

Unioncamere  
Unione Italiana  
delle Camere di Commercio  
Industria Artigianato  
e Agricoltura

# **OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO**

## **IL TURISMO IN ITALIA NEL 2003 FOCUS SUI MERCATI STRANIERI PREVISIONI 2004**

febbraio 2004

**a cura di**



## SOMMARIO

<b>1. L'ANDAMENTO DEI MERCATI NEL 2003</b> .....	<b>4</b>
1.1 L'andamento stagionale del turismo .....	4
1.2 L'andamento dei mercati internazionali.....	7
1.3 La destinazione Italia nel turismo organizzato europeo .....	11
<b>2. LA DOMANDA TEDESCA IN ITALIA</b> .....	<b>17</b>
2.1 Le modalità di organizzazione della vacanza .....	18
2.2 Le destinazioni dei tedeschi nel 2003.....	20
2.3 Le previsioni per il 2004 .....	23
2.4 Le nuove destinazioni per il 2004.....	24
2.5 Turisti fedeli e nuovi turisti.....	25
<b>3. LE VACANZE DEGLI ITALIANI NEL 2003</b> .....	<b>28</b>
3.1 Gli italiani in vacanza .....	28
3.2 La vacanza principale: modalità e destinazioni.....	30
3.3 La spesa per la vacanza .....	39
3.4 Le previsioni di vacanza per l'inverno 2004 .....	43
<b>4. I DATI DI SCENARIO DEL 2003</b> .....	<b>48</b>
4.1 Quante sono le imprese del turismo .....	48
4.2 Quanti sono gli occupati del turismo.....	48
4.3 La formazione universitaria.....	48
4.4 Il sommerso .....	49
4.5 Turismo e commercio .....	49
4.6 L'impatto sociale del turismo.....	50

Il presente Dossier è una sintesi di alcune indagini dell'Osservatorio Nazionale sul Turismo, in particolare:

➤ **L'ANDAMENTO DEI MERCATI NELL'INVERNO 2003/2004**

*Estratto dall'indagine Unioncamere/Isnart "Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano" - Natale 2003: un inverno turistico meno rigido - , dicembre 2003*

L'indagine è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a un panel testato di 500 operatori del ricettivo nelle destinazioni leader del turismo invernale in Italia, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento del mercato.

➤ **LA DOMANDA TEDESCA IN ITALIA**

*Estratto dall'indagine Unioncamere/Isnart "Osservatorio Nazionale sul Turismo" – Indagine sul turismo straniero – Il mercato tedesco -, gennaio 2004*

L'indagine è stata condotta con metodologia C.A.T.I. su campione stratificato di 2.023 casi validi. Le interviste hanno avuto luogo durante il periodo che va dal 7 gennaio al 16 gennaio.

➤ **LE VACANZE DEGLI ITALIANI NEL 2003**

*Estratto dall'indagine Unioncamere/Isnart "Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano" – Le vacanze italiane nel 2003 e le previsioni per l'inverno 2004 -, gennaio 2004*

L'indagine sulle vacanze degli italiani è stata condotta con metodologia C.A.T.I. su un campione di 2.000 interviste attive per ciascun semestre, ovvero ad individui che hanno effettuato almeno una vacanza nel periodo.

➤ **I DATI DI SCENARIO DEL 2003**

*Estratto dall'indagine Unioncamere/Isnart "Un prototipo innovativo di scenario sul settore turismo", novembre 2003*

Lo studio fornisce un impianto di analisi del settore tramite indicatori che utilizzano il patrimonio di informazioni rilevate dal sistema camerale nei suoi osservatori (economici, congiunturali, imprenditoriali, ecc.) integrandoli con i dati rilevati dall'Osservatorio Nazionale sul Turismo.

*I rapporti di ricerca dell'Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano sono disponibili sui siti:*

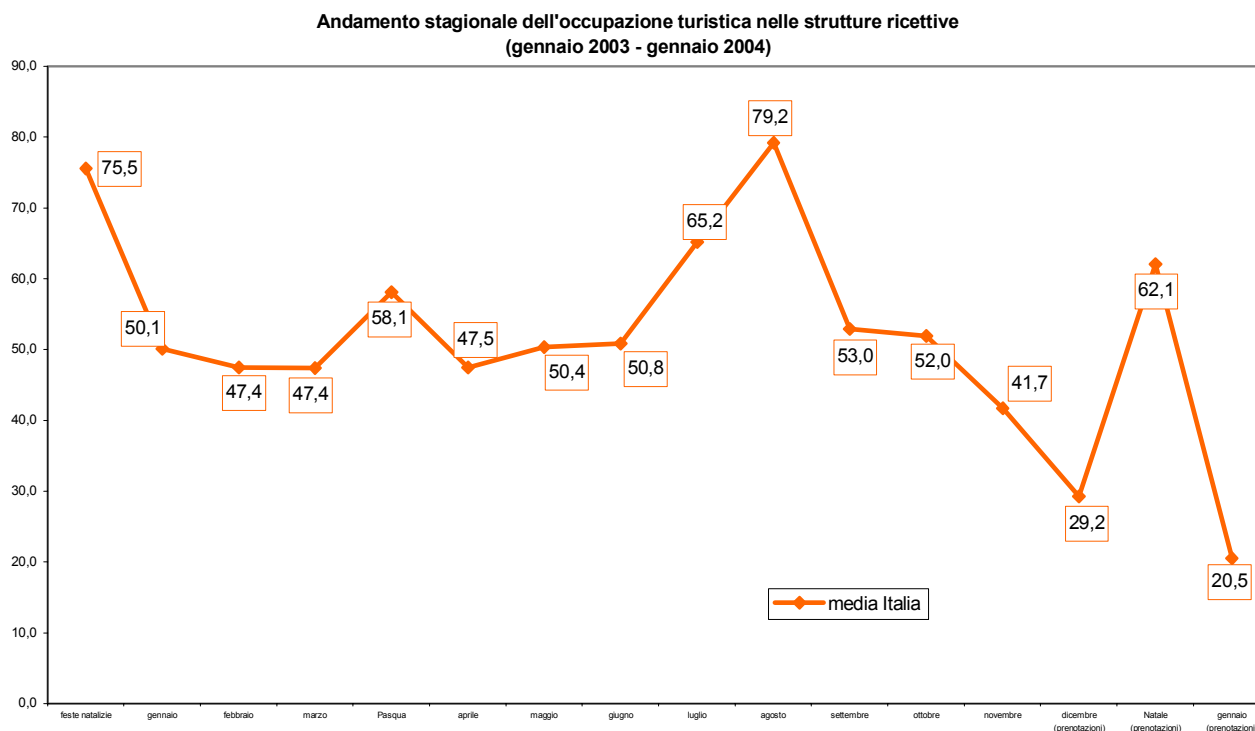
[www.isnart.com](http://www.isnart.com) e [www.starnet.unioncamere.it](http://www.starnet.unioncamere.it).

# 1. L'ANDAMENTO DEI MERCATI NEL 2003

## 1.1 L'andamento stagionale del turismo

Dai risultati dell'indagine condotta presso le strutture ricettive nelle destinazioni leader del turismo, in Italia l'andamento delle presenze/prenotazioni delle camere mostra una quota di occupazione decrescente da ottobre a dicembre, con un picco previsto per le festività natalizie (dal 20 dicembre al 6 gennaio p.v.).

Rispetto all'occupazione realizzata negli stessi mesi del 2002, le prenotazioni previste tra dicembre e gennaio non raggiungono ancora gli stessi livelli di occupazione che lo scorso anno durante le feste di Natale avevano superato il 75% (con una media del mese di dicembre di circa 56% di camere occupate così come per gennaio 2003 pari al 50%).

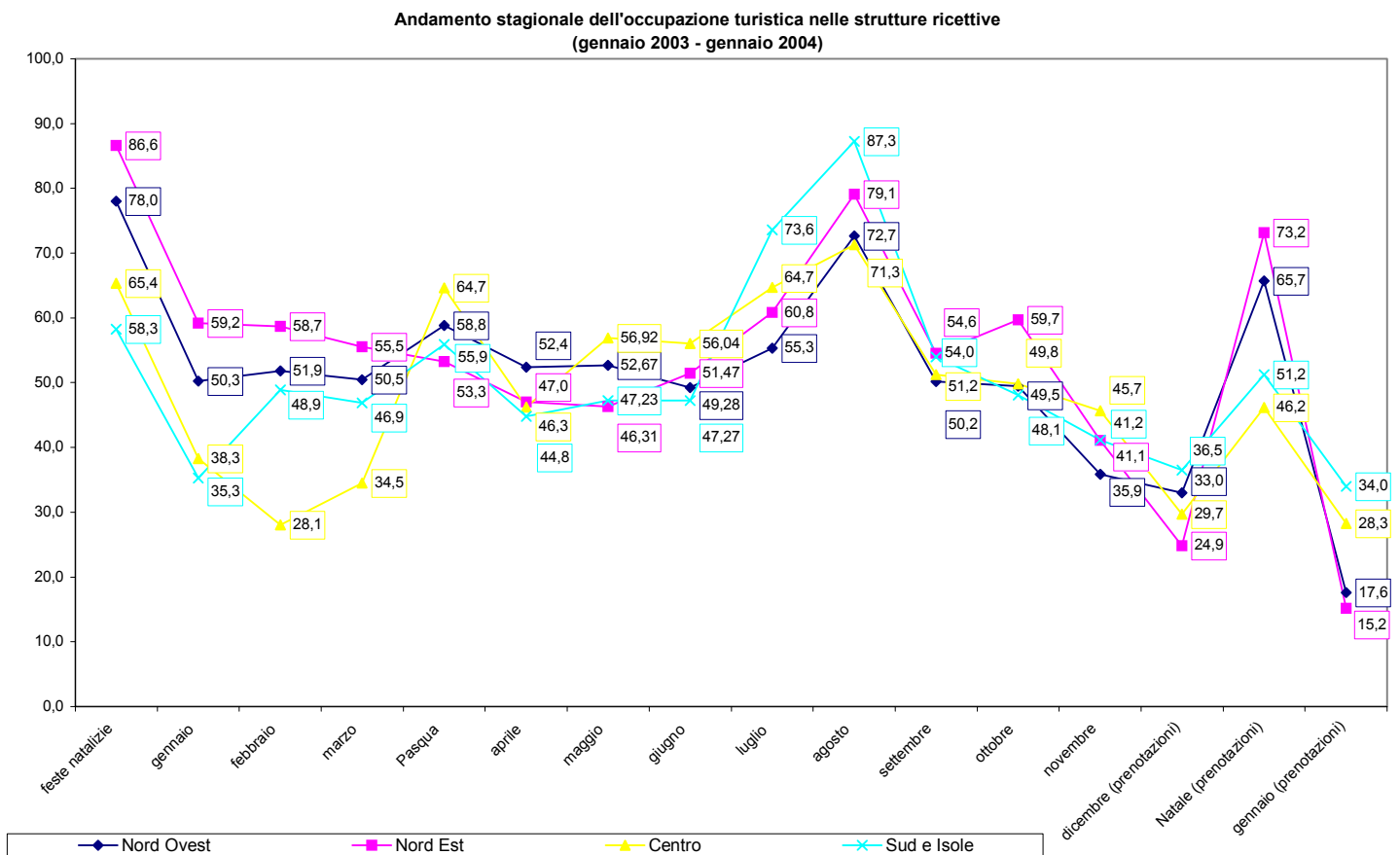


Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2003

Anche considerando il carattere congiunturale della rilevazione, si evince comunque una tendenza a prenotare con breve anticipo le vacanze invernali.

Analizzando l'andamento delle singole macro-aree geografiche si rilevano alcune peculiarità:

- l'andamento dell'occupazione nelle strutture del nord ovest e del nord est incide particolarmente sull'andamento nazionale;
- l'occupazione tra gli operatori del centro Italia si discosta dall'andamento nazionale in particolare per un calo di occupazione nei mesi di febbraio-marzo, mentre supera quello delle altre destinazioni italiane durante la Pasqua;
- nel sud e nelle isole, a parte la bassa occupazione del mese di gennaio, l'andamento si discosta da quello nazionale nei mesi di luglio e agosto, quando l'occupazione supera le altre mete turistiche.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2003

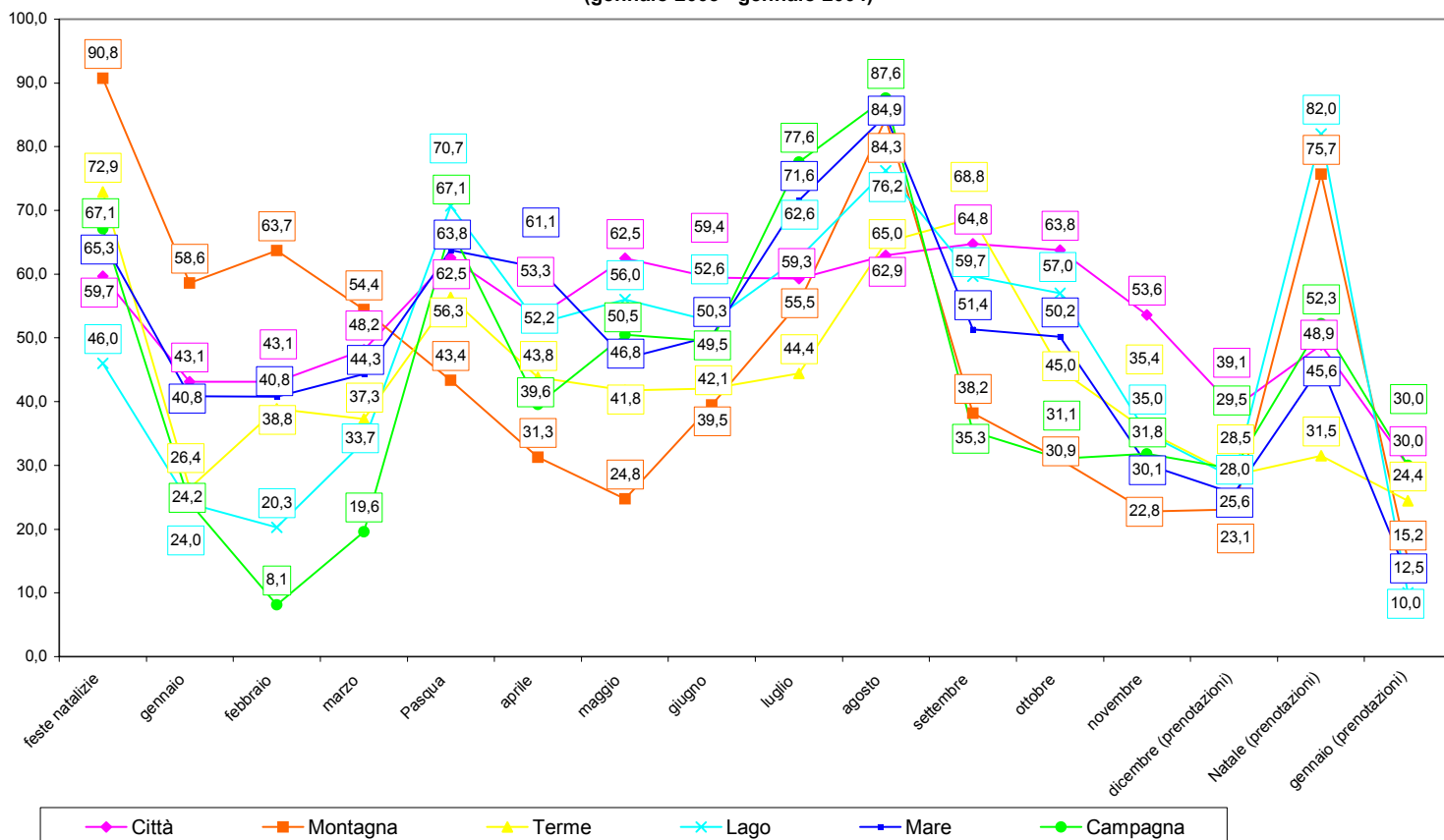
In termini di prodotti turistici, appare interessante rilevante come sia il turismo delle destinazioni di montagna (del nord) ad aver segnato nel 2003 l'andamento nazionale dell'occupazione turistica, seppur con picchi (positivi e negativi) più profondi. Infatti, queste destinazioni dominano il trend di

occupazione da Natale a marzo per poi riprendere nei mesi di luglio e agosto, confermando la tendenza ad un consolidamento del turismo montano estivo, già segnalata negli ultimi anni.

Le città d'arte italiane, nel 2003, mostrano un trend di occupazione molto meno oscillante rispetto a tutte le altre aree/prodotto: con un'occupazione media minima nel mese di gennaio (43%) ed una massima a settembre (circa 65%). Anche il prodotto termale raggiunge il picco di occupazione più elevato in settembre (68,8%), anche se nel Natale 2002 superava questa quota arrivando al 72,9%. Quest'anno le destinazioni lacuali hanno sbaragliato la competizione di prodotto durante le festività: durante la Pasqua (raggiungendo il 70,7%) e nelle prenotazioni di Natale 2003 (82%) mentre sono andati meno bene del solito nei mesi di luglio ed agosto.

Le destinazioni balneari hanno ottenuto nel 2003 un buon posizionamento di prodotto durante tutte le stagioni mostrando solo durante le festività del Natale una occupazione inferiore alla media nazionale. Le località di campagna, mete del turismo verde e rurale, quest'anno hanno dimostrato di poter superare nei mesi di luglio e di agosto il fascino di quelle balneari, più tradizionalmente vincenti nel periodo, adottando politiche di flessibilità e di prezzi più competitive.

