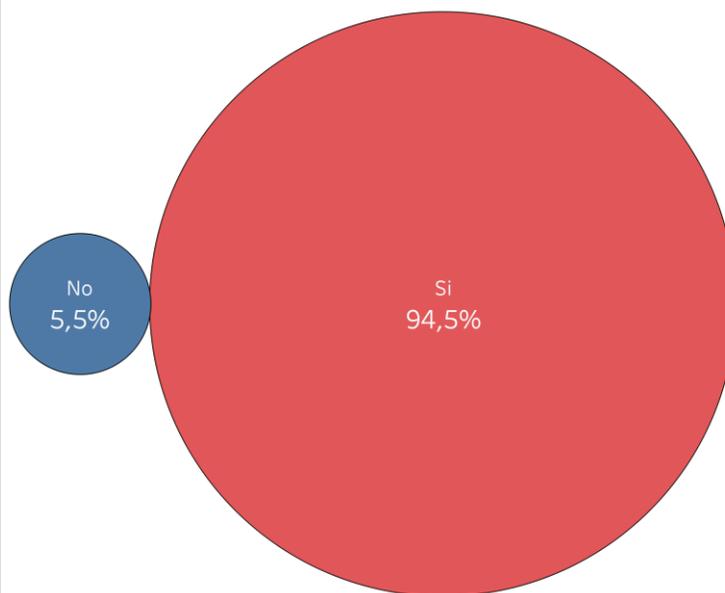
Il 94,5% del campione ha risentito dell'aumento dei costi per lo svolgimento della propria attività.

Tutte le attività hanno risentito di tale dinamica, ma con maggior incidenza per le imprese afferenti ai settori ristorativi e ricettivi.

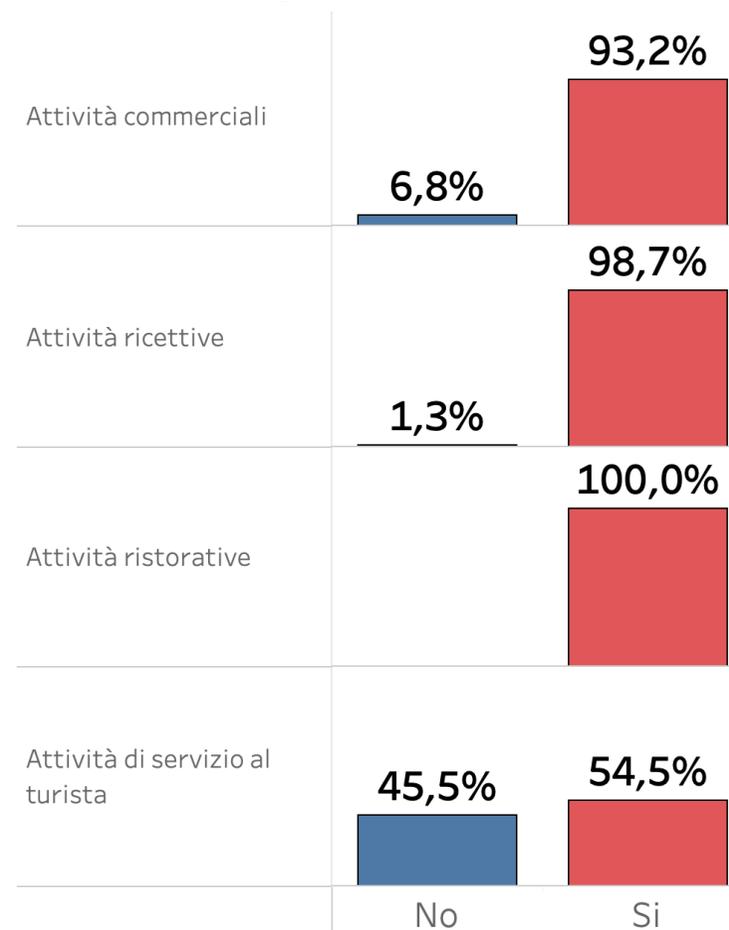
Meno rilevante la crescita dei costi per le attività di servizio a supporto del turista.

Ad oggi, la sua attività ha risentito dell'aumento dei costi per le materie prime?

