



OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

L'IMPATTO ECONOMICO DEL TURISMO IN ITALIA

dicembre 2006

a cura di



SOMMARIO

PREMESSA.....	3
1. IL TURISMO IN ITALIA.....	5
2. IL TURISMO CULTURALE.....	19
3. IL TURISMO NELLE METE BALNEARI.....	45
4. LA VACANZA TERMALE E BENESSERE.....	57
5. IL TURISMO VERDE E NATURALISTICO.....	69
6. IL TURISMO DEI LAGHI.....	81
7. LA VACANZA IN MONTAGNA.....	93
8. IL TURISMO ENOGASTRONOMICO.....	104
9. IL TURISMO SPORTIVO.....	114
10. IL TURISMO D’AFFARI.....	125
11. IL VALORE DEL TURISMO E L’INDOTTO SUGLI ALTRI SETTORI ECONOMICI.....	134
12. METODOLOGIA.....	154

Premessa

Il presente studio mira ad indagare le dinamiche dei comportamenti turistici, nazionali e internazionali, verso l'Italia e, più nel dettaglio, verso le destinazioni / aree prodotte che rendono l'offerta italiana forte e competitiva.

La scelta della vacanza in Italia non è, infatti, mai generica ma motivata e influenzata dall'offerta specifica dei prodotti turistici dei territori.

L'indagine intende, quindi, costituire il primo studio che a livello nazionale permette di valutare contemporaneamente su tutto il territorio italiano, oltre alle dinamiche comportamentali del turista, anche alcuni fenomeni di rilevanza fondamentale:

- la spesa turistica nazionale e internazionale per prodotto turistico
- il valore economico di ciascun prodotto turistico
- l'indotto sugli altri settori apportato dalla spesa dei turisti sul territorio, cioè la produttività economica di ogni prodotto turistico.

Per fare ciò, si è volutamente scelto di orientare l'indagine prevalentemente alle destinazioni di notorietà internazionale e/o di forte valenza nazionale, o legate a turismo di nicchia, a seconda del prodotto in analisi effettuando le rilevazioni in loco nei periodi forti della stagionalità del prodotto. Pertanto, i territori coinvolti risultano alla fine:

- prodotto culturale: Roma e Firenze come grandi città d'arte, Matera e Siena come centri culturali minori;
- prodotto balneare: Rimini e la costiera Adriatica, Salerno e la Costiera Amalfitana, province di Brindisi, Sassari, Savona (Costa dei Fiori), Macerata;
- prodotto termale: Ischia, Montecatini, Abano Terme, Salsomaggiore;
- prodotto natura: Umbria e Toscana;
- prodotto laghi: lago di Como (Como/Lecco), lago Trasimeno (Umbria);
- prodotto montagna: Trentino Alto Adige, province di Cuneo e Lecco;
- prodotto enogastronomia: tutti i territori considerati (trasversale);
- prodotto sport: tutti i territori considerati (trasversale);
- prodotto affari: Milano.

Questa impostazione, per la significatività del campione di turisti intervistati (8.970 interviste valide), permette di analizzare le informazioni nel loro complesso in termini di impatto economico del turismo italiano inferendo i risultati all'universo dei turisti italiani¹ e individuando i comportamenti turistici e di consumo diretto sui territori da parte dei vacanzieri italiani e stranieri.

Allo stesso tempo, anche il dettaglio per prodotto turistico risulta più che significativo della dimensione reale del fenomeno e permette di identificare quali scelte, motivazioni, attività, consumi vengono realmente effettuati dai turisti nelle destinazioni di prodotto e di valutare non solo il giro d'affari di ogni prodotto turistico italiano ma anche il relativo indotto diretto sugli altri settori.

Pertanto, questo documento presenta i risultati dello studio analizzando in primo luogo il quadro generale rilevato a livello nazionale, per scendere in dettaglio su ciascun prodotto turistico (territoriale o trasversale) nei capitoli successivi.

¹ Si veda Metodologia a pag.154

1. Il turismo in Italia

Uno dei fattori che incide in maniera rilevante sull'economia del turismo italiano è quello relativo alla capacità dell'Italia di attrarre non solo nuovo turismo ma anche di invogliare a ripetere l'esperienza di vacanza.

L'Italia, infatti, non è una meta turistica occasionale ma, per gli europei come per gli extraeuropei, è una destinazione dove si torna più volte.

Oltre la metà dei turisti stranieri che visitano l'Italia (55,8%) erano già stati nelle nostre destinazioni turistiche, in media almeno 5 volte.

Tra gli europei questo dato è di 5,7 visite per turista e la quota di repeaters è del 60,8%.

Anche il 40,8% dei turisti provenienti da paesi extraeuropei ha già visitato l'Italia, in media 2,8 volte.

Si tratta allora di un turismo affezionato al Bel Paese ma soprattutto a specifiche destinazioni di vacanza: tra i repeaters europei il 53,2% torna nella stessa località, tra quelli extraeuropei il 41,7%. Pertanto tra gli stranieri che erano già stati in vacanza in Italia 1 su 2 torna proprio dov'è già stato.

Vacanzieri stranieri cha hanno già visitato l'Italia			
	Europei	Extraeuropei	TOTALE
Si	60,8	40,8	55,8
No	39,2	59,2	44,2
totale stranieri	100,0	100,0	100,0
se si quante volte (media)	5,7	2,8	5,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Repeaters sulla destinazione					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	62,1	53,2	41,7	51,1	59,7
No	37,9	46,8	58,3	48,9	40,3
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
se si quante volte (media)	11,0	5,3	2,3	4,8	9,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

1.1. Perché i turisti scelgono l'Italia

Un ulteriore elemento che contraddistingue l'Italia nella competizione turistica mondiale risiede in due fattori: la presenza di risorse di eccellenza e la possibilità di fare molte e varie attività nei luoghi della vacanza. Questi fattori coincidono con le motivazioni di scelta dei turisti.

Sia per gli italiani che per gli stranieri l'Italia è Bella da vedere, per le sue risorse naturalistiche (dalle varietà delle coste alla montagna), ed è questo il primo motivo che porta i turisti a sceglierla come destinazione della vacanza (53,9% dei vacanzieri). In secondo luogo, poi l'Italia è Ricca di cultura e offre un patrimonio artistico e monumentale inesportabile altrove (30,9%).

Per i turisti italiani la terza ragione di scelta della destinazione è la ricerca di un luogo dove riposarsi, mentre al contrario per gli stranieri è dettata dal desiderio di visitare un luogo mai visto.

Tra le altre motivazioni, il turista straniero in Italia è alla ricerca della soddisfazione degli interessi enogastronomici (6%), del divertimento (5,2%) e dello shopping (5,1%), mentre per il turista italiano incidono le dinamiche legate all'ospitalità di amici e parenti (12%) o al possesso di una seconda abitazione (11,9%).

Le motivazioni sportive incidono per il 7,8% dei turisti (6,2% dei turisti italiani e per l'1,5% di quelli stranieri) e sono legate alla pratica di sci (discesa o fondo) e del nuoto.

La motivazione di lavoro muove il 9,5% dei turisti (6,3% di quelli italiani) legata alla partecipazione a congressi e conferenze o a riunioni d'affari.

Gli strumenti ed i canali della comunicazione che influenzano l'immaginario turistico e quindi la scelta di vacanza sono il passaparola (33,8%) e l'esperienza personale (28,2%).

Internet è ormai il terzo canale di influenza in vetta agli strumenti della comunicazione turistica: il 12,7% dei turisti è influenzato dalle informazioni trovate on-line, il 7% dalle offerte e proposte commerciali, giocando definitivamente il ruolo delle agenzie di viaggi che influenzano nel complesso solo il 9,6% dei vacanzieri.

Motivazione principale della vacanza					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Bellezze naturali del luogo	32,0	16,6	5,2	21,9	53,9
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	15,1	10,4	5,4	15,8	30,9
Posto ideale per riposarsi	19,4	6,8	2,5	9,3	28,7
Il desiderio di vedere un posto mai visto	10,9	8,3	4,0	12,3	23,1
Ho i parenti/amici che mi ospitano	12,0	3,7	0,8	4,6	16,6
Abbiamo la casa in quella località	11,9	1,2	0,2	1,4	13,3
Per i divertimenti che offre	7,5	4,0	1,3	5,2	12,7
Interessi enogastronomici	5,5	4,2	1,9	6,0	11,6
Cure terme	8,5	1,9	0,2	2,1	10,5
Per assistere ad eventi culturali	6,2	2,6	0,9	3,5	9,7
Motivi di lavoro	6,3	2,1	1,1	3,2	9,5
Prezzi convenienti	5,3	2,6	0,8	3,4	8,7
Per la vicinanza	6,6	1,6	0,4	2,0	8,6
Shopping	2,8	3,0	2,1	5,1	7,9
Posto ideale per praticare un particolare sport	6,2	1,4	0,1	1,5	7,8
Per il gusto dell'avventura	3,4	2,1	1,0	3,0	6,5
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	4,4	1,7	0,3	2,0	6,4
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	3,1	1,7	1,1	2,7	5,9
Decisione altrui	3,5	1,6	0,7	2,3	5,8
Posto adatto per bambini piccoli	4,0	1,6	0,2	1,8	5,8
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	2,9	1,2	0,8	2,1	4,9
Destinazione esclusiva	2,0	1,4	1,1	2,5	4,5
Benessere fitness	1,7	1,2	0,1	1,3	3,0
Studio	0,8	0,6	0,4	1,0	1,9
Assistere a eventi sportivi	0,4	0,4	0,1	0,5	0,9

Fonte: rilevazione diretta Isnar, 2006

Motivazione principale lavoro					
<i>% sul totale motivi di lavoro</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Partecipare a congressi, convegni, conferenze, seminari	51,1	66,1	55,4	62,4	54,9
Partecipare a riunioni d'affari o di lavoro	43,7	41,3	44,6	42,5	43,3
Svolgere attività commerciale, tecnica o di rappresentanza	18,7	15,7	15,4	15,6	17,6
Partecipare a fiere, rassegne, esposizioni di beni o servizi	10,4	6,6	16,9	10,2	10,4
Svolgere attività di consulenza, docenza o simili	7,7	2,5	3,1	2,7	6,0
altro motivo di lavoro	9,9	1,7	0,0	8,6	6,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Canali di influenza sulla scelta della vacanza			
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>			
	Italiani	Stranieri	Totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	31,1	39,1	33,8
C'ero già stato/esperienza personale	32,4	19,8	28,2
Informazioni su Internet	9,6	18,8	12,7
Offerte su Internet	5,2	10,8	7,0
Guide turistiche	3,9	10,0	6,0
Consiglio dell'agenzia di viaggi	3,7	7,5	5,0
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	3,0	7,8	4,6
Mostre/Convegni/Fiere	3,9	5,1	4,3
Attrazioni / eventi culturali	3,3	6,2	4,2
Non ho scelto io/hanno deciso altri	3,7	3,4	3,6
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	3,0	4,6	3,5
Film/Documentari	1,6	5,6	2,9
Pubblicità sulla stampa	1,6	5,3	2,9
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	1,6	5,4	2,9
Libri/Testi (non di turismo)	1,2	3,7	2,0
Pubblicità in TV	0,8	2,7	1,4
Attrazioni / eventi musicali	1,0	1,7	1,3
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,2	1,4	1,2
Pubblicità su affissioni	0,5	2,1	1,0
Pubblicità alla radio	0,5	1,4	0,8
Videocassette/ CD / Giochi	0,2	1,5	0,6
Attrazioni / eventi sportivi	0,4	0,7	0,5
Eventi religiosi	0,3	0,6	0,4
altro	6,5	2,2	5,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

1.2. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Un ulteriore elemento di vantaggio è dato dalla facilità di visitazione delle destinazioni turistiche italiane come attestano le modalità di organizzazione dei turisti.

Italia fai da te per gli italiani e gli europei: i primi si affidano alle agenzie ed ai tour operators nel 12,7% dei casi, i secondi nel 32%. I turisti provenienti da Paesi extraeuropei, invece, si affidano all'intermediazione nel 67% dei casi.

Oltre la metà degli italiani che si spostano in modalità organizzata (57%), acquista un "pacchetto tutto compreso", ancor più gli europei (69,9%) e gli extraeuropei (77,9%).

Gli altri si affidano agli intermediari delle vacanze per la ricerca dell'alloggio (34,7% gli italiani, 21,3% gli europei, 14,5% gli extraeuropei), mentre i pochi restanti (8,3%) vi acquistano solo il viaggio.

Cosa comprende il pacchetto: nella metà dei casi solo il viaggio + l'alloggio, oppure viaggio+alloggio+altri servizi (38,8%), insomma un vero e proprio "all inclusive".

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	12,7	32,0	67,0	40,6	22,2
No	87,3	68,0	33,0	59,4	77,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Solo viaggio	8,3	8,8	7,6	8,3	8,3
Solo l'alloggio	34,7	21,3	14,5	18,6	24,7
Un pacchetto tutto compreso	57,0	69,9	77,9	73,2	67,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio+alloggio	40,1	48,5	63,5	55,0	50,2
Viaggio+altri servizi	5,8	5,5	2,6	4,2	4,7
Alloggio + altri servizi	13,0	2,3	0,8	1,7	5,3
Viaggio + alloggio + altri servizi	40,1	42,3	32,7	38,1	38,8
Altro	0,9	1,4	0,5	1,0	1,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Sono i mercati long haul e quelli del nord Europa i maggiori utilizzatori delle agenzie di viaggio e dei Tour Operators per le vacanze in Italia, dal 50% al 100% dei vacanzieri.

