



**Parchi Permanenti Italiani**  
Sezione dell'A.N.E.S.V. A.G.I.S.



## **Parchi di divertimento**

### **Indagine sull'andamento della stagione 2013**



## La stagione 2013

Al termine della stagione 2013 l'indagine analizza l'andamento del settore dei parchi di divertimento italiani – intendendosi strutture permanenti con biglietto d'ingresso, circa 200 strutture tra parchi tematici o meccanici, acquatici e faunistici – visitati annualmente da oltre 18 milioni di visitatori (dati SIAE 2012). Obiettivo della ricerca è verificare l'andamento del settore nella stagione 2013 in relazione ai dati 2012. L'indagine è effettuata per il secondo anno, ed ha coinvolto 35 strutture del divertimento, suddivise percentualmente per tipologia in rapporto ai dati nazionali.

L'esito della ricerca ha evidenziato che, per il secondo anno, la stagione dei parchi di divertimento si è conclusa sostanzialmente con segno negativo. Riguardo alle tipologie di strutture, l'indagine ha rilevato che i parchi tematici/meccanici hanno registrato un calo di visitatori fino al 10 per cento nel 57% dei casi, ed addirittura maggiore per il 30% delle strutture. I parchi acquatici hanno subito una flessione media dell'8% rispetto alla scorsa stagione.

Gli esiti della stagione 2013 dei parchi di divertimento, che si avvia in genere nel periodo delle festività pasquali, sono stati fortemente condizionati da una Primavera inclemente. L'indice relativo alla piovosità ha mostrato purtroppo alcuni record: l'osservatorio dell'Università di Parma ha registrato la primavera più piovosa dal 1831, analogamente a quello di Torino, dove la Primavera si è collocata al 12° posto tra le più piovose a partire dal 1801. Su scala nazionale la Primavera 2013 è stata la meno soleggiata degli ultimi 14 anni. La stagione estiva è stata funestata da tempo perturbato nelle prime tre settimane di Luglio, nelle aree del paese dove sono maggiormente presenti i parchi di divertimento.

In relazione agli altri settori, è opportuno segnalare che il dato sulle presenze di turisti stranieri nelle strutture ricettive italiane, relativo alla scorsa stagione estiva, presenta il segno positivo, anche se per pochi decimi, rispetto alla stagione 2012, mentre la flessione dei turisti italiani ha superato il 4% (dati Osservatorio nazionale del Turismo). Inoltre il pubblico dei parchi di divertimento non è composto solo da turisti ospitati in hotel, ma anche da coloro che cercano nella giornata al parco quella "vacanza in un giorno" che la difficile situazione economica costringe molte famiglie a privilegiare. In tale contesto i dati sulle presenze straniere nei parchi di divertimento sono confortanti, evidenziando la valenza dei parchi di divertimento come attrattori turistici. In alcune aree del paese, come il Gardesano e la Riviera romagnola, i parchi di divertimento sono divenuti infatti elementi essenziali dell'offerta turistica.

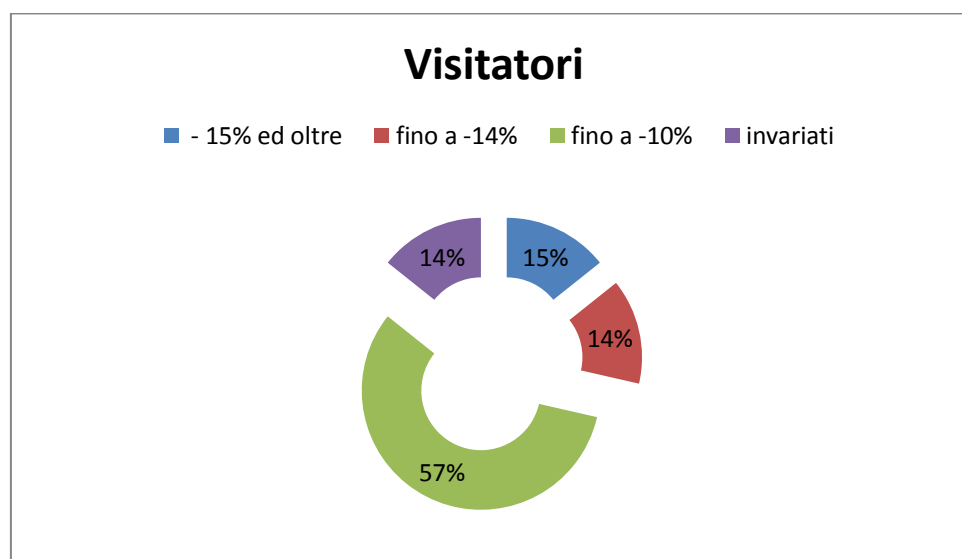
Sia i dati sui consumi estivi delle famiglie, diffusi dalle maggiori Organizzazioni dell'ospitalità e dalle Confederazioni del commercio, confermano che il calo verticale avrebbe subito una battuta d'arresto. E' opportuno ricordare a riguardo che nel 2012 le Associazioni del commercio avevano definito i dati sui consumi dello scorso anno come i peggiori dal Dopoguerra.