Campione complessivo



Campione per tipologia di attività

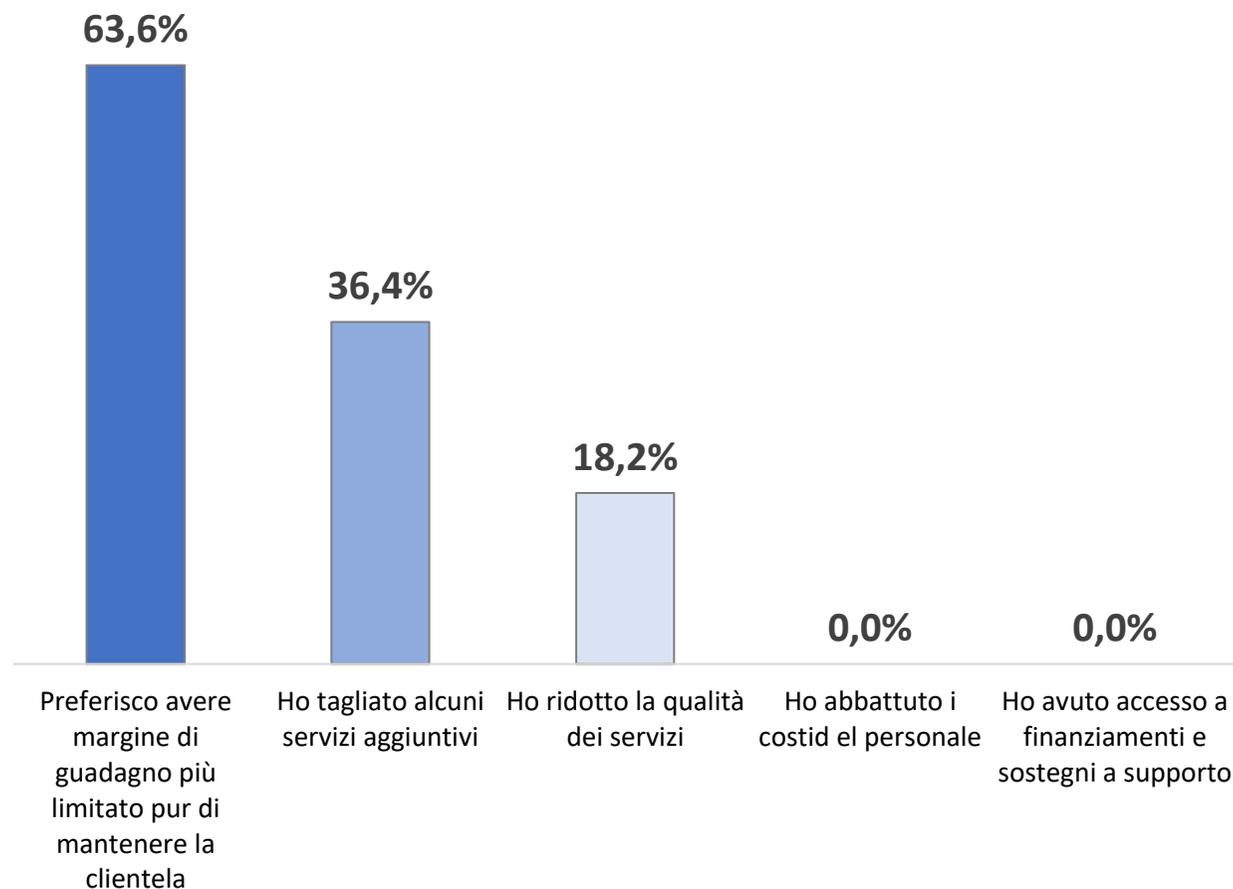


Modalità attivate per limitare l'aumento dei prezzi

IL 63,6% ha preferito non innalzare i prezzi ed avere un margine di guadagno più limitato pur di mantenere la clientela. Più di 1 impresa su 3 ha ritenuto necessario tagliare alcuni servizi aggiuntivi per non influire sui prezzi delle proprie attività mentre un 18% ha abbassato la qualità dei servizi.

Mediante quali modalità siete riusciti a mantenere i prezzi stabili?

Campione complessivo



Delle imprese che non hanno innalzato i prezzi, la maggioranza - pari al 63,6% - ha preferito avere un margine di guadagno più limitato pur di mantenere la clientela.

Il 36,4% delle imprese ha invece tagliato alcuni servizi aggiuntivi a fronte di un prezzo immutato per usufruire dei propri servizi/attività.

Vi è infine un 18,2% di imprese che ha abbassato la qualità dei servizi offerti.

Nessuna impresa ha bilanciato l'aumento dei costi delle materie prime con una stabilizzazione dei prezzi della propria attività mediante l'abbattimento dei costi del personale o attraverso incentivi e agevolazioni varie.

Incremento dei costi per lo svolgimento dell'attività

L'incremento dei costi delle materie prime è stato tra il 10% e il 30% per il 56% del campione, oltre il 30% per il 20% del campione.

Solamente il 13% del campione ha sostenuto che l'incremento dei costi delle materie prime è stato inferiore al 10%.

