

Roma cresce

Brasile, Cina e Russia:
mercati strategici di un nuovo turismo
per l'Italia e la Capitale

a cura di



ROMA CAPITALE

Studi
e ricerche

Scienze

FRANCOANGELI

**e professioni
del turismo**

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Roma cresce

Brasile, Cina e Russia:
mercati strategici di un nuovo turismo
per l'Italia e la Capitale

a cura di



ROMA CAPITALE



FRANCOANGELI

Master di I livello “Linguaggi del Turismo e Comunicazione Interculturale”, Università Roma Tre – Coordinatore: Prof.ssa Marinella Rocca, ordinario di Lingue, Letterature e Culture Straniere: La finalità del Master è quella di educare esperti di linguaggi speciali e comunicazione culturale, soprattutto negli ambiti legati al settore turistico. Fra gli obiettivi primari vi è quello di una preparazione specialistica che faciliti l’inserimento in ambito lavorativo nelle multiformi realtà legate al mondo del turismo: evoluzione del territorio, storia, arte, cultura, itinerari enogastronomici, comunicazione interculturale e socio-aziendale, rapporto con i media.

Master di I livello “Economia e Management delle Attività Turistiche e Culturali” (MEMATIC), Università Tor Vergata – Coordinatore: Prof.ssa Paola Paniccia, ordinario di Economia e Gestione delle Imprese: Il Master propone un’offerta formativa che punta su segmenti di nicchia e su funzioni specialistiche di management e di governance declinate al livello di singole imprese, aziende e istituzioni pubbliche e private, anche di natura religiosa, operanti a diversi livelli nel sistema turistico: territorio, ricettività, movimento e nuove tecnologie. L’obiettivo educativo del Mematic è la formazione di figure professionali in grado di organizzare, gestire e valorizzare attività turistiche e culturali anche caratterizzate da rapidi processi di innovazione. Quindi, i giovani che intendono svolgere la loro carriera in questo ambito, verranno qualificati in organizzazioni operanti ai diversi livelli del sistema turistico: territorio, ricettività, movimento e nuove tecnologie.

Master di I livello “Turismo e territorio: Economia, Marketing, Ecosostenibilità”, School of Government Università Luiss Guido Carli – Coordinatore: Prof.ssa Melina Decaro, ordinario di Diritto Pubblico Comparato: L’approccio manageriale – elemento distintivo della formazione LUISS – consente ai partecipanti del Master di acquisire conoscenze e competenze multidisciplinari, tecniche e metodologie aziendali focalizzate sulla gestione delle imprese della filiera del turismo e sulla valorizzazione del territorio, avendo sempre un forte collegamento con il mondo del lavoro, pubblico e privato: obiettivo del Master è formare figure manageriali molto flessibili e polivalenti che possano, in tempi rapidissimi, essere inserite in ambiti lavorativi diversificati e talvolta innovativi.

Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L’opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d’autore. L’Utente nel momento in cui effettua il download dell’opera accetta tutte le condizioni della licenza d’uso dell’opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione, a cura del *Dipartimento Turismo di Roma Capitale* pag. 9

Introduzioni

Analisi dei flussi turistici verso Roma Capitale nel periodo 2007-2012 , di <i>Giancarlo Mulas</i>	» 13
1. Il quadro di riferimento internazionale e nazionale	» 13
2. I flussi turistici verso Roma Capitale	» 14
Un'occasione da non perdere: l'Expo Milano 2015 , di <i>Armando Peres</i>	» 24
Introduzione	» 24
1. Impatto economico e occupazionale di Expo 2015	» 26
2. I visitatori di Expo 2015	» 28
3. Expo 2015 e le sue porte	» 29
4. Il ruolo di Fiumicino come porta di accesso a Expo	» 31
5. L'Esposizione universale come opportunità di sviluppo turistico per Roma Capitale	» 32
Conclusioni	» 32
Turismo e competitività , di <i>Attilio Celant</i>	» 34
Introduzione. I caratteri peculiari del turismo di Roma Capitale	» 34
1. Caratteri controversi dell'economia reale e del potenziale turistico di Roma Capitale. Valore del brand e valore del turismo. Qualche analogia a sfondo pedagogico	» 36