Il settore dei parchi di divertimento non è riuscito ad invertire la tendenza 2012, registrando dati con segno negativo.

Nel dettaglio alcuni elementi relativi alle diverse tipologie analizzate:

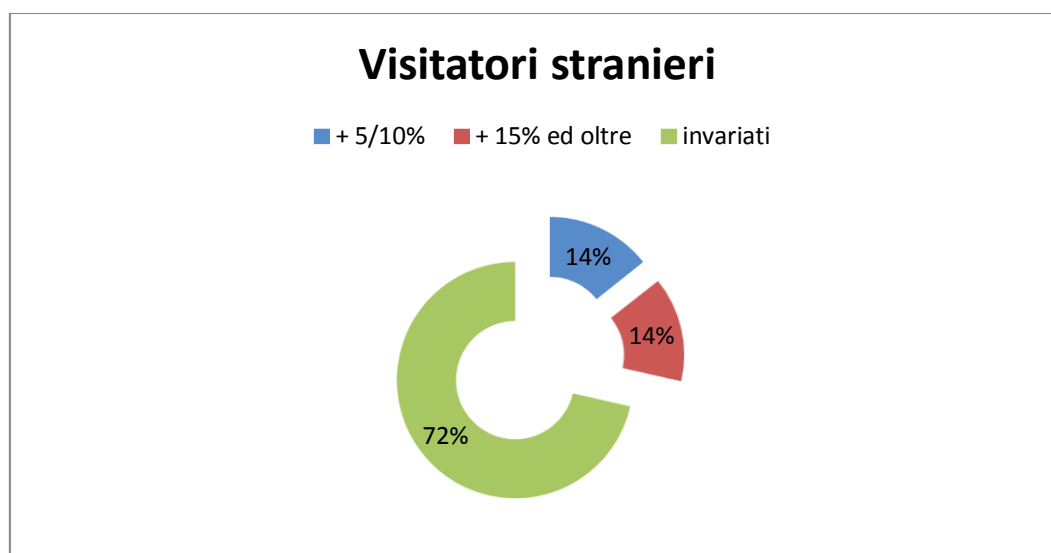
#### A) Parchi tematici\meccanici:

- Numero totale di visitatori



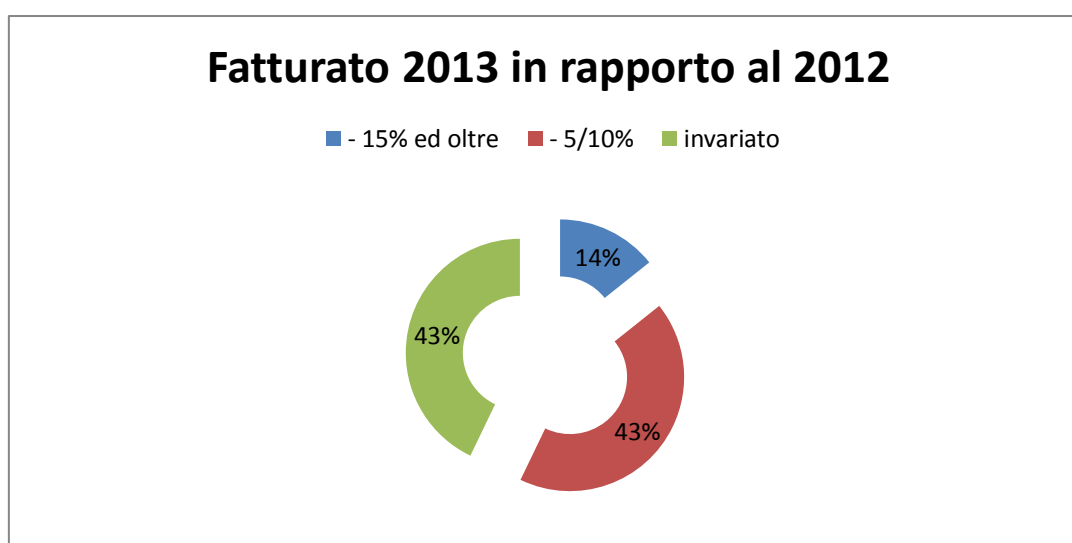
Riguardo al numero di visitatori, le grandi strutture del divertimento si avviano a concludere la stagione 2012 con il segno negativo, che connota le prestazioni dell'86% delle strutture oggetto di rilevazione, con un calo fino al 10 per cento nel 57% dei casi, ed addirittura maggiore per il 30% delle strutture. Un dato che, rapportato alla stagione 2012, nella quale il segno negativo connotava le prestazioni di oltre il 64% delle strutture, conferma una tendenza negativa in atto.

