



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore



Laboratorio  
Economia  
Locale



Cremona  
COMUNE DI CREMONA



# OTC

## Osservatorio Turismo Cremonese

### *A che punto siamo e previsioni 2024*

Cremona, 9 maggio 2024

# Sentiment della destinazione - ultimi 12 mesi

OTC  
2024

Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.



Fonte: Data Appeal

Il sentiment al 25/4/24 risulta migliorato (**+0,7%**) ed è leggermente superiore rispetto alla media della Lombardia.

Il comparto *attrazioni* in particolare ha un sentiment del **91,2%**.

# Sentiment delle attrazioni turistiche più recensite

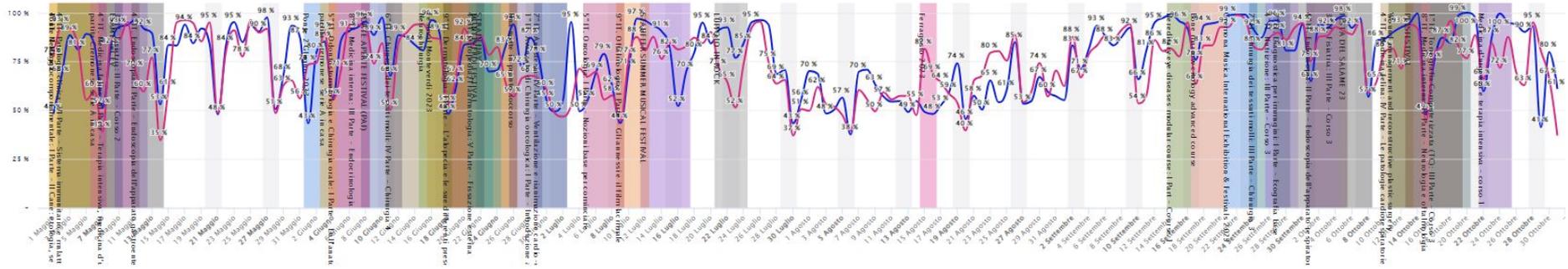
| Punto d'interesse             | Sentiment | Volume tracce digitali |
|-------------------------------|-----------|------------------------|
| Museo del violino             | 93,8      | 639                    |
| Cattedrale S.M. Assunta       | 95,9      | 445                    |
| Teatro Ponchielli             | 93,9      | 275                    |
| Museo verticale e Torrazzo    | 94,6      | 262                    |
| Palazzo Guazzoni Zaccaria     | 95,8      | 110                    |
| Museo civico Ala Ponzone      | 94,2      | 94                     |
| Chiesa di S. Sigismondo       | 94,8      | 88                     |
| Museo Archeologico S. Lorenzo | 91,2      | 71                     |

