

L'industria delle vacanze. Dopo un 2014 difficile i principali poli investono 40 milioni su attrazioni e hotel

I parchi cercano il rilancio

I fondi d'investimento a caccia di strutture italiane da rilevare

Laura Dominici

■ Parchi divertimento a caccia del rilancio con servizi e hotelle-rie dopo la flessione di fatturato e presenze dell'ultimo biennio. «Sul 2014 - afferma Maurizio Crisanti, segretario generale Anesv (l'associazione dei parchi permanenti) - ha infierito, oltre alla crisi economica, il maltempo che ha penalizzato in particolare i parchi acquatici. Sui 350 milioni di euro di giro d'affari del comparto amusement stimiamo una perdita nell'ordine del 5%, con 17 milioni di visitatori».

Ora la svolta. «La stagione è partita bene - assicura Crisanti - e, tempo permettendo, ci aspettiamo una ripresa del traffico domestico, che sta mostrando una maggiore disponibilità di spesa, e un consolidamento dei flussi stranieri, anche se preoccupa il calo dei russi». L'effetto Expo sui parchi sarà circoscritto: «Per qualche realtà vicina ai nodi aeroportuali o ferroviari potrà essere un traino - sostiene Crisanti - mentre in altri casi l'evento viene

visto come un concorrente».

Gli investimenti per l'esercizio in corso - stima il segretario Anesv - sono attorno ai 40 milioni di euro, di cui la metà riguarda Gardaland con la nuova attrazione Oblivion. «La tendenza del 2015 - sostiene Roberto Canovi, direttore responsabile di Parksmania.it - è puntare non tanto su nuove attrazioni, ma su show inediti e su migliorie riguardanti i servizi interni, in particolare la ristorazione. Il 40/45% dei proventi deriva dalle vendite all'interno del parco».

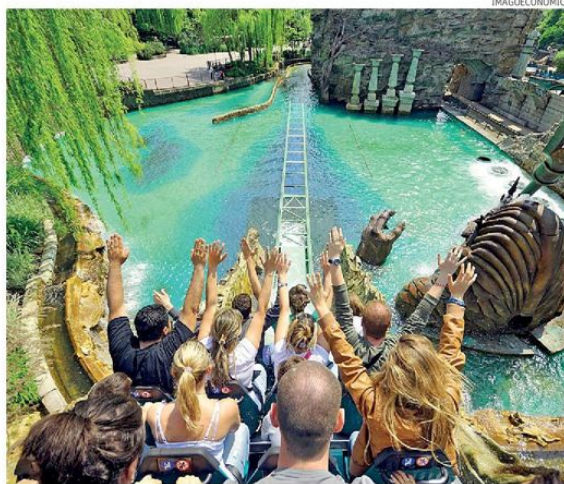
La fase di consolidamento del sistema parchista subendo una fase di arresto. «La situazione in Italia è ancora frammentata - dichiara Crisanti - I fondi di private equity stanno valutando un paio di strutture, ma per ora non c'è nulla di concreto». Per ritrovare slancio i parchi stanno lavorando sul prodotto. Gardaland (del gruppo Merlin Entertainments), che festeggia 40 anni di attività, ha inaugurato la stagione con The Black Hole, montagne russe a caduta in

picchiata verticale e due camere dell'Hotel Gardaland sono state tematizzate "Oblivion", mentre sul fronte alberghiero «è previsto l'arrivo di una nuova struttura per l'ospitalità e la ristorazione tematizzata in stile Gardaland», annuncia l'ad Aldo Vigevani.

Sono due i milioni di euro che Mirabilandia investe quest'anno in migliorie, dopo aver chiuso il 2014 con 45 milioni di ricavi e 1,6 milioni di presenze. «Nei prossimi 3 anni investiremo 15 milioni per l'apertura di una nuova area tematica», anticipa Tommaso Bertini, direttore commerciale e marketing di Mirabilandia. Al Centro-Sud si segnala l'apertura, nel luglio scorso, di Cinecittà World (Italian Entertainment Group Spa), che ha riaperto i battenti il 2 aprile con set rinnovati e un ricco palinsesto di spettacoli.

Rainbow Magicland del gruppo Alfa Park (cui fa capo anche Miragica in Puglia) punta sull'attività del tour operator interno per rilanciare le presenze. «Nelle famiglie - sottolinea un'analisi

Anesv - è forte la richiesta di aree specificamente dedicate ai più piccoli. Nei parchi acquatici è apprezzata la tendenza alla tematizzazione. Si conferma lo sviluppo dei parchi avventura, oltre 200 in Italia, che rispondono alla ricerca di attività outdoor».



I numeri chiave

350 milioni

Il giro d'affari
Stima su fatturato dei parchi divertimento in Italia

200

Le strutture
Stima sui parchi divertimento in attività nel nostro paese

Peso: 19%