- Numero di visitatori stranieri



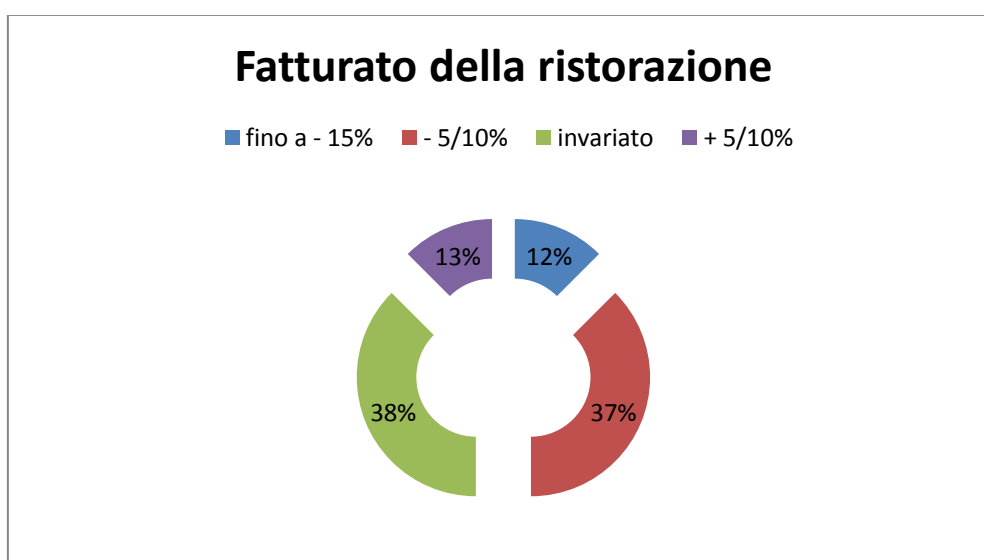
La rilevazione ha registrato un dato interessante. In circa il 30% delle strutture si è registrato un aumento delle presenze straniere, non superiore al 10%. Il dato conferma la tendenza su scala nazionale, che ha registrato nei mesi estivi un +4,7 % di turisti stranieri (dati Federalberghi). Il dato offre elementi di valutazione per le strutture italiane, i cui ospiti stranieri provengono da aree nelle quali è più radicata la cultura dei parchi di divertimento.

- Fatturato 2013



Il fatturato complessivo della stagione 2013 nei parchi tematici presenta una significativa flessione, che coinvolge quasi il 60% delle strutture. La tendenza continua a preoccupare, in quanto fino al 2009, la maggior parte delle strutture presentava un fatturato stabile o con segno positivo. Il calo degli incassi della stagione 2013 è dovuto alla flessione nel numero di visitatori, e condizionato dall'andamento della spesa pro capite per ristorazione e merchandising all'interno del parco. Nel settore dei parchi di divertimento la spesa pro capite per f&b e merchandising incide infatti per una percentuale che supera il 40% sugli incassi complessivi.