Andamento stagionale dell'occupazione turistica per area/prodotto  
(gennaio 2003 - gennaio 2004)

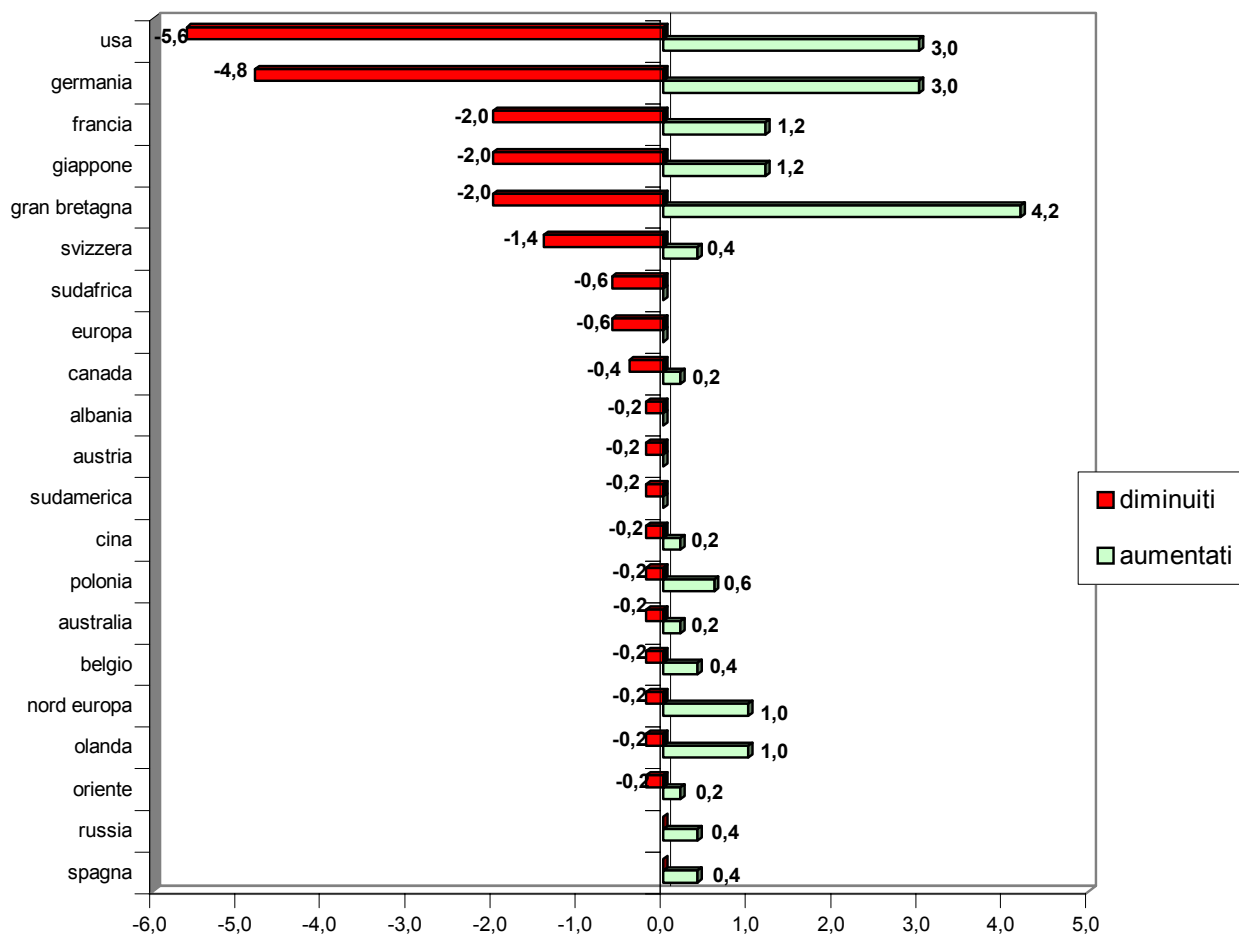


Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2003

## 1.2 L'andamento dei mercati internazionali

La tendenza dei flussi internazionali, in leggera ripresa rispetto allo scorso anno, appare dovuta principalmente ad un recupero su quei mercati che avevano subito un crollo nel 2002 che quest'anno appare invece in via di conclusione. Il mercato tedesco che fino a questa estate era in calo per il 18,4% delle strutture italiane, frena il crollo in questa stagione con il 4,8% di operatori che ne lamentano la diminuzione. Lo stesso non può dirsi, però, per il mercato statunitense che appare stabile nel calo (per il 5,6% di operatori) così come quello francese, giapponese e britannico.

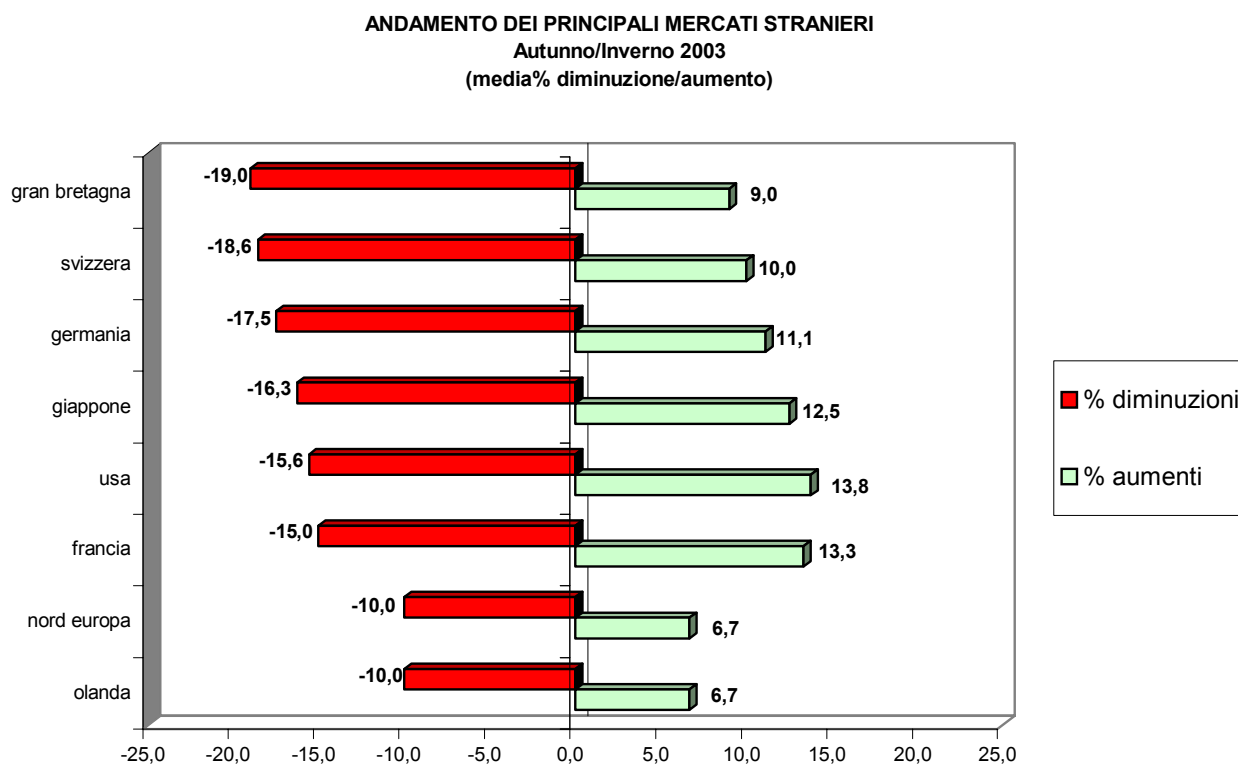
**ANDAMENTO DEI PRINCIPALI MERCATI STRANIERI**  
Autunno/Inverno 2003  
(% sul totale strutture ricettive)



Fonte: rilevazione diretta Isnart, dicembre 2003

Sono invece diminuite, in particolare per il mercato nord-europeo, giapponese e statunitense le quote di diminuzione della clientela che passano dal -30% / -20% al -15% / -10%.

Appare maggiormente pericolosa la tendenza del mercato dalla Svizzera che fermo sul 1,4% di operatori che ne dichiarano la diminuzione, mostra, invece, una percentuale di calo che passa dal -14,3% dell'estate al -18,6% della stagione in corso.



Fonte: rilevazione diretta Isnart, dicembre 2003

Una quota significativa di strutture che segnalano la ripresa dei mercati internazionali si trova nel nord-est, in particolare dall'Olanda e dalla Gran Bretagna.

Per quanto riguarda il mercato tedesco, questo appare recuperare nel nord est mentre è in diminuzione specialmente presso le strutture del centro e del nord-ovest.

Il calo del mercato olandese si evince prevalentemente nel sud e nelle isole mentre quello del nord europa affligge particolarmente il nord-est.



**Area dove sono aumentati i mercati stranieri**

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
usa	0,0	53,3	20,0	26,7	100,0
germania	6,7	73,3	6,7	13,3	100,0
olanda	20,0	80,0	0,0	0,0	100,0
nord europa	40,0	60,0	0,0	0,0	100,0
gran bretagna	19,0	76,2	0,0	4,8	100,0
giappone	0,0	66,7	16,7	16,7	100,0
francia	16,7	33,3	16,7	33,3	100,0
svizzera	50,0	50,0	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, dicembre 2003

**Area dove sono diminuiti i mercati stranieri**

	nord ovest	nord est	centro	sud e isole	Totale Italia
usa	14,3	3,6	64,3	17,9	100,0
germania	25,0	20,8	41,7	12,5	100,0
olanda	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
nord europa	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
gran bretagna	60,0	10,0	30,0	0,0	100,0
giappone	20,0	0,0	70,0	10,0	100,0
francia	50,0	0,0	40,0	10,0	100,0
svizzera	71,4	14,3	0,0	14,3	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, dicembre 2003

In termini di prodotto si rileva come il mercato britannico, in recupero nelle città e nelle località montane, appare ancora in calo nei laghi mentre quello statunitense in quelle balneari. Il mercato tedesco mostra ancora spazi di recupero nelle località lacuali, balneari e del turismo verde.

**Aree/prodotto dove sono aumentati i mercati stranieri**

	città	montagna	terme	lago	mare	campagna	Totale
usa	93,3	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
germania	40,0	60,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
olanda	0,0	80,0	0,0	0,0	20,0	0,0	100,0
nord europa	0,0	60,0	0,0	0,0	40,0	0,0	100,0
gran bretagna	42,9	57,1	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
giappone	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
francia	66,7	16,7	0,0	0,0	16,7	0,0	100,0
svizzera	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, dicembre 2003

**Aree/prodotto dove sono diminuiti i mercati stranieri**

	città	montagna	terme	lago	mare	campagna	Totale
usa	85,7	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0	100,0
germania	50,0	20,8	0,0	8,3	12,5	8,3	100,0
olanda	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
nord europa	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
gran bretagna	40,0	30,0	0,0	20,0	10,0	0,0	100,0
giappone	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
francia	50,0	20,0	0,0	0,0	10,0	20,0	100,0
svizzera	42,9	42,9	0,0	14,3	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, dicembre 2003

Sono solo le strutture alberghiere quelle che hanno recuperato sui mercati internazionali ma i dati rivelano ancora quote di diminuzione nelle strutture che ospitano i mercati britannico, tedesco e francese.

**Tipologia di struttura dove sono aumentati i mercati stranieri**

	hotel	2 stelle	3 stelle	4 stelle	Totale Italia
usa	100,0	53,3	33,3	13,3	100,0
germania	100,0	53,3	33,3	13,3	100,0
olanda	100,0	60,0	40,0	0,0	100,0
nord europa	100,0	80,0	20,0	0,0	100,0
gran bretagna	100,0	42,9	38,1	19,0	100,0
giappone	100,0	50,0	50,0	0,0	100,0
francia	100,0	50,0	33,3	16,7	100,0
svizzera	100,0	0,0	50,0	50,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, dicembre 2003

**Tipologia di struttura dove sono diminuiti i mercati stranieri**

	hotel	2 stelle	3 stelle	4 stelle	agriturismo	Totale Italia
usa	100,0	35,7	50,0	14,3	0,0	100,0
germania	75,0	33,3	55,6	11,1	25,0	100,0
olanda	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
nord europa	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
gran bretagna	90,0	33,3	66,7	0,0	10,0	100,0
giappone	100,0	10,0	80,0	10,0	0,0	100,0
francia	70,0	57,1	42,9	0,0	30,0	100,0
svizzera	100,0	42,9	57,1	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, dicembre 2003

Tornano i tedeschi in Alto Adige ed in Emilia Romagna ma risultano ancora in calo in Toscana ed in Lazio. Il mercato statunitense, in aumento in Veneto, nel Lazio, in Emilia Romagna e in Sicilia rallenta ancora in Toscana e in Campania.

### 1.3 La destinazione Italia nel turismo organizzato europeo

Anche nel 2003 l'Italia resta in vetta alle destinazioni turistiche più richieste presso i Tour Operators europei (<sup>1</sup>), distaccando nettamente gli altri Paesi dell'area mediterranea.

Le risposte dei T.O. che trattano l'Italia non lasciano, infatti, spazio a dubbi: l'Italia è il Paese dei "sogni" di vacanza dei turisti europei, senz'altro di quelli che si rivolgono agli intermediari per l'organizzazione del viaggio. In tutti i Paesi gli operatori la indicano, infatti, come destinazione più richiesta, che, con l'83% delle citazioni, stacca nettamente tutti gli altri mercati concorrenti (tabella 1).

**Tabella 1. I Paesi più richiesti presso i tour operators europei  
(% di citazioni)**

	<b>I Paesi più richiesti</b>	<b>Totale Europa</b>
<b>1°</b>	Italia	83,1
<b>2°</b>	Spagna	48,1
<b>3°</b>	Francia	44,2
<b>4°</b>	Germania	28,2
<b>5°</b>	Grecia	22,4
<b>6°</b>	Paesi Scandinavi	18,5
<b>7°</b>	Gran Bretagna	15,6
<b>8°</b>	Olanda	12,0
<b>9°</b>	Portogallo	12,0
<b>10°</b>	Turchia	11,0
<b>11°</b>	Belgio	9,1
<b>12°</b>	Malta	8,4
<b>13°</b>	Egitto	8,1
<b>14°</b>	Cipro	8,1
<b>15°</b>	Marocco	7,5
<b>16°</b>	Tunisia	6,5

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo - Indagine sul turismo organizzato europeo Isnart/Unioncamere 2003

---

<sup>1</sup>) L'indagine si riferisce ad un campione rappresentativo di 300 tour operators sui 2.500 che trattano l'Italia.

Si tratta senz'altro di un vantaggio competitivo importante e forse, consolidato, ma che senz'altro non può essere “vissuto” dagli operatori italiani come una rendita di posizione.

Questa posizione privilegiata è infatti frutto di risorse naturali e culturali quasi impossibili da replicare da parte delle altre destinazioni <sup>(2)</sup>, ma che devono continuare ad essere supportate da servizi sempre più mirati e facilmente fruibili, da politiche di prezzo diversificate e competitive, inserite in un contesto economico e sociale che sappia creare valore aggiunto all'esperienza di turismo.

Essere primi, ben lontano dal “dormire sugli allori”, significa dunque prestare sempre maggiore attenzione alle dinamiche della domanda ed alle esigenze di chi, come gli operatori dell'intermediazione, ha la capacità e la possibilità di indirizzarla.

Secondo i T.O., comunque, la sfida dell'Italia resta con la Spagna, seconda nella graduatoria europea con il 48% delle citazioni, e con la Francia, con il 44%, che staccano di netto le altre destinazioni concorrenti, come Germania (28%) e Grecia (22,4%).

Tra le destinazioni meno tradizionali emergono il Portogallo (con il 12% delle citazioni) e la Turchia (con l'11%), e cominciano ad acquisire sempre maggior appeal i mercati del bacino mediterraneo (Malta, Egitto, Cipro, Marocco e Tunisia), che, similmente all'Italia, possono contare su un mix di natura, mare e bellezze culturali.

Considerando le tre destinazioni più richieste all'interno dei singoli mercati (tabella 2), la situazione rimane sostanzialmente invariata: la Spagna risulta il competitore diretto dell'Italia in Austria, Belgio e Olanda, nei Paesi Scandinavi, in Francia, nel Regno Unito e in Svizzera.

---

<sup>2</sup>) Si veda a questo proposito l'indagine “La destinazione Italia e gli Europei - Prospettive della domanda organizzata europea in Italia”, Isnart/Unioncamere 2000.

**Tabella 2. I Paesi più richiesti presso i tour operators europei**

(% di citazioni per mercato)	1°	2°	3°
<b>Austria</b>	Italia	Spagna	Grecia
	94,1	47,1	47,1
<b>Belgio e Olanda</b>	Italia	Spagna	Francia
	73,9	69,6	65,2
<b>Russia e Est Europa</b>	Italia	Grecia	Spagna
	81,1	48,6	43,2
<b>Paesi Scandinavi</b>	Italia	Spagna	Francia
	83,7	44,2	41,9
<b>Francia</b>	Italia	Spagna	Francia
	80,0	60,0	47,5
<b>Germania</b>	Italia	Germania	Francia
	86,8	48,7	35,5
<b>Regno Unito</b>	Italia	Spagna	Francia
	82,9	60,0	60,0
<b>Spagna</b>	Italia	Francia	Spagna
	100,0	78,6	50,0
<b>Svizzera</b>	Italia	Spagna	Francia
	69,6	47,8	47,8

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo - Indagine sul turismo organizzato europeo, Isnart/Unioncamere 2003

Sui mercati dell'est europeo l'alternativa all'Italia è la Grecia, mentre in Spagna il nostro Paese deve competere prima di tutto con la Francia.