Vacanzieri che si sono serviti di T.O/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno per Nazione di provenienza				
	% si servono di ADV	Tipologia di pacchetto		
		Solo il viaggio	Solo l'alloggio	Un pacchetto tutto compreso
Nuova Zelanda	100,0	0,0	20,0	80,0
Colombia	100,0	0,0	0,0	100,0
Peru'	100,0	0,0	0,0	100,0
Camerun	100,0	100,0	0,0	0,0
Venezuela	83,3	0,0	0,0	100,0
Giappone	79,4	3,8	0,0	96,2
Cina	76,3	10,3	0,0	89,7
Brasile	66,7	0,0	0,0	100,0
Usa	65,8	6,3	22,9	70,8
Australia	60,6	15,0	10,0	75,0
Israele	60,0	0,0	100,0	0,0
Svezia	59,5	4,5	9,1	86,4
Ungheria	55,6	0,0	20,0	80,0
Norvegia	55,6	0,0	0,0	100,0
Messico	54,5	0,0	0,0	100,0
Irlanda	54,3	0,0	21,1	78,9
Polonia	53,3	0,0	25,0	75,0
Argentina	52,9	22,2	0,0	77,8
Sud Corea	50,0	0,0	33,3	66,7
Sudafrica	50,0	100,0	0,0	0,0
Egitto	50,0	0,0	0,0	100,0
Rep. Ceca	50,0	0,0	0,0	100,0
Canada	46,9	33,3	0,0	66,7
Grecia	46,2	66,7	16,7	16,7
Regno Unito	42,8	14,0	16,5	
Danimarca	40,7	9,1	18,2	72,7
Belgio	39,6	4,8	23,8	71,4
Spagna	37,7	10,2	6,1	83,7
Russia	37,5	16,7	0,0	83,3
Portogallo	35,7	0,0	0,0	100,0
Germania	28,6	6,6	21,1	72,3
Olanda	27,2	7,3	56,4	36,4
Francia	26,5	6,3	28,1	65,6
Romania	23,1	0,0	0,0	100,0
Finlandia	20,0	0,0	0,0	100,0
Croazia	20,0	100,0	0,0	0,0
Svizzera	18,2	0,0	16,7	83,3
Austria	17,0	5,9	29,4	64,7
India	16,7	100,0	0,0	0,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

La vacanza in Italia si fa in coppia, sia per gli italiani (29,7%) che per gli stranieri (35,1%), ma il nostro paese è anche una destinazione adatta anche per la famiglia (22,4%).

Il dato più sorprendente, però, è quello relativo alle vacanze in solitaria: il 19,6% degli italiani ed il 17,9% degli stranieri visita l'Italia da solo.

Se per gli italiani la vacanza è principalmente on the road (63,6%) per gli stranieri è fly&drive (39,5% aereo, 23% automobile).

Il gruppo di vacanza (persone con le quali si condividono le spese)			
	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	19,6	17,9	19,1
In coppia	29,7	35,1	31,6
Con più componenti della famiglia	23,5	20,4	22,4
In gruppo con amici e familiari	6,8	5,7	6,4
In gruppo con amici	16,7	17,9	17,1
Con colleghi di lavoro	2,3	1,2	1,9
Altro	1,3	1,8	1,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati					
% sul totale risposte	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
automobile privata	63,6	31,5	3,7	23,0	46,4
aereo	8,1	32,4	55,7	39,5	21,4
treno	12,6	11,3	9,3	10,7	11,8
pullman per tour organizzato	3,1	9,1	10,1	9,4	5,8
pullman di linea	3,1	5,8	11,3	7,5	5,0
traghetto/nave	5,6	4,0	3,1	3,7	4,8
barca a vela	0,9	0,2	0,2	0,2	0,6
altro	2,9	5,8	6,6	6,0	4,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Circa la metà dei turisti in Italia soggiornano negli hotel (48,6% del totale ma 57% degli stranieri), specie di categoria medio-alta (3 e 4 stelle).

Ma il dato più interessante è quello relativo al turismo in casa propria (seconda casa) o di parenti e amici: il 26,7% del turismo italiano (ma anche l'8,7% di quello straniero) sfugge alle rilevazioni presso le strutture ricettive.

Si tratta cioè del cosiddetto turismo *sommerso* che nel complesso pesa per oltre 1/5 dei flussi totali, come a dire che 1 turista ogni 5 non viene contato dalle statistiche ufficiali. Tra le altre imprese ricettive, gli agriturismi accolgono il 10% dei flussi complessivi (13% di quelli stranieri), gli appartamenti e le camere in affitto il 6,3%, i campeggi il 5,1%.

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
totale alberghi	44,3	55,0	63,3	57,0	48,6
<i>hotel 1 stella</i>	5,3	4,5	3,4	4,2	4,9
<i>hotel 2 stelle</i>	12,6	7,5	7,9	7,6	10,6
<i>hotel 3 stelle</i>	50,6	42,8	34,0	40,4	46,6
<i>hotel 4 stelle</i>	26,1	34,9	43,9	37,3	30,6
<i>hotel 5 stelle</i>	5,3	10,3	10,7	10,4	7,3
seconda casa	16,9	3,2	2,2	3,0	12,2
agriturismo	8,5	11,9	16,4	13,0	10,0
residenze di amici parenti	9,8	6,5	3,4	5,7	8,4
casa privata in affitto	7,5	4,1	3,4	3,9	6,3
campeggio	4,2	8,6	1,2	6,8	5,1
B&B	4,2	5,0	5,0	5,0	4,4
villaggio turistico	2,0	3,2	2,7	3,1	2,4
altro	2,6	2,4	2,4	2,4	2,5

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

La possibilità di svolgere numerose e varie attività sul territorio rende appetitosa la vacanza in Italia, con alcune peculiarità che contraddistinguono il mercato nazionale da quelli esteri. Infatti, dalle attività svolte in vacanza, emerge come

gli italiani	fanno shopping (31,4%)
	visitano musei e mostre (28,8%)
	fanno escursioni (28,3%)
	praticano sport (26,7%)
	visitano monumenti e siti archeologici (21,3%)
gli stranieri	visitano mostre e musei (49,1%)
	fanno shopping (37,9%)
	visitano monumenti e siti archeologici (37%)
	fanno escursioni (36,5%)
	degustano i prodotti enogastronomici locali (25,3%)

Attività svolte			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte</i>	italiani	stranieri	Totale
Visitato mostre musei	28,8	49,1	36,1
Fatto shopping	31,4	37,9	33,6
Escursioni	28,3	36,5	31,2
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	21,3	37,0	26,5
Praticato sport	26,7	11,9	21,7
Degustato i prodotti enogastronomici locali	13,5	25,3	17,4
Assistito a spettacoli musicali	15,4	10,0	13,6
Partecipato ad eventi folkloristici	10,6	9,4	10,2
Andato in centri benessere	9,0	11,4	9,9
Partecipato ad eventi enogastronomici	10,0	9,3	9,7
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	10,7	4,8	8,7
Acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	6,6	10,7	8,0
Partecipato a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	6,7	5,3	6,2
Gite in battello	2,4	10,3	5,0
Andato al casino	4,3	3,9	4,1
Gite in barca privata	4,0	4,0	4,0
Gite in barca a noleggio	3,4	3,6	3,4
Assistito a spettacoli sportivi	3,0	2,3	2,7
Svolto attività agricole	1,0	2,0	1,3
altro	7,7	4,0	6,5

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

L'attività sportiva, rilevante specialmente per il mercato italiano, vede prevalere

per gli italiani lo sci (37,4%)
 le passeggiate (35%)
 le immersioni/sub (13,6%)

per gli stranieri le passeggiate (90,7%)
 la mountain bike (33,6%)
 il nuoto (28,5%)
 lo sci (21,3%)

Sport praticati			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri che praticano sport</i>	italiani	stranieri	Totale
passeggiate	35,0	90,7	45,3
sci	37,4	21,3	34,4
sub	13,6	4,2	11,9
mountain bike	6,8	33,6	11,8
nuoto	6,2	28,5	10,3
equitazione	5,1	10,8	6,2
trekking	3,1	11,1	4,6
tennis	3,1	11,1	4,6
surf	1,9	0,9	1,7
golf	0,9	2,7	1,2
vela	1,2	0,3	1,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

1.3. La soddisfazione della vacanza in Italia

Il grande moltiplicatore per il turismo in Italia è il passaparola, perché fare vacanza nelle località turistiche italiane è un'esperienza soddisfacente, non solo per quello che riguarda gli stereotipi positivi dell'Italia ma anche per la capacità di accoglienza e per la sua qualità.

Nel complesso, infatti, il giudizio sulla vacanza è ottimo con un voto medio pari a 8. Il fattore meglio valutato la qualità del mangiare e del bere (8,3), seguono al top la cortesia e ospitalità della gente, la pulizia dell'alloggio e l'accoglienza nelle strutture di alloggio (tutte valutate 8,1).

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La qualità del mangiare e bere	8,3	8,4	8,3
La cortesia/ospitalità della gente	8,1	8,1	8,1
La pulizia dell'alloggio	8,1	8,1	8,1
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	8,1	8,1	8,1
L'offerta culturale	7,6	8,0	7,7
La pulizia del luogo	7,7	7,6	7,7
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,6	7,4	7,5
Informazioni turistiche	7,4	7,5	7,5
Il costo dell'alloggio	7,4	7,3	7,4
L'organizzazione del territorio	7,3	7,3	7,3
Il costo dei trasporti locali	7,2	7,4	7,3
L'offerta di intrattenimento	7,2	7,3	7,3
Il costo della ristorazione	7,2	7,2	7,2
Il traffico	7,0	6,9	6,9
Offerta turistica nel complesso	8,0	8,0	8,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

L'unico elementi dell'offerta giudicato con voti inferiori al 7 è il traffico (in media 6,9).

1.4. La spesa per la vacanza in Italia

Per la qualità dell'accoglienza in Italia e la soddisfazione sul soggiorno, i costi della vacanza sono piuttosto contenuti e non creano motivi particolari di insoddisfazione (costo dell'alloggio voto medio 7,4, costo della ristorazione 7,2).

Quanto spendono allora i turisti per la vacanza in Italia? In media chi arriva con un pacchetto tutto compreso spende circa 91 euro al giorno se italiano, circa 257 se straniero.

Chi fa vacanza in modalità fai da te, invece, spende in media

per il viaggio circa 71 euro se italiano, circa 314,43 se straniero

per l'alloggio circa 49 euro al giorno se italiano, circa 65,47 se straniero

Ovviamente la spesa media giornaliera dell'alloggio varia secondo la tipologia ricettiva: solo come esempio, dai 33 ai 157 euro in hotel (da 1 a 5 stelle), 45 in agriturismo, 17 in campeggio.

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso

	spesa media giornaliera pro-capite				TOTALE
	Italiani	Stranieri			
		Europei	Extraeuropei	Totale	
pacchetto tutto compreso (euro)	91,20	184,63	349,51	257,58	205,88

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che non hanno utilizzato pacchetti

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
	Viaggio A/R	70,60	187,10	995,33	
Alloggio (media giornaliera)	49,25	61,97	87,10	65,47	54,30

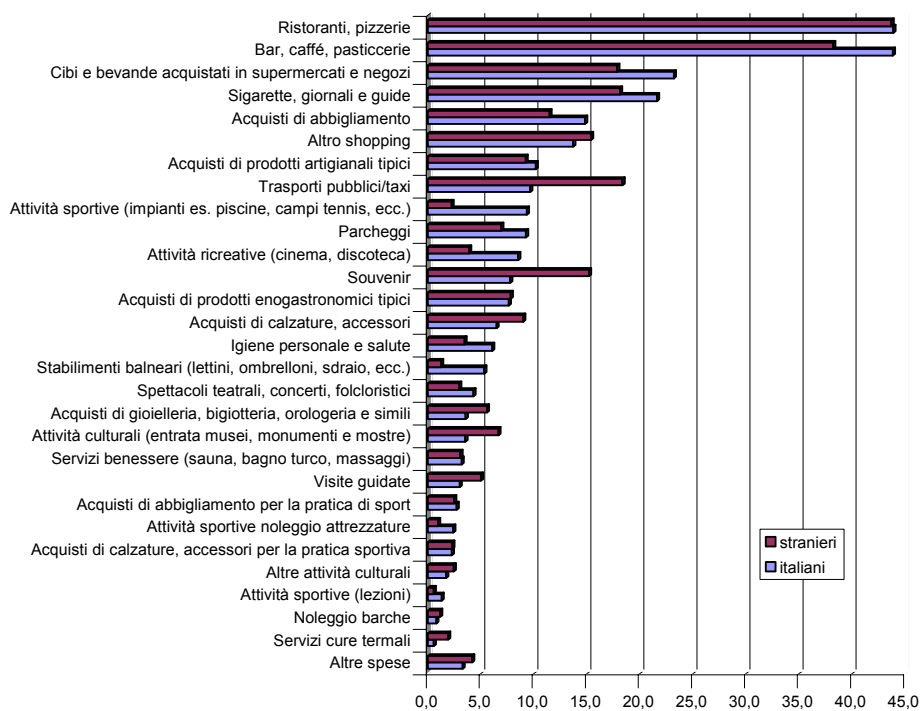
Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Ma la composizione dei consumi è molto più ampia durante la vacanza e riguarda tutte le dinamiche dei comportamenti e delle attività svolte.

Le voci di consumo più diffuse tra i turisti durante la vacanza risultano comunque quelle alimentari: Ristoranti, pizzerie (spese effettuate dal 43,8% dei turisti), Bar, caffè, pasticcerie (41,9%), Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi (21,4%). Poi anche Sigarette, giornali e guide, Altro shopping, Acquisti di

abbigliamento, Trasporti pubblici/taxi e Souvenir tutte spese sostenute da oltre il 10% dei turisti.