2. I molteplici caratteri della competitività nel turismo. La promozione e la <i>governance</i> . Il mediatore comunicativo	pag. 40
3. I molteplici caratteri della competitività nel turismo. L'accessibilità	» 41
4. I molteplici caratteri della competitività nel turismo. L'offerta di Roma Capitale. Il secondo polo	» 43
5. Qualche breve considerazione conclusiva	» 46
Roma ti accoglie , di <i>Cristina Selloni</i>	» 47

Roma cresce

Progetti di ricerca per Roma: una premessa per la lettura , a cura del <i>Dipartimento Turismo di Roma Capitale</i>	» 57
1. Roma cresce in Brasile , di <i>Stefano Landi, Susanna Mensitieri, Roberto Mazzà</i> – Master “Turismo e territorio: economia, marketing, ecosostenibilità” – School of Government – Università Luiss “Guido Carli”	» 61
1. Il Brasile, un Paese oltre gli stereotipi	» 61
2. Un Paese al lavoro	» 65
3. Sempre più un Paese in vacanza	» 67
4. I brasiliani e Roma	» 80
Appendice: nuovi mercati e nuovi lavoratori	» 85
2. Roma cresce in Cina , di <i>Elina Messina, Marinella Rocca</i> – Master “Linguaggi del turismo e comunicazione interculturale” – Dipartimento di Lingue, letterature e culture straniere” – Università degli studi di Roma Tre	» 88
Introduzione	» 88
1. Descrizione del mercato turistico cinese	» 91
2. Descrizione del mercato turistico di Hong Kong	» 105
3. Profilo poliedrico del turista cinese	» 113
4. Analisi Swot e strategie applicative	» 132
5. Indagine in corso	» 152

3. Roma cresce in Russia e in altre repubbliche ex-sovietiche, di <i>Paola Paniccia, Massimiliano Basciano</i> – Master “Economia e management delle attività turistiche e culturali” – Dipartimento di studi di Impresa Governo Filosofia – Università di Roma “Tor Vergata”	pag. 157
Introduzione	» 157
1. Il metodo di ricerca e le tecniche di management prescelte	» 158
2. La domanda di turismo dei russi	» 160
3. Il turismo outbound da altri Paesi ex-sovietici: un’opportunità per crescere	» 175
4. L’offerta turistica di Roma come vissuta dai turisti russi	» 185
5. La competitività di Roma nel mercato turistico russo: risultati e proposte di azioni	» 195
Conclusioni	» 217
4. Nuovi turismi, il valore del territorio di Ostia, di <i>Marina Faccioli, Elisa Puppio</i> – Dipartimento di Scienze storiche, filosofico-sociali, dei beni culturali e del territorio – Università di Roma “Tor Vergata”	» 220
1. Il “progetto” Ostia	» 220
2. Il metodo della ricerca	» 222
3. Analisi della domanda	» 225
4. Analisi dell’offerta	» 233
5. Ostia, l’infrastruttura “territorio”	» 239
6. Gli scenari, i target, le immagini	» 242
Conclusioni. La strategia nazionale per un nuovo turismo, di <i>Pier Luigi Celli</i>	» 247
1. L’assunzione strategica del turismo	» 247
2. Non ci sono più rendite di posizione	» 249
3. Ci vuole innovazione, soprattutto, di prodotto	» 252
4. Il contributo di Enit – Agenzia nazionale del turismo	» 253
Bibliografia	» 257
Sitografia	» 263
Ringraziamenti	» 265

Prefazione

a cura del Dipartimento Turismo di Roma Capitale

Viaggiatori che cambiano, nuovi Paesi e nuove economie che si affacciano nel mercato del turismo, il ruolo sempre più determinante del web nella scelta del viaggio.

