



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

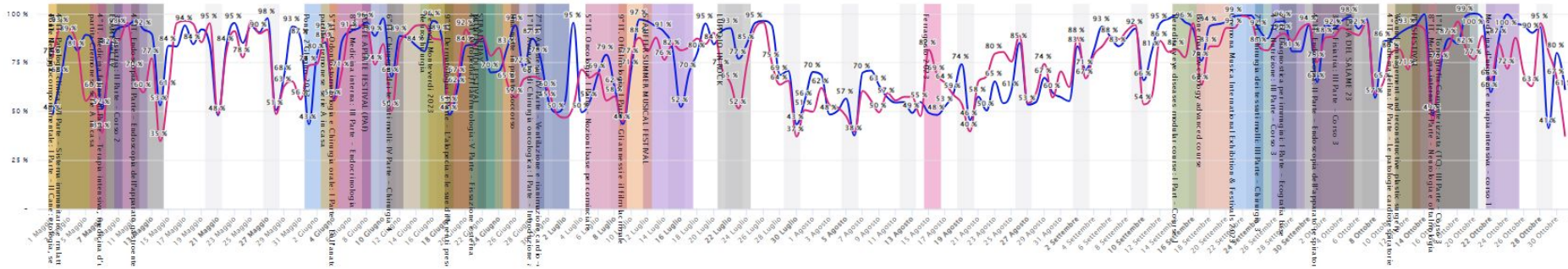
Punto d'interesse	Sentiment	Volume tracce digitali
Museo del violino	93,8	639
Cattedrale S.M. Assunta	95,9	445
Teatro Ponchielli	93,9	275
Museo verticale e Torrazzo	94,6	262
Palazzo Guazzoni Zaccaria	95,8	110
Museo civico Ala Ponzone	94,2	94
Chiesa di S. Sigismondo	94,8	88
Museo Archeologico S. Lorenzo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