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

In termini di spesa, le voci per le quali i turisti spendono più soldi risultano:

per gli italiani	Servizi cure termali euro 73,00
	Servizi benessere euro 50,18
	Attività ricreative (cinema, discoteca) euro 35,71
	Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili euro 35,02
per gli stranieri	Servizi cure termali euro 98,20
	Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili euro 48,16
	Acquisiti di abbigliamento euro 47,89
	Acquisti di calzature, accessori euro 45,83

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Ristoranti, pizzerie	29,79	42,74	34,16
Bar, caffè, pasticcerie	7,63	11,74	8,90
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	19,62	22,89	20,55
Sigarette, giornali e guide	5,78	8,78	6,68
Altro shopping	20,76	30,40	24,28
Acquisti di abbigliamento	27,72	47,89	33,44
Trasporti pubblici/taxi	11,35	16,14	13,71
Souvenir	10,50	16,53	13,52
Acquisti di prodotti artigianali tipici	15,81	19,45	16,96
Parcheggi	6,29	8,37	6,87
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	12,70	13,41	12,94
Acquisti di calzature, accessori	23,38	45,83	32,71
Attività ricreative (cinema, discoteca)	35,71	19,41	32,62
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	19,53	24,24	20,05
Igiene personale e salute	11,03	19,38	12,92
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	9,16	13,66	11,37
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	35,02	48,16	40,86
Stabilimenti balneari (lettini, ombrelloni, sdraio, ecc.)	13,82	11,38	13,56
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	14,55	11,08	13,65
Visite guidate	12,06	27,72	19,27
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	50,18	26,16	42,26
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	19,35	20,92	19,85
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	27,44	28,85	27,93
Altre attività culturali	19,16	14,65	17,27
Attività sportive noleggio attrezzature	14,64	31,93	17,57
Attività sportive (lezioni)	28,27	14,98	25,87
Servizi cure termali	73,00	98,20	89,10
Noleggio barche	14,54	15,75	15,05
Altre spese	26,37	51,07	36,14

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

2. Il turismo culturale

2.1. Le grandi città d'arte: i casi di Roma e Firenze

Le città d'arte italiane sono la motrice del turismo italiano sui mercati esteri, l'elemento di attrazione per adescare flussi dall'estero e portarli a conoscere il resto del territorio italiano.

Se a visitare le città d'arte nel 35,8% dei casi sono i turisti italiani, ben il 64,2% sono invece stranieri, di cui la metà (54,4%) di provenienza europea e il 45,6% da paesi extraeuropei.

Infatti, i principali mercati turistici per il prodotto culturale delle grandi città risultano:

- l'Italia (35,8%)
- gli States (15%)
- la Germania (7,3%)
- il Giappone (6,4%)
- la Spagna (5,5%)

Dall'Italia, tra i turisti culturali prevalgono quelli lombardi, pugliesi e toscani poi liguri, emiliano romagnoli e piemontesi.

Provenienza dei vacanzieri	%
italiani	35,8
stranieri	64,2
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza degli stranieri	
Europei	54,4
Extraeuropei	45,6
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza	
Italiani	35,8
Usa	15,0
Germania	7,3
Giappone	6,4
Spagna	5,5
Francia	4,5
Regno Unito	5,1
Olanda	2,7
Australia	1,3
Belgio	1,2
Svezia	1,2
Argentina	1,1
Canada	1,0
Irlanda	0,9
Scozia	0,9
Messico	0,8
Cina	0,8
Danimarca	0,7
Grecia	0,7
Svizzera	0,6
Nuova Zelanda	0,5
Austria	0,4
Sud Corea	0,4
Norvegia	0,4
Portogallo	0,4
Russia	0,4
Venezuela	0,4
Romania	0,3
Ungheria	0,3
Kazakistan	0,3
Serbia	0,3
Colombia	0,3
Peru'	0,3
Rep. Ceca	0,3
India	0,2
Egitto	0,2
Croazia	0,2
Slovenia	0,2
Montenegro	0,1
Vietnam	0,1
Taiwan	0,1
Sudafrica	0,1
Camerun	0,1
Israele	0,1

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Regione di provenienza	
	%
Lombardia	11,2
Puglia	10,9
Toscana	8,7
Liguria	7,6
E. Romagna	7,6
Piemonte	7,0
Campania	5,9
Abruzzo	5,9
Sicilia	5,0
Veneto	4,8
Calabria	4,5
Umbria	4,2
Lazio	3,9
Basilicata	2,8
Friuli V.G.	2,2
Marche	2,2
Molise	2,2
Sardegna	2,2
Valle d'Aosta	0,6
Trentino	0,6
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

2.1.1. Il turista delle metropoli della cultura

L'identikit del turista culturale è fortemente caratterizzante:

- maschi di età giovane tra i 21 ed i 30 anni (31,6% del totale)
- di livello culturale medio alto, diplomati gli italiani (59,2%), laureati gli stranieri (41,2%)
- studenti, professionisti e o impiegati
- single nella metà dei casi, sposati con figli nel 30% circa

Identikit del vacanziero			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	52,4	50,5	51,2
Femmina	47,6	49,5	48,8
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	20,2	19,3	19,6
da 21 anni a 30 anni	30,0	32,4	31,6
da 31 a 40 anni	18,8	15,9	16,9
da 41 a 50 anni	17,9	16,4	16,9
da 51 a 60 anni	5,9	9,8	8,4
oltre 60 anni	7,3	6,1	6,5
totale	100,0	100,0	100,0
<i>età media</i>	<i>34,7</i>	<i>34,4</i>	<i>34,5</i>

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	3,7	2,7	3,0
Scuola media inferiore	7,6	7,7	7,7
Diploma scuola media superiore	59,2	48,3	52,2
Laurea	29,6	41,2	37,0
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	3,1	5,6	4,7
Professionista	10,7	18,2	15,5
Dirigente/ funzionario	2,8	4,9	4,1
Commerciante	8,5	3,4	5,2
Consulente aziendale	5,9	3,1	4,1
Impiegato	15,5	11,1	12,7
Tecnico	2,3	2,5	2,4
Operaio	3,7	3,1	3,3
Pensionato	7,3	6,0	6,4
Studente	33,2	36,8	35,5
Casalinga	4,5	4,1	4,2
Altro	2,5	1,1	1,6
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	46,0	52,3	50,1
Sposato/a con figli	28,7	30,5	29,8
Sposato/a senza figli	21,3	13,7	16,4
Vedovo/a	2,8	3,0	2,9
Altro	1,1	0,6	0,8
	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

2.1.2. Perché i turisti scelgono le grandi città d'arte italiane

La notorietà, il desiderio che innestano nei nuovi turisti e le possibilità di shopping e di divertimento fanno delle grandi città d'arte italiane un'occasione ghiotta anche per i turisti interessati alle proposte culturali: non solo cultura recita l'ormai antico slogan delle città d'arte.

Motivazione principale della vacanza					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	47,3	55,6	61,6	58,3	54,4
Shopping	19,3	32,1	37,3	34,5	29,1
Il desiderio di vedere un posto mai visto	12,9	24,6	33,6	28,7	23,0
Per i divertimenti che offre	17,9	20,6	17,8	19,3	18,8
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre)	19,6	13,8	14,0	13,9	15,9
Ho i parenti/amici che mi ospitano	24,1	14,0	3,4	9,2	14,5
Interessi enogastronomici	8,7	17,8	16,4	17,2	14,1
Posto ideale per riposarsi	9,5	14,0	19,5	16,5	14,0
Bellezze naturali del luogo	9,2	15,5	17,8	16,5	13,9
Per il gusto dell'avventura	4,2	10,6	12,3	11,4	8,8
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	4,5	10,3	10,6	10,5	8,3
Destinazione esclusiva	7,0	5,4	12,7	8,7	8,1
Decisione altrui	10,6	5,4	7,2	6,2	7,8
Per la vicinanza	8,1	6,6	3,8	5,3	6,3
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	3,9	6,0	9,6	7,6	6,3
Prezzi convenienti	3,4	9,2	5,8	7,6	6,1
Motivi di lavoro	7,3	4,6	3,8	4,2	5,3
Posto adatto per bambini piccoli	5,9	4,9	3,1	4,1	4,7
Studio	1,4	5,4	6,8	6,1	4,4
Abbiamo la casa in quella località	2,8	1,1	0,0	0,6	1,4
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	2,2	1,7	0,0	0,9	1,4
Assistere a eventi sportivi	0,8	2,0	0,0	1,1	1,0
Cure terme	0,3	1,1	1,0	1,1	0,8
Posto ideale per praticare un particolare sport	0,8	0,6	0,0	0,3	0,5

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

L'asset culturale, che motiva la vacanza del 54,4% dei turisti che scelgono queste destinazioni per la ricchezza del patrimonio artistico/monumentale, diventa in realtà una scusa per darsi alle compere (19,3% dei turisti italiani e 34,5% di quelli stranieri), e fruire dei divertimenti offerti (18,8%).

Chi si reca nelle città d'arte per motivi di lavoro (7,3% degli italiani, 4,2% degli stranieri), lo fa principalmente perché partecipa a riunioni (64,2%), poi per congressi e conferenze (39,6%).

Motivazione principale lavoro					
% sul totale motivazioni lavoro	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Partecipare a riunioni d'affari o di lavoro	57,7	62,5	81,8	70,4	64,2
Partecipare a congressi, convegni, conferenze, seminari	30,8	18,8	90,9	48,1	39,6
Svolgere attività commerciale, tecnica o di rappresentanza	30,8	25,0	0,0	14,8	22,6
altro motivo di lavoro	0,0	31,3	0,0	18,5	9,4
Svolgere attività di consulenza, docenza o simili	15,4	0,0	0,0	0,0	7,5
Partecipare a fiere, rassegne, esposizioni di beni o servizi	3,8	0,0	0,0	0,0	1,9

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Gli eventi – culturali, musicali, folkloristici e sportivi – motivano nel complesso il 23,2% dei turisti di queste metropoli della cultura ma in termini di comunicazione l'influenza che esercitano sulla scelta di vacanza pesa per il 17% (lo scarto del 5,2% mostra un interesse generico agli eventi ma non è influenzato da eventi specifici).

Il principale canale di influenza sulla scelta di vacanza nelle città d'arte è, più che in altre destinazioni/prodotti, il passaparola (40,6% contro una media nazionale del 33,8%), poi l'esperienza personale che indica come circa 1 turista su 3 sceglie una città dove è già stato in passato.

Altissima l'influenza di Internet: se in generale il Web pesa per il 19,7%, per chi sceglie queste città arriva al 27,1% (16,3% le informazioni 10,8% le offerte). Leggermente più rilevante l'incidenza dell'intermediazione tradizionale che influenza il 10,9% dei turisti.

Canali di influenza sulla scelta della vacanza

*possibili più risposte,**% calcolata sul totale vacanzieri*

	italiani	stranieri	totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	33,6	44,5	40,6
C'ero già stato/esperienza personale	45,4	21,2	29,9
Attrazioni / eventi culturali	12,9	19,3	17,0
Informazioni su Internet	10,1	19,8	16,3
Guide turistiche	9,8	17,6	14,8
Offerte su Internet	4,5	14,4	10,8
Pubblicità sulla stampa	3,9	10,3	8,0
Attrazioni / eventi musicali	9,0	7,2	7,8
Film/Documentari	4,2	9,7	7,7
Libri/Testi (non di turismo)	4,5	8,3	6,9
Pubblicità in TV	3,6	7,2	5,9
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	2,8	7,3	5,7
Non ho scelto io/hanno deciso altri	6,4	5,3	5,7
Consiglio dell'agenzia di viaggi	4,2	5,8	5,2
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	4,2	5,0	4,7
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	2,2	5,9	4,6
Mostre/Convegni/Fiere	6,2	3,1	4,2
Pubblicità su affissioni	1,7	4,5	3,5
Pubblicità alla radio	1,1	2,5	2,0
Richiesto dai figli fino a 14 anni	2,2	1,4	1,7
Eventi religiosi	1,4	1,9	1,7
Attrazioni / eventi sportivi	0,3	2,3	1,6
Videocassette/ CD / Giochi	0,3	1,1	0,8
altro	7,3	3,4	4,8

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

2.1.3. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Turismo organizzato e pacchetto “all inclusive” per i soggiorni nelle città d’arte, dall’estero ma anche dall’Italia il turista è alla ricerca di una vacanza comoda e rilassata.

La maggiore incidenza dell’organizzazione dei soggiorni si rileva proprio dal fatto che la metà dei turisti si è servito di agenzie e tour operators: il 22,1% dei turisti italiani, il 62,1% di quelli stranieri. La modalità di acquisto è proprio il pacchetto sia per i vacanzieri nazionali (72,2%) come per quelli internazionali (82,4%), ma il pacchetto è scarso di servizi, 8 su 10 solo viaggio+alloggio.

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	22,1	46,4	80,8	62,1	47,8
No	77,9	53,6	19,2	37,9	52,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Solo viaggio	6,3	17,9	9,3	12,8	11,7
Solo l'alloggio	21,5	8,0	2,5	4,8	7,5
Un pacchetto tutto compreso	72,2	74,1	88,1	82,4	80,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio+alloggio	71,9	85,0	78,8	81,1	79,7
Viaggio+altri servizi	0,0	4,2	1,9	2,7	2,3
Alloggio + altri servizi	3,5	0,0	0,0	0,0	0,5
Viaggio + alloggio + altri servizi	24,6	10,8	19,2	16,2	17,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Vuoi per l'alta quota di turismo organizzato ma anche nella modalità individuale, la vacanza è con gli amici (39,7%) in media in gruppi di 8 persone.

In treno (39,8%) più che in automobile (39,5%) i vacanzieri italiani raggiungono facilmente le mete culturali, in aereo (69%) gli stranieri.

Per una vacanza all'insegna della comodità, i turisti delle città d'arte dormono in hotel (55,8% contro il 48,6% della media) o si fanno ospitare da parenti e amici (9,3%). Rispetto alla media, l'utilizzo dei B&B è praticamente raddoppiato (8,2%).

Coerentemente con l'organizzazione della vacanza, il soggiorno dura 6 notti/7 giorni.