■ Corrente  
■ Anno Precedente

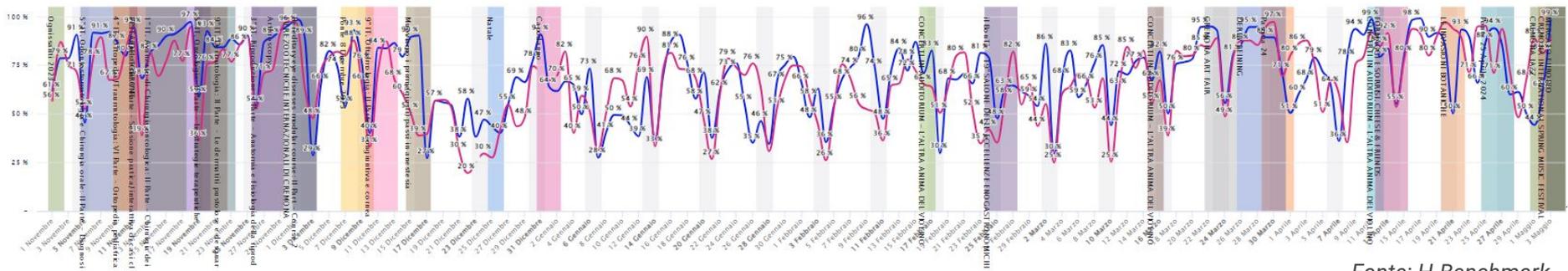
# Occupazione camere

OTC  
2024

## semestre maggio '23-ottobre '23



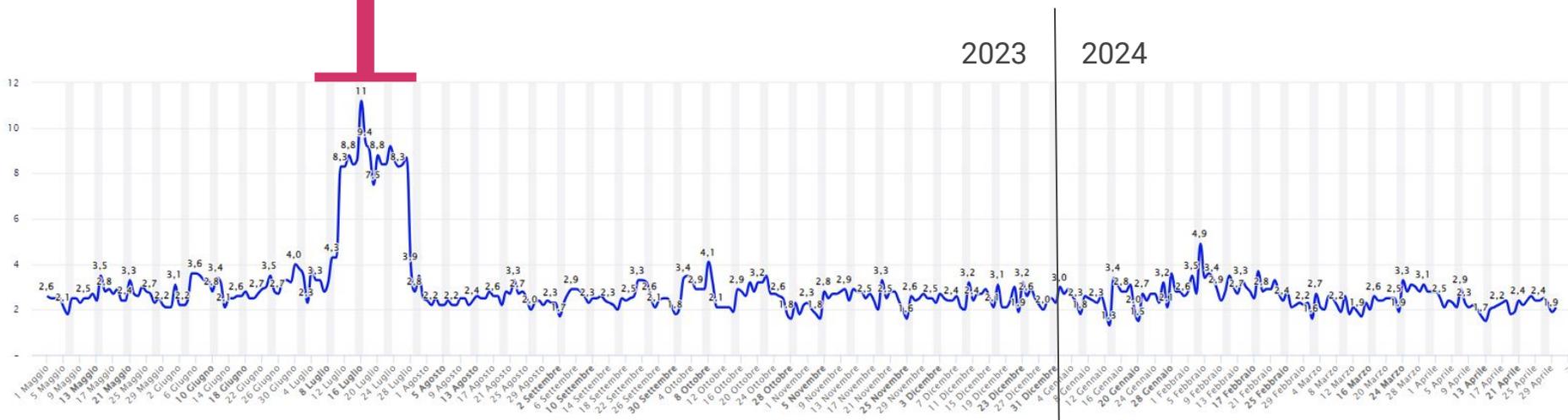
## semestre novembre '23-aprile '24



Fonte: H-Benchmark

Si conferma la sostanziale **astagionalità** della destinazione, soprattutto grazie agli eventi business e/o culturali che interessano il territorio cremonese (nel grafico evidenziati con vari colori).

- STAUFFER
- SUMMER MUSICAL FESTIVAL
- LUPPOLO IN ROCK
- EVENTI SCIVAC



Fonte: H-Benchmark

La **permanenza media** (nel campione rappresentativo delle strutture alberghiere analizzato) è stabile a **3 notti**, un dato simile ad altre città d'arte simili.

# Tipologie di viaggiatore - ultimi 12 mesi



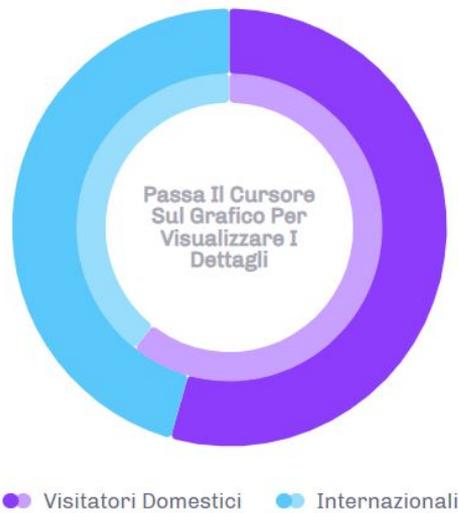
● Coppie   
 ● Famiglie   
 ● Singolo  
● Amici/Gruppo   
 ● Viaggio Di Lavoro

|                   | Distribuzione tracce digitali                              | Sentiment  |
|-------------------|--|--|
| Coppie            | <span style="color: green;">▲</span> <b>43,6%</b><br>43,1% | <span style="color: green;">▲</span> <b>86,4/100</b><br>84,2/100 |
| Famiglie          | <span style="color: green;">▲</span> <b>26,6%</b><br>25,3% | <span style="color: green;">▲</span> <b>86,5/100</b><br>85,4/100 |
| Singolo           | <span style="color: red;">▼</span> <b>17,4%</b><br>18,4%   | <span style="color: green;">▲</span> <b>86,9/100</b><br>86,1/100 |
| Amici/Gruppo      | <span style="color: red;">▼</span> <b>11,4%</b><br>11,9%   | <span style="color: green;">▲</span> <b>87,8/100</b><br>86,1/100 |
| Viaggio Di Lavoro | <span style="color: red;">▼</span> <b>1,0%</b><br>1,3%     | <span style="color: green;">▲</span> <b>86,3/100</b><br>81,1/100 |