■ Corrente
■ Anno Precedente

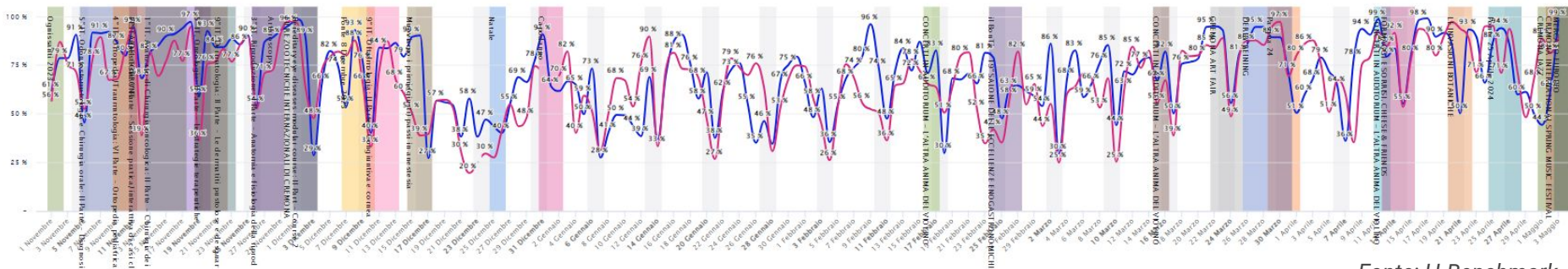
Occupazione camere

OTC
2024

semestre maggio '23-ottobre '23



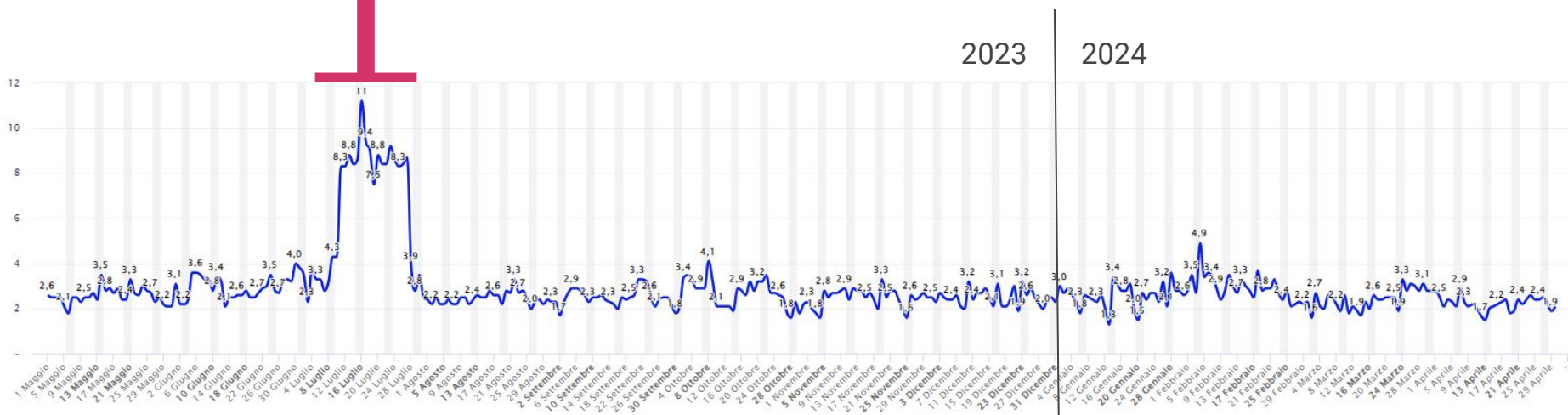
semestre novembre '23-aprile '24



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



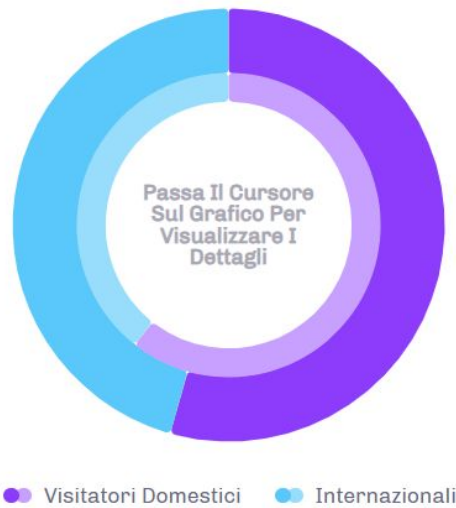
● Coppie
 ● Famiglie
 ● Singolo
● Amici/Gruppo
 ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	▲ 43,6% 43,1%	▲ 86,4/100 84,2/100
Famiglie	▲ 26,6% 25,3%	▲ 86,5/100 85,4/100
Singolo	▼ 17,4% 18,4%	▲ 86,9/100 86,1/100
Amici/Gruppo	▼ 11,4% 11,9%	▲ 87,8/100 86,1/100
Viaggio Di Lavoro	▼ 1,0% 1,3%	▲ 86,3/100 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% 60,6%	86,5/100 85,1/100
Francia	8,0% 6,8%	84,7/100 83,3/100
Germania	7,4% 6,9%	85,0/100 84,5/100
Svizzera	5,1% 4,9%	87,1/100 84,3/100
Austria	2,9% 2,6%	82,5/100 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.