Di questi cambiamenti la città non può e non deve rimanere spettatore passivo.

Ecco perché da anni il Dipartimento Turismo è impegnato, grazie anche alla collaborazione e alla ricerca delle Università romane, a monitorare i flussi e ad analizzarne gli elementi caratterizzanti con l'obiettivo di costruire un identikit del nuovo turista sulla base del quale riorganizzare i servizi e l'offerta complessiva della città. Un percorso a volte complesso per la rapidità dei cambiamenti che stanno intervenendo nel mercato, ma certamente un percorso non solitario che vede Roma alleata dell'imprenditoria di settore nella convinzione che solo dalla sinergia tra pubblico e privato possa determinarsi un reale sviluppo nell'interesse collettivo.

E in più oggi a sostenere questo percorso è intervenuta la nuova legislazione per Roma Capitale: un'occasione importante per riposizionare la città non più solo all'interno del territorio regionale ma piuttosto come principale polo di attrazione turistica per il paese Italia. Famosa nel mondo, culla della cristianità, ricca di storia ma ancora in affanno rispetto ad altre grandi capitali europee come Parigi o Londra. Da qui bisogna ripartire per costruire un'offerta degna di una Capitale europea di interesse mondiale.

Introduzioni

Analisi dei flussi turistici verso Roma Capitale nel periodo 2007-2012

di Giancarlo Mulas*

1. Il quadro di riferimento internazionale e nazionale

Nonostante la crisi economica e finanziaria che ha colpito buona parte del mondo occidentale e non solo, il turismo mondiale ha continuato a crescere raggiungendo nell'ultimo anno circa 1 miliardo di viaggiatori internazionali, con un incremento del 3,8% circa rispetto all'anno precedente (nel 2011 la crescita era stata del 4,7%).

Come sostiene l'Omt, "il bisogno di viaggiare sfida le difficoltà economiche". Infatti l'Europa è cresciuta del 3,4%, mentre l'Asia e il Pacifico del 6,8%, l'America del 3,7%, l'Africa del 6%. Secondo le ultime previsioni dell'Omt di questo passo avremo nel 2030 oltre 1,8 miliardi di viaggiatori internazionali, cioè circa 43 milioni in più all'anno, con una crescita media del 3,3% l'anno. Nel 2013 la crescita dovrebbe attestarsi tra il 3% e il 4%. Vi è, quindi, ancora spazio per una forte crescita del fenomeno turistico a livello mondiale ma, come sottolinea ancora l'Omt, occorre muoversi con opportune politiche per minimizzare gli impatti negativi sull'ambiente.

In questo quadro internazionale, l'Italia ha registrato un trend influenzato negativamente dalla crisi registrando, per l'insieme di turismo interno e proveniente dall'estero, nel 2009 un leggero decremento rispetto al 2008 (-0,77% di presenze) e nel biennio successivo una crescita che nel 2010 è stata del 3,4% negli arrivi e dell'1,2% nelle presenze. Nel 2011 gli incrementi sono stati rispettivamente di circa il 5% e 3%.

* Presidente dell'Ente bilaterale turismo Lazio (EbtL) e già direttore di Federalberghi Roma e segretario generale dell'Urart (oggi Uniturismo Lazio), unione delle associazioni imprenditoriali del turismo del Lazio, ed è stato anche direttore dell'Agenzia per il Turismo di Roma.

Tab. 1 – Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi – Italiani e stranieri

Anno	Arrivi	Presenze	Var. % arrivi	Var. % presenze
2008	95.546.086	373.666.712	–	–
2009	95.499.801	370.762.377	-0,05	-0,78
2010	98.813.845	375.542.550	3,47	1,29
2011	103.723.869	386.894.732	4,97	3,02

Fonte: Istat

2. I flussi turistici verso Roma Capitale

In questo contesto, Roma Capitale si è confermata essere un caposaldo del turismo italiano e un attrattore sempre più forte di turismo internazionale, registrando tassi di incremento superiori a quelli medi nazionali e internazionali, anche se con qualche parentesi.