Fonte: Data Appeal

Il segmento **famiglie** ha fatto registrare il maggiore incremento di tracce digitali tra le varie tipologie di viaggiatori

# Sentiment in base alla provenienza - ultimi 12 mesi



|          | Distribuzione tracce digitali | Sentiment            |
|----------|-------------------------------|----------------------|
| Italia   | 54,4%<br>60,6%                | 86,5/100<br>85,1/100 |
| Francia  | 8,0%<br>6,8%                  | 84,7/100<br>83,3/100 |
| Germania | 7,4%<br>6,9%                  | 85,0/100<br>84,5/100 |
| Svizzera | 5,1%<br>4,9%                  | 87,1/100<br>84,3/100 |
| Austria  | 2,9%<br>2,6%                  | 82,5/100<br>85,1/100 |

Fonte: Data Appeal

La distribuzione delle tracce digitali degli stranieri (oltre il **45%**) risulta aumentata del **6,2%** rispetto ai 12 mesi precedenti.

# Provenienza della clientela nelle strutture alberghiere

OTC  
2024

## OCCUPAZIONE DETTAGLIATO PER NAZIONALITÀ (%)

### # 1 ITALIA

Cremona

 Corrente

 Anno Precedente

79,8 %  
▲ 1,0 pp 78,8 %

### # 2 GERMANIA

Cremona

 Corrente

 Anno Precedente

2,8 %  
▼ - 1,3 pp 4,1 %

### # 3 REGNO UNITO

Cremona

 Corrente

 Anno Precedente

2,8 %  
▲ 1,1 pp 1,7 %

Fonte: H-Benchmark

Nelle strutture ricettive **alberghiere** la presenza di clientela italiana è decisamente prevalente.

Se si compara questo dato con quello Istat 2023 (italiani: 60%), si considera che gli stranieri abbiano una preferenza per le strutture extra-alberghiere.

**Germania, Regno Unito, Francia e Svizzera** sono i principali paesi di provenienza che hanno soggiornato a Cremona in strutture alberghiere negli ultimi 12 mesi.