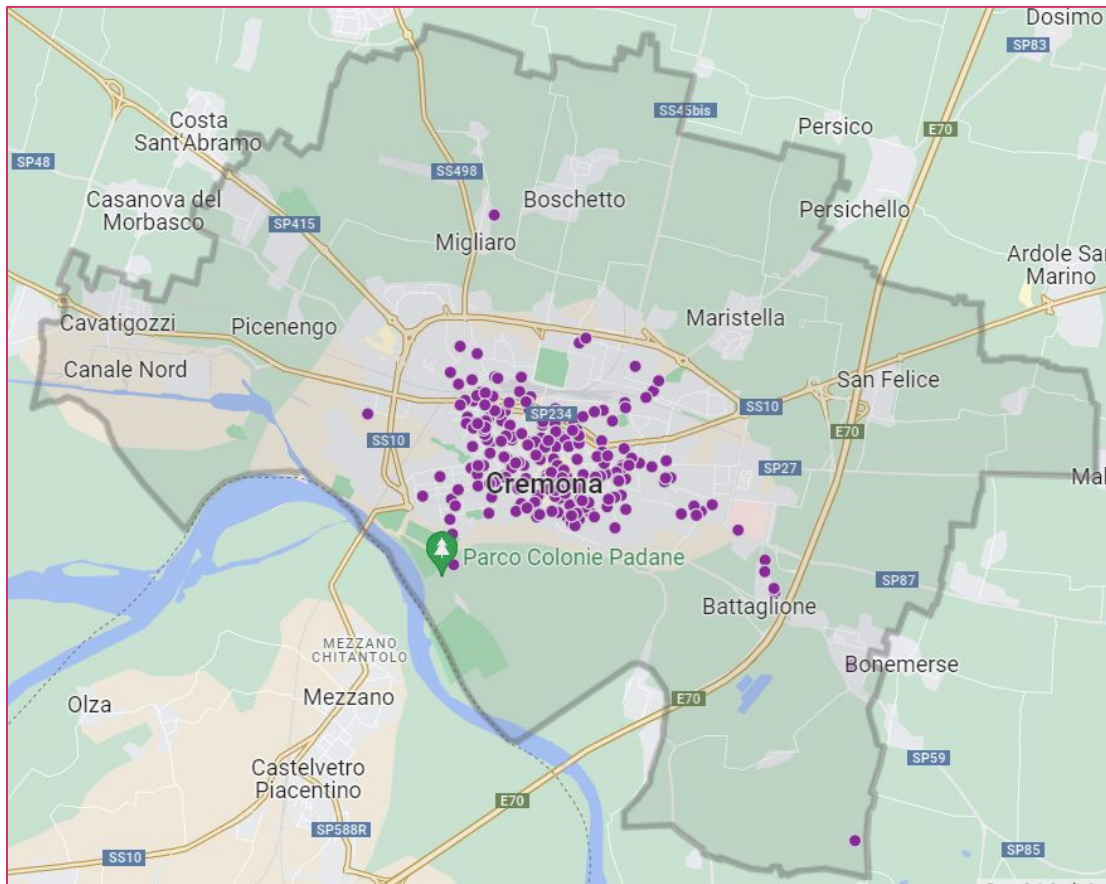
Suddivisione strutture ricettive

	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%
TOTALE	154	735	1563	194	800	1709	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:

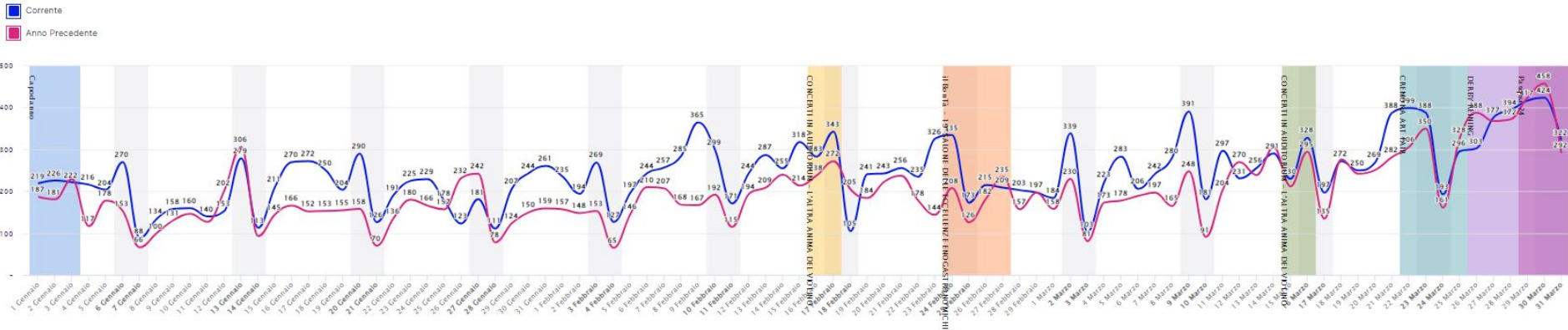
- ADR 78,4€
- Occupancy 60%
- RevPAR 44,5€



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.

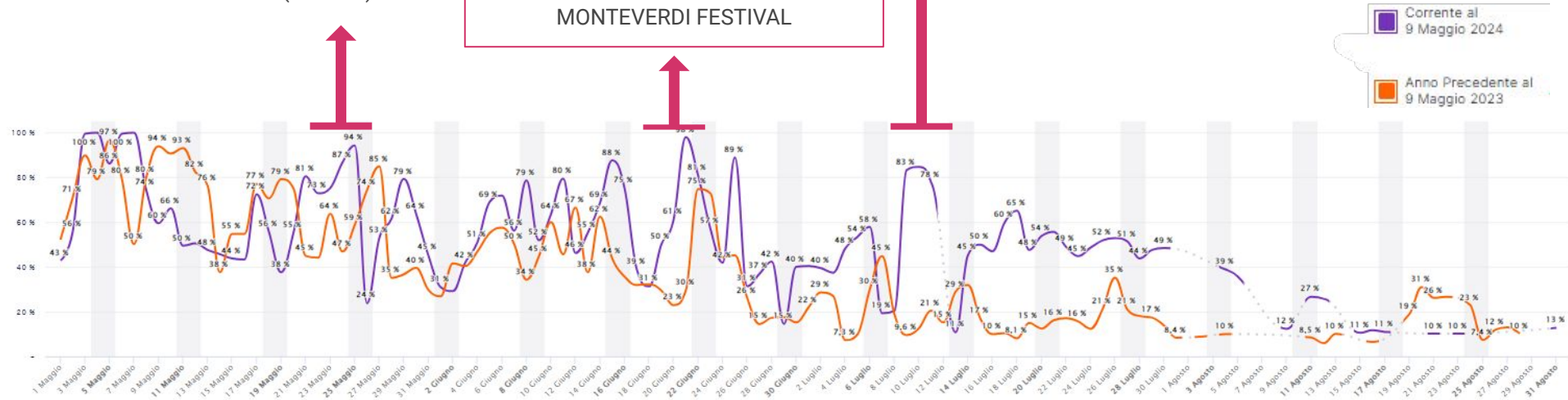
Il **REVPAR** dello stesso periodo è aumentato di **1,8€**, arrivando a 49€, grazie all'aumento delle camere vendute e a parità di tariffe medie praticate.

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

OTC
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