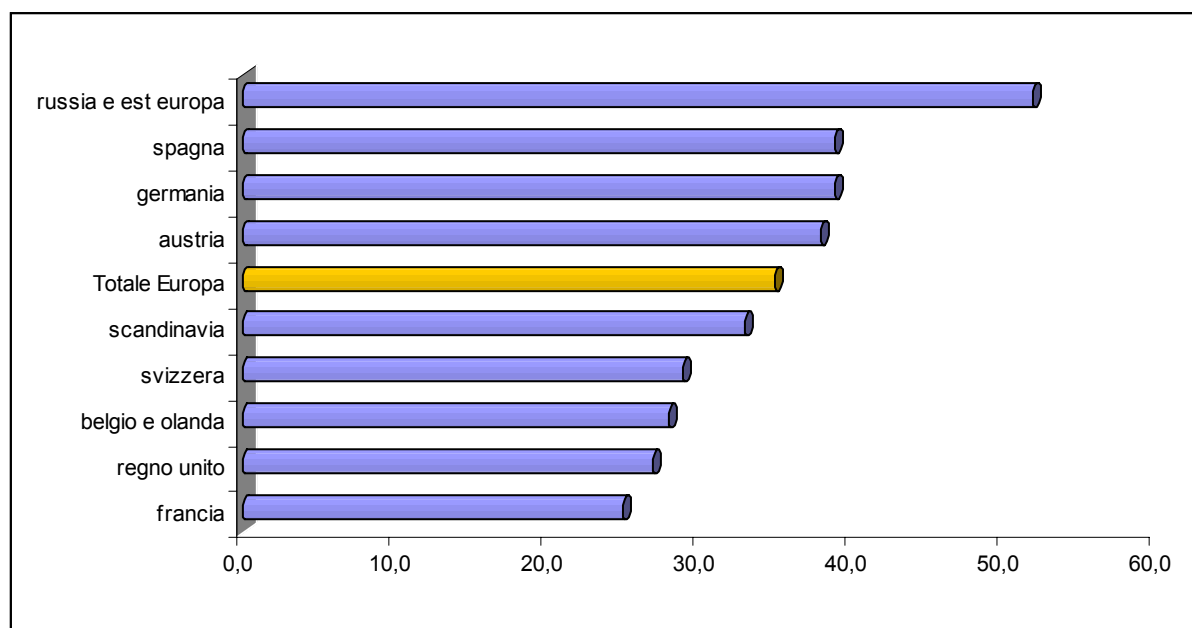
Questo primato si consolida anche in termini di fatturato. Infatti, in media, il fatturato legato al turismo diretto verso l'Italia è importante, ed arriva al 35% di quello complessivamente realizzato dai T.O. intervistati (grafico 1).

Rappresenta addirittura oltre la metà del fatturato complessivo per i T.O. della Russia ed Est Europa (<sup>3</sup>), ma sfiora il 40% anche per Germania, Spagna (39%) ed Austria (38%).

---

<sup>3</sup>) In particolare l'Europa dell'Est è rappresentata dalla Repubblica Ceca e dall'Ungheria, in quanto, tra i paesi appartenenti a quest'area sono quelli che generano i maggiori flussi turistici in uscita.

**Grafico 1. Quota percentuale dell'Italia sul totale dei viaggi venduti dagli operatori**



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo - Indagine sul turismo organizzato europeo, Isnart/Unioncamere 2003

Osservando i valori assoluti di spesa per i viaggi venduti in Italia, si nota come la Russia e l'Europa dell'Est, dove il fatturato sull'Italia rappresenta oltre il 60% del budget totale, è soltanto sesta, con € 510.000,00, mentre in Spagna, dove la quota di mercato dell'Italia è poco meno del 40%, l'importo speso è superiore di ben tre volte (tabella 3).

**Tabella 3. Spesa per i viaggi in Italia venduti dagli operatori  
(media per operatore/paese)**

		<b>Spesa €</b>
<b>1°</b>	Spagna	1.517.000,00
<b>2°</b>	Belgio e Olanda	1.136.000,00
<b>3°</b>	Regno Unito	944.000,00
<b>4°</b>	Svizzera	636.000,00
<b>5°</b>	Paesi Scandinavi	538.000,00
<b>6°</b>	Russia e Est Europa	510.000,00
<b>7°</b>	Austria	498.000,00
<b>8°</b>	Francia	386.000,00
<b>9°</b>	Germania	281.000,00
	Totale Europa	590.000,00

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo - Indagine sul turismo organizzato europeo, Isnart/Unioncamere 2003

Le tendenze di mercato dichiarate dagli operatori aprono spiragli di fiducia per un ritorno del turismo internazionale nel nostro Paese.

Per il 2003, infatti, la maggior parte degli operatori intervistati (38,6%) sostiene un andamento stabile rispetto a quello precedente.

**Tabella 4a. Andamento della domanda di turismo verso l'Italia rispetto all'anno scorso**

	<b>Aumento</b>	<b>Stabilità</b>	<b>Diminuzione</b>
Austria	41,2	23,5	35,3
Belgio e Olanda	39,1	26,1	34,8
Russia e est Europa	43,2	40,5	16,2
Scandinavia	23,3	51,2	25,6
Francia	37,5	42,5	20,0
Germania	25,0	32,9	42,1
Regno Unito	25,7	37,1	<b>37,1</b>
Spagna	35,7	35,7	<b>28,6</b>
Svizzera	21,7	52,2	26,1
Totale Europa	<b>30,8</b>	38,6	30,5

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo - Indagine sul turismo organizzato europeo, Isnart/Unioncamere 2003

Si tratta però specialmente di mercati emergenti e non di quelli tradizionalmente “aficionados” al Bel Paese.

Affermazioni di crescita (mediamente circa il 31%) arrivano, pertanto, prevalentemente dalla Russia e l'Est Europa (43%), dall'Austria (41%) e dal Belgio e Olanda (39%).

La Germania ed il Regno Unito, invece, sono quelli che più degli altri dichiarano una contrazione per il 2003.

Ciò nonostante, gli operatori prevedono un 2004 in netto rialzo. In quasi il 47% dei casi gli operatori intervistati effettuano previsioni di crescita della domanda di turismo verso l'Italia, prevalentemente in Belgio e Olanda (69,6%), in Spagna (57%) e in Scandinavia (55,8%).

**Tabella 4b. Andamento previsto per la domanda di turismo per il 2004**

	<b>Aumento</b>	<b>Stabilità</b>	<b>Diminuzione</b>
Austria	35,3	47,1	17,6
Belgio e Olanda	69,6	26,1	4,3
Russia e est Europa	32,4	54,1	13,5
Scandinavia	55,8	37,2	7,0
Francia	42,5	52,5	5,0
Germania	46,1	40,8	13,2
Regno Unito	54,3	31,4	14,3
Spagna	57,1	28,6	14,3
Svizzera	30,4	65,2	4,3
<b>Totale Europa</b>	<b>46,8</b>	42,9	10,4

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo - Indagine sul turismo organizzato europeo, Isnart/Unioncamere 2003



## 2. LA DOMANDA TEDESCA IN ITALIA

Il posizionamento delle destinazioni italiane sul mercato internazionale delle vacanze tedesche vede le nostre mete come seconde tra le estere, dopo quelle spagnole, con una quota del 9,4% delle vacanze. Per l'Italia, però, quello tedesco resta il primo bacino straniero di domanda turistica.

Come nel 2002 anche nel 2003 è il 12,6% la quota di popolazione tedesca che ha effettuato una vacanza in Italia. Su 64.250.000 abitanti, dunque si tratta di una numerosità pari a 8,1 milioni di vacanzieri che hanno visitato il Bel Paese. Interessante rilevare come contrariamente al 2002 quando risultava un mercato di vacanzieri più al femminile, nel 2003 l'incidenza maggiore si evince tra gli uomini.

### Nel 2003 Ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia?

	Sesso		Totale
	maschio	femmina	
Si	13,5	11,7	12,6
No	86,5	88,3	87,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Appare interessante come questi vacanzieri si caratterizzino per un'età o particolarmente giovane (18,3% tra coloro fino a 18 anni) o adulta (15,7% tra i turisti tra 55 ed i 64 anni). Interessante, inoltre, come rispetto al 2002 (13,3% i giovani fino ai 18 anni, e 13,4% gli adulti tra i 55-64 anni) l'incidenza della quota di vacanzieri su queste classi di età sia aumentata a fronte di un calo dei turisti della terza età (oltre 65 anni).

Il livello socioculturale è medio-alto con prevalenza tra i turisti con licenza media superiore (19,1%) e tra i laureati (17,9%), anche se tra questi ultimi lo scorso anno l'incidenza risultava maggiore (19,7% nel 2002).

La propensione al turismo in Italia appare più elevata (superiore alla media) tra alcune categorie professionali: in particolare i funzionari statali (18,5%), i liberi professionisti (17,2%) e gli impiegati (13,9%) ma anche tra i giovani che stanno ancora studiando (15,3%) e coloro in cerca di occupazione (14,8%).

Per quanto riguarda la provenienza di questi flussi, si evince una prevalenza tra i vacanzieri provenienti dai grandi centri di oltre 500 mila abitanti, residenti nelle regioni del sud della Germania (a fronte di un calo di turisti tra i residenti nel nord ovest rispetto al 2002).

Nonostante la vacanza in Italia abbia maggiore incidenza tra la popolazione residente nel sud del paese (circa il 21% nel Baden-Württemberg e 22,5% nel Bayern), si rivela interessante la penetrazione sulla popolazione delle regioni del Bremen (18,8%) nel nord ovest e del Berlin West (17,3%) nel nord est.

L'analisi del mercato di riferimento mostra una caratterizzazione duplice:

- da un lato un turismo adulto e con una buona capacità di spesa,
- dall'altro un turismo più giovane e con uno status economico meno elevato.

Nel complesso, comunque, si tratta di vacanzieri con un buon livello culturale e abitudini al consumo tipiche dei grandi centri abitati. Interessante come rispetto al 2002 sia cambiata la provenienza di questi vacanzieri: una crescita in particolare dalle regioni del Baden-Württemberg (S-O) e Berlin-West (N-E) e un calo più evidente dalle regioni di Schleswig-Holstein (N-O), Hamburg (N-O), Sachsen (S-E) e Thüringen (S-E).

## **2.1 Le modalità di organizzazione della vacanza**

Uno dei fattori più rilevanti rispetto ai comportamenti turistici dei vacanzieri tedeschi è quello relativo all'organizzazione delle vacanze. Da sempre grandi utilizzatori dei servizi dei tour operator e delle agenzie di viaggio sono sempre di meno i turisti che partendo à l'aventure non prenotano niente per la vacanza (33,1%).

A fronte di un minore ricorso a proposte acquistate sui cataloghi dei tour operator verso la destinazione Italia (10,6%) aumenta invece il ricorso alle agenzie (5,5%). Ma il dato più interessante è quello relativo alla prenotazione individuale diretta che non passa, cioè, per l'intermediazione: dal 22,5% dei vacanzieri del 2002 al 35,4% di quelli 2003.

Una curiosità: tra i vacanzieri le donne organizzano personalmente la vacanza (41%) mentre gli uomini non prenotano affatto (36,2%).

### Chi ha organizzato/prenotato il suo viaggio in Italia?

	2002	2003
Nessuno, non ho prenotato niente	43,5	33,1
Un tour operator, ovvero ho scelto una proposta su un catalogo	12,3	10,6
Agenzia viaggi che mi ha prenotato servizi ma senza utilizzare proposte da catalogo	4,7	5,5
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente	22,5	35,4
L'ho organizzata io/chi ha viaggiato con me/un conoscente su Internet	6,3	4,7
Parrocchia, scuola, CRAL, associazione	5,9	5,5
altro	4,7	5,1
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

L'organizzazione delle vacanze si differenzia per classe di età: i giovani organizzano da sé o fanno ricorso ai canali paralleli dell'intermediazione (scuole, parrocchie, ecc.), le fasce intermedie sono quelle che prenotano di meno o prenotano da sé, i turisti "d'argento" e la terza età fanno maggiormente ricorso agli agenti di viaggio ed ai t.o..

Il ricorso all'organizzazione della vacanza sembra essere correlato inversamente al grado di istruzione: più è elevato il titolo di studio minore è la quota di prenotazioni.

Ad affidare l'organizzazione della vacanza in Italia agli agenti di viaggio sono soprattutto le casalinghe ed i pensionati, questi ultimi si avvalgono anche di proposte sui cataloghi dei tour operator come la classe operaia.

L'utilizzo di Internet è più rilevante tra coloro che hanno maggior tempo a disposizione (disoccupati e in cerca di occupazione) o tra i funzionari statali. Gli studenti organizzati sono chiaramente quelli dei viaggi scolastici e delle parrocchie.

I vacanzieri residenti nei piccoli centri sono quelli che organizzano personalmente la vacanza, magari su Internet o tramite i canali paralleli di intermediazione.

Quelli provenienti da centri di media grandezza (100/500 mila abitanti) sono invece i maggiori fruitori dei servizi delle agenzie di viaggio e dei tour operator, mentre i turisti “metropolitani” si distinguono per la quota maggiore di non prenotazioni.

In termini di provenienza, i turisti del nord ovest tedesco scelgono più degli altri le proposte dai cataloghi dei T.O. o utilizzano Internet per organizzarsi in proprio, quelli del nord est si rivolgono agli agenti di viaggio. Dal sud del Paese, invece, i vacanzieri del sud est organizzano tutto da sé mentre quelli del sud ovest non prenotano o organizzano in altri modi, data anche la maggiore familiarità con le destinazioni italiane. Infatti sono questi i turisti che rappresentano lo zoccolo duro della domanda tedesca di Italia.

Dall’analisi delle modalità di organizzazione per regione di provenienza si rileva, in particolare

- una minor quota di vacanzieri che prenotano dal Bremen dal Rheinland-Pfalz, e dal Niedersachsen;
- un maggior ricorso ai cataloghi dei T.O. da parte dei turisti provenienti da Hamburg, dal Sachsen, e dal Bremen;
- utilizzano le agenzie di viaggio i residenti del Brandenburg;
- organizzano da sé i residenti del Schleswig-Holstein e del Mecklenburg-Vorpomme e lo fanno tramite Internet i residenti del Rheinland-Pfalz e del Brandenburg.

## **2.2 Le destinazioni dei tedeschi nel 2003**

Sono le destinazioni montane del nord-est (21,7%) e i grandi laghi del nord (14,2%) le mete preferite dai tedeschi nel 2003.

Cala lievemente l’appeal delle città d’arte che se nel 2002 avevano raccolto il 15,8% dei vacanzieri nel 2003 scendono al 13,4%, rimanendo comunque la terza tipologia di prodotto per questo mercato.

A fronte di una certa stabilità delle destinazioni balneari del centro e del sud, aumentano i vacanzieri alla ricerca di cure e benessere nelle nostre località termali del centro nord (9,1%). Netto calo per le località balneari del nord est che passano dall'11,5% del 2002 ad una quota del 5,9% nel 2003.

**Se nel 2003 ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia,  
ci può indicare quali aree ha visitato?**

	Destinazioni	
	2002	2003
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	6,3	4,3
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	10,7	14,2
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	11,5	5,9
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	20,6	21,7
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	7,9	9,1
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	15,8	13,4
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	11,9	11,1
Sud e isole	10,3	11,5
altro	4,7	8,3
n.r.	0,4	0,4
Totale	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Se gli uomini hanno preferito i grandi laghi e la montagna del nord est, le donne hanno visto nel 2003 specialmente il *mare nostrum*.

Volendo disegnare l'identikit del turista dei singoli prodotti si evincono le seguenti considerazioni:

<b>Zona</b>	<b>Considerazioni</b>
<i>Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria):</i>	Età abbastanza giovane tra i 25 ed i 34 anni, con istruzione medio - alta, di professione funzionari statali, provenienti dalle aree metropolitane del nord ovest, in particolare dalle regioni del Schleswig-Holstein e dal Bremen;
<i>LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)</i>	Età tra i 25-34 anni o 55-64, con livello di istruzione medio – elementare, con prevalenza di impiegati, liberi professionisti e pensionati provenienti da centri abitativi piccoli (meno di 20 mila abitanti) del sud ovest ma nello specifico anche dalle regioni del Niedersachsen (N-O), del Sachsen e del Bayern nel sud est;
<i>Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)</i>	Età tra i 25 ed i 54 anni di medio livello di istruzione e basso status professionale (disoccupati, in cerca di occupazione e operai) provenienti da centri abitativi piccoli (meno di 20 mila abitanti) del sud ovest ma anche dal sud est quelli residenti nel Bayern e nel Thüringen;
<i>Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli, Trentino, Dolomiti)</i>	Età compresa tra i 35 ed i 54 anni, livello di istruzione o basso o medio – alto, di status professionale basso (disoccupato e pensionati) o medio – alto (liberi professionisti e funzionari statali), provenienti da centri abitativi medio - grandi (oltre 100 mila abitanti e aree metropolitane) del nord est in particolare dal Berlin West, ma anche dal Baden Württemberg (S-O) e dal Thüringen;
<i>Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)</i>	Età tra i 19 e i 34 anni, con livello di istruzione medio di professione impiegatizia o in cerca di occupazione, provenienti da piccolissimi centri (meno di 5 mila abitanti) del nord est, specialmente dal Brandenburg, ma anche dal Rheinland-Pfalz (S-O);
<i>Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, ecc.)</i>	Età giovane e molto giovane, con licenza superiore o laurea, studenti e funzionari statali o liberi professionisti, provenienti da centri medio – grandi (100-500 mila abitanti) del nord Schleswig-Holstein, Hamburg, e Sachsen- Anhalt, ma anche dall'Essen (S-O);
<i>Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)</i>	Giovanissimi di istruzione media o laureati tra i 35 e i 54 anni, studenti, operai e casalinghe, provenienti da piccolissimi centri (meno di 5 mila abitanti) del nord ovest (Bremen) e dal nord est (Mecklenburg-Vorpomme);
<i>Sud e isole</i>	Giovani, adulti tra i 45-54 anni o turisti della terza età, con livello di istruzione elementare o laureati, prevalentemente in cerca di occupazione o ancora studenti, ma anche operai e impiegati, provenienti da piccoli centri (massimo 100 mila abitanti) dell'est (in particolare dal Sachsen-Anhalt) e dal Saarland (S-O).