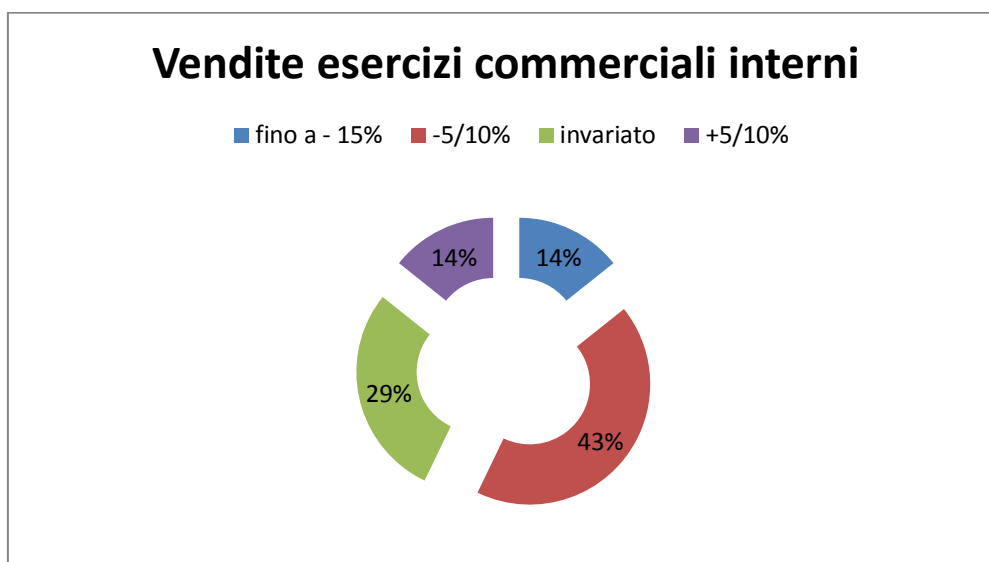
- Spesa per ristorazione



La stagione 2013 ha registrato una flessione significativa in circa il 50% dei parchi tematici e meccanici. Nel 2012 il dato era equivalente, e la tendenza non sembra arrestarsi. Nei parchi di divertimento si assiste infatti ad una generale tendenza a ridurre la spesa all'interno, ed il settore del food & beverage non è immune dal fenomeno. Tuttavia la metà delle imprese oggetto della rilevazione è riuscita a confermare il dato 2012 o ha ottenuto un aumento del fatturato. In questo caso, presentando proposte che, per qualità e prezzo, hanno tentato di intercettare la minore propensione alla spesa da parte dei visitatori.

Anche nella stagione 2013 è stata infatti rafforzata la presenza di prodotti che presentano una forte marginalità, quali le granite, e si è avviato l'inserimento di elementi tipici della ristorazione veloce da sala cinematografica, come il pop corn fresco. L'ottimizzazione dei costi è stata perseguita anche attraverso la presentazione di panini, focacce e prodotti da fast food da frigo, rigenerabili al momento.

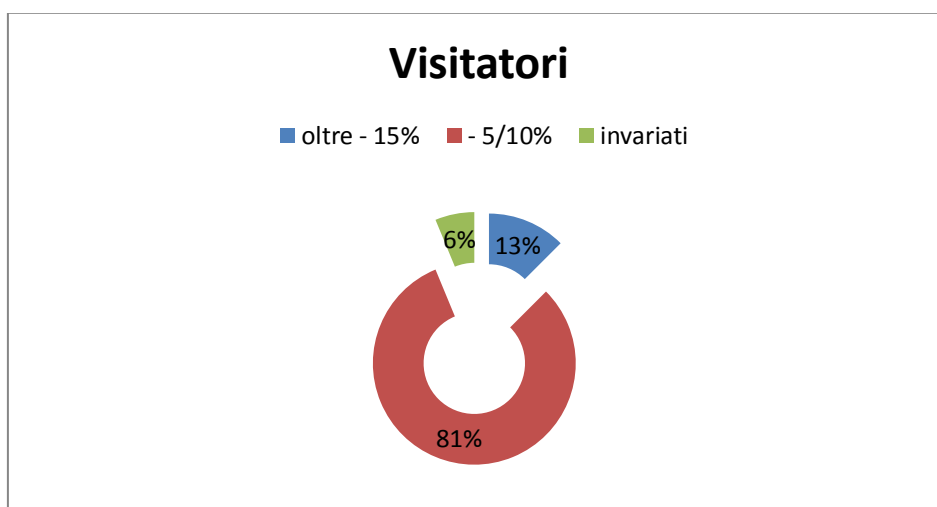
- Esercizi commerciali interni



Oltre il 50% dei parchi tematici ha registrato un calo del fatturato degli esercizi commerciali interni. Un'attenta politica dei prezzi ha limitato le perdite, che incidono tuttavia fortemente, per alcune decine di punti percentuali, sul fatturato complessivo delle imprese. Oltre il 40% delle strutture ha tuttavia confermato il dato della stagione 2012 o registrato un lieve aumento. Viene quindi confermata la tendenza 2012, e la scarsa propensione del pubblico ad effettuare acquisti all'interno del parco.