Nel periodo considerato l'andamento dei flussi turistici verso Roma Capitale ha, infatti, conosciuto andamenti alterni e, comunque, caratterizzati da un'apprezzabile ripresa nell'ultimo triennio. Questa ripresa ha coinvolto sostanzialmente sia gli esercizi alberghieri sia quelli complementari, a dimostrazione che il marchio Roma mantiene una sua unica e forte capacità di attrazione anche in periodi di crisi economica e finanziaria mondiale. Vediamo di seguito i principali dati a dimostrazione di quanto sopra affermato.

Tab. 2 – Roma Capitale – Arrivi e presenze nelle strutture ricettive dal 2007 al 2012

	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2007	4.175.235	9.844.847	5.895.142	16.067.078	10.070.377	25.911.925
2008	4.098.856	9.598.660	5.628.485	15.305.400	9.727.341	24.904.060
2009	4.077.768	9.516.102	5.542.985	14.965.759	9.620.753	24.481.861
2010	4.425.671	10.169.817	6.098.717	16.357.411	10.524.388	26.527.228
2011	4.752.536	10.787.341	6.661.228	17.730.652	11.413.764	28.517.993
2012	4.982.308	11.206.974	7.015.015	18.531.348	11.997.323	29.738.322

Fonte: Ente bilaterale territoriale della Regione Lazio – EbtI

Gli arrivi complessivi sono passati da poco più di 10 milioni di unità del 2007 a circa 12 milioni di unità del 2012, con una crescita complessiva nel periodo pari a 19% circa. Nello stesso periodo le presenze sono passate da

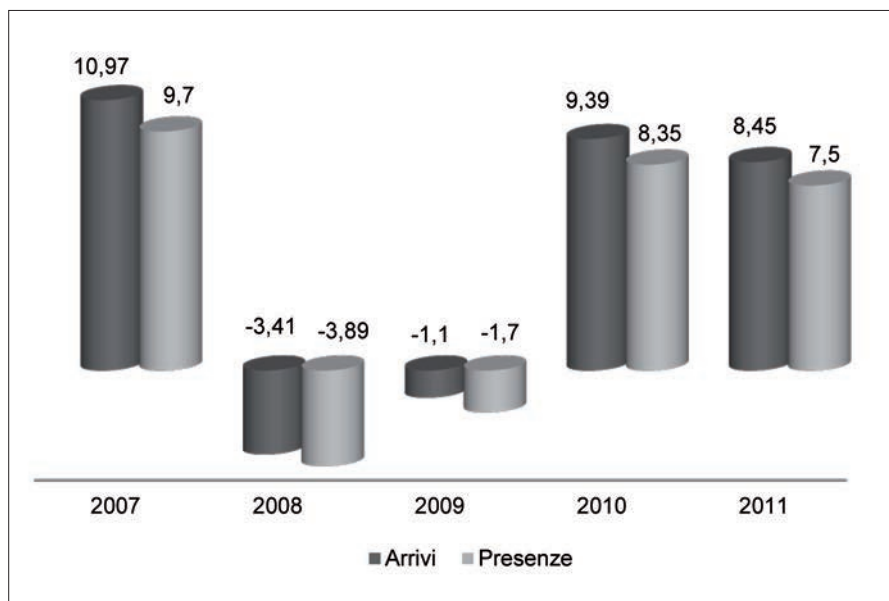
circa 26 milioni di unità del 2007 a circa 29,7 milioni del 2012, con una crescita complessiva nel periodo pari al 14,8% circa (tabb. 2 e 3, fig. 1).