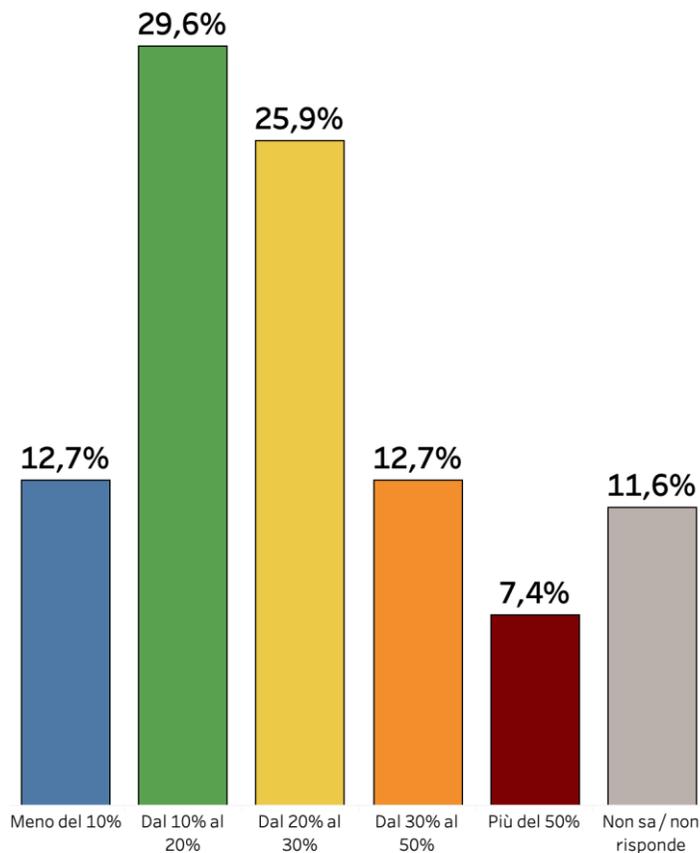
La maggior parte delle imprese (56%) ha rilevato un incremento dei costi delle materie prime tra il 10% e il 30% mentre un 13% ha rilevato un incremento compreso tra il 30% e il 50%.

Un 7,4% del campione ha addirittura stimato che l'incremento dei costi è stato oltre il 50%.

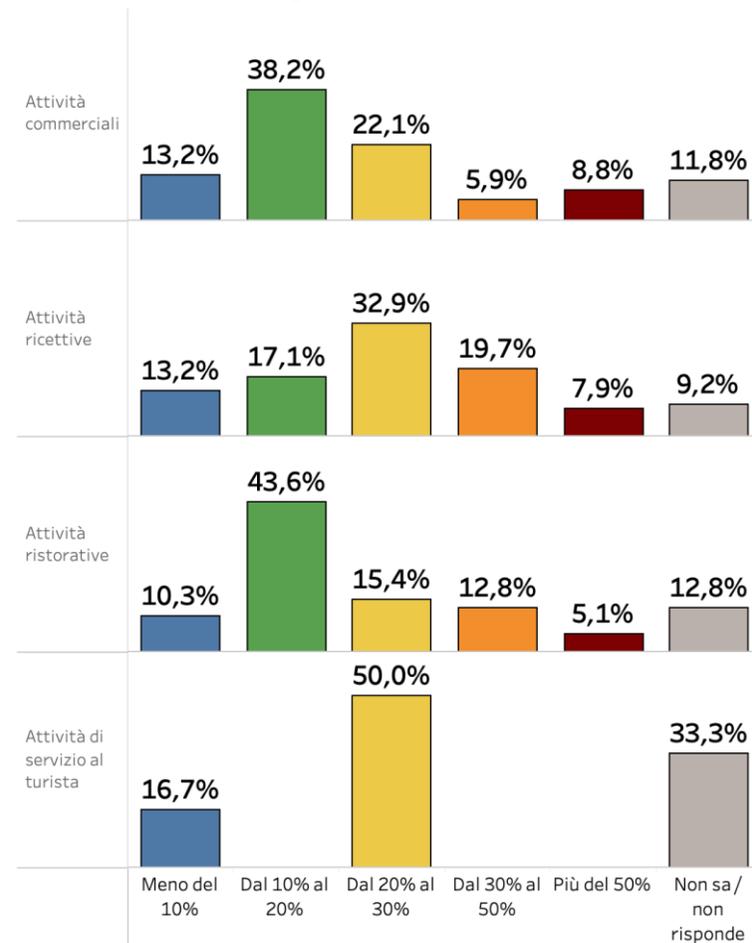
I rincari più elevati sono stati dichiarati dalle attività afferenti al comparto ricettivo dove si rileva per quasi il 28% del campione un incremento superiore al 30%.

Di quanto sono aumentati i costi funzionali allo svolgimento della sua attività rispetto al primo semestre 2022?