Il gruppo di vacanza (persone con le quali si condividono le spese)			
	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	9,0	6,9	7,6
In coppia	15,7	14,6	15,0
Con più componenti della famiglia	20,5	22,4	21,7
In gruppo amici/familiari	9,8	8,1	8,7
In gruppo di amici	36,8	41,3	39,7
Con colleghi di lavoro	5,6	2,0	3,3
Altro	2,5	4,7	3,9
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
aereo	6,2	46,7	95,5	69,0	46,5
treno	39,8	32,1	15,4	22,6	30,0
automobile privata	39,5	13,8	0,0	7,5	18,9
pullman per tour organizzato	10,4	14,3	23,3	18,4	15,5
pullman di linea	5,6	9,7	24,7	16,5	12,6
traghetto/nave	3,6	4,6	1,0	3,0	3,2
altro	0,8	3,4	5,1	4,2	3,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
totale alberghi	47,9	51,9	70,2	60,2	55,8
<i>hotel 1 stella</i>	8,7	13,8	3,0	8,1	8,3
<i>hotel 2 stelle</i>	23,8	9,4	11,8	10,7	14,7
<i>hotel 3 stelle</i>	48,3	45,9	38,4	41,9	43,9
<i>hotel 4 stelle</i>	16,3	26,0	39,9	33,3	28,1
<i>hotel 5 stelle</i>	2,9	5,0	6,9	6,0	5,0
residenze di amici					
parenti	14,5	10,3	1,7	6,4	9,3
B&B	8,1	9,2	7,3	8,3	8,2
seconda casa	16,2	2,6	0,7	1,7	6,9
agriturismo	4,5	6,0	6,9	6,4	5,7
campeggio	3,9	6,0	2,4	4,4	4,2
casa privata in affitto	1,4	4,0	3,5	3,8	2,9
villaggio turistico	0,6	1,4	4,2	2,7	1,9
altro	3,1	8,6	3,1	6,1	5,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Numero notti trascorse					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
2-3 notti	21,8	17,0	26,6	21,2	21,4
4-6 notti	41,3	44,3	32,5	39,1	39,9
7-13 notti	28,7	28,9	33,8	31,0	30,2
14-30 notti	8,3	9,8	7,2	8,7	8,5
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

media n.notti					
permanenza media					
totale	6,4	7,2	6,8	7,0	6,8

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Se è vero che la motivazione culturale muove la metà di questi vacanzieri, la fruizione delle attività/eventi culturali coinvolge anche coloro mossi da altri interessi: il 73,1% visita musei, il 51,8% monumenti e siti archeologici.

Rafforzando quanto emerso in termini di motivazione, le città d'arte si caratterizzano come mete per lo shopping proprio in termini di attività, svolta dal 44,1% dei vacanzieri *culturali*.

Inoltre, la vacanza culturale è anche un'occasione per degustare la tradizione culinaria e gastronomica locale: degustano i prodotti enogastronomici il 29,7% dei turisti contro una media generale del 17,4%:

Attività svolte			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte</i>	italiani	stranieri	totale
Visitato mostre musei	62,7	78,9	73,1
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	50,7	52,4	51,8
Ho fatto shopping	37,8	47,6	44,1
Ho degustato i prodotti enogastronomici locali	24,1	32,8	29,7
Escursioni	15,1	20,3	18,4
Ho assistito a spettacoli musicali	23,2	13,4	16,9
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	17,9	4,7	9,4
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	6,4	9,2	8,2
Partecipazione ad eventi enogastronomici	6,4	6,9	6,7
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	5,3	3,7	4,3
Partecipazione ad eventi folkloristici	3,9	4,1	4,0
Attività sportiva	2,8	3,9	3,5
Sono andato in centri benessere	2,5	2,5	2,5
Ho assistito a spettacoli sportivi	1,4	2,0	1,8
Altro	2,2	0,9	1,4

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

2.1.4. La soddisfazione della vacanza

La vacanza nelle grandi città d'arte è sicuramente soddisfacente, nonostante i turisti vivano le stesse problematiche a cui sono soggetti i residenti: il traffico, l'inquinamento, la difficoltà nell'organizzazione del territorio.

Il giudizio complessivo, comunque, è positivo, 7,7 il voto medio per questa vacanza, con valori eccellenti per l'offerta culturale (8,3) e la qualità del mangiare e bere (8,1). Rispetto ai risultati generali, le città d'arte sono un po' più care, così che il costo della ristorazione è valutato 6,6 (7,2 invece nel totale) quello dell'alloggio 6,9 (7,4 nel totale).

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
L'offerta culturale	8,3	8,3	8,3
La qualità del mangiare e bere	7,9	8,2	8,1
La cortesia/ospitalità della gente	7,6	7,7	7,7
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	7,5	7,5	7,5
L'offerta di intrattenimento	7,4	7,4	7,4
La pulizia dell'alloggio	7,2	7,3	7,3
Informazioni turistiche	6,9	7,1	7,0
Il costo dei trasporti locali	6,8	7,1	7,0
Il costo dell'alloggio	6,9	6,9	6,9
La pulizia del luogo	6,7	6,8	6,8
L'organizzazione del territorio	6,6	6,8	6,7
Il costo della ristorazione	6,5	6,6	6,6
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	6,5	6,6	6,5
Il traffico	5,8	6,0	5,9
Offerta turistica nel complesso	7,6	7,7	7,7

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

2.1.5. La spesa per la vacanza

Un pacchetto tutto compreso per le città d'arte italiane costa in media al turista straniero 274,26 euro al giorno, 85,89 a quello italiano.

Per chi viaggia in individuale, invece la spesa pro-capite

- per il viaggio è pari a 56,30 euro se italiano e 318,70 se straniero
- per l'alloggio (a notte) a 38,75 euro se italiano, 44,23 se straniero.

Per l'alloggio la spesa varia dai 30 ai 150 euro circa a seconda della categoria alberghiera, dai 13 euro del campeggio, ai 31 dei B&B, ai 45 dell'agriturismo.

Spesa media per un pacchetto tutto compreso					
spesa media giornaliera pro-capite					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
pacchetto tutto compreso (euro)	85,89	145,19	347,49	274,26	246,16

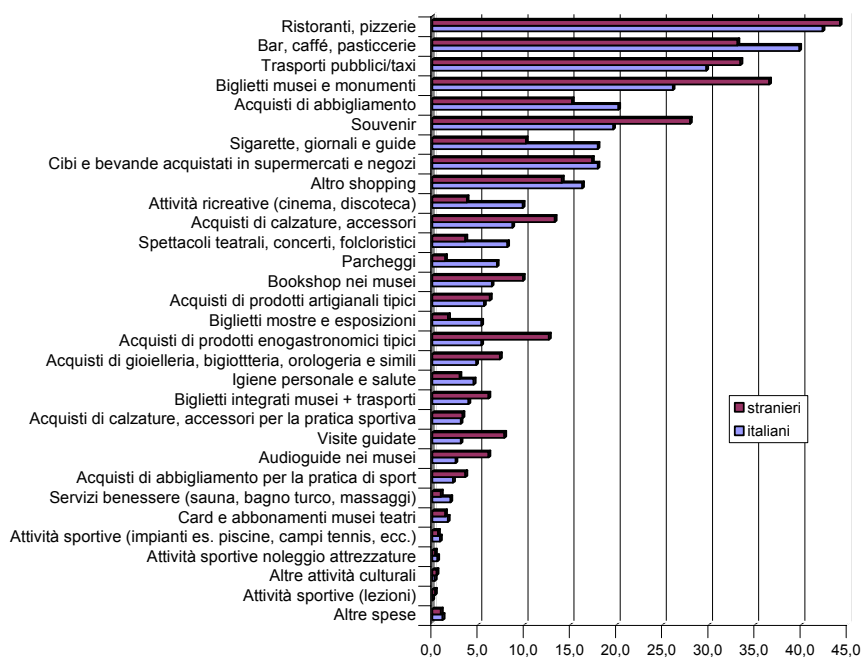
Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che <u>non</u> hanno utilizzato pacchetti					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio A/R	56,30	168,10	831,29	318,70	177,15
Alloggio (media giornaliera)	38,75	41,40	52,58	44,23	41,84

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Per quanto attiene alle altre spese dei turisti, le voci di consumo più frequenti sono, come per il livello generale, ristoranti e bar, ma questi turisti consumano con maggiore frequenza per trasporti pubblici/taxi, biglietti musei e monumenti, acquisti di abbigliamento, souvenir.

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

In termini economici, le voci per cui si rileva una spesa maggiore risultano
per gli italiani: abbigliamento, ristoranti e pizzerie, gioielleria
per gli stranieri: gioielleria, calzature, abbigliamento

Spesa media giornaliera a persona

	italiani	stranieri	totale
		euro	
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	21,50	76,73	62,05
Acquisti di calzature, accessori	17,96	57,87	47,21
Acquisti di abbigliamento	26,35	49,47	39,62
Ristoranti, pizzerie	25,56	34,83	31,60
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	7,98	29,29	23,79
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	20,30	24,87	23,30
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	10,79	29,72	19,53
Acquisti di prodotti artigianali tipici	14,66	14,86	14,80
Altro shopping	10,60	16,09	13,94
Altre attività culturali	10,00	15,00	13,75
Parcheggi	6,90	32,14	13,58
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	2,19	20,69	12,76
Visite guidate	7,67	13,18	12,19
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	10,14	12,11	11,74
Biglietti musei e monumenti	9,46	11,86	11,17
Card e abbonamenti musei teatri	19,44	5,36	10,99
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	8,96	11,90	10,83
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	8,70	13,22	10,70
Attività sportive noleggio attrezzature	8,21	12,50	10,36
Biglietti mostre e esposizioni	8,52	12,75	10,07
Souvenir	7,88	10,84	10,01
Attività ricreative (cinema, discoteca)	10,03	9,85	9,96
Biglietti integrati musei + trasporti	7,69	10,38	9,67
Trasporti pubblici/taxi	6,19	10,46	9,05
Altre spese	10,63	7,65	8,84
Bar, caffè, pasticcerie	6,77	8,77	7,97
Bookshop nei musei	6,36	7,40	7,12
Attività sportive (lezioni)		6,67	6,67
Sigarette, giornali e guide	3,75	7,34	5,56
Igiene personale e salute	6,62	4,48	5,46
Audioguide nei musei	5,31	5,10	5,14

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

2.2. I centri culturali minori: i casi di Siena e Matera

Rispetto alle grandi città d'arte, i centri minori sono appannaggio di un turismo più nazionale (56,4%), specie dei residenti lombardi (34,2%) e piemontesi (10,3%).

Tra gli stranieri il 69,1% proviene da paesi europei, anche se il primo mercato estero è quello statunitense (11,6% del totale).

Provenienza dei vacanzieri	%
italiani	56,4
stranieri	43,6
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Provenienza degli stranieri	%
Europei	69,1
Extra europei	30,9
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Provenienza dei vacanzieri	%
Italiani	56,4
Usa	11,6
Olanda	6,9
Francia	6,1
Germania	6,0
Regno Unito	5,5
Svizzera	2,1
Belgio	0,8
Austria	0,8
Giappone	0,5
Canada	0,4
Irlanda	0,4
Australia	0,4
Danimarca	0,3
Finlandia	0,3
Spagna	0,2
Argentina	0,2
Svezia	0,2
Portogallo	0,2
Israele	0,2
Ungheria	0,1
Lussemburgo	0,1
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Regione di provenienza dei vacanzieri italiani	%
Lombardia	34,2
Piemonte	10,3
Veneto	8,5
E. Romagna	7,4
Lazio	5,6
Campania	5,2
Friuli V.G.	4,7
Puglia	3,9
Liguria	3,5
Toscana	3,3
Trentino	3,1
Umbria	2,5
Marche	1,9
Calabria	1,9
Sicilia	1,6
Valle d'Aosta	1,2
Abruzzo	0,6
Basilicata	0,4
Molise	0,2
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

2.2.1. Il turista delle destinazioni culturali *minori*

Il vacanziero che sceglie i centri culturali minori, a differenza del turista delle grandi città, si caratterizza per

- un'età media adulta, tra i 41 ed i 50 anni, per lo più sposati e con figli
- un livello culturale molto elevato (42,4% laureati)
- una condizione professionale che vede prevalere professionisti e imprenditori

Identikit del vacanziero			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	55,1	55,0	55,1
Femmina	44,9	45,0	44,9
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	0,8	1,5	1,1
da 21 anni a 30 anni	4,5	7,8	6,0
da 31 a 40 anni	22,3	24,2	23,2
da 41 a 50 anni	34,1	25,8	30,4
da 51 a 60 anni	25,2	19,4	22,7
oltre 60 anni	13,1	21,2	16,6
totale	100,0	100,0	100,0
<i>età media</i>	47,6	47,8	47,7

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	5,7	2,3	4,2
Scuola media inferiore	20,1	14,6	17,7
Diploma scuola media superiore	35,5	35,9	35,7
Laurea	38,7	47,2	42,4
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	19,9	20,5	20,1
Professionista	36,6	28,8	33,1
Dirigente/ funzionario	13,1	15,7	14,2
Commerciante	6,8	2,8	5,0
Consulente aziendale	0,6	0,3	0,4
Impiegato	12,3	12,1	12,2
Tecnico	2,2	2,5	2,3
Operaio	0,2	0,5	0,3
Pensionato	6,0	12,1	8,7
Studente	1,0	1,5	1,2
Casalinga	1,4	3,0	2,1
Altro	0,0	0,3	0,1
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	15,3	13,1	14,3
Sposato/a con figli	66,8	61,1	64,3
Sposato/a senza figli	16,1	23,5	19,4
Vedovo/a	1,6	1,0	1,3
Altro	0,2	1,3	0,7
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

2.2.2. Perché i turisti scelgono la cultura italiana

Le mete culturali alternative ai grandi centri sono più di questi ultimi meta di turisti motivati dalla volontà di scoprire il territorio e le risorse culturali presenti, magari a seguito di un film visto al cinema o di un libro letto.

Tra le motivazioni, infatti, prime la presenza del patrimonio artistico e monumentale (67,7%) e le bellezze naturali delle località (59,7%), ma anche le risorse enogastronomiche muovono in queste destinazioni il 23,4% dei turisti.