Tab. 3 – Roma Capitale – Arrivi e presenze nelle strutture ricettive dal 2007 al 2012 – Variazione %

	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2007	9,06	7,10	12,37	11,35	10,97	9,70
2008	-1,83	-2,50	-4,52	-4,74	-3,41	-3,89
2009	-0,51	-0,86	-1,52	-2,22	-1,10	-1,70
2010	8,53	6,87	10,03	9,30	9,39	8,35
2011	7,39	6,07	9,22	8,4	8,45	7,50
2012	4,83	3,89	5,31	4,52	5,11	4,28

Fonte: Ente bilaterale territoriale della Regione Lazio – EbtI

Fig. 1 – Roma Capitale – Variazioni arrivi e presenze 2007-2012



La crescita ha riguardato quasi tutti gli anni nel periodo considerato, a eccezione degli anni 2008 e 2009, nel corso dei quali la domanda ha, invece, fatto registrare flessioni dovute alla forte crisi economica e finanziaria internazionale. A partire dal 2009 la domanda ha ripreso a crescere, anche

se nell'ultimo anno la crescita ha subito un rallentamento. Salvo momenti particolari, in genere la domanda straniera ha registrato andamenti migliori rispetto alla domanda italiana (tabb. 2 e 3, fig. 1).

I dati relativi ai flussi turistici verso Roma evidenziano il forte tasso di internazionalizzazione della domanda turistica che visita la Capitale: la tab. 4 evidenzia come gli arrivi stranieri si attestino nel tempo intorno al 58% degli arrivi complessivi a Roma e intorno al 62% delle presenze (tab. 4). Disaggregando l'analisi del grado di internazionalizzazione a livello di esercizi alberghieri ed extra-alberghieri, vediamo che il tasso di internazionalizzazione risulta più accentuato nei primi (mediamente circa i due terzi delle presenze) rispetto ai secondi.

Tab. 4 – Roma Capitale – Tasso internazionalizzazione domanda dal 2007 al 2012

	<i>Arrivi</i>			<i>Presenze</i>		
	<i>Italiani</i>	<i>Stranieri</i>	<i>Totale</i>	<i>Italiani</i>	<i>Stranieri</i>	<i>Totale</i>
2007	41,46	58,54	100,00	37,99	62,01	100,00
2008	42,14	57,86	100,00	38,54	61,46	100,00
2009	42,39	57,61	100,00	38,87	61,13	100,00
2010	42,05	57,95	100,00	38,34	61,66	100,00
2011	41,64	58,36	100,00	37,83	62,17	100,00
2012	41,53	58,47	100,00	37,69	62,31	100,00

Fonte: Ente bilaterale territoriale della Regione Lazio – EbtI

Ma quali tipologie di strutture ricettive privilegia la domanda turistica che soggiorna a Roma Capitale? I dati evidenziano con chiarezza che gli esercizi alberghieri rappresentano la principale tipologia di ricettività per i visitatori di Roma: i turisti che soggiornano negli hotel rappresentano nel tempo circa i 4/5 dei turisti che alloggiano negli esercizi ricettivi di Roma (tabb. 5 e 5-bis, fig. 2). Nel periodo considerato la crescita ha coinvolto sia gli esercizi alberghieri sia quelli complementari, i quali hanno dimostrato una capacità di tenuta anche nel biennio 2008/2009, periodo in cui la domanda ha subito flessioni negli esercizi alberghieri della Capitale. Se si esclude il biennio citato, vediamo dalla tab. 6 che i tassi di crescita registrati dagli esercizi alberghieri risultano in genere più elevati rispetto a quelli registrati dagli esercizi complementari.