## 2.3 Le previsioni per il 2004

Rispetto al trend evidenziato negli ultimi due anni, le previsioni per le vacanze dei tedeschi in Italia nel 2004 lasciano intravedere una quota di turisti in leggera crescita. Il 13% della popolazione, infatti, dichiara di aver già programmato una vacanza in Italia e il 2,3% non ha ancora deciso.

### Per il 2004, Lei ha già programmato un periodo di vacanza in Italia?

	2002	2003	Previsioni 2004
Si	12,6	12,6	13,0
No	87,4	87,4	84,7
non sa	-	-	2,3
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Con una lieve prevalenza di turismo maschile, i vacanzieri del 2004 saranno sempre più giovani, con quote decrescenti sulla popolazione sopra i 55 anni e crescenti per le classi di età inferiore rispetto ai turisti del 2003.

Sempre rispetto al 2003, il confronto tra le previsioni indica un turismo di maggiore penetrazione tra la popolazione di istruzione inferiore. Sulla scia degli anni precedenti continuano a diminuire i funzionari statali, a fronte di un aumento della classe operaia e dei liberi professionisti.

Diminuisce la quota di turismo proveniente da centri residenziali di piccole dimensioni mentre cresce tra la popolazione dei centri di media grandezza (fino a 100 mila abitanti) e delle aree metropolitane.

Dal 2002 stanno diminuendo i turisti provenienti dal nord ovest (nonostante costituiscano il principale bacino di domanda) a favore di una crescita dei residenti dell'intero est del Paese. In particolare, nel 2004 l'Italia guadagnerà quote di turisti dall'Hessen, dal Rheinland-Pfalz, dal Saarland e dal Berlin-West, tutti in crescita dal 2002.

## 2.4 Le nuove destinazioni per il 2004

Per il 2004 le scelte dei turisti tedeschi nel complesso ricadranno su prodotti e destinazioni diverse: rimane in testa la montagna del nord-est (20,2%), ma risale l'appeal delle città d'arte (15,6%) e supera le aspettative la quota di turisti che sceglierà le località del sud e delle isole (14,8%).

Al momento non si prevede un buon andamento per i grandi laghi del nord mentre sembrano recuperare le coste del nord est italiano.

	Destinazioni		
	2002	2003	Previsioni 2004
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	6,3	4,3	2,7
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	10,7	14,2	6,8
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	11,5	5,9	7,2
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	20,6	21,7	20,2
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	7,9	9,1	8,7
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	15,8	13,4	15,6
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	11,9	11,1	11,8
Sud e isole	10,3	11,5	14,8
altro	4,7	8,3	6,8
n.r.	0,4	0,4	5,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Gli uomini prevalgono nelle scelte sulla montagna o sul mare del nord est e sulle destinazioni del sud e delle isole, mentre le donne incidono maggiormente sulle destinazioni termali, sulle città d'arte e sul mare del centro Italia.



L'area di provenienza dei futuri turisti si differenzia rispetto ai prodotti con diversa incidenza, tra quelle superiori alla media

- il nord ovest italiano vedrà un turismo proveniente dal *nord est* più che dalle altre aree del Paese,
- i laghi i residenti dell'*ovest* tedesco,
- il mare del nord est un turismo proveniente dal *sud* della Germania,
- la montagna orientale i residenti del *nord est* e del *sud ovest*,
- le terme del centro i vacanzieri dal *nord ovest*,
- le città d'arte specialmente i tedeschi del *nord*,
- il mare del centro i residenti del *sud ovest*
- il sud e le isole quelli del *nord ovest*.

## 2.5 Turisti fedeli e nuovi turisti

La fedeltà alla destinazione Italia sembra aumentare tra i turisti tedeschi: il 46,5% di coloro che vi sono stati in vacanza nel 2003 ci torneranno nel 2004, quota che lo scorso anno era pari al 42,3%.

A questi si aggiungerà inoltre una quota pari all'8% di tedeschi non vacanzieri nel 2003.

		<b>Per il 2004, Lei ha già programmato un periodo di vacanza in Italia?</b>			
		Si	No	Non sa	Totale
<b>Nel 2003 ha effettuato almeno un periodo di vacanza in Italia?</b>	Si	46,5	48,4	5,1	100,0
	No	8,1	89,9	1,9	100,0
	Totale	13,0	84,7	2,3	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

Nel complesso, dunque, oltre la metà saranno nuovi visitatori ma potremo contare su un 45% di “fedelissimi”.

## Le destinazioni dei turisti “fedeli”...

Tra i più fedeli quelli che nel 2003 sono stati al sud e nelle isole che per il 75% vi torneranno, seguiti dai vacanzieri delle località di montagna (63,3% dei turisti 2003) e di mare (60%) del nord est. Tra i meno fedeli alla località torneranno in Italia il 50% di coloro che si erano recati nel nord ovest e che nel 2004 faranno vacanza sulle Dolomiti, il 30,8% di chi aveva visitato le città d'arte che ha programmato di recarsi nelle mete del sud e nelle isole.

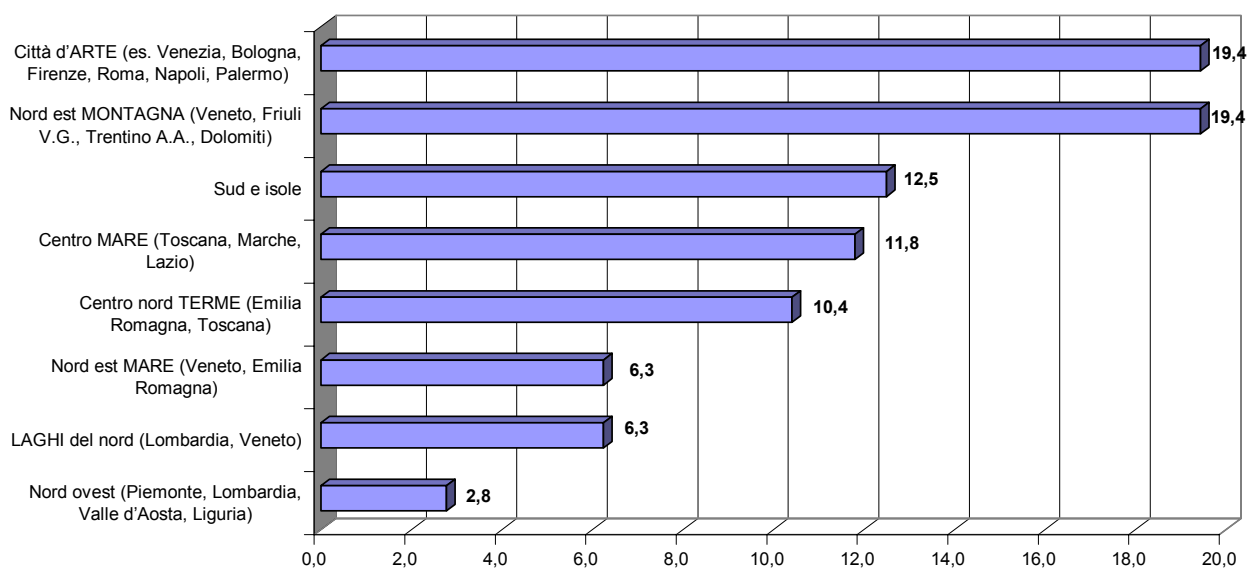
Destinazioni 2003	Destinazioni 2004										
	Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	Sud e isole	altro	n.r.	Totale
Nord ovest (Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta, Liguria)	16,7	0,0	0,0	50,0	16,7	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	100,0
LAGHI del nord (Lombardia, Veneto)	0,0	46,7	13,3	6,7	0,0	13,3	6,7	0,0	6,7	6,7	100,0
Nord est MARE (Veneto, Emilia Romagna)	10,0	10,0	60,0	0,0	0,0	0,0	10,0	10,0	0,0	0,0	100,0
Nord est MONTAGNA (Veneto, Friuli V.G., Trentino A.A., Dolomiti)	0,0	0,0	6,7	63,3	3,3	3,3	13,3	3,3	3,3	3,3	100,0
Centro nord TERME (Emilia Romagna, Toscana)	9,1	0,0	0,0	9,1	54,5	18,2	0,0	9,1	0,0	0,0	100,0
Città d'ARTE (es. Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Palermo)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	46,2	7,7	30,8	15,4	0,0	100,0
Centro MARE (Toscana, Marche, Lazio)	10,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	10,0	20,0	0,0	100,0
Sud e isole	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	6,3	6,3	75,0	0,0	0,0	100,0
altro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	88,9	0,0	100,0
Totale	3,3	7,5	8,3	21,7	6,7	10,8	11,7	16,7	11,7	1,7	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart / Unioncamere, febbraio 2004

... e quelle dei nuovi vacanzieri

I nuovi turisti del 2004 sceglieranno pari merito le città d'arte italiane e la montagna dolomitica del nord est (19,4%). Seguono le preferenze per le mete turistiche del sud e delle isole (12,5%), del mare del centro Italia (11,8%) e delle terme del centro-nord (10,4%).

**2004 - Le destinazioni italiane dei nuovi turisti tedeschi**



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat / Unioncamere, febbraio 2004

### 3. LE VACANZE DEGLI ITALIANI NEL 2003

#### 3.1 Gli italiani in vacanza

Nel periodo compreso tra giugno e dicembre 2003 sono 29,5 milioni gli italiani che hanno effettuato almeno un periodo di vacanza, pari al 59,5% della popolazione italiana.

Considerando poi che nei primi 5 mesi del 2003, da gennaio a maggio, già oltre 17 milioni di italiani erano stati in vacanza, il totale delle vacanze del 2003 ammonta nel complesso a 70,6 milioni di villeggiature.

	<u>n. vacanzieri</u>	<u>n. vacanze</u>
gennaio - maggio 2003	17.046.000	22.181.000
giugno - dicembre 2003	29.496.000	48.420.000

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Rispetto al 2002, il numero delle vacanze risulta inferiore: se tra gennaio 2002 e gennaio 2003 gli italiani avevano effettuato 94,4 milioni di vacanze, nel periodo tra gennaio e dicembre 2003 ne hanno effettuate 70,6 milioni. Anche considerando la ridondanza del mese di gennaio, il 2003 mostra comunque una significativa diminuzione del numero delle vacanze brevi in Italia. Interessante invece notare come a fronte di una stabilità delle vacanze lunghe all'estero le vacanze brevi nelle destinazioni internazionali mostrano una ripresa del +24,6%.

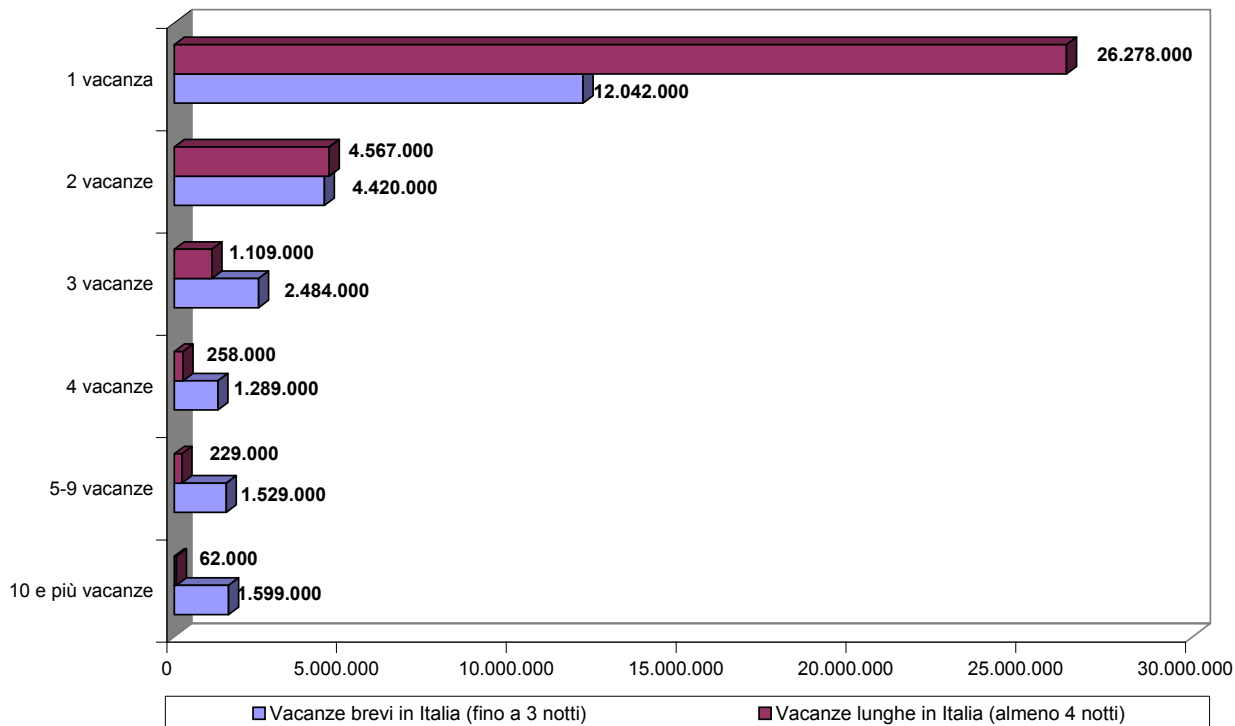
Nel periodo compreso tra giugno e dicembre, specialmente in estate, il 72,2% dei vacanzieri ha svolto un solo periodo di vacanza, il 14,8% ne ha effettuati due, il 5,4% ne ha fatte tre. Tra i pluri-vacanzieri il 2,6% se ne può permettere da 5 a 9 periodi ed il 2,4% oltre dieci.

Nel complesso dunque, nell'ultimo semestre il 12,8% dei turisti italiani ha effettuato più di 2 vacanze. Questo dato nei primi mesi dell'anno era pari al 18,7% dei vacanzieri ma se si considera che in estate si svolge prevalentemente la vacanza di lungo soggiorno, queste cifre confermano come in Italia gli appuntamenti per le vacanze siano una ricorrenza sempre più frequente.

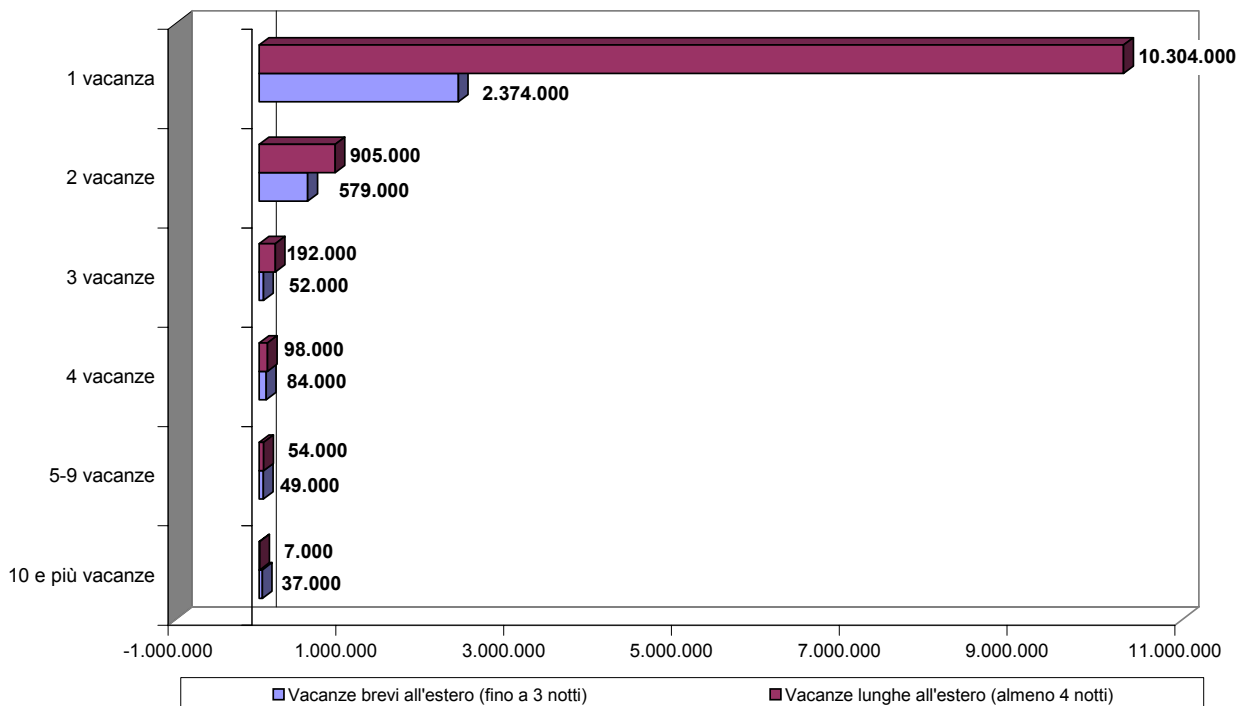
Considerando tutte le vacanze del 2003 il 79,1% dei soggiorni si è svolto in Italia (55,8 milioni di vacanze) ed il restante 21,9% (14,7 milioni) in destinazioni straniera. La modalità relativa ad 1 atto di vacanza è quella prevalente ma, nei soggiorni brevi in Italia, a partire dalle 4 vacanze, è da

sottolineare una numerosità crescente in maniera direttamente proporzionale al numero dei periodi, che arriva a circa un milione e mezzo di italiani che effettuano oltre 10 vacanze brevi in un anno.