Motivazione principale della vacanza					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	62,3	76,0	71,5	74,6	67,7
Bellezze naturali del luogo	54,0	66,5	68,3	67,1	59,7
Interessi enogastronomici	19,0	28,0	31,7	29,1	23,4
Il desiderio di vedere un posto mai visto	15,1	24,7	51,2	32,9	22,9
Posto ideale per riposarsi	11,7	12,4	23,6	15,8	13,5
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	10,5	7,3	10,6	8,3	9,5
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre)	11,8	2,5	1,6	2,3	7,7
Ho i parenti/amici che mi ospitano	3,9	5,8	10,6	7,3	5,4
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	2,9	5,1	13,8	7,8	5,0
Destinazione esclusiva	1,7	2,2	4,1	2,8	2,2
Motivi di lavoro	2,3	1,1	3,3	1,8	2,1
Decisione altrui	1,6	1,5	4,9	2,5	2,0
Per il gusto dell'avventura	0,8	2,5	3,3	2,8	1,6
altro	1,4	1,5	1,6	1,5	1,4
Shopping	0,2	1,1	1,6	1,3	0,7
Studio	0,2	0,7	1,6	1,0	0,5
Abbiamo la casa in quella località	0,4	0,0	0,0	0,0	0,2
Per la vicinanza	0,4	0,0	0,0	0,0	0,2
Prezzi convenienti	0,2	0,4	0,0	0,3	0,2
Posto ideale per praticare un particolare sport	0,2	0,0	0,8	0,3	0,2
Assistere a eventi sportivi	0,2	0,4	0,0	0,3	0,2
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1
Cure terme	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Se è vero che questi turisti sono influenzati dal passaparola (36,4%), dall'esperienza personale (25,8%) e dalle informazioni prese in Internet (13,4%), l'influenza data dalla lettura di un libro evocativo sul territorio in cui è ambientato o di un film di particolare risonanza (es. Matera – La passione di Cristo) vale il 12,2% delle scelte di vacanza, per gli stranieri addirittura il 16,8%. I libri, i romanzi, insomma i testi non turistici (5,7%) influenzano questi vacanzieri più delle agenzie di viaggio (4,4%).

Canali di influenza sulla scelta della vacanza

possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

	italiani	stranieri	totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	34,8	38,4	36,4
C'ero già stato/esperienza personale	25,8	25,9	25,8
Informazioni su Internet	8,5	19,6	13,4
Film/Documentari	8,5	16,8	12,2
Attrazioni / eventi culturali	13,2	2,5	8,5
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	4,5	13,3	8,3
Pubblicità alla radio	4,1	9,0	6,2
Guide turistiche	4,1	9,0	6,2
Libri/Testi (non di turismo)	5,6	5,8	5,7
Consiglio dell'agenzia di viaggi	3,5	5,5	4,4
Non ho scelto io/hanno deciso altri	1,2	2,5	1,8
Pubblicità sulla stampa	1,6	1,8	1,6
Offerte su Internet	1,0	1,8	1,3
Videocassette/ CD / Giochi	0,4	1,8	1,0
Mostre/Convegni/Fiere	1,0	0,3	0,7
Richiesto dai figli fino a 14 anni	0,6	0,5	0,5
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	0,2	0,8	0,4
Pubblicità su affissioni	0,0	0,3	0,1
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	0,0	0,3	0,1
Eventi religiosi	0,2	0,0	0,1

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

2.2.3. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Per questa vacanza il turista culturale alla scoperta del territorio si preoccupa di organizzarsi solo nella ricerca dell'alloggio, ma vuole sentirsi libero di esplorare.

Nonostante la quota di turismo organizzato risulti pari al 30,7% (19,8% per gli italiani e 44,7% per gli stranieri), questi turisti che si rivolgono alle agenzie di intermediazione lo fanno soprattutto per la ricerca dell'alloggio (72,9%).

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	19,8	37,1	61,8	44,7	30,7
No	80,2	62,9	38,2	55,3	69,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Solo l'alloggio	77,5	63,7	78,9	70,2	72,9
Un pacchetto tutto compreso	22,5	36,3	21,1	29,8	27,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio+alloggio	39,1	40,5	56,3	45,3	43,4
Viaggio+altri servizi	4,3	2,7	0,0	1,9	2,6
Viaggio + alloggio + altri servizi	56,5	56,8	43,8	52,8	53,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

A differenza del circuito delle città d'arte maggiori, non si tratta di grandi gruppi di vacanzieri ma più spesso di coppie (51,8%), semmai di famiglie (23,4%) in viaggio in automobile (61,7%) per poter girare tra le località del territorio.

Si tratta, inoltre, di destinazioni nelle quali si preferisce alloggiare in agriturismo (60,8%) per integrarsi con la natura e godere appieno delle sue eccellenze. Solo il 26,8% dorme in hotel, a 3 e 4 stelle.

La vacanza consiste in una settimana, in media 6,6 notti ma queste destinazioni sono meta anche del week-end per il 20,2% dei turisti.

Il gruppo di vacanza (persone con le quali si condividono le spese)			
	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	12,0	7,0	9,9
In coppia	47,0	58,0	51,8
Con più componenti della famiglia	23,5	23,4	23,4
Con amici e familiari	8,5	7,0	7,9
Con amici	5,4	3,5	4,6
Con colleghi di lavoro	3,1	0,3	1,9
Altro	0,4	0,8	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
automobile privata	82,1	48,4	5,7	35,2	61,7
aereo	6,4	44,4	11,4	34,2	18,5
pullman di linea	2,5	14,5	41,5	22,9	11,4
treno	6,8	6,2	12,2	8,0	7,3
pullman per tour organizzato	3,7	9,5	1,6	7,0	5,1
altro	5,0	21,8	41,5	27,9	15,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
totale alberghi	31,4	23,8	13,7	20,8	26,8
<i>hotel 1 stella</i>	0,6	0,0	0,0	0,0	0,4
<i>hotel 2 stelle</i>	8,8	3,0	6,3	3,7	7,0
<i>hotel 3 stelle</i>	48,1	40,9	50,0	42,7	46,3
<i>hotel 4 stelle</i>	42,5	56,1	43,8	53,7	46,3
seconda casa	1,2	0,4	2,6	1,0	1,1
agriturismo	52,7	68,6	77,8	71,3	60,8
residenze di amici parenti	3,5	2,9	1,7	2,5	3,1
casa privata in affitto	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1
campeggio	0,0	0,0	0,9	0,3	0,1
B&B	9,0	3,2	1,7	2,8	6,3
villaggio turistico	0,4	0,4	0,9	0,5	0,4
altro	1,6	0,7	0,9	0,8	1,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Numero notti trascorse

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
2-3 notti	25,3	18,0	8,0	14,8	20,2
4-6 notti	10,9	7,1	5,3	6,5	8,8
7-13 notti	61,2	65,3	78,8	69,6	65,2
14-30 notti	2,7	9,6	8,0	9,1	5,8
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

media n.notti

permanenza media totale	6,0	7,1	7,6	7,3	6,6
--------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

La maggiore valenza culturale della vacanza in queste destinazioni si evince anche dalle attività svolte in loco: in queste mete tutti i turisti (95,9%) visitano monumenti e siti archeologici e le mostre ed i musei (80,7%). Quasi tutti degustano i prodotti enogastronomici locali (93%) acquistati dal 42,2%. Il 63,5% approfitta di questa vacanza per fare shopping, il 32,6% per fare attività sportiva (cioè più del 21,7% della media generale): passeggiate, mountain bike e equitazione per godere la natura.

Attività svolte			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte</i>	italiani	stranieri	Totale
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	95,3	96,7	95,9
Degustato i prodotti enogastronomici locali	95,1	91,0	93,0
Visitato mostre musei	79,4	82,4	80,7
Fatto shopping	63,1	63,8	63,5
Acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	40,6	43,7	42,2
Partecipazione ad eventi folkloristici	47,1	28,4	37,3
Attività sportiva	37,3	26,6	32,6
Escursioni	18,8	32,4	24,8
Partecipazione ad eventi enogastronomici	19,7	12,7	16,0
Assistito a spettacoli musicali	6,4	13,6	9,5
Svolto attività agricole	6,6	10,3	8,2
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	9,3	2,5	6,4
Andato in centri benessere	4,5	7,8	6,3
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	8,9	0,5	5,3
Assistito a spettacoli sportivi	0,6	0,0	0,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Sport praticati			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri che praticano sport; possibili più risposte</i>	italiani	stranieri	Totale
passeggiate	93,8	94,3	94,0
mountain bike	17,7	67,0	35,2
equitazione	13,0	12,3	12,8
tennis	7,3	7,5	7,4
trekking	1,0	12,3	5,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

2.2.4. La soddisfazione della vacanza

Anche in queste destinazioni turistiche la vacanza soddisfa i turisti, con un giudizio complessivo pari a 8,2.

Ma questi vacanzieri esploratori, forse più degli altri, girando il territorio si accorgono anche degli aspetti meno positivi e rilevano alcune aree di offerta da migliorare:

- l'offerta di intrattenimento, specie per gli stranieri, sfiora appena la sufficienza,
- le informazioni turistiche, troppo spesso risultano difficili da reperire,
- l'organizzazione del territorio potrebbe essere migliorata in chiave turistica.

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La pulizia dell'alloggio	8,9	9,0	8,9
La qualità del mangiare e bere	8,9	8,8	8,9
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	8,9	8,2	8,6
La cortesia/ospitalità della gente	8,4	7,8	8,1
L'offerta culturale	7,7	7,5	7,6
La pulizia del luogo	7,7	7,5	7,6
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,4	7,2	7,3
Il costo della ristorazione	7,1	6,8	7,0
Il costo dell'alloggio	7,0	6,4	6,7
Il costo dei trasporti locali	6,7	6,5	6,6
Il traffico	6,8	6,3	6,6
L'organizzazione del territorio	6,8	6,2	6,5
Informazioni turistiche	6,6	6,3	6,5
L'offerta di intrattenimento	6,3	5,7	6,0
Offerta turistica nel complesso	8,2	8,1	8,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

2.2.5. La spesa per la vacanza

I pochi turisti che hanno acquistato un pacchetto all inclusive per la vacanza hanno speso per persona al giorno 141,83 euro se italiani, 279,71 se stranieri.

La gran parte dei turisti, in modalità di viaggio non organizzata, hanno speso per il viaggio 73 euro gli italiani e 445 gli stranieri (203 gli europei) per l'alloggio 52 euro gli italiani e 54 gli stranieri (dai 38 in B&B ai 52 in agriturismo).

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso					
spesa media giornaliera pro-capite					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
pacchetto tutto compreso (euro)	141,83	236,42	359,63	279,71	250,37

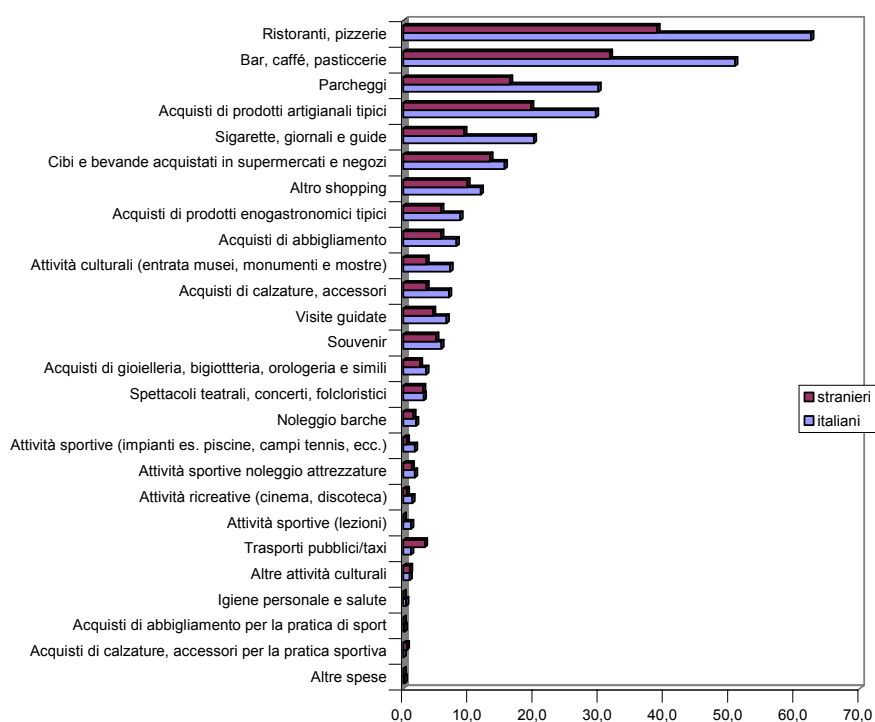
Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che <u>non</u> hanno utilizzato pacchetti					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio A/R	73,11	203,00	999,08	444,88	227,56
Alloggio (media giornaliera)	51,96	49,28	77,62	54,43	52,94

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le voci per cui i turisti spendono più frequentemente risultano:

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

In queste destinazioni i turisti hanno speso di più per

gli italiani: ristoranti e pizzerie, acquisti di abbigliamento, calzature e accessori

gli stranieri: ristoranti e pizzerie, cibi e bevande in supermercati e negozi, altro shopping, noleggio barche e attrezzature sportive

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Ristoranti, pizzerie	42,43	65,08	49,79
Acquisti di abbigliamento	36,01	41,34	37,90
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	20,51	55,70	34,53
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	-	25,00	25,00
Noleggio barche	18,85	32,36	23,92
Altro shopping	12,50	40,67	23,49
Acquisti di calzature, accessori	21,69	23,49	22,19
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	12,30	24,17	16,31
Acquisti di prodotti artigianali tipici	14,78	17,98	15,86
Attività sportive noleggio attrezzature	6,31	32,00	15,49
Attività sportive (lezioni)	14,58	-	14,58
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	15,69	9,87	13,61
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	12,00	-	12,00
Visite guidate	8,48	18,33	11,89
Trasporti pubblici/taxi	8,04	13,22	11,58
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	12,06	5,00	10,77
Bar, caffè, pasticcerie	7,77	13,98	9,79
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	10,99	7,64	9,55
Attività ricreative (cinema, discoteca)	7,51	13,33	8,81
Souvenir	5,98	12,60	8,63
Altre attività culturali	7,90	9,33	8,54
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	5,80	14,69	8,24
Parcheggi	5,18	6,98	5,71
Sigarette, giornali e guide	5,12	7,24	5,68
Igiene personale e salute	4,00	-	4,00
Altre spese	2,50	-	2,50

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

3. Il turismo nelle mete balneari

Se la cultura è la motrice per il turismo dai mercati stranieri, il mare nostrum resta il volano del turismo italiano.

Nelle mete balneari, infatti $\frac{3}{4}$ dei turisti sono italiani (lombardi, piemontesi, emiliano romagnoli), solo il 5,7% proviene dalla Germania, il 5,4% dalla Gran Bretagna, il 4,3% dalla Francia, il 2,3% dagli States.