Tab. 5 – Roma Capitale – Arrivi e presenze nelle strutture ricettive dal 2007 al 2012 (distribuzione per tipologia ricettiva)

	<i>Hotel</i>		<i>Complementari</i>		<i>Totale</i>	
	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>
2007	8.315.342	20.244.694	1.755.035	5.667.231	10.070.377	25.911.925
2008	7.899.560	19.126.767	1.827.781	5.777.293	9.727.341	24.904.060
2009	7.737.404	18.631.218	1.883.349	5.850.643	9.620.753	24.481.861
2010	8.512.193	20.395.361	2.012.195	6.131.867	10.524.388	26.527.228
2011	9.245.329	22.021.993	2.168.435	6.496.000	11.413.764	28.517.993
2012	9.720.505	22.962.129	2.276.818	6.776.193	11.997.323	29.738.322

Fonte: Ente bilaterale territoriale della Regione Lazio – Ebtl

Tab. 5-bis – Roma Capitale – Arrivi e presenze nelle strutture ricettive dal 2007 al 2012 (distribuzione per tipologia ricettiva)

	<i>Hotel</i>		<i>Complementari</i>		<i>Totale</i>	
	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>
2007	82,57	78,13	17,43	21,87	100,00	100,00
2008	81,21	76,80	18,79	23,20	100,00	100,00
2009	80,42	76,10	19,58	23,90	100,00	100,00
2010	80,88	76,88	19,12	23,12	100,00	100,00
2011	81,00	77,22	19,00	22,78	100,00	100,00
2012	81,02	77,21	18,98	22,79	100,00	100,00

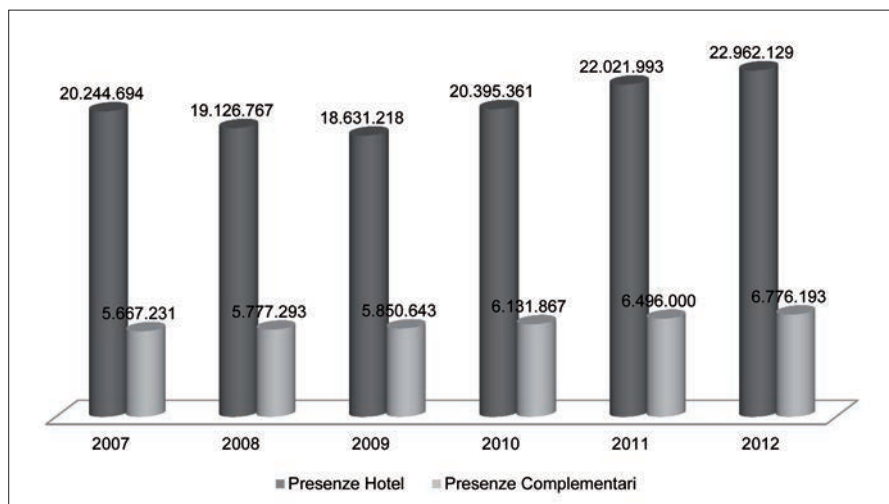
Fonte: Ente bilaterale territoriale della Regione Lazio – Ebtl

Tab. 6 – Roma Capitale – Arrivi e presenze nelle strutture ricettive dal 2007 al 2012 (variazioni %)

	<i>Hotel</i>		<i>Complementari</i>		<i>Totale</i>	
	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>
2007	11,29	10,85	9,51	5,76	10,97	9,70
2008	-5,00	-5,52	4,37	1,94	-3,41	-3,89
2009	-2,05	-2,59	3,04	1,27	-1,10	-1,70
2010	10,01	9,47	6,84	4,81	9,39	8,35
2011	8,61	7,98	7,76	5,94	8,45	7,50
2012	5,14	4,27	5,00	4,31	5,11	4,28

Fonte: Ente bilaterale territoriale della Regione Lazio – Ebtl

Fig. 2 – Presenze negli esercizi ricettivi di Roma



2.1. Analisi della domanda italiana

La domanda italiana nelle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere è passata da 4.175.235 arrivi e 9.844.847 presenze registrate nel 2007 a 4.982.308 arrivi e 11.206.974 presenze del 2012, con una crescita complessiva del 2012 rispetto al 2007 pari a circa il 19% negli arrivi e il 14% nelle presenze. Anche la domanda italiana ha registrato una flessione nel biennio 2008/2009 (-1,83% di arrivi e con -2,5% di presenze nel 2008, -0,51% di arrivi e -0,86% di presenze nel 2009, tab. 3), per riprendere a marciare con buoni ritmi nel triennio successivo. Nel 2012 la domanda italiana, pari a circa 11,2 milioni di presenze, ha avuto la seguente distribuzione: circa 6,7 milioni (cioè poco meno del 60%) negli esercizi alberghieri, e circa 4,5 milioni negli esercizi ricettivi complementari (il rimanente 40% circa). Il dato specifico degli esercizi alberghieri evidenzia, inoltre, una maggiore propensione alla scelta di soggiornare in esercizi di categorie medie e medio-basse.