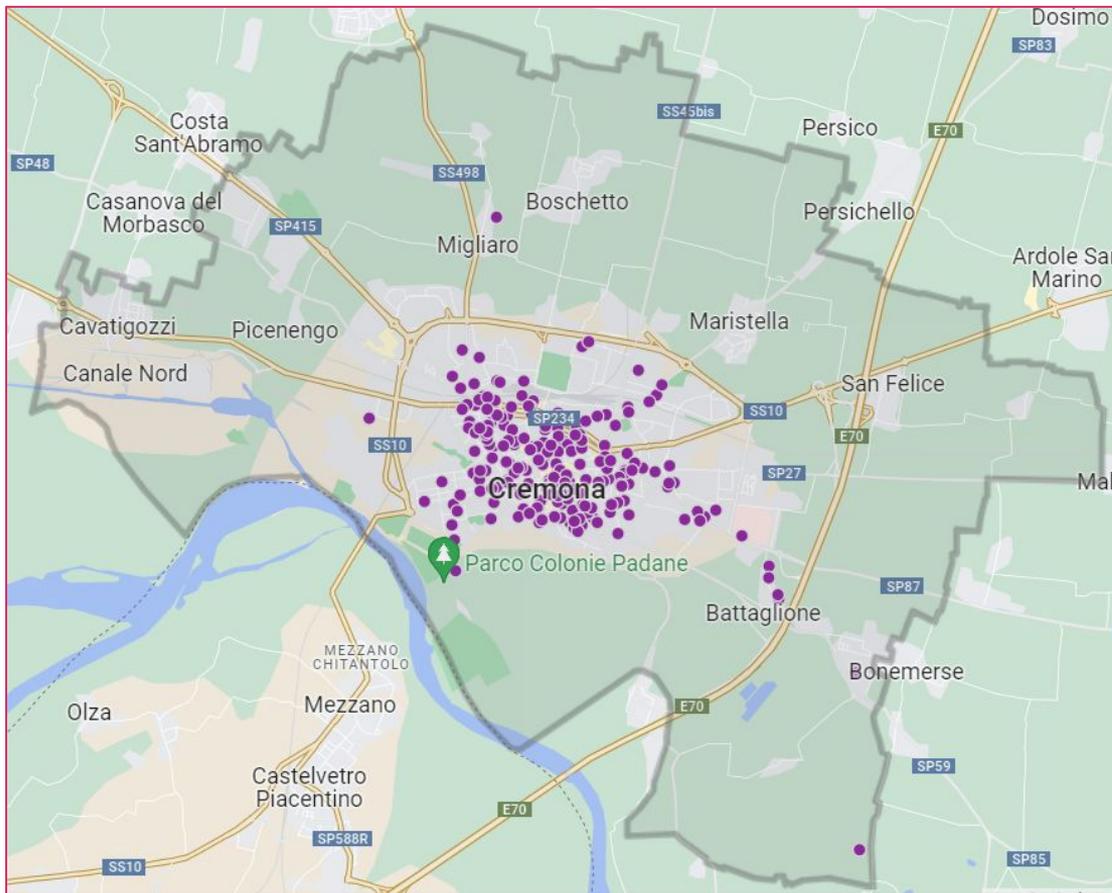
# Suddivisione strutture ricettive

|                          | dati al 31/12/2022 |            |             | dati al 31/12/2023 |            |             | delta 2022-2023 |        |       |
|--------------------------|--------------------|------------|-------------|--------------------|------------|-------------|-----------------|--------|-------|
|                          | Esercizi           | Camere     | Letti       | Esercizi           | Camere     | Letti       | Esercizi        | Camere | Letti |
| TOTALE ALBERGHIERO       | 10                 | 362        | 690         | 9                  | 352        | 665         | -10%            | -3%    | -4%   |
| TOTALE EXTRA ALBERGHIERO | 144                | 373        | 873         | 185                | 448        | 1044        | 28%             | 20%    | 20%   |
| <b>TOTALE</b>            | <b>154</b>         | <b>735</b> | <b>1563</b> | <b>194</b>         | <b>800</b> | <b>1709</b> | 26%             | 9%     | 9%    |

Fonte: ISTAT

Si evidenzia il forte incremento dell'extra-alberghiero avvenuto nel corso di un solo anno (**+28%** degli esercizi), tanto che ad ora tale comparto rappresenta il 61% dei letti disponibili.

Tale performance è stata trainata soprattutto da tipologie ricettive non imprenditoriali (quali *Case e appartamenti per vacanze non gestiti in forma imprenditoriale e Locazioni turistiche non imprenditoriali*), giunti a fine 2023 complessivamente a 131 esercizi.



Sulle piattaforme di vendita online principali (AirBnB e Vrbo) sono presenti 153 esercizi extra-alberghieri (83% del totale), **+42%** rispetto all'anno precedente, avvicinandoci così maggiormente a competitor quali ad es. Mantova o Parma.

Le performance medie di Cremona attualmente risultano:

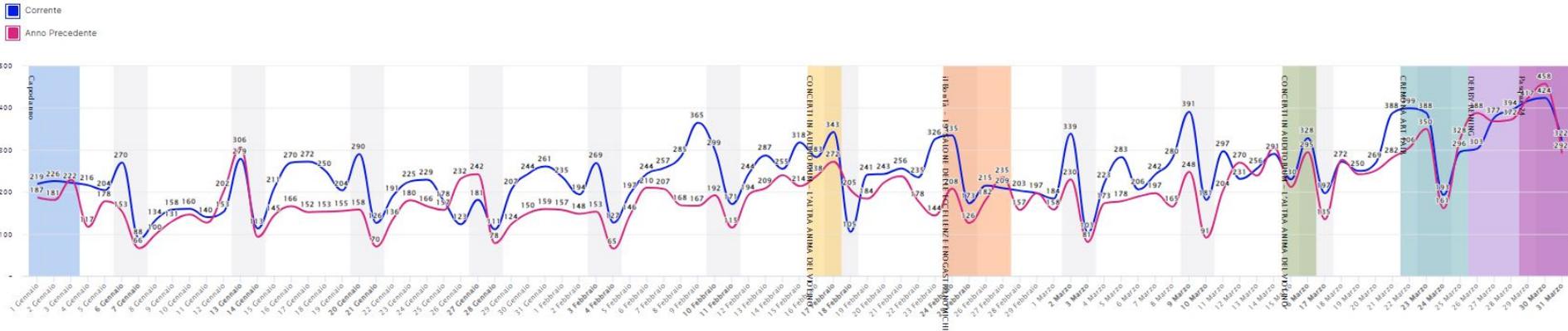
- ADR 78,4€
- Occupancy 60%
- RevPAR 44,5€