I PERIODI DI VACANZA IN ITALIA NEL 2003



I PERIODI DI VACANZA ALL'ESTERO NEL 2003



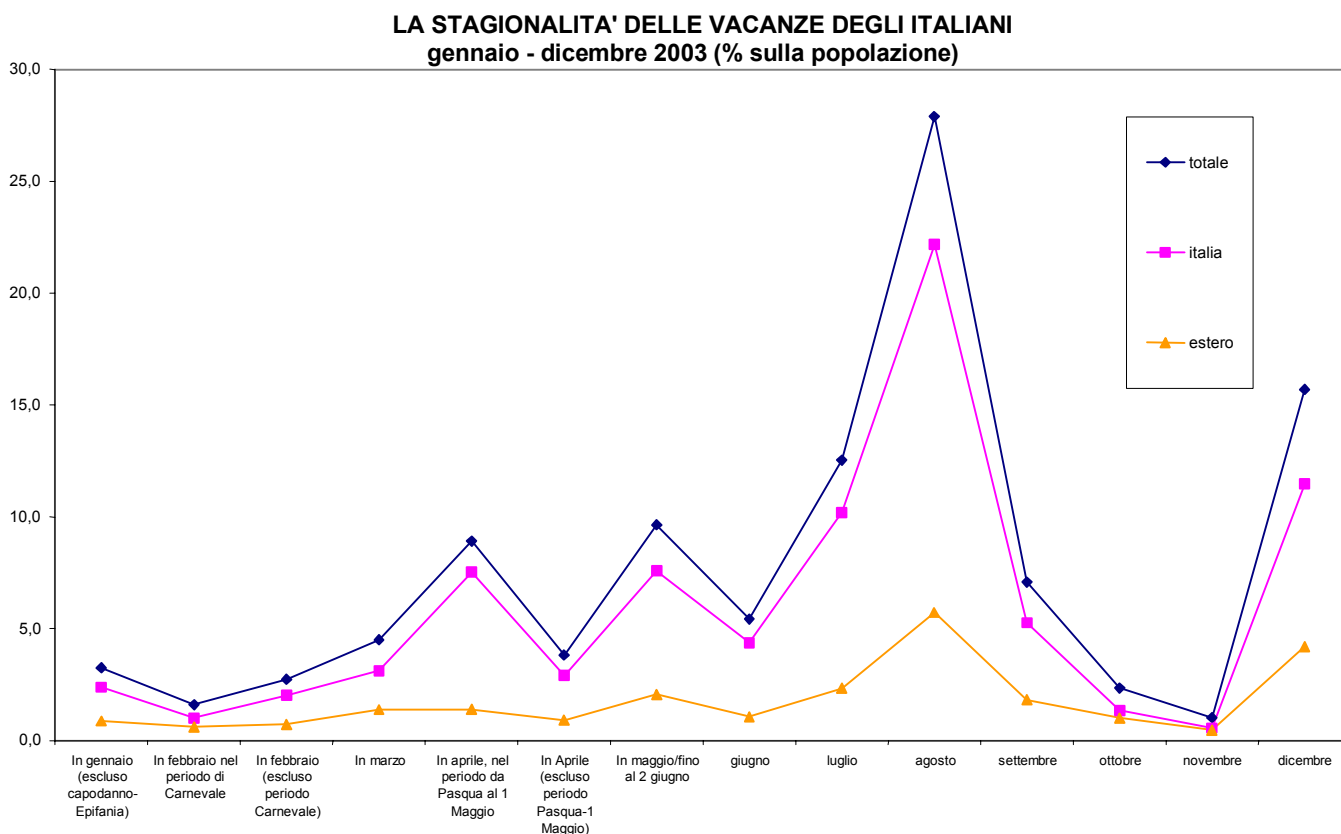
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat/Unioncamere, gennaio 2004

In particolare, la tendenza alla pluralità dei soggiorni (oltre 4 periodi) si esprime maggiormente tra quelli con destinazioni nazionali svoltisi nei primi cinque mesi dell'anno mentre nell'ultimo semestre si evince la maggiore numerosità della modalità 2 vacanze (quella estiva + quella natalizia). Per quanto riguarda le destinazioni estere, nel semestre estivo gli italiani hanno effettuato in numero maggiore vacanze lunghe, ma si segnala che oltre 70.000 hanno effettuato fino a 4 vacanze brevi all'estero. Nel primo semestre del 2003 i grandi viaggiatori italiani sono stati circa 40.000 che hanno addirittura fatto da 5 a 9 viaggi di un certo impegno all'estero.

### 3.2 La vacanza principale: modalità e destinazioni

Per vacanza principale si intende quella di più lungo soggiorno, relativamente al periodo considerato, dei vacanzieri rilevati <sup>(4)</sup>.

Nel 2003 la vacanza principale degli italiani evidenzia molti picchi di vacanza, specialmente verso le mete italiane.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat/Unioncamere, gennaio 2004

<sup>4)</sup> pertanto, nel caso della vacanza principale, la numerosità delle vacanze e dei vacanzieri corrisponde.

Infatti, è solo il 28% della popolazione ad aver effettuato la vacanza più lunga nel mese di agosto, mentre per il 15,7% si è svolta nel mese di dicembre, per il 12,5% nel mese di luglio e per il 9,6% a maggio.

Questo andamento stagionale è dovuto prevalentemente alle vacanze in Italia, ma anche quelle “à l'étranger” seguono lo stesso trend ma senza picchi notevoli se non quello del mese di agosto.

Se nei primi mesi la vacanza più lunga (da 5 a 9 notti) è quella all'estero, mentre le vacanze brevi si svolgono numerose in Italia, da giugno in poi in Italia il 49,7% delle vacanze supera le 10 notti.

Con una media di 13,9 notti, la vacanza principale della stagione da giugno a dicembre (5,2 notti quella da gennaio a maggio), la vacanza estiva si conferma come quella di soggiorno più prolungato.

**Durata dei soggiorni (n. medio di notti)**

	in Italia	all'estero	Totale vacanze
gennaio - maggio 2003	4,4	8,0	5,2
giugno - dicembre 2003	14,6	11,2	13,9

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Le destinazioni della vacanza principale sono tutte italiane, specialmente nell'ultimo semestre (78,2%).

**Destinazione della vacanza principale**

	in Italia	all'estero	Totale vacanze
gennaio - maggio 2003	13.125.000	3.922.000	17.047.000
giugno - dicembre 2003	23.075.000	6.422.000	29.497.000
	%		
gennaio - maggio 2003	77,0	23,0	100,0
giugno - dicembre 2003	78,1	21,8	100,0

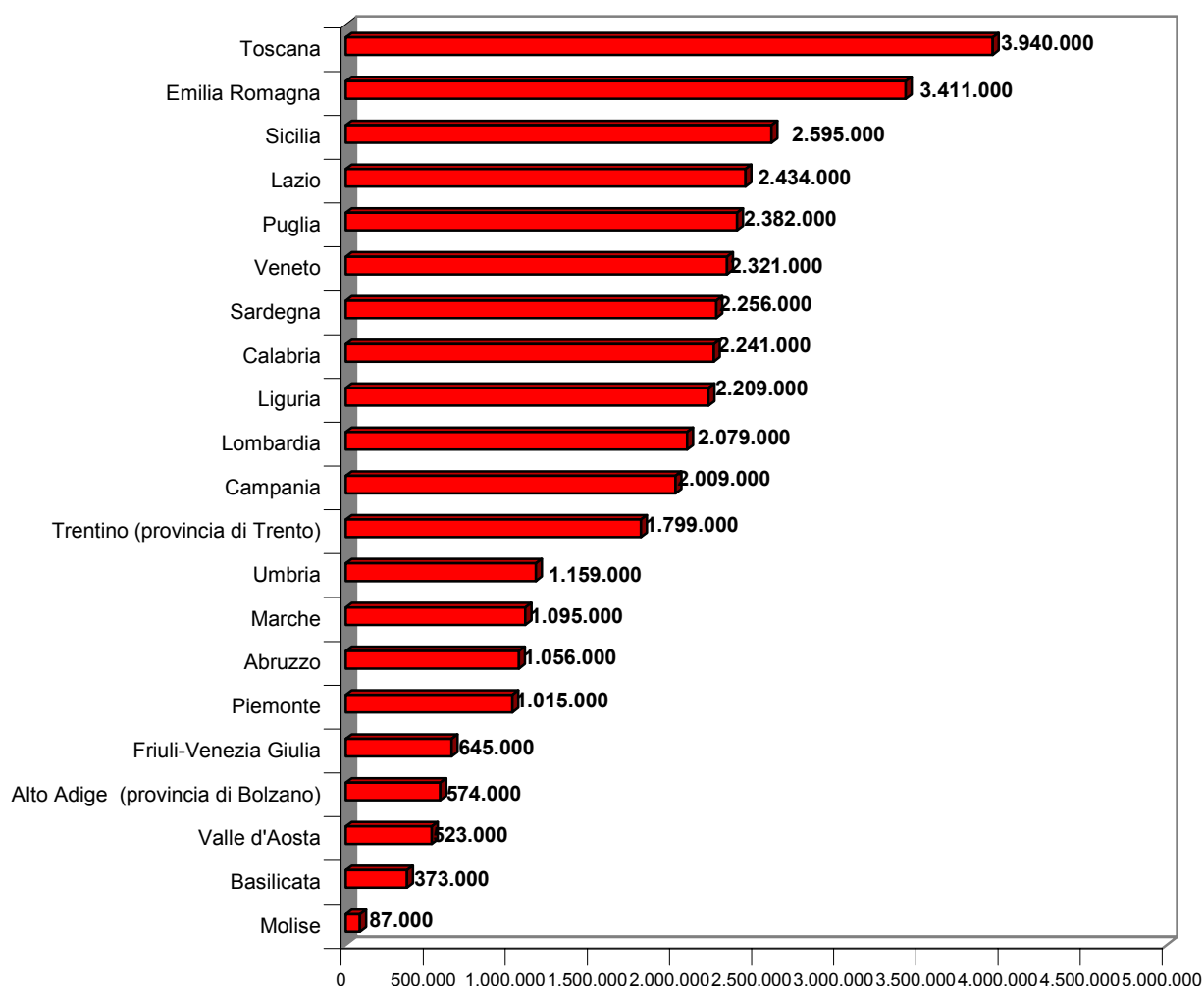
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Le destinazioni europee costituiscono nel 2003 circa il 17% delle vacanze degli italiani, seguite da quelle africane (2,7% delle vacanze di gennaio/maggio e 2,9% da giugno in poi), da quelle americane (rispettivamente 2,3% e 1,7%), e in coda le asiatiche e le oceaniche.

Se nel periodo compreso tra gennaio e maggio 2003 le top destination italiane erano nell'ordine la Toscana, il Lazio e l'Emilia Romagna, nella stagione tra giugno e dicembre il rating tiene in testa la Toscana seguita dall'Emilia Romagna e dalla Sicilia, scalzando il Lazio al 12° posto.

E sono proprio queste tre regioni quelle che in tutto il 2003 hanno raccolto il maggior numero di vacanze degli italiani (la Toscana 3,9 milioni, l'Emilia Romagna 3,4 milioni, la Sicilia 2,6 milioni), seguite dal Lazio, dalla Puglia e dal Veneto.

**La destinazione della vacanza principale  
(totale vacanze in Italia gennaio-dicembre 2003)**

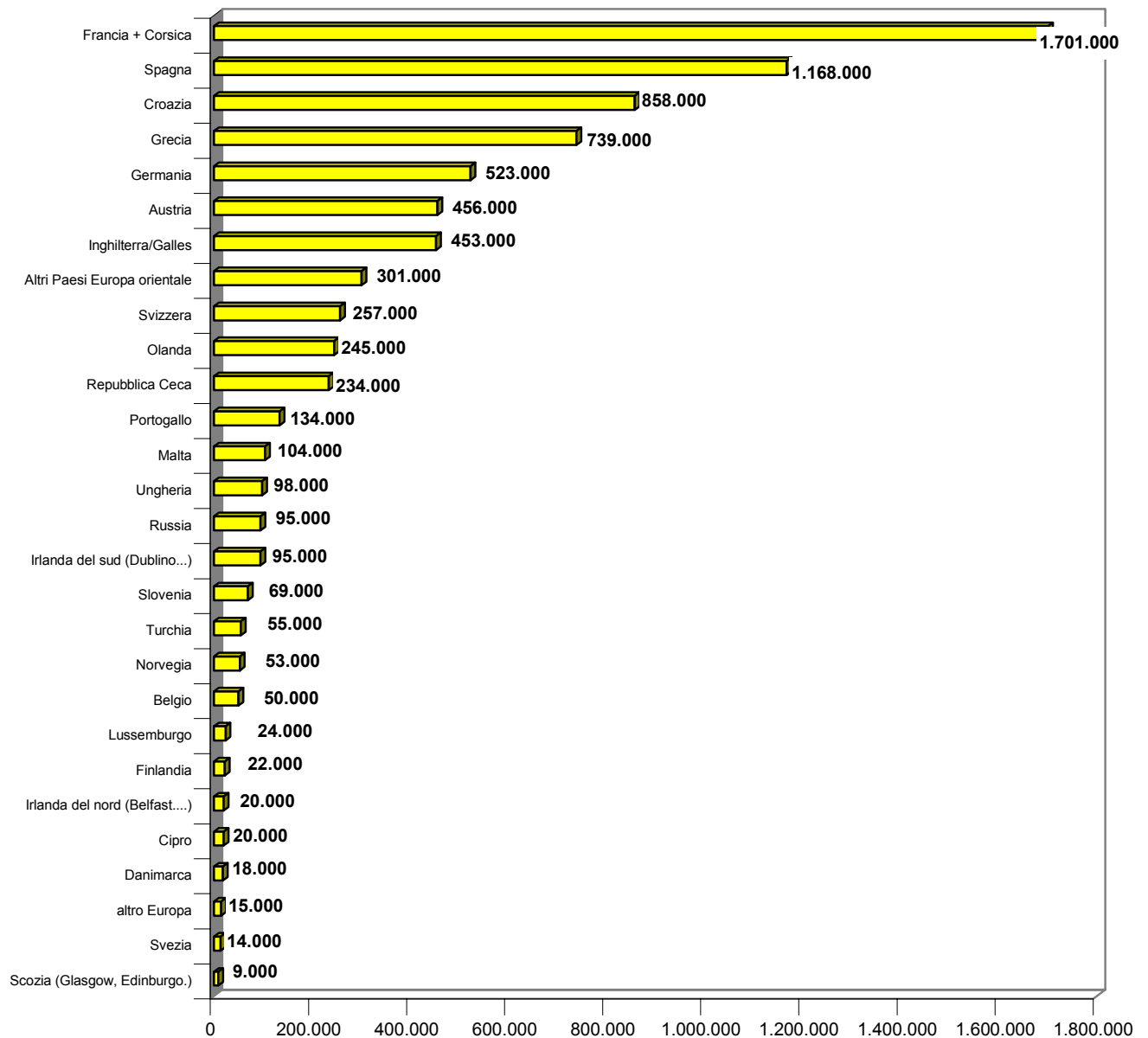


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004



Sono Francia, Spagna e Croazia le mete europee preferite dalle vacanze italiane che nel 2003 hanno raccolto 1,7 milioni di vacanze la Francia, 1,2 milioni la Spagna e 858 mila la Croazia.

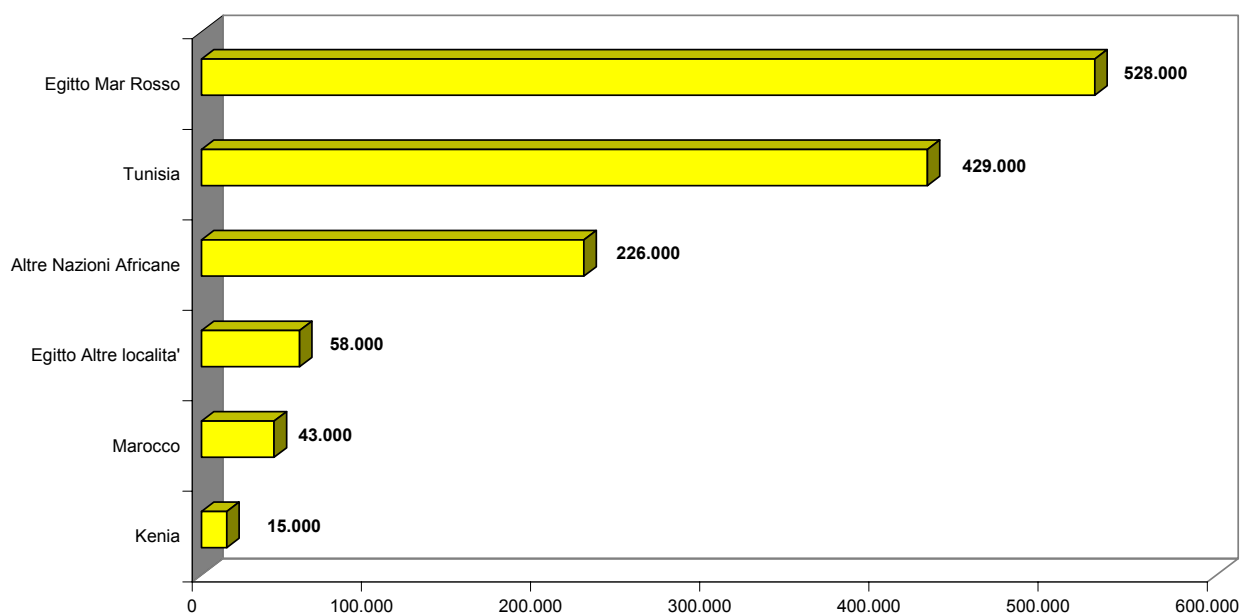
**LE DESTINAZIONI EUROPEE**  
(totale vacanze gennaio-dicembre 2003)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat/Unioncamere, gennaio 2004

Le mete africane più “gettonate” dell’anno sono quelle del Mar Rosso (Egitto) e la Tunisia che individualmente raccolgono quasi la metà dei flussi, il Mar Rosso nella stagione tra gennaio e maggio e la Tunisia maggiormente tra giugno e dicembre.