Provenienza dei vacanzieri	%
italiani	74,8
stranieri	25,2
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza degli stranieri	%
Europei	86,0
Extra europei	14,0
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza	%
Italiani	74,8
Germania	5,7
Regno Unito	5,4
Francia	4,3
Usa	2,3
Svizzera	1,4
Olanda	1,0
Spagna	1,0
Austria	0,9
Giappone	0,5
Belgio	0,3
Irlanda	0,3
Romania	0,3
Canada	0,3
Russia	0,2
Danimarca	0,2
Svezia	0,1
Australia	0,1
Polonia	0,1
Grecia	0,1
Ungheria	0,1
Brasile	0,1
Finlandia	0,1
Portogallo	0,1
Israele	0,1
Rep. Ceca	0,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Regione italiana di provenienza	%
Lombardia	21,3
Piemonte	14,9
E. Romagna	11,4
Lazio	7,5
Campania	7,2
Veneto	7,0
Toscana	6,1
Liguria	3,8
Puglia	3,0
Trentino	2,9
Marche	2,9
Umbria	2,3
Sardegna	2,2
Friuli V.G.	2,0
Abruzzo	1,5
Basilicata	1,0
Calabria	0,9
Molise	0,9
Sicilia	0,8
Valle d'Aosta	0,3
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

3.1. Il turista delle mete balneari

Il mare è un prodotto per tutti, dai 20 ai 50 anni, diplomati (51,2%) o laureati (34,7%), impiegati (17,7%), professionisti (14,4%) o studenti (14%), single (40%) o sposato e con figli (38,4%).

Identikit del vacanziero			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	55,1	57,6	55,7
Femmina	44,9	42,4	44,3
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	8,7	9,4	8,9
da 21 anni a 30 anni	27,8	25,6	27,2
da 31 a 40 anni	24,4	25,4	24,6
da 41 a 50 anni	19,4	23,4	20,4
da 51 a 60 anni	10,7	9,9	10,5
oltre 60 anni	9,0	6,3	8,3
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	1,4	1,5	1,4
Scuola media inferiore	13,3	10,9	12,7
Diploma scuola media superiore	54,0	42,8	51,2
Laurea	31,3	44,9	34,7
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	5,3	8,3	6,0
Professionista	12,5	20,1	14,4
Dirigente/ funzionario	4,7	8,6	5,7
Commerciante	8,7	7,7	8,5
Consulente aziendale	4,2	2,8	3,8
Impiegato	18,7	14,6	17,7
Tecnico	5,4	5,7	5,5
Operaio	7,9	3,6	6,9
Pensionato	8,0	6,4	7,6
Studente	14,1	14,0	14,0
Casalinga	9,5	6,8	8,9
Altro	0,9	1,5	1,0
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	39,9	40,2	40,0
Sposato/a con figli	38,6	37,8	38,4
Sposato/a senza figli	16,5	19,1	17,1
Vedovo/a	3,5	1,7	3,0
Altro	1,6	1,2	1,5
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

3.2. Perché i turisti scelgono le nostre località balneari

Le coste italiane offrono un panorama naturalistico unico e vario da regione a regione. Meno scontato, però è che siano tutte servite allo stesso modo e con la stessa qualità dalle imprese turistiche e dai servizi del territorio.

Chi sceglie la vacanza balneare lo fa per il mare bello (41,7%). Poi c'è chi al mare ci va per il relax (22,7%) e chi per il divertimento (14,9%).

Motivazione principale della vacanza					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Bellezze naturali del luogo	39,9	45,7	56,1	47,1	41,7
Posto ideale per riposarsi	22,4	22,1	32,7	23,6	22,7
Ho i parenti/amici che mi ospitano	16,7	14,3	19,4	15,0	16,3
Il desiderio di vedere un posto mai visto	12,3	27,1	23,5	26,6	15,9
Per i divertimenti che offre	15,1	14,5	14,3	14,4	14,9
Prezzi convenienti	10,4	10,6	11,2	10,7	10,5
Abbiamo la casa in quella località	12,2	4,5	3,1	4,3	10,2
Per la vicinanza	10,4	2,8	4,1	3,0	8,5
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	6,5	10,5	15,3	11,1	7,7
Decisione altrui	6,0	7,8	12,2	8,4	6,6
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	7,1	5,0	2,0	4,6	6,4
Per il gusto dell'avventura	5,5	6,0	10,2	6,6	5,8
Interessi enogastronomici	4,5	6,1	14,3	7,3	5,2
Posto adatto per bambini piccoli	5,5	4,0	3,1	3,9	5,1
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	4,6	4,2	5,1	4,3	4,5
Destinazione esclusiva	3,1	4,8	11,2	5,7	3,7
Shopping	2,4	4,7	5,1	4,7	2,9
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	2,8	2,2	4,1	2,4	2,7
Cure terme	2,3	2,5	3,1	2,6	2,4
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre)	2,3	3,0	0,0	2,6	2,3
Motivi di lavoro	1,5	0,7	2,0	1,0	2,0
Benessere fitness	1,3	1,7	3,1	1,9	1,4
Posto ideale per praticare un particolare sport	1,1	1,5	4,1	1,9	1,3
Studio	0,9	1,0	0,0	0,9	0,9
altro	2,8	0,5	1,0	0,6	2,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Un altro fattore interessante per le nostre coste, relativamente al mercato principale cioè quello italiano, è il vantaggio economico: il 16,3% va ospite presso parenti e amici, il 10,2% va in seconda casa di proprietà, il 10,5% trova comunque che il costo della vacanza sia conveniente.

La destinazione balneare si sceglie in base al passaparola (40,9%) o all'esperienza precedente di vacanza (32,3%) che per gli italiani vede 4 turisti su 10 tornare in località già frequentate.

I canali della comunicazione che influenzano il turista balneare vedono in testa Internet (13,3% per le informazioni e 8% per le offerte), poi le adv (13,3%), le guide turistiche (5,6%) o gli uffici turistici (4,2%), alla pubblicità, infine, resta un ruolo marginale.

Canali di influenza sulla scelta della vacanza

possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

	italiani	stranieri	totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	38,7	47,6	40,9
C'ero già stato/esperienza personale	38,5	13,7	32,3
Informazioni su Internet	10,9	20,4	13,3
Offerte su Internet	5,9	14,3	8,0
Consiglio dell'agenzia di viaggi	6,3	8,7	6,9
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	5,4	9,3	6,4
Guide turistiche	4,4	9,1	5,6
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	4,0	5,0	4,2
Non ho scelto io/hanno deciso altri	4,7	1,9	4,0
Pubblicità sulla stampa	2,0	4,3	2,6
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	1,0	5,3	2,0
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,9	1,9	1,9
Pubblicità in TV	1,2	0,4	1,0
Attrazioni / eventi culturali	0,9	0,7	0,8
Film/Documentari	0,7	1,0	0,8
Mostre/Convegni/Fiere	0,7	0,3	0,6
Attrazioni / eventi musicali	0,7	0,4	0,6
Libri/Testi (non di turismo)	0,3	1,1	0,5
Pubblicità su affissioni	0,3	1,0	0,5
Pubblicità alla radio	0,6	0,1	0,5
Videocassette/ CD / Giochi	0,2	0,9	0,4
Attrazioni / eventi sportivi	0,3	0,0	0,3
Eventi religiosi	0,2	0,0	0,2
altro	5,1	2,0	4,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

3.3. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Il turismo balneare si rivolge poco al sistema dell'intermediazione, specie quello italiano.

Il 19,9% dei vacanzieri balneari italiani si muove attraverso l'intermediazione, il 43,4% di quello straniero.

Chi utilizza questo canale della commercializzazione, però, acquista per il 63,5% un pacchetto tutto compreso: viaggio + alloggio o con l'aggiunta di altri servizi.

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	19,9	41,4	56,1	43,4	25,8
No	80,1	58,6	43,9	56,6	74,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Solo viaggio	11,4	7,2	12,7	8,2	10,0
Solo l'alloggio	31,6	21,7	9,1	19,4	26,5
Un pacchetto tutto compreso	57,0	71,1	78,2	72,4	63,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio+alloggio	44,5	49,2	53,5	50,0	47,1
Viaggio+altri servizi	4,2	4,5	2,3	4,1	4,2
Alloggio + altri servizi	15,3	5,1	2,3	4,5	10,1
Viaggio + alloggio + altri servizi	35,6	40,1	41,9	40,5	37,9
Altro	0,4	1,1	0,0	0,9	0,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

In coppia (29,3%) o in famiglia (24,2%) o in gruppo di amici (19,5%) al mare il gruppo di vacanza non supera in media le 3 persone.

La destinazione marittima si raggiunge in automobile (56,5%) ed in traghetto (13,5%) per i turisti italiani, in aereo (49,6%) ed in automobile (31,7%) per quelli stranieri.

Il soggiorno vede diverse modalità per questi turisti

gli italiani soggiornano in hotel (38,3%) per oltre la metà nei 3 stelle, in seconda casa (17,3%) o in appartamento in affitto (15,6%)
 gli stranieri scelgono per il 50,9% l'hotel (3 e 4 stelle), il 10,1% il villaggio turistico, e se non si è ospiti (9,4%) anche il campeggio (9,1%)

Così la vacanza al mare dura 15 notti, 12 per gli stranieri quasi 16 per gli italiani.

Il gruppo di vacanza (persone con le quali si condividono le spese)			
	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	18,6	21,3	19,3
In coppia	28,1	33,0	29,3
Con più componenti della famiglia	24,2	24,3	24,2
Gruppo amici/familiari	6,7	4,6	6,2
Gruppo di amici	20,7	16,0	19,5
Con colleghi di lavoro	1,6	0,4	1,3
Altro	0,1	0,4	0,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
automobile privata	56,5	34,1	17,3	31,7	50,2
aereo	11,7	45,7	73,5	49,6	21,2
traghetto/nave	13,5	14,1	35,7	17,1	14,4
treno	12,4	6,8	9,2	7,1	11,1
pullman per tour organizzato	2,4	10,6	13,3	11,0	4,6
pullman di linea	2,8	2,5	1,0	2,3	2,7
barca a vela	0,3	0,5	2,0	0,7	0,4
altro	2,4	3,7	5,1	3,9	2,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
totale alberghi	38,3	49,8	57,1	50,9	41,5
<i>hotel 1 stella</i>	7,7	3,7	14,3	5,3	7,0
<i>hotel 2 stelle</i>	13,0	6,3	3,6	5,9	10,8
<i>hotel 3 stelle</i>	52,5	42,0	25,0	39,3	48,4
<i>hotel 4 stelle</i>	23,6	35,7	42,9	36,8	27,7
<i>hotel 5 stelle</i>	3,3	12,3	14,3	12,6	6,2
seconda casa	17,3	4,3	6,1	4,6	14,1
casa privata in affitto	15,6	7,8	8,2	7,9	13,7
residenze di amici					
parenti	10,2	9,1	11,2	9,4	10,0
campeggio	7,2	10,6	0,0	9,1	7,7
villaggio turistico	5,2	10,8	6,1	10,1	6,5
B&B	2,8	5,0	5,1	5,0	3,4
agriturismo	2,5	1,7	3,1	1,9	2,3
altro	0,9	0,8	3,1	1,1	0,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Numero notti trascorse

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
2-3 notti	2,6	1,7	12,0	3,2	2,8
4-6 notti	11,7	10,0	16,3	10,9	11,5
7-13 notti	40,6	56,6	30,4	52,8	43,6
14-30 notti	45,0	31,7	41,3	33,1	42,1
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

media n.notti

permanenza	Italiani	Europei	Extraeuropei	Totale	TOTALE
media totale	15,8	12,2	12,3	12,2	14,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Shopping (35%), escursioni (26,2%) e visite culturali (18,8%), poi il turista balneare è alla ricerca di animazione: spettacoli musicali (17,5%), eventi enogastronomici (13,1%), folkloristici (12%), spettacoli teatrali e cinematografici (10%).

Seppur mosso da motivazioni di relax e di riposo, il turista balneare dimostra, al contrario, di voler fare tante attività sul territorio, e addirittura il 7,6% fa sport (nuoto, passeggiate e mountain bike).

Attività svolte			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte</i>	italiani	stranieri	Totale
Fatto shopping	32,1	43,6	35,0
Escursioni	26,3	25,9	26,2
Visitato mostre musei	16,8	25,0	18,8
Assistito a spettacoli musicali	20,7	8,0	17,5
Partecipazione ad eventi enogastronomici	12,4	14,9	13,1
Partecipazione ad eventi folkloristici	11,3	13,9	12,0
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	11,4	5,9	10,0
Gite in barca a noleggio	8,7	12,1	9,6
Gite in barca privata	8,8	10,1	9,1
Andato in centri benessere	7,4	9,7	8,0
Praticato attività sportiva	5,7	13,3	7,6
Ho assistito a spettacoli sportivi	5,3	3,0	4,7
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	3,9	2,3	3,5
Degustato i prodotti enogastronomici locali	2,4	3,6	2,7
Acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	2,1	4,6	2,7
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	0,8	2,9	1,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Sport praticati			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri che hanno praticato sport</i>	italiani	stranieri	Totale
nuoto	43,2	72,0	55,9
passeggiate	46,6	31,2	39,8
mountain bike	16,9	17,2	17,1
sub	3,4	9,7	6,2
surf	9,3	1,1	5,7
tennis	5,1	6,5	5,7
equitazione	5,1	2,2	3,8
golf	4,2	3,2	3,8
vela	5,9	0,0	3,3
trekking	1,7	5,4	3,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

3.4. La soddisfazione della vacanza

La vacanza al mare è una vacanza da 8 (voto medio) dove la valutazione peggiore, quella sul traffico, è pari a 6,8.

I voti migliori sono aggiudicati alla qualità del mangiare e bere (8,3) alla cortesia e ospitalità della gente (8,1) all'accoglienza ed alla pulizia dell'alloggio (entrambi 7,9).