Campione complessivo



Campione per tipologia di attività



Innalzamento dei prezzi dell'attività

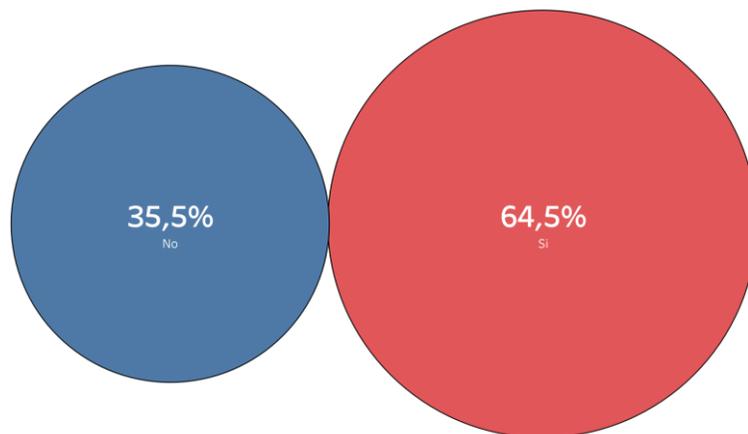
Il 64,5% delle imprese hanno alzato i prezzi dei propri servizi per rispondere all'innalzamento dei costi delle materie prime

Ha dovuto alzare i prezzi in seguito all'innalzamento generale dei costi delle materie prime?

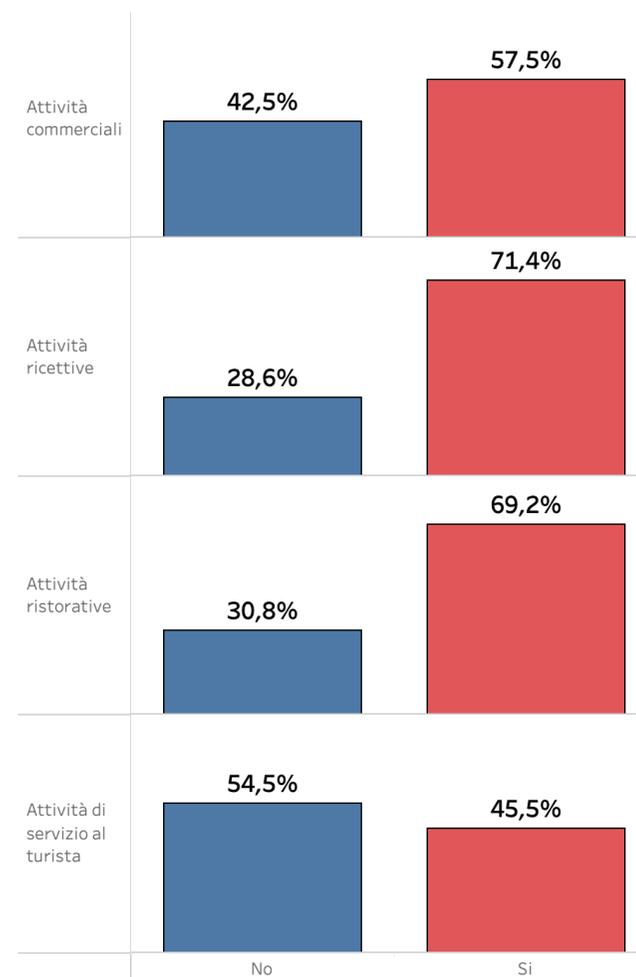
La maggior parte delle imprese, ovvero il 64,5%, ha innalzato i prezzi dei propri servizi/attività a seguito del rincaro dei costi delle materie prime.

Le attività ricettive sono quelle che hanno dovuto maggiormente procedere ad un innalzamento dei prezzi che, secondo il sondaggio effettuato, è stato attivato da oltre il 71% delle imprese del settore.

Campione complessivo



Campione per tipologia di attività



Quantificazione dell'aumento delle tariffe

Il 46% delle imprese hanno innalzato i prezzi di meno del 10%. In linea generale l'aumento si è attestato sotto il 20% tranne che per un 16% delle imprese dove gli incrementi hanno superato il 20%.

Ad oggi, di quanto ha dovuto alzare i prezzi delle camere in seguito all'innalzamento generale dei costi?

Campione complessivo

Il 45,9% degli operatori che hanno innalzato i prezzi in seguito all'aumento dei costi delle materie prime, ha effettuato un rincaro di meno del 10%.

Il 37,8% ha invece aumentato i prezzi tra il 10% e il 20%.

I rincari oltre il 20% sono stati effettuati dal 16% delle imprese, anche se per la maggior parte con importi in crescita entro il 30%.