**LE DESTINAZIONI AFRICANE**  
(totale vacanze gennaio-dicembre 2003)



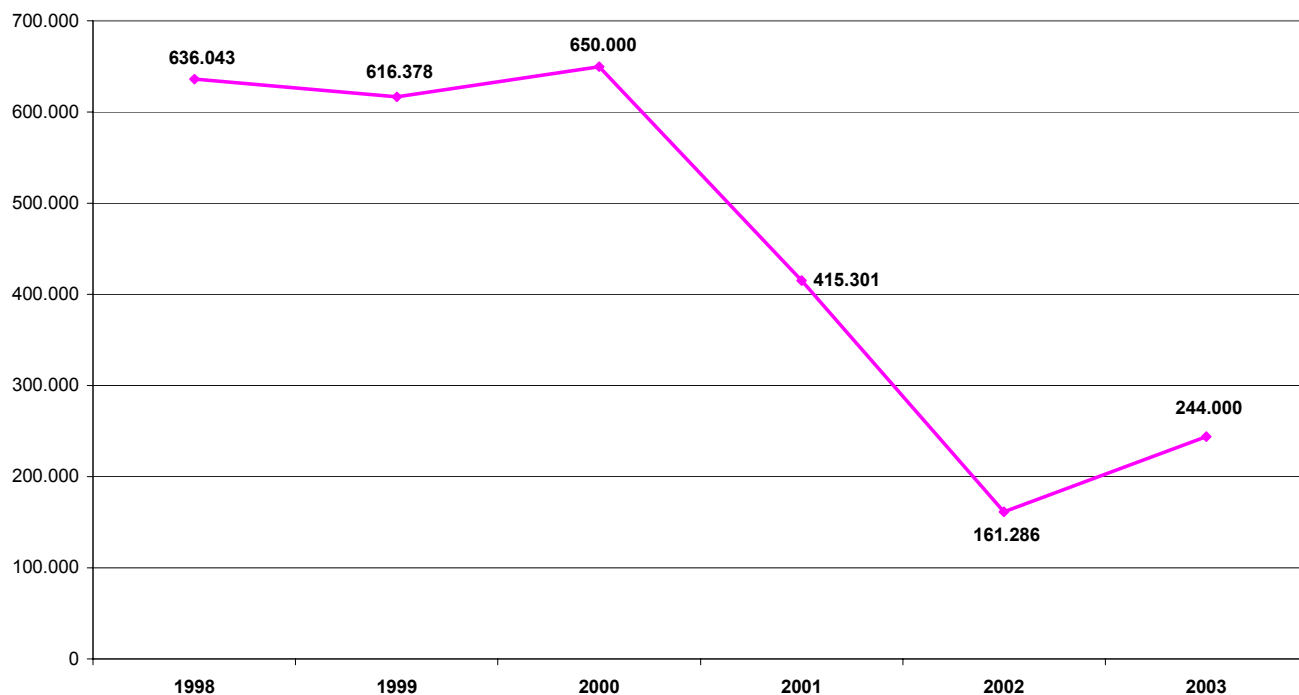
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Nei sogni degli italiani la vacanza in America continua ad essere una delle mete di lungo raggio più desiderata.

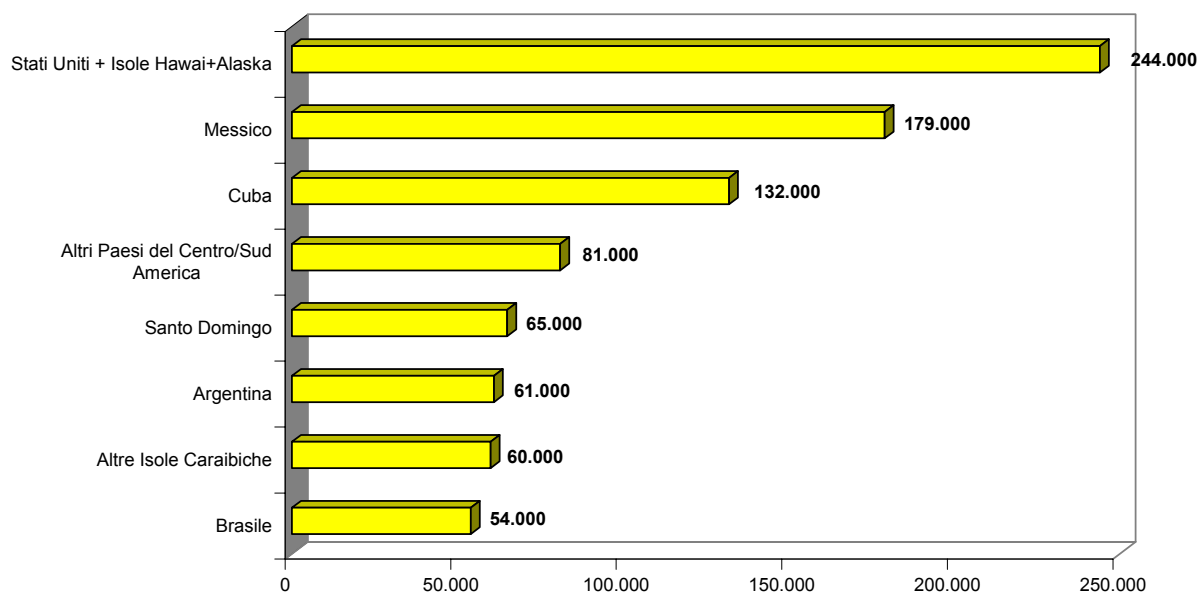
La voglia di States, crollata dopo i tragici eventi terroristici del settembre 2001, recupera nel 2003 mostrando una crescita del 51,3% rispetto al 2002.

Certo si tratta ancora di un segnale e non di un recupero completo perché, nonostante il buon potere di acquisto dell’euro sul mercato americano, la persistente minaccia terroristica non permette ancora agli italiani di ritrovare la fiducia necessaria per recarsi negli Stati Uniti, dirottando le proprie scelte verso le altre destinazioni nel continente, il Messico e l’isola di Cuba.

**Le vacanze degli italiani negli States**  
(n. vacanzieri - serie storica 1998-2003)



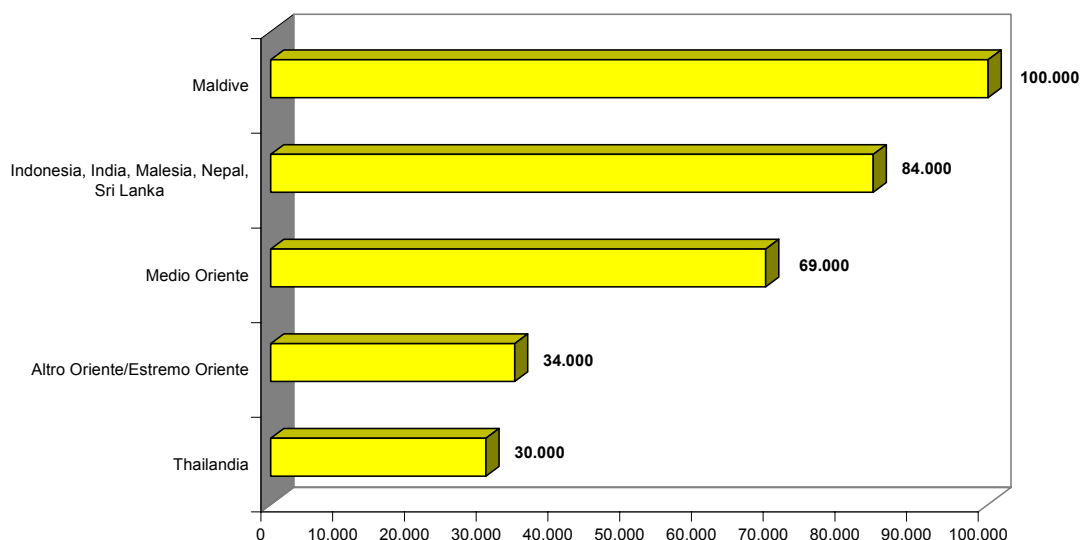
**LE DESTINAZIONI AMERICANE**  
(totale vacanze gennaio-dicembre 2003)



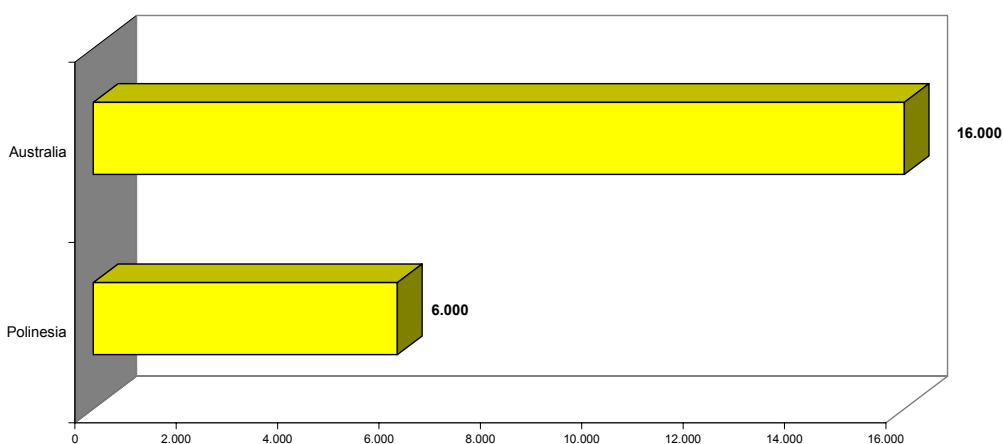
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat/Unioncamere, gennaio 2004

Alla ricerca di sempre nuove destinazioni per la vacanza, gli italiani che in inverno scoprono sempre più numerosi le Maldive, nel resto dell'anno visitano le mete del Medio Oriente (Israele, Giordania, ecc.). Interessante la quota di vacanze in Indonesia, India, Nepal che nel 2003 risultano al 2° posto tra le destinazioni asiatiche. Tra le destinazioni "long haul" quelle oceaniche, mete maggiormente raggiunte nei mesi invernali da gennaio ad aprile, vedono l'Australia e la Polinesia come mete preferite di soggiorno.

**LE DESTINAZIONI ASIATICHE**  
(totale vacanze gennaio-dicembre 2003)



**LE DESTINAZIONI OCEANICHE**  
(totale vacanze gennaio-dicembre 2003)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

La “classifica” complessiva delle destinazioni 2003 vede una Top 10 tutta italiana: Toscana, Emilia Romagna, Sicilia guidano la graduatoria delle destinazioni di vacanza.

Al 13° ed al 14° posto le europee Francia e Spagna, che raccolgono più vacanzieri italiani di altre regioni italiane. Chiudono la classifica delle Top 20 la Croazia e la Grecia.

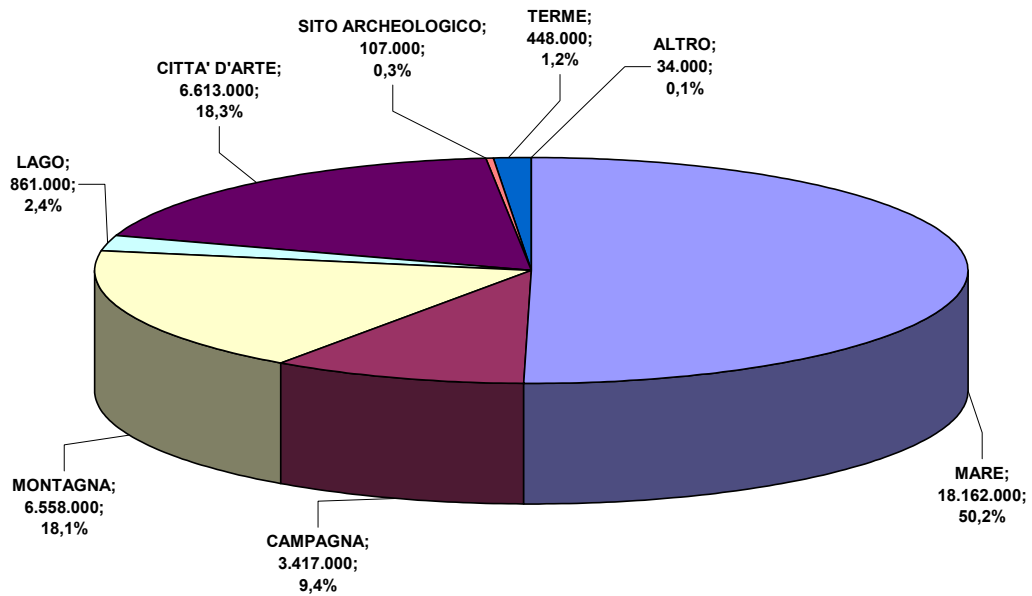
### I TOP 20 DELLA VACANZA PRINCIPALE DEGLI ITALIANI

TOP 20	Destinazioni nazionali e internazionali dei vacanzieri italiani	% sul totale vacanze 2003	vacanze 2003
1	Toscana	8,5	3.940.000
2	Emilia Romagna	7,3	3.411.000
3	Sicilia	5,6	2.595.000
4	Lazio	5,2	2.434.000
5	Puglia	5,1	2.382.000
6	Veneto	5,0	2.321.000
7	Sardegna	4,8	2.256.000
8	Calabria	4,8	2.241.000
9	Liguria	4,7	2.209.000
10	Lombardia	4,5	2.079.000
11	Campania	4,3	2.009.000
12	Trentino (provincia di Trento)	3,9	1.799.000
<b>13</b>	<b>Francia + Corsica</b>	<b>3,7</b>	<b>1.701.000</b>
<b>14</b>	<b>Spagna</b>	<b>2,5</b>	<b>1.168.000</b>
15	Umbria	2,5	1.159.000
16	Marche	2,4	1.095.000
17	Abruzzo	2,3	1.056.000
18	Piemonte	2,2	1.015.000
<b>19</b>	<b>Croazia</b>	<b>1,8</b>	<b>858.000</b>
<b>20</b>	<b>Grecia</b>	<b>1,6</b>	<b>739.000</b>

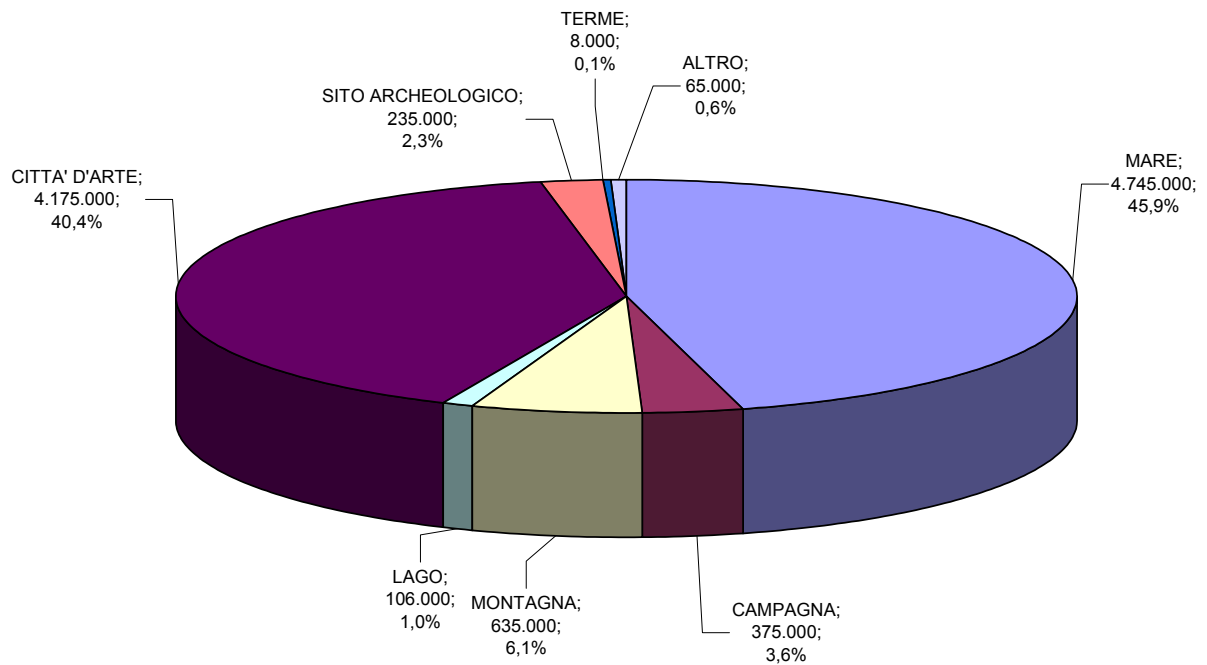
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Nel confronto di prodotto tra le destinazioni nazionali ed estere, il mare detiene la quota più elevata (circa la metà) mentre il turismo culturale all'estero costituisce il 40,4% contro il 18,3% in Italia.

**I PRODOTTI TURISTICI DELLE VACANZE IN ITALIA ...**  
 (totale vacanze gennaio-dicembre 2003)



**... E I PRODOTTI TURISTICI DELLE VACANZE ALL'ESTERO**  
 (totale vacanze gennaio-dicembre 2003)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

### 3.3 La spesa per la vacanza

Nonostante la numerosità delle vacanze nel 2003 sia inferiore a quella del 2002, in termini di spesa turistica gli italiani hanno speso di più in questo ultimo anno. Infatti, contro i 35 miliardi di euro del 2002, la spesa turistica del 2003 si attesta quasi a 56 miliardi di euro (108 mila miliardi di vecchie lire).