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La qualità del mangiare e bere	8,2	8,3	8,3
La cortesia/ospitalità della gente	8,1	8,2	8,1
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	7,9	8,1	7,9
La pulizia dell'alloggio	7,8	8,0	7,9
Il costo dell'alloggio	7,6	7,6	7,6
Informazioni turistiche	7,4	7,8	7,5
Il costo della ristorazione	7,5	7,6	7,5
Il costo dei trasporti locali	7,4	7,6	7,4
L'offerta culturale	7,3	7,6	7,4
L'organizzazione del territorio	7,3	7,5	7,4
L'offerta di intrattenimento	7,3	7,5	7,3
La pulizia del luogo	7,2	7,5	7,3
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,2	7,3	7,2
Il traffico	6,8	6,9	6,8
Offerta turistica nel complesso	8,0	8,1	8,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

3.5. La spesa per la vacanza

Il pacchetto per la vacanza balneare, per chi l'ha acquistato, costa in media 94,39 euro per gli italiani, 226,84 per gli stranieri.

I più che fanno vacanza non organizzata spendono

per il viaggio 98 euro se italiani, 258 se stranieri

per l'alloggio 45 euro circa se italiani, circa 59 se stranieri (15 in campeggio, 45 in agriturismo, da 35 a 137 in hotel).

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso					
spesa media giornaliera pro-capite					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
pacchetto tutto compreso (euro)	94,39	232,60	205,80	226,84	158,71

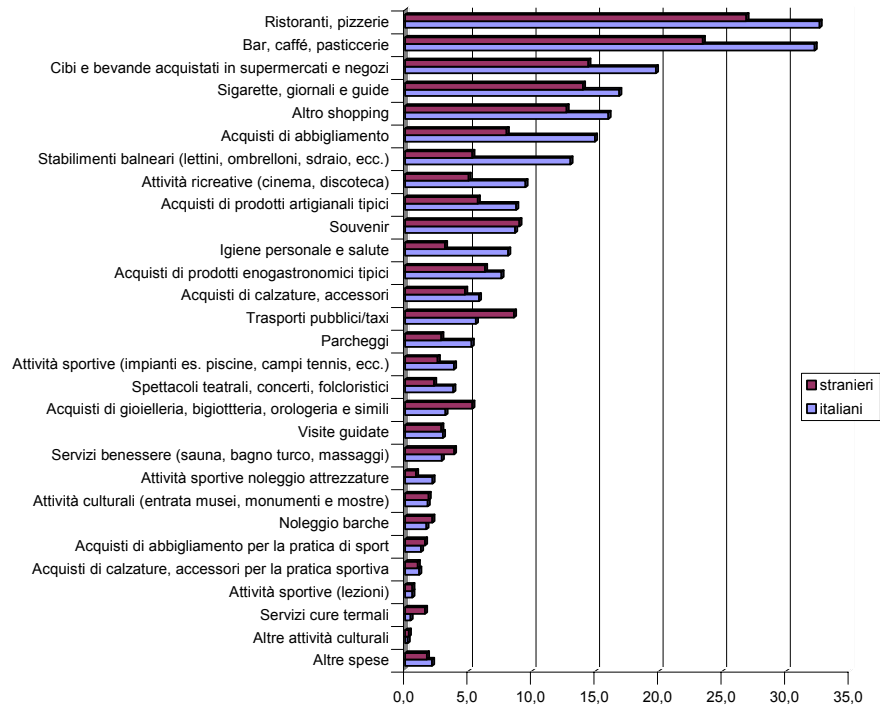
Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che non hanno utilizzato pacchetti					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio A/R	97,99	201,82	741,26	257,98	130,80
Alloggio (media giornaliera)	44,71	58,90	57,77	58,80	47,82

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le voci di spesa più diffuse tra questi turisti sono quelle nei ristoranti/pizzerie (31,2% dei turisti), bar (30%), cibi e bevande nei supermercati (18,4%), editoria (giornali e sigarette) (16,1%): il turista balneare si preoccupa soprattutto di sostentarsi e di leggere comodamente il giornale in relax.

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Per cosa spende di più: oltre che per spese varie, questo turista spende per cure termali (33,93 euro), poi per i ristoranti (30,46), nei supermercati (29,16) e per fare lezione di sport (23,99) o per calzature e accessori per la pratica sportiva (23,74).

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Altre spese	37,42	55,85	41,37
Servizi cure termali	24,40	41,72	33,93
Ristoranti, pizzerie	25,44	48,59	30,46
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	28,23	32,92	29,16
Attività sportive (lezioni)	27,69	12,89	23,99
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	26,51	14,64	23,74
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	21,76	23,57	22,32
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	21,00	20,10	20,60
Altro shopping	19,14	24,46	20,27
Acquisti di abbigliamento	15,75	25,97	17,31
Acquisti di calzature, accessori	13,43	22,34	15,34
Attività ricreative (cinema, discoteca)	14,63	19,09	15,31
Trasporti pubblici/taxi	13,41	18,74	15,23
Visite guidate	10,80	28,39	15,09
Acquisti di prodotti artigianali tipici	13,45	18,57	14,37
Attività sportive noleggio attrezzature	14,47	12,88	14,28
Noleggio barche	13,49	15,71	14,16
Stabilimenti balneari (lettini, ombrelloni, sdraio, ecc.)	13,90	11,46	13,60
Souvenir	9,32	23,02	12,87
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	11,69	10,24	11,37
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	11,28	9,05	10,62
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	10,14	10,79	10,26
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	8,39	15,31	10,19
Igiene personale e salute	8,42	21,43	9,92
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	9,95	7,81	9,59
Altre attività culturali	9,17	8,75	9,03
Bar, caffè, pasticcerie	7,79	14,00	9,01
Sigarette, giornali e guide	6,56	14,62	8,32
Parcheggi	6,01	6,87	6,14

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

4. La vacanza termale e benessere

Le destinazioni termali italiane sono meta prevalentemente per il turismo interno ma vedono anche una varietà di mercati stranieri interessati al prodotto benessere: 63,8% di italiani, l'8,1% di britannici, il 7,4% di tedeschi, il 5% di statunitensi, il 3,7% francesi il 2,1% addirittura cinesi.

Provenienza dei vacanzieri	%
italiani	63,8
stranieri	36,2
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Provenienza degli stranieri	%
Europei	76,2
Extra europei	23,8
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Provenienza	%
Italiani	63,8
Regno Unito	8,1
Germania	7,4
Usa	5,0
Francia	3,7
Cina	2,1
Spagna	1,9
Austria	1,9
Olanda	1,3
Svizzera	1,0
Giappone	0,8
Romania	0,5
Svezia	0,4
Grecia	0,3
Australia	0,3
Brasile	0,2
Irlanda	0,2
Finlandia	0,2
Polonia	0,2
Russia	0,2
Belgio	0,1
Sud Corea	0,1
Scozia	0,1
Albania	0,1
Sudafrica	0,1
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Regione italiana di provenienza	%
Lombardia	16,2
Lazio	10,5
E. Romagna	10,4
Veneto	8,9
Toscana	8,9
Puglia	7,1
Campania	6,0
Piemonte	5,0
Calabria	4,6
Marche	4,4
Sicilia	4,4
Trentino	2,8
Liguria	2,5
Friuli V.G.	2,0
Sardegna	1,7
Abruzzo	1,6
Umbria	1,4
Basilicata	0,9
Molise	0,6
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

4.1. Il turista delle destinazioni termali

Il turismo termale è ancora privilegio prevalentemente del turista della terza età (30,8%) o adulto (19,6%). Diplomatici (39,4%) o laureati (30,1%), soprattutto pensionati (28,2%) e impiegati (13,5%) ma tra gli stranieri sono interessanti le quote di imprenditori e dirigenti (entrambi 14,8%).

Identikit del vacanziero			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	49,1	58,0	52,4
Femmina	50,9	42,0	47,6
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	2,5	4,7	3,3
da 21 anni a 30 anni	9,1	18,8	12,7
da 31 a 40 anni	14,5	19,6	16,4
da 41 a 50 anni	16,2	25,4	19,6
da 51 a 60 anni	21,0	10,8	17,3
oltre 60 anni	36,6	20,7	30,8
totale	100,0	100,0	100,0
<i>età media</i>	53,1	45,6	50,4

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	10,3	6,1	8,8
Scuola media inferiore	20,3	24,0	21,6
Diploma scuola media superiore	41,7	35,5	39,4
Laurea	27,7	34,4	30,1
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	4,3	14,8	8,1
Professionista	7,0	14,3	9,6
Dirigente/ funzionario	4,6	14,8	8,3
Commerciante	4,9	4,5	4,7
Consulente aziendale	3,0	3,6	3,2
Impiegato	15,6	9,8	13,5
Tecnico	3,9	3,9	3,9
Operaio	5,4	4,5	5,1
Pensionato	35,2	15,7	28,2
Studente	5,5	6,7	6,0
Casalinga	6,5	6,2	6,4
Altro	4,1	1,1	3,0
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	18,8	29,4	22,6
Sposato/a con figli	59,5	46,0	54,6
Sposato/a senza figli	13,7	20,2	16,1
Vedovo/a	6,3	3,3	5,2
Altro	1,7	1,1	1,5
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

4.2. Perché i turisti scelgono le nostre destinazioni termali

Cure o benessere? Solo la metà dei turisti termali sceglie queste destinazioni per le cure (52,7%), di più gli italiani (66,4%), solo il 28,5% degli stranieri.

Motivazione principale della vacanza					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Cure terme	66,4	35,5	5,8	28,5	52,7
Posto ideale per riposarsi	33,9	35,5	18,6	31,5	33,0
Bellezze naturali del luogo	17,7	40,6	17,4	35,1	24,0
Benessere fitness	15,4	24,6	4,7	19,9	17,0
Il desiderio di vedere un posto mai visto	8,2	15,6	16,3	15,7	10,9
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	8,0	12,3	14,0	12,7	9,7
Per i divertimenti che offre	6,8	11,2	7,0	10,2	8,0
Per la vicinanza	9,3	4,0	8,1	5,0	7,7
Ho i parenti/amici che mi ospitano	6,0	8,3	12,8	9,4	7,2
Prezzi convenienti	4,9	8,3	14,0	9,7	6,6
Interessi enogastronomici	4,1	10,5	10,5	10,5	6,4
Abbiamo la casa in quella località	4,9	5,4	0,0	4,1	4,6
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	2,8	8,3	4,7	7,5	4,5
Per il gusto dell'avventura	3,0	5,4	9,3	6,4	4,2
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	3,5	4,7	5,8	5,0	4,0
Decisione altrui	3,1	4,7	7,0	5,2	3,9
Shopping	2,5	5,4	3,5	5,0	3,4
Posto adatto per bambini piccoli	1,6	6,5	1,2	5,2	2,9
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	1,9	4,3	3,5	4,1	2,7
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre)	1,4	5,1	1,2	4,1	2,4
Destinazione esclusiva	0,9	5,4	2,3	4,7	2,3
Studio	2,4	2,5	0,0	1,9	2,2
Motivi di lavoro	0,6	2,5	0,0	1,9	1,1
Posto ideale per praticare un particolare sport	0,6	2,5	0,0	1,9	1,1
Assistere a eventi sportivi	0,2	0,7	0,0	0,6	0,3

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Gli altri italiani scelgono le destinazioni termali per il riposo (33,9%), gli stranieri in primis per le bellezze naturali dei luoghi (35,1%), poi per riposarsi (31,5%) solo dopo per le cure.

Il 19,9% degli stranieri va alle terme per fare fitness e per il benessere (15,4% gli italiani).

Sulla scelta della località influisce per i mercati stranieri, oltre al passaparola o all'esperienza precedente di vacanza comuni ai mercati, Internet (15,2%) le guide turistiche (13%) e la pubblicità sulla stampa (11,9%).

Canali di influenza sulla scelta della vacanza

possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

	italiani	stranieri	totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	41,3	40,3	40,9
C'ero già stato/esperienza personale	43,2	24,6	36,4
Guide turistiche	5,7	13,0	8,3
Informazioni su Internet	4,1	15,2	8,1
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	5,0	8,8	6,4
Offerte su Internet	3,5	9,9	5,8
Consiglio dell'agenzia di viaggi	2,8	8,8	5,0
Pubblicità sulla stampa	1,1	11,9	5,0
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	3,1	4,1	3,5
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	1,3	6,9	3,3
Non ho scelto io/hanno deciso altri	3,9	1,7	3,1
Pubblicità su affissioni	0,3	6,4	2,5
Film/Documentari	0,8	4,4	2,1
Pubblicità in TV	0,3	4,7	1,9
Videocassette/ CD / Giochi	0,0	5,2	1,9
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,6	2,2	1,8
Pubblicità alla radio	0,3	4,4	1,8
Libri/Testi (non di turismo)	0,3	2,2	1,0
Mostre/Convegni/Fiere	0,2	2,5	1,0
Attrazioni / eventi musicali	0,8	0,6	0,7
Attrazioni / eventi culturali	0,6	0,8	0,7
Attrazioni / eventi sportivi	0,2	0,0	0,1
altro	8,3	1,7	5,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

4.3. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Solo il 14,4% dei turisti termali italiani viaggia in organizzato, il 39,5% di quelli stranieri.

Tra questi, il 77,2% degli italiani e l'85,3% degli stranieri acquistano un pacchetto all inclusive, viaggio+alloggio per gli stranieri, viaggio+alloggio+altri servizi per gli italiani.

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	14,4	30,4	68,6	39,5	23,5
No	85,6	69,6	31,4	60,5	76,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Solo viaggio	7,6	9,5	10,2	9,8	8,9
Solo l'alloggio	15,2	4,8	5,1	4,9	8,9
Un pacchetto tutto compreso	77,2	85,7	84,7	85,3	82,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio+alloggio	16,9	41,7	82,0	58,2	43,0
Viaggio+altri servizi	5,6	15,3	2,0	9,8	8,3
Alloggio + altri servizi	18,3	4,2	0,0	2,5	8,3
Viaggio + alloggio + altri servizi	57,7	38,9	16,0	29,5	39,9
Altro	1,4	0,0	0,0	0,0	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

La metà di queste vacanze è in coppia e le destinazioni si raggiungono in automobile (38,4%) o in modalità fly&drive per gli stranieri.

Date le caratteristiche di offerta per questo prodotto, il soggiorno si svolge in hotel (77,9%) specie 3 e 4 stelle, per soggiorni lunghi in media 11,4 notti.