2.2. Analisi della domanda straniera

La domanda straniera nelle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere è passata da 5.895.142 arrivi e 16.067.078 presenze registrate nel 2007 a 7.015.015 arrivi e 18.531.348 presenze del 2012, con una crescita

complessiva del 2012 rispetto al 2007 pari a circa il 19% negli arrivi e il 15% nelle presenze. Anche la domanda straniera ha registrato una flessione nel biennio 2008/2009 (-4,52% di arrivi e con -4,74% di presenze nel 2008, -1,52% di arrivi e -2,22% di presenze nel 2009, tab. 3), per riprendere a marciare a ritmi sostenuti (superiori rispetto a quelli registrati dalla domanda italiana) nel triennio successivo. Nel 2012 la domanda estera, pari a circa 18,5 milioni di presenze, ha avuto la seguente distribuzione: circa 16,2 milioni (cioè circa l'87%) negli esercizi alberghieri, e circa 2,3 milioni negli esercizi ricettivi complementari (il rimanente 13% circa). Il dato specifico degli esercizi alberghieri evidenzia, inoltre, una maggiore propensione alla scelta di soggiornare in esercizi di categorie alta e medio-alta.

L'analisi dei dati della domanda estera per macro-aree (tabb. 7 e 8) evidenzia il primato della domanda europea, che è cresciuta nel 2012 rispetto al 2011 del 3,3% negli arrivi e del 2,74% nelle presenze, e la cui quota di mercato espressa in termini di presenze è cresciuta dal 54,5% circa del 2007 al 56,5% circa del 2012 (tabb. 7 e 8, fig. 3).

Tab. 7 – Arrivi e presenze di stranieri negli esercizi ricettivi di Roma (anno 2007)

<i>Aree</i>	<i>Arrivi</i>		<i>Presenze</i>		<i>Arrivi Var. % su AP</i>	<i>Presenze Var. % su AP</i>
	<i>Valori assoluti</i>	<i>Market share</i>	<i>Valori assoluti</i>	<i>Market share</i>		
Europa	3.025.673	51,32	8.750.464	54,46	12,22	11,89
Nord America	1.526.335	25,89	4.032.302	25,10	14,25	12,16
Centro-Sud America	276.627	4,69	712.590	4,44	15,96	11,40
Sud-Est Asia	707.625	12,00	1.653.561	10,29	3,15	2,68
Medio Oriente	89.271	1,51	237.785	1,48	11,25	5,76
Altri extra-europei	269.611	4,59	680.376	4,22	28,83	26,42
Totale	5.895.142	100,00	16.067.078	100,00	10,97	9,70

Fonte: EbtI

Questo incremento di quota di mercato è dovuto sia al rafforzamento del posizionamento nei mercati tradizionalmente forti (Germania, Regno Unito, Francia, Spagna) sia all'affacciarsi di nuovi mercati (Russia). Segue la domanda proveniente dal Nord America, che è cresciuta nel 2012 rispetto al 2011 del 5,24% negli arrivi e del 4,67% nelle presenze, e la cui quota di mercato espressa in termini di presenze è, però, passata dal 25,1% circa del 2007 al 22,66% circa del 2012 (tabb. 7 e 8, fig. 3): questa perdita di peso relativo è motivata, come evidenziano i dati, non da una decrescita del segmento – che anzi è sensibilmente cresciuto – ma dalla maggiore crescita di altri segmenti