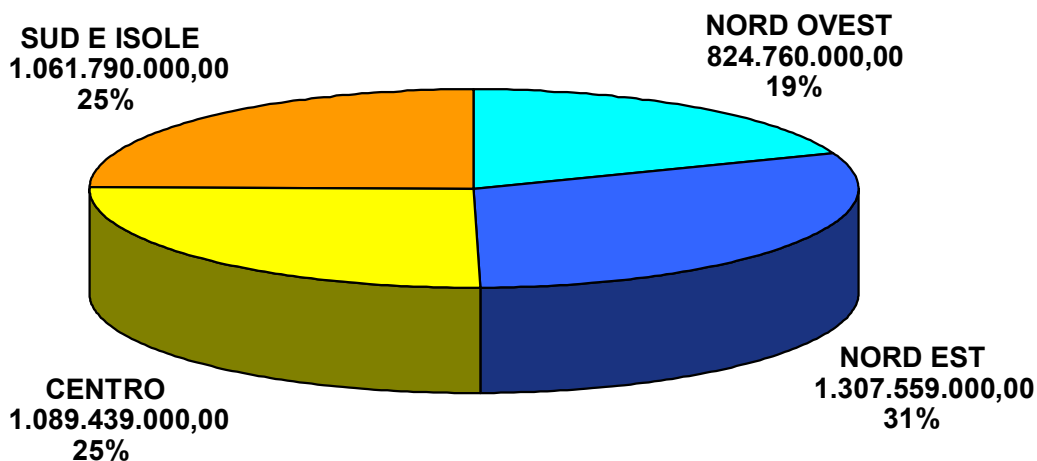
Di questi la spesa per la vacanza principale circa 30 miliardi di euro costituisce il 53,3% e supera quella del 2002 pari a 24 miliardi. Una spesa più alta dunque dove non si può ignorare una certa influenza del rialzo generale dei prezzi di quest'anno.

	La spesa per turismo nel 2003		
	Totale	in Italia	all'estero
SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE 2003	29.719.737.000	19.319.316.000	10.400.421.000
<i>gennaio - maggio 2003</i>	7.750.602.000	4.283.548.000	3.467.054.000
<i>giugno - dicembre 2003</i>	21.969.135.000	15.035.768.000	6.933.367.000
SPESA PER LE ALTRE VACANZE 2003	26.006.422.300	15.921.618.300	10.084.804.000
<i>gennaio - maggio 2003</i>	5.565.792.100	3.306.039.300	2.259.752.800
<i>giugno - dicembre 2003</i>	20.440.630.200	12.615.579.000	7.825.051.200
<b>SPESA TURISTICA TOTALE 2003</b>	<b>55.726.159.300</b>	<b>35.240.934.300</b>	<b>20.485.225.000</b>
<i>gennaio - maggio 2003</i>	13.316.394.100	7.589.587.300	5.726.806.800
<i>giugno - dicembre 2003</i>	42.409.765.200	27.651.347.000	14.758.418.200

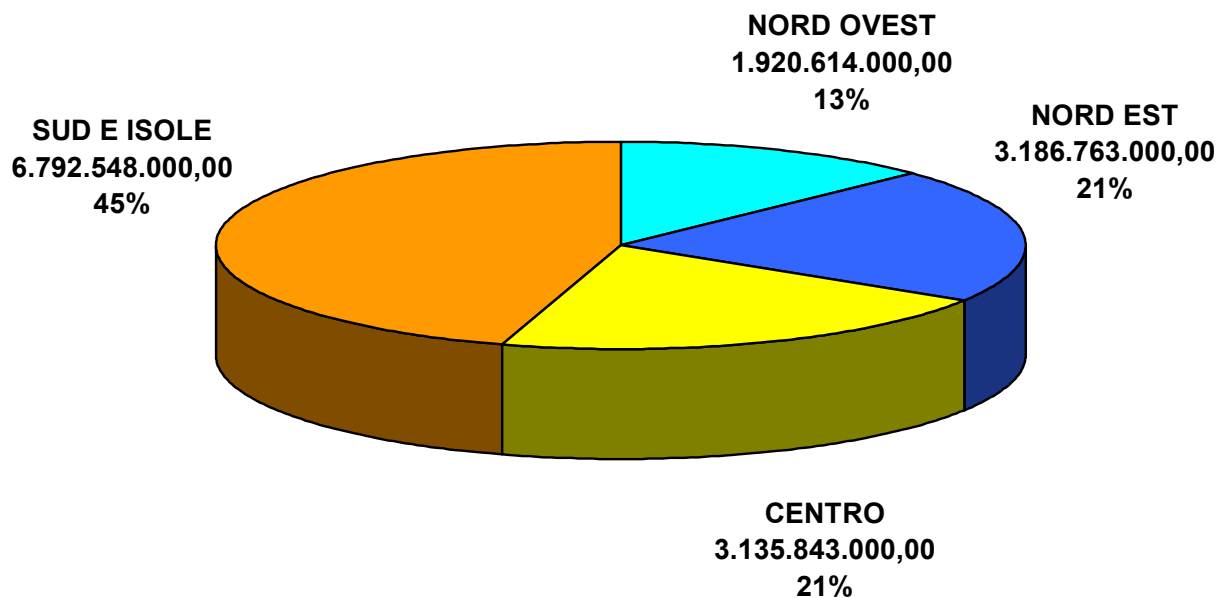
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Il 63,2% della spesa turistica degli italiani è entrato nelle destinazioni italiane. Per la sola vacanza principale il sud e le isole hanno ricavato 7,8 miliardi di euro (40,6%), il nord-est 4,5 miliardi (23,3%), il centro 4,2 miliardi (21,9%) e infine il nord ovest 2,7 miliardi di euro (14,2%).

**LA SPESA TURISTICA PER AREA GEOGRAFICA DI DESTINAZIONE  
DELLA VACANZA PRINCIPALE IN ITALIA  
(gennaio-maggio 2003)**



**LA SPEA TURISTICA PER AREA GEOGRAFICA DI DESTINAZIONE  
DELLA VACANZA PRINCIPALE IN ITALIA  
(giugno-dicembre 2003)**

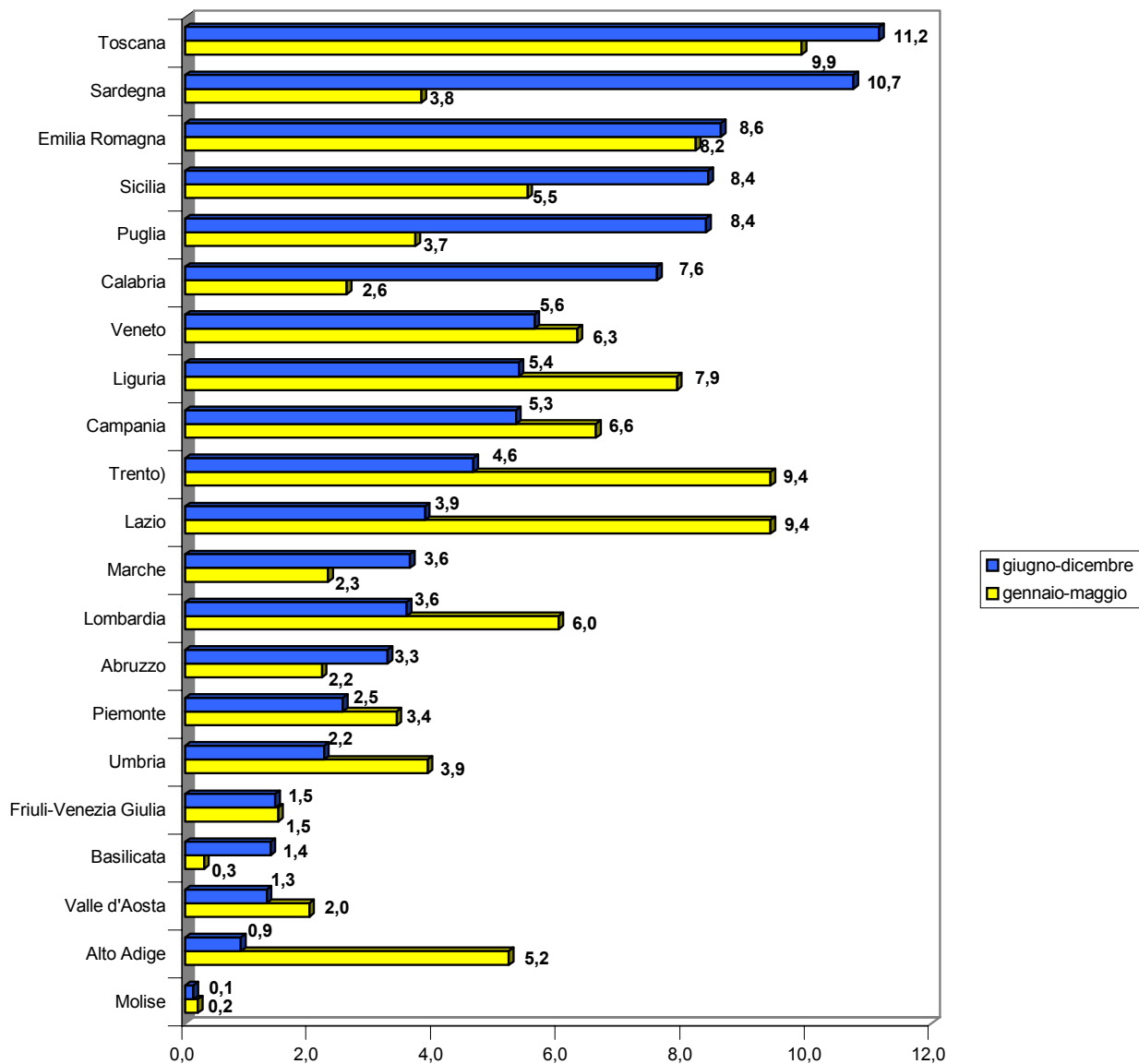


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat/Unioncamere, gennaio 2004



A catturare la maggiore quota di spesa turistica per la vacanza principale sono state nel 2003 la Toscana, l'Emilia Romagna, la Sardegna, il Trentino, la Sicilia, il Lazio e la Liguria.

**LA SPESA TURISTICA PER REGIONE DI DESTINAZIONE DELLA VACANZA PRINCIPALE**  
(% sul totale del periodo)

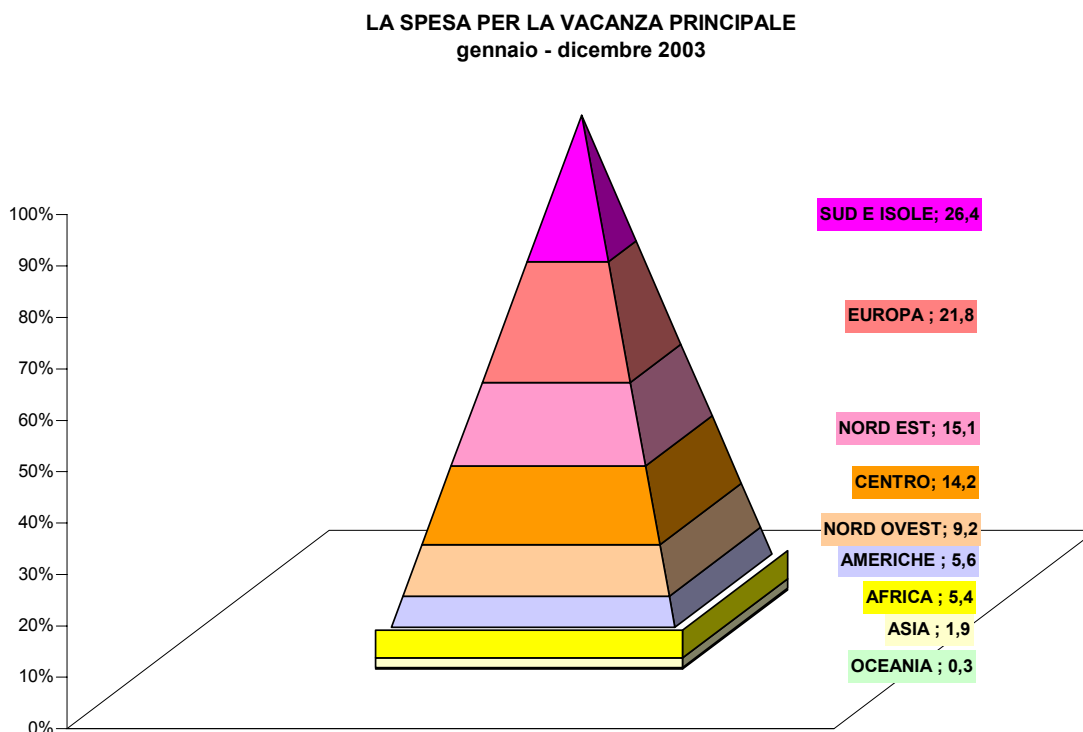


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat/Unioncamere, gennaio 2004

## La spesa per la vacanza principale all'estero vede nel 2003

- quasi 6,5 miliardi di euro spesi nelle località turistiche europee (5,5 miliardi nel 2002),
- circa 1,7 miliardi nelle mete americane (1,4 nel 2002),
- 1,6 miliardi in quelle africane (1,2 nel 2002),
- a distanza, le destinazioni asiatiche che guadagnano circa 560 milioni di euro dalle vacanze principali degli italiani (476 milioni di euro nel 2002),
- e infine quelle oceaniche con circa 76 milioni di euro.

A fronte di un crollo della spesa turistica degli italiani nelle destinazioni turistiche oceaniche (che nel 2002 avevano guadagnato dal nostro turismo ben 328 milioni di euro), il complessivo aumento della spesa turistica all'estero mostra come la vacanza principale dei turisti italiani all'estero ha smesso di subire le conseguenze delle incertezze internazionali e ci si sta avviando verso una ripresa nello scambio turistico dei flussi.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

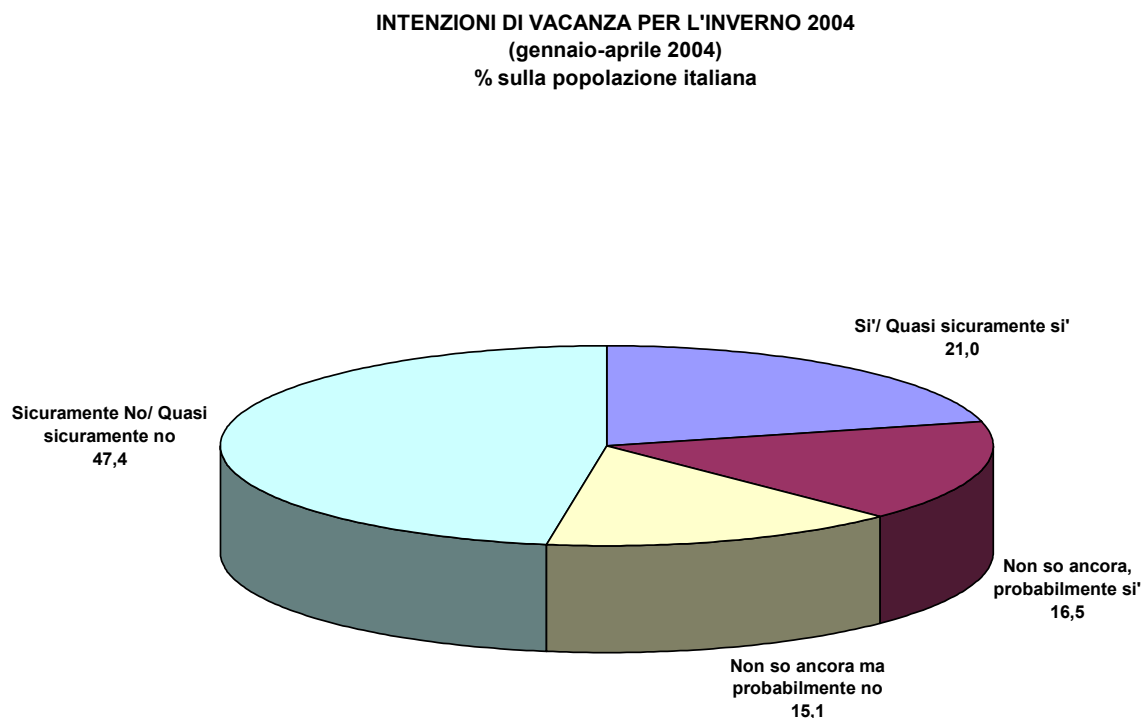
Pertanto, in una valutazione complessiva delle destinazioni di spesa, la graduatoria del 2003 mostra

- il sud e le isole in testa con il 26,4% della spesa
- l'Europa con il 21,8%
- le altre destinazioni italiane (nord est 15,1%; centro 14,2%; nord ovest 9,2%)
- le località delle Americhe (5,6%)
- le mete Africane (5,4%)
- in coda le destinazioni Asiatiche (1,9%) e oceaniche (0,3%).