## B) Parchi acquatici:

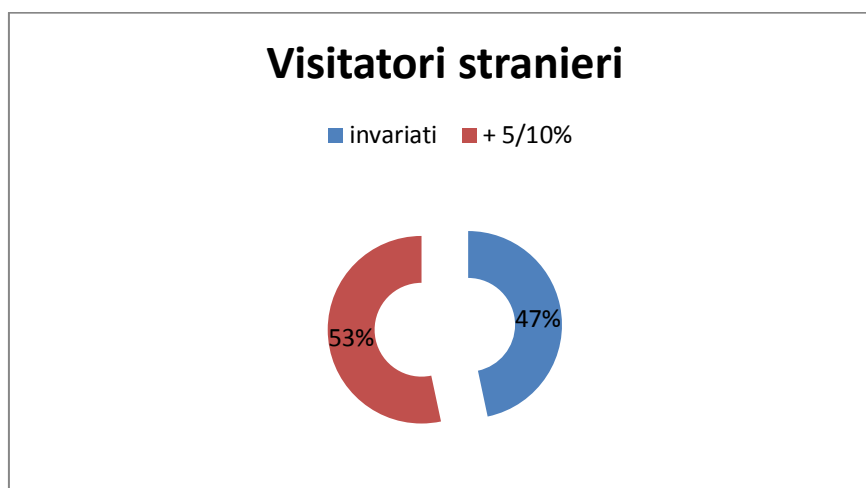
### - Numero di visitatori



I parchi acquatici, circa 100 in Italia, avevano superato la stagione 2012 con una tenuta sostanziale rispetto all'anno precedente. Il dato 2013 si presenta con il segno negativo per l'80% delle strutture. Hanno sicuramente influito sul dato complessivo le condizioni meteorologiche, che in alcune aree del Paese hanno condizionato le presenze fino alla prima metà del mese di Luglio.

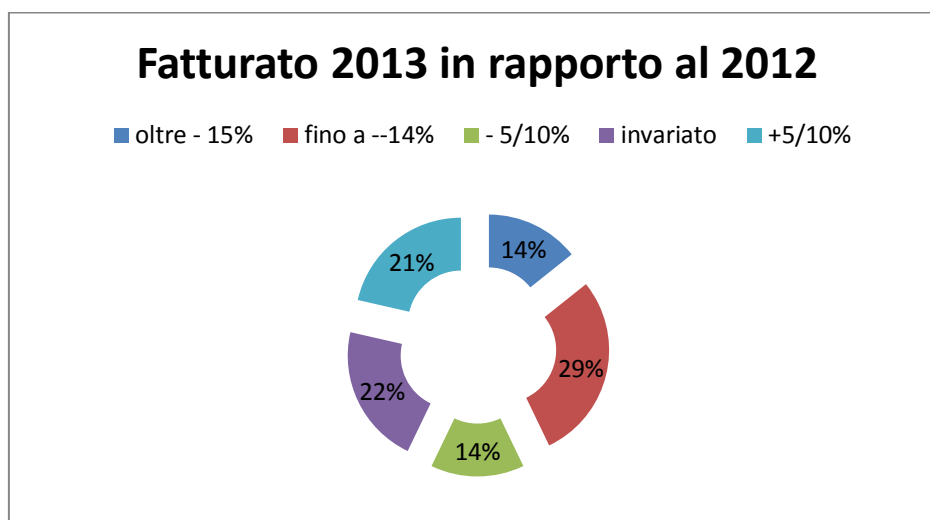
Se si considera che un parco acquatico realizza fino a quel periodo oltre il 35% del fatturato, il dato su base stagionale ha fatto registrare nella maggior parte delle strutture una perdita che non supera il 10%, evidenziando un lieve recupero in corso di stagione.

- Numero di visitatori stranieri



Interessante è il dato sulle presenze straniere. Tutte le strutture oggetto del sondaggio hanno registrato una conferma del dato 2012 e per circa la metà di esse un valore positivo. Si conferma dunque il fenomeno registrato nei parchi tematici, evidenziando la valenza dei parchi di divertimento come attrattori turistici.