Andamento inizio 2024

I dati del I° trimestre 2024 sono concordi nell'indicare un **aumento delle presenze turistiche di oltre il 14%** rispetto al periodo analogo del 2023.

L'analisi comparata tra le fonti di dati analizzate (Imposta di soggiorno, H-Benchmark, Data appeal) evidenzia come, rispetto al 2023, sia in corso un aumento del turismo **leisure** rispetto a quello business (che porta ad un aumento dei flussi nonostante l'occupazione camere resti stabile).



Fonte: H-Benchmark

L'analisi delle **presenze** delle sole strutture alberghiere del I° trimestre 2024 fa registrare un **+26%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

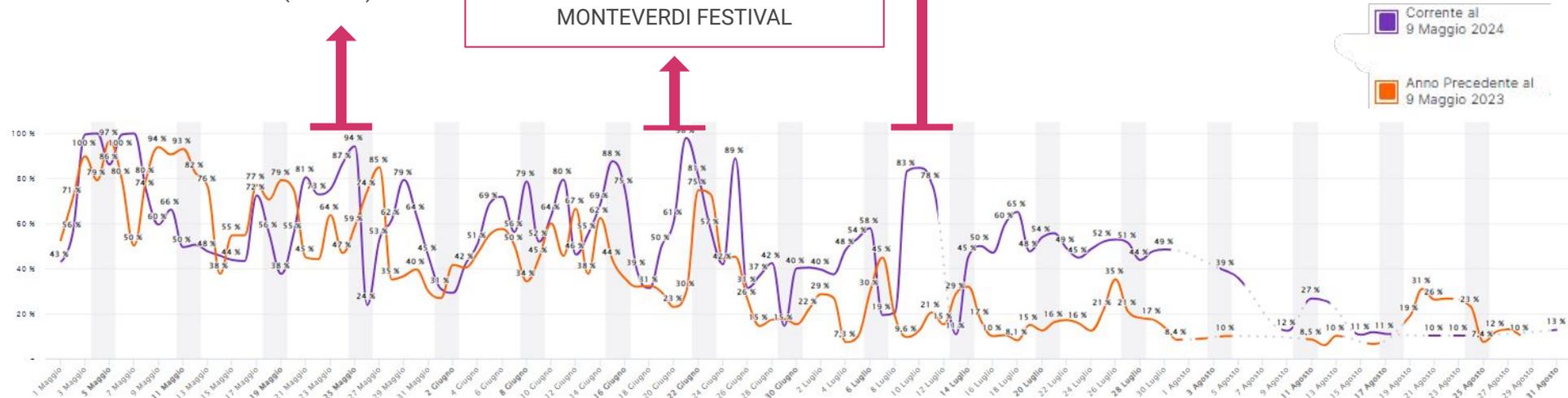
Il **REVPAR** dello stesso periodo è aumentato di **1,8€**, arrivando a 49€, grazie all'aumento delle camere vendute e a parità di tariffe medie praticate.

# Previsioni 2024

CREMONA SUMMER FESTIVAL.  
CONCERTI E MASTERCLASS ORCHESTRE GIOVANILI

MONTEVERDI FESTIVAL

- PORTE APERTE FESTIVAL (23/24/25/26.5)
- SALONE DEL CAVALLO AMERICANO (24/25/26.5)
- CREMONA JAZZ (24.5)
- TROFEO BISSOLATI (25/26.5)
- SCIVAC ZimVie Dental (26/27.5)



Fonte: H-Benchmark

Le prenotazioni di camere alberghiere relative al **quadrimestre maggio-agosto 2024** risultano superiori del **12%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

La domanda risulta più stabile, evidenziando **meno picchi negativi**.