### 3.4 Le previsioni di vacanza per l'inverno 2004

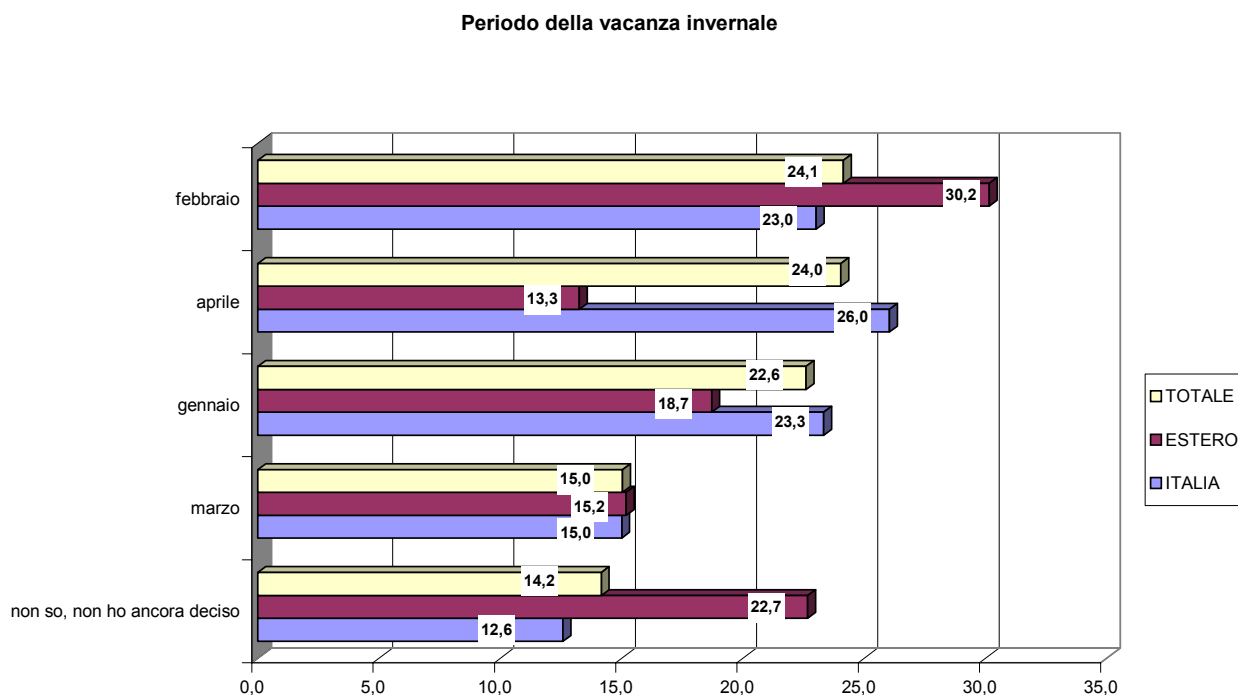
Il 37,5% della popolazione italiana intende effettuare almeno un periodo di vacanza tra gennaio ed aprile 2004; di questi, il 21% ne è praticamente certo.

Rispetto allo stesso periodo del 2003 quando il 24,8% della popolazione è stato in vacanza, le previsioni per il 2004 lasciano sperare in una conferma, ed al meglio in un incremento del numero delle vacanze invernali.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Il mese previsto per la vacanza è prevalentemente quello di febbraio (24,1%), il classico per le settimane bianche dello sci, e quello di aprile (24%) per le vacanze di Pasqua.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Le vacanze invernali si svolgeranno in Italia nel 56,5% dei casi, all'estero nel 30,3%, ma esiste un 13,2% di vacanzieri intenzionati che non ha ancora deciso la meta del futuro soggiorno.

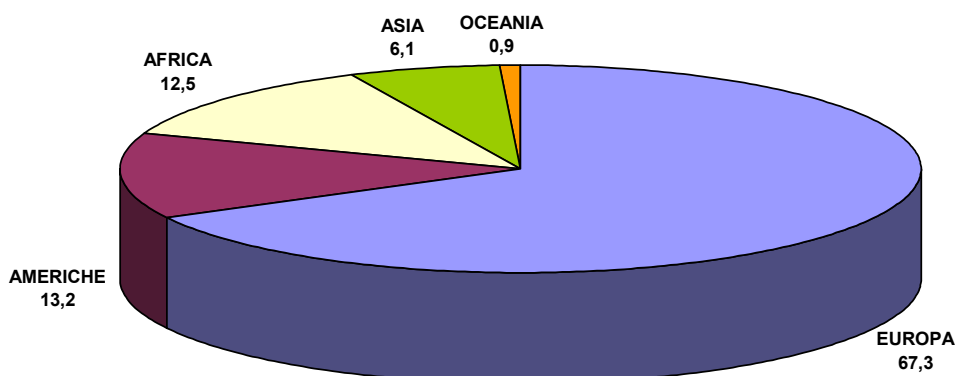


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Le mete estere della vacanza invernale del 2004 saranno specialmente quelle europee (67,3%), mentre quelle extracontinentali vedono

- il 13,2% dei futuri vacanzieri italiani verso le mete americane,
- il 12,5% verso le destinazioni africane,
- il 6,1% diretto nelle località asiatiche
- ed, infine, lo 0,9% nelle mete oceaniche.

#### LE DESTINAZIONI ESTERE DELLE VACANZE INVERNALI



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnart/Unioncamere, gennaio 2004

Anche per il 2004, sarà la Francia (12,7%) la meta straniera per eccellenza delle vacanze invernali degli italiani, seguita dalle europee: dall'Inghilterra (8,4%), dalla Spagna (7,6%) e dall'Austria (7,3%).

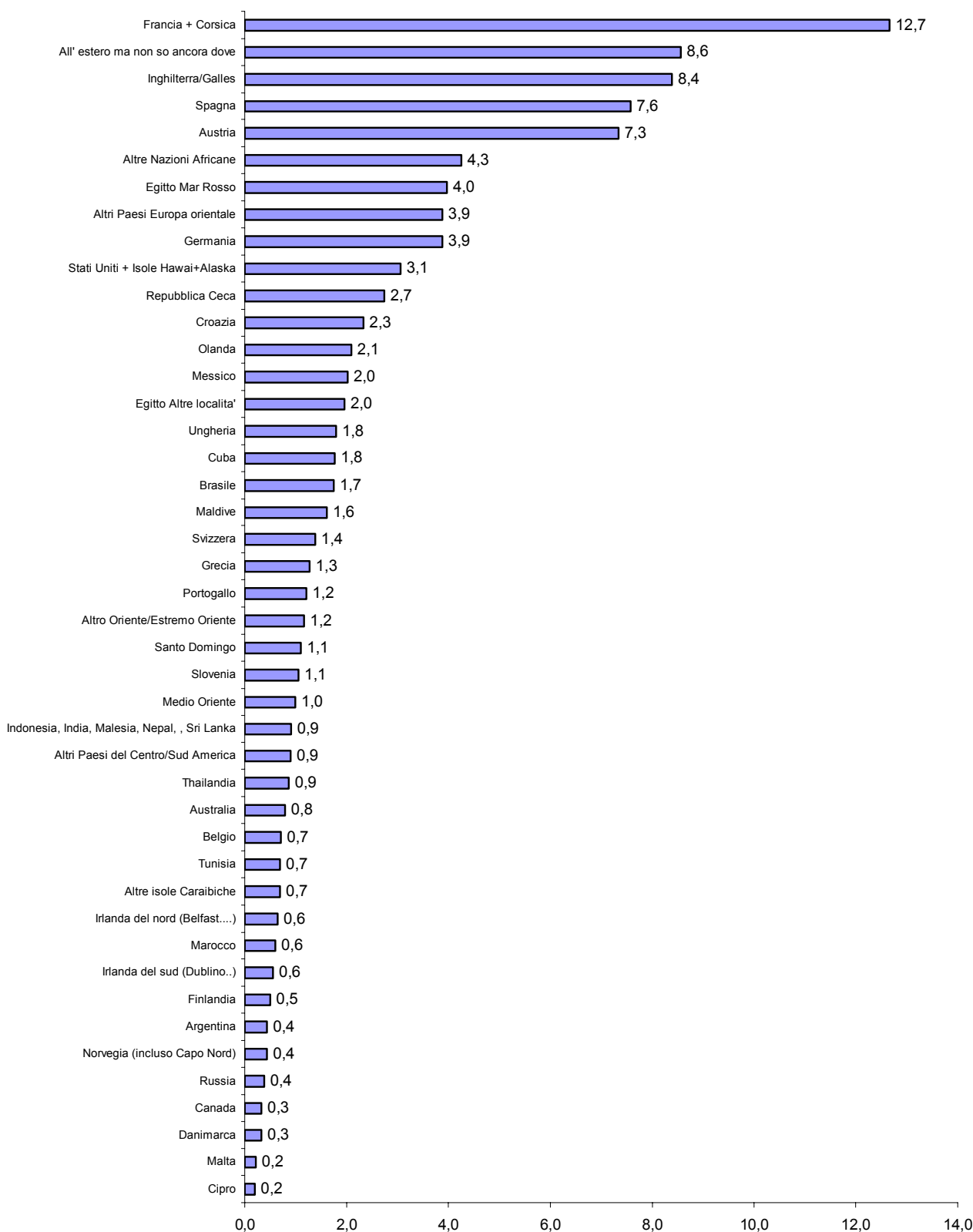
Il desiderio di esotico insinua il mal d'Africa: non solo Mar Rosso (4%) ma anche altre destinazioni africane (4,3%).

Verso le Americhe, il 3,1% prevede una vacanza negli States, il 2% partirà per il Messico, l'1,8% cercherà il caldo dell'isola di Cuba, e l'1,7% le dolci note brasiliane.

A lungo raggio, le vacanze in Asia cercheranno i mari trasparenti delle isole Maldive (1,6%).

## LE DESTINAZIONI ESTERE DELLA VACANZA INVERNALE

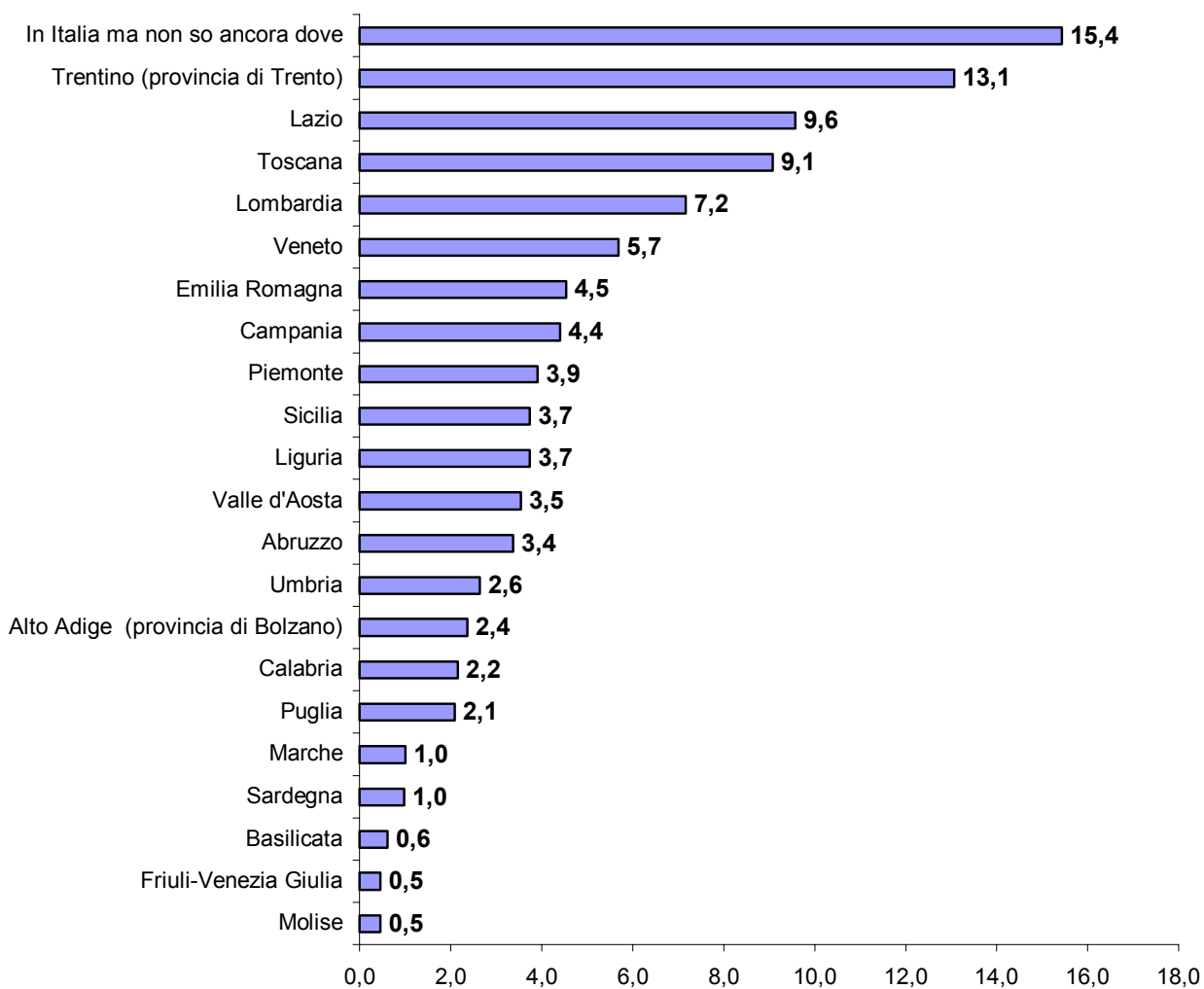
(% sul totale intenzionati “sicuramente si/probabilmente si” – ESTERO)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat/Unioncamere, gennaio 2004

In Italia, le vacanze invernali vedranno riempire le località sciistiche del Trentino (13,1%), le città d'arte e le campagne del Lazio (9,6%) e della Toscana (9,1%). A seguire, le località turistiche della Lombardia (7,2%) e del Veneto (5,7%).

**LE DESTINAZIONI ITALIANE DELLA VACANZA INVERNALE**  
 (% sul totale degli intenzionati sicuramente sì/probabilmente sì - ITALIA)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo – Isnat/Unioncamere, gennaio 2004

## **4. I DATI DI SCENARIO DEL 2003**

### **4.1 Quante sono le imprese del turismo**

Si è voluto quantificare l'offerta turistica considerando sia le imprese primarie che quelle complementari, tra cui si intendono quelle di trasporto e mobilità sul territorio, di organizzazione della vacanza, di servizi congressuali, di stabilimenti balneari e termali, di intrattenimento, di sport e non ultimi quelle legate all'offerta culturale.

Sono allora 384.615 le imprese italiane del turismo di cui 241.130 quelle primarie, ma ben il 37,3% (pari a 143.485 imprese attive) è costituito dalle imprese complementari (<sup>5</sup>).

### **4.2 Quanti sono gli occupati del turismo**

Le imprese turistiche occupano 1 milione 157 mila unità di lavoro, di queste quasi la metà concentrate in 4 regioni: il 17,6% in Lombardia, il 10,2% in Veneto, il 9,9% in Emilia Romagna e l'8,4% nel Lazio.

A creare nuova occupazione nel 2003 oltre alle imprese di queste regioni, anche quelle localizzate nel mezzogiorno mostrano una quota di nuovi occupati interessante, pari cioè al 28,7% del totale nuovi occupati nel turismo.

### **4.3 La formazione universitaria**

Appare infine interessante come negli ultimi anni il settore del turismo sia entrato a pieno titolo anche nelle facoltà universitarie, in misura maggiore proprio laddove il turismo ha acquisito un peso economico rilevante.

Infatti, in testa alla graduatoria dei corsi di laurea e di specializzazione nel turismo presenti in Italia prevalgono le regioni Lombardia, Lazio, Trentino A.A., Emilia Romagna, Toscana e Campania

---

<sup>5</sup> ) Fonte: Elaborazioni Isnart su dati InfoCamere 2003; si tratta di imprese iscritte alle Camere di Commercio come imprese attive e non di unità locali



Cresce l'attenzione al settore anche nelle regioni del mezzogiorno, in particolare in Sicilia ed in Abruzzo.

#### **4.4 Il sommerso**

Il fenomeno del turismo in Italia presenta una parte consistente di turismo legato all'utilizzo per vacanza delle seconde case (33,5%).

Questo fenomeno, che sfugge alle rilevazioni statistiche ufficiali, genera quella quota di turismo cosiddetto sommerso che, in alcune regioni, supera la metà dei flussi turistici italiani come in Lombardia e in Piemonte, e che anche nelle regioni del Mezzogiorno mostra quote rilevanti dal 40% al 50%.

Si tratta di un fenomeno che interessa invece solo marginalmente la Valle d'Aosta, il Trentino A.A., il Veneto e l'Umbria.

#### **4.5 Turismo e commercio**

E' interessante, infine, mettere in luce anche l'influenza del turismo nell'andamento delle vendite del commercio.

Infatti, le piccole imprese commerciali situate nei comuni turistici hanno avuto nei primi mesi del 2003 una maggiore stabilità nelle vendite rispetto al complesso degli esercizi commerciali italiani.

In particolare, nel primo trimestre 2003 in cui si è registrata una forte diminuzione delle vendite (55% degli esercizi commerciali) nei comuni turistici il danno si è limitato al 49%.

Nel secondo trimestre, in cui si è registrata una maggiore stabilità delle vendite rispetto al primo trimestre, nei comuni turistici tale stabilità appare superiore alla media.

## 4.6 L'impatto sociale del turismo

La redditività del turismo si evince anche dall'impatto che ha sul sociale e sulle categorie più deboli.

Il settore turismo è uno dei settori che si caratterizza per una forte presenza di imprenditoria femminile. Infatti, rispetto agli altri comparti economici la presenza di imprese femminili pone il turismo al 6° posto. Inoltre, in termini di cariche sostenute da figure femminili, il turismo mostra una quota di soci (34,5%) e di amministratori (32,3%) donne maggiore alla media nazionale (rispettivamente 25,7% e 30,9%).

Per quanto riguarda l'occupazione di personale proveniente da paesi extracomunitari, il turismo ne occupa ben il 9,2% sul totale dei settori Industria e servizi. Tale quota risulta più elevata nelle imprese del nord-ovest (11,3%) e del centro Italia (10,9%) mentre risulta ancora bassa nel sud e nelle isole (4,6%).