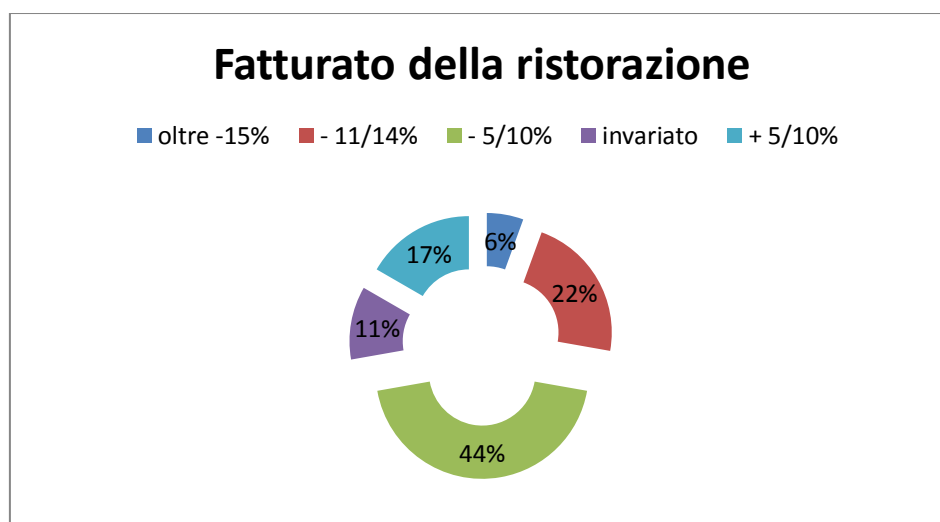
- Fatturato complessivo



I dati sul fatturato sono in linea con quelli relativi al numero di visitatori. Circa il 57% del campione registra un segno negativo, presente relativamente all'esito della stagione 2012.



- Spesa per ristorazione



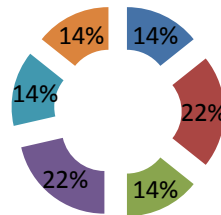
Anche i parchi acquatici confermano il dato registrato nei parchi tematici, segnalando un segno negativo nel 70% dei casi. Nel settore del divertimento acquatico, nel quale il pubblico ha maggiore facilità a rinunciare ad un pasto completo, il 2013 si chiude con un dato che dovrà indurre ad una riflessione sulla proposta di food & beverage, inserendo nell'offerta prodotti ad elevata marginalità e costi contenuti.

Del resto il meteo ha condizionato fortemente anche le vendite del gelato industriale: secondo le rilevazioni di Iri, le vendite di gelato nella grande distribuzione nei primi sette mesi dell'anno sono calate del 7,7%. Ad agosto la situazione è lievemente migliorata con un -6,5%. Il solo mese di giugno ha segnato un calo delle vendite del 13%.

- Esercizi commerciali interni

### Fatturato degli esercizi commerciali interni

■ oltre - 15% ■ -11/14% ■ -5/10% ■ invariato ■ +5/10% ■ +11/15%



Il dato sul fatturato dei negozi all'interno dei parchi acquatici, negativo per il 50% delle imprese, conferma la scarsa propensione alla spesa da parte del pubblico. Nei parchi acquatici l'incidenza degli esercizi commerciali sul fatturato complessivo è tuttavia inferiore a quella dei parchi tematici e faunistici.

#### C) Modalità di vendita dei biglietti

Nei questionari somministrati ai parchi di divertimento è stato richiesto anche il dato relativo ai sistemi di vendita dei biglietti.

Tutti i parchi tematici e meccanici intervistati hanno dichiarato di vendere online una percentuale superiore al 15% del totale dei titoli venduti, e la metà di essi ha registrato un dato relativo di + 25% rispetto al 2012. Un dato estremamente interessante, che conferma la tendenza nazionale: secondo la ricerca dell'Osservatorio eCommerce B2C di Netcomm e della School of Management del Politecnico di Milano, il mobile commerce registrerà un +225% rispetto al 2012, con un totale acquisti che passa da 144 a 510 milioni di euro, il 43% dei quali è relativo ai servizi turistici.

Il dato è meno significativo nel settore dei parchi acquatici, nel quale solo le imprese più virtuose raggiungono con le vendite online il 6% del dato complessivo. La tendenza è comunque in crescita, e conferma l'importanza di essere ben presenti sul web.

Alle domande sui canali di vendita utilizzati, l'80% delle strutture intervistate ha dichiarato di avvalersi di sistemi di vendita online attraverso i siti di couponing e social deal.

([Maurizio Crisanti](#))