# Overview 2024

Al 9 maggio 2024 sono già stati venduti od opzionati oltre il **56%** dei posti letto alberghieri disponibili per il 2024, circa **+5%** rispetto allo stesso giorno di osservazione del 2023.

Questo dato sottostima il consuntivo 2024 in quanto buona parte delle prenotazioni avverranno nel corso dei prossimi mesi.

Si evidenziano importanti *picchi*, soprattutto in presenza di eventi business e/o culturali.

In particolare, per il mese di luglio sono già state prenotate il **29%** in più delle camere alberghiere.

**24/25/26 maggio**

- PORTE APERTE FESTIVAL (23/24/25/26.5)
- SALONE DEL CAVALLO AMERICANO (CREMONAFIERE) (24/25/26.5)
- CREMONAJAZZ 24 maggio, ore 21 - GEORGE GERSHWIN & DUKE ELLINGTON - AUDITORIUM ARVEDI MDV
- TROFEO BISSOLATI (NUOTO) - CANOTTIERI BISSOLATI (25/26.5)
- SCIVAC ZimVie Dental (26/27.5)

**15 giugno**

- MONTEVERDI FESTIVAL: POLITTICO MONTEVERDIANO + VOI D'AMOR RIBELLE!
- SCIVAC Medical Aesthetic

**21 giugno:**

- MONTEVERDI FESTIVAL: L'ORFEO + CLORINDA E TANCREDI: COMBATTIMENTO CROMATICO – ORPHEUS RHAPSODY
- SCIVAC Master Academy Neurochirurgia

**11 luglio:** CREMONA SUMMER FESTIVAL. CONCERTI E MASTERCLASS ORCHESTRE GIOVANILI

**10-11-12 settembre:**

- XVII CONCORSO TRIENNALE INTERNAZIONALE DI LIUTERIA
- SCIVAC Corso Pratico di Otorinolaringoiatria e Radiologia su Preparato Anatomico (10/13.9)

**18-19-20-21 settembre:**

- XVII CONCORSO TRIENNALE INTERNAZIONALE DI LIUTERIA
- World SBK, CAMPIONATO MONDIALE SUPERBIKE (SAN MARTINO DEL LAGO)
- SCIVAC Master Humanitas + Il gatto 2.0

# Andamento dei KPI del PSST 2023-2024

| KPI | Indicatore  | Valore di partenza ottobre 2023 | Valore dopo 6 mesi | Delta  | Target finale ottobre 2026 | Fonte                                    |
|-----|---|---------------------------------|--------------------|--------|----------------------------|--|
| A   | sentiment della destinazione                            | 85,2%                           | 85,6%              | +0,4%  | 90,2%                      | Data Appeal Studio - 31/3/23-31/3/24     |
| B   | seasonal balance  | 83,4%                           | 84,1%              | +0,7%  | 88,4%                      | Data Appeal Studio - 31/3/23-31/3/24     |
| C   | delta sentiment famiglie / sentiment della destinazione | +1%                             | +0,7%              | -0,3%  | +2%                        | Data Appeal Studio - 31/3/23-31/3/24     |
| D   | LGBTQ+ Index  | 65,7%                           | 66,6%              | +0,9%  | 66,2%                      | Data Appeal Studio - marzo '23-marzo '24 |
| E   | REVPAR delle strutture ricettive alberghiere            | 54 €                            | 54,8 €             | +0,8 € | 57,2 €                     | H-Benchmark - 30/4/23-30/4/24            |
| F   | occupancy lorda   | 29,9%                           | 31,8%              | +1,9%  | 33%                        | ISTAT 31/12/23                           |
| G   | permanenza media  | 2,12                            | 2,15               | +0,03  | 2,54                       | ISTAT 31/12/23                           |
| H   | posti letto totali                                      | 1563                            | 1709               | 146    | 1641                       | ISTAT 31/12/23                           |
| I   | qualità dell'offerta ricettiva                          | 3,6                             | 3,6                | =      | 3,8                        | elaborazione dati ISTAT 31/12/23         |
| L   | grado di internazionalizzazione                         | 36%                             | 40%                | +4     | 51%                        | ISTAT 31/12/23                           |