Il gruppo di vacanza <i>(persone con le quali si condividono le spese)</i>			
	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	15,3	13,0	14,4
In coppia	42,5	48,6	44,7
Con più componenti della famiglia	15,3	12,7	14,3
Gruppo amici/familiari	8,5	6,4	7,7
Gruppo di amici	15,6	18,8	16,7
Con colleghi di lavoro	2,5	0,6	1,8
Altro	0,5	0,0	0,3
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
automobile privata	45,2	29,7	16,3	26,5	38,4
aereo	4,1	40,9	81,4	50,6	20,9
traghetto/nave	18,1	19,9	25,6	21,3	19,2
treno	18,7	12,7	8,1	11,6	16,1
pullman per tour organizzato	5,5	18,1	9,3	16,0	9,3
pullman di linea	4,9	1,8	1,2	1,7	3,7
barca a vela	2,5	0,7	2,3	1,1	2,0
altro	0,0	1,1	1,2	1,1	0,4

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
totale alberghi	77,2	80,0	76,7	79,2	77,9
<i>hotel 1 stella</i>	4,8	3,2	4,5	3,5	4,3
<i>hotel 2 stelle</i>	13,5	6,4	10,6	7,3	11,2
<i>hotel 3 stelle</i>	51,3	21,8	45,5	27,3	42,4
<i>hotel 4 stelle</i>	23,6	46,4	25,8	41,6	30,3
<i>hotel 5 stelle</i>	6,8	22,3	13,6	20,3	11,8
seconda casa	5,3	2,9	2,3	2,8	4,4
casa privata in affitto	5,4	5,1	3,5	4,7	5,2
B&B	2,1	4,4	5,8	4,7	3,0
agriturismo	0,2	0,4	1,2	0,6	0,3
campeggio	0,3	0,7	0,0	0,6	0,4
villaggio turistico	0,2	1,1	1,2	1,1	0,5
residenze di amici					
parenti	3,0	4,4	5,8	4,7	3,6
altro	6,4	1,1	3,5	1,7	4,7

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Numero notti trascorse					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
2-3 notti	3,5	1,8	11,3	4,0	3,7
4-6 notti	13,8	27,2	55,0	33,5	21,0
7-13 notti	59,7	40,8	26,3	37,5	51,5
14-30 notti	23,1	30,1	7,5	25,0	23,8
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
media n.notti					
permanenza media totale	11,4	12,5	7,8	11,4	11,4

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

I turisti termali frequentano i centri benessere (49%), praticano sport (45,6% nonostante solo l'1,1% vi si rechi per questo), fanno shopping (40,4%).

Quelli più sportivi praticano immersioni e passeggiate gli italiani, passeggiate, nuoto e mountain bike gli stranieri.

Attività svolte			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte</i>	italiani	stranieri	Totale
Andato in centri benessere (saune..)	42,2	61,0	49,0
Praticato attività sportiva	47,1	43,1	45,6
Fatto shopping	44,6	33,1	40,4
Escursioni	17,6	48,9	28,9
Assistito a spettacoli musicali	23,7	6,1	17,3
Visitato mostre musei	13,8	9,7	12,3
Degustato i prodotti enogastronomici locali	11,6	11,0	11,4
Gite in barca privata	8,9	13,8	10,7
Acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	9,9	9,4	9,7
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	6,9	10,5	8,2
Partecipazione ad eventi enogastronomici	6,4	6,6	6,5
Partecipazione ad eventi folkloristici	6,4	6,6	6,5
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	5,7	3,0	4,7
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	4,2	2,8	3,7
Assistito a spettacoli sportivi	2,5	1,7	2,2
altro	1,6	1,1	1,4

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Sport praticati			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri che hanno praticato sport; possibili più risposte</i>	italiani	stranieri	Totale
Immersioni/sub	64,0	5,8	44,1
passeggiate	28,7	40,4	32,7
nuoto	9,3	38,5	19,3
mountain bike	4,3	19,9	9,6
tennis	0,3	13,5	4,8
equitazione	2,0	8,3	4,2
trekking	1,3	6,4	3,1
golf	1,3	5,8	2,9
vela	0,7	0,0	0,4
surf	0,0	0,6	0,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

4.4. La soddisfazione della vacanza

La vacanza termale soddisfa i turisti che la giudicano in media 7,7. Più critici quelli italiani che giudicano con voti inferiori al sette l'offerta di intrattenimento (6,5), l'offerta culturale (6,6), il traffico (6,8) e le info turistiche (6,9).

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La qualità del mangiare e bere	7,8	8,0	7,9
La pulizia dell'alloggio	7,8	7,6	7,7
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	7,7	7,7	7,7
La cortesia/ospitalità della gente	7,6	7,8	7,7
La pulizia del luogo	7,4	7,5	7,4
Il costo dell'alloggio	7,3	7,3	7,3
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,2	7,2	7,2
L'organizzazione del territorio	7,1	7,4	7,2
Il costo della ristorazione	7,0	7,3	7,1
Il costo dei trasporti locali	7,0	7,3	7,1
Informazioni turistiche	6,9	7,2	7,0
Il traffico	6,8	7,0	6,9
L'offerta culturale	6,6	7,3	6,9
L'offerta di intrattenimento	6,5	7,1	6,7
Offerta turistica nel complesso	7,6	7,8	7,7

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

4.5. La spesa per la vacanza

I turisti che consumano la vacanza termale in modalità organizzata spendono al giorno per il pacchetto 77,03 euro gli italiani, 123,50 euro gli stranieri.

I vacanzieri non organizzati, invece, spendono

per il viaggio 82 euro gli italiani, 305 gli stranieri

per l'alloggio 59 euro gli italiani, 82 gli stranieri, in hotel dai 32 ai 123 euro a seconda della categoria, 54 in agriturismo.

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso					
spesa media giornaliera pro-capite					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
pacchetto tutto compreso (euro)	77,03	106,77	148,60	123,50	108,10

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

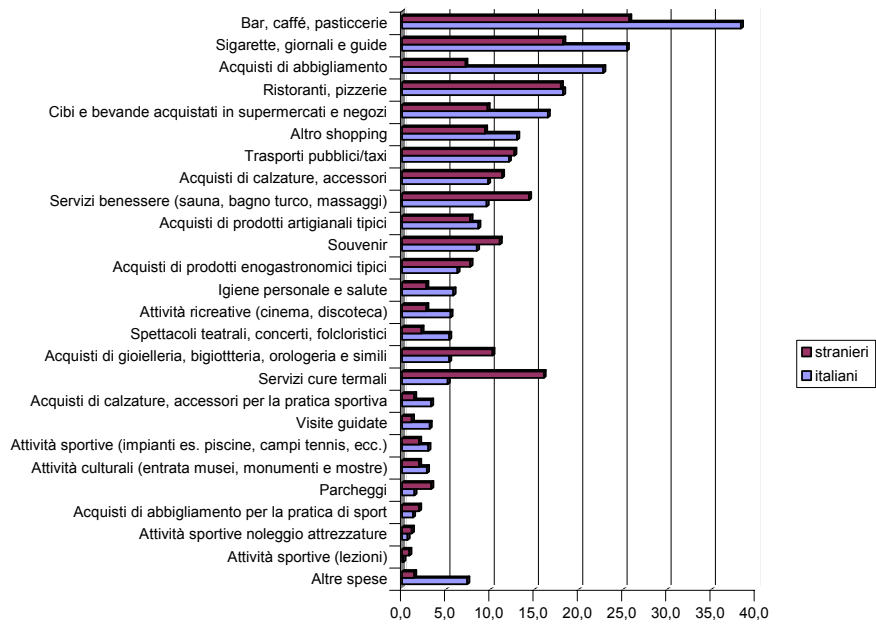
Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che <u>non</u> hanno utilizzato pacchetti					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio A/R	82,16	277,19	504,75	304,99	148,89
Alloggio (media giornaliera)	59,04	82,07	82,68	82,12	65,71

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le spese più diffuse tra i turisti termali:

Bar, caffè, pasticcerie (33,7% dei turisti), Sigarette, giornali e guide (22,8%), Ristoranti, pizzerie (18,1%), Acquisti di abbigliamento (17,1%) e Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi (14%).

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Le voci di spesa per cui questi turisti spendono di più al giorno risultano:
per gli italiani servizi benessere (80,02 euro), cure termali (72,98)
per gli stranieri cure termali (98,22 euro), ristoranti e pizzerie (58,98)

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Servizi cure termali	72,98	98,22	89,06
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	80,02	24,77	54,59
Ristoranti, pizzerie	29,55	58,98	40,12
Altre spese	30,01	10,33	28,12
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	25,87	28,45	26,52
Acquisti di abbigliamento	25,67	28,41	26,08
Acquisti di calzature, accessori	22,91	28,56	25,16
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	18,58	30,92	25,01
Altro shopping	26,26	20,97	24,72
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	22,57	12,94	20,72
Trasporti pubblici/taxi	14,97	18,32	16,22
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	13,32	21,49	15,61
Attività ricreative (cinema, discoteca)	12,07	15,15	12,75
Acquisti di prodotti artigianali tipici	13,01	11,80	12,60
Igiene personale e salute	12,98	9,63	12,27
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	10,05	18,29	12,27
Parcheggi	18,76	6,28	11,63
Souvenir	10,72	12,50	11,48
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	10,44	12,73	11,38
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	9,61	17,67	11,15
Attività sportive noleggio attrezzature	13,72	7,17	10,44
Visite guidate	10,94	6,00	10,12
Bar, caffè, pasticcerie	7,62	16,37	10,03
Sigarette, giornali e guide	6,97	15,74	9,51
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	11,86	4,97	8,65
Attività sportive (lezioni)	4,17	4,85	4,68

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

5. Il turismo verde e naturalistico

Nonostante siano stati gli europei (specie gli scandinavi e gli olandesi) ad *inventare* il turismo verde, il turismo naturalistico in Italia vede ancora prevalere un turismo di provenienza nazionale, e non compete, se non per specifici territori, con le altre proposte europee. Il 36,7% di stranieri che sceglie la vacanza verde italiana proviene per lo più dagli States (9,4%), poi dai mercati habitu  del prodotto, Olanda (6,3%), Germania (5,9%), Regno Unito (5,6%).

Provenienza dei vacanzieri	
	%
italiani	63,3
stranieri	36,7
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Regione di provenienza	
	%
Lombardia	29,2
Piemonte	11,7
Veneto	8,6
Lazio	7,4
E.Romagna	5,8
Puglia	5,3
Toscana	4,6
Campania	4,3
Friuli V.G.	4,1
Trentino	3,5
Marche	2,8
Abruzzo	2,5
Calabria	2,1
Sicilia	2,0
Liguria	1,8
Umbria	1,8
Val D'Aosta	1,2
Sardegna	0,7
Molise	0,5
Basilicata	0,3
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Provenienza degli stranieri	
	%
Europei	72,5
Extra europei	27,5
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Provenienza dei vacanzieri	
	%
Italiani	63,3
Usa	9,4
Olanda	6,3
Germania	5,9
Regno Unito	5,6
Francia	4,8
Svizzera	1,6
Belgio	0,7
Austria	0,7
Irlanda	0,3
Spagna	0,2
Israele	0,2
Giappone	0,1
Ungheria	0,1
Canada	0,1
Argentina	0,1
Svezia	0,1
Finlandia	0,1
Lussemburgo	0,1
Australia	0,1
Slovenia	0,1
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

5.1. Il turista della vacanza naturalistica

Il cosiddetto turismo verde disegna un identikit del vacanzieri con le seguenti caratteristiche:

- adulti dai 30 ai 50 anni (più giovani gli italiani, più grandi gli stranieri),
- laureati (46,3%) più che diplomati (43,4%),
- professionisti (24,2%), imprenditori (16,6%) e impiegati (13,7%),
- sposati con figli (62,2%) o senza (21,7%).

Identikit del vacanziere			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	56,4	51,9	54,8
Femmina	43,6	48,1	45,2
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziere			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	3,5	3,7	3,6
da 21 anni a 30 anni	14,1	10,3	12,7
da 31 a 40 anni	25,9	24,9	25,5
da 41 a 50 anni	32,3	28,9	31,1
da 51 a 60 anni	13,8	18,3	15,4
oltre 60 anni	10,4	14,0	11,8
totale	100,0	100,0	100,0
<i>età media</i>	42,8	44,9	43,6

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziere			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	6,1	0,0	3,9
Scuola media inferiore	7,3	5,2	6,5
Diploma scuola media superiore	42,4	45,0	43,4
Laurea	44,2	49,9	46,3
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziere			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	16,4	17,0	16,6
Professionista	25,5	22,1	24,2
Dirigente/ funzionario	10,7	17,0	13,0
Commerciante	6,8	2,3	5,1
Consulente aziendale	1,7	0,0	1,0
Impiegato	13,4	14,4	13,7
Tecnico	7,4	4,3	6,3
Operaio	1,2	0,9	1,0
Pensionato	6,9	14,1	9,5
Studente	3,3	1,7	2,7
Casalinga	3,0	3,7	3,3
Altro	3,8	2,6	3,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziere			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	17,1	4,8	11,8
Sposato/a con figli	60,9	63,9	62,2
Sposato/a senza figli	16,6	28,5	21,7
Vedovo/a	1,8	0,3	1,2
Altro	3,6	2,4	3,1
	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

5.2. Perché i turisti scelgono la natura italiana

Le destinazioni italiane del turismo verde dispongono del vantaggio competitivo di offrire al contempo anche eccellenze artistiche e/o archeologiche sul territorio. Non sempre però queste destinazioni sono in grado di offrire proposte di prodotto combinate fra loro.

Motivazione principale della vacanza					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	61,1	77,3	67,7	74,7	66,1
Bellezze naturali del luogo	52,2	63,3	76,0	66,8	57,6
Il desiderio di vedere un posto mai visto	25,2	36,7	61,5	43,5	31,9
Assistere a eventi sportivi	28,7	21,1	4,2	16,5	24,2
Posto ideale per riposarsi	19,4	20,3	30,2	23,0	20,8
Interessi enogastronomici	14,8	25,8	34,4	28,1	19,7
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	9,1	7,8	13,5	9,4	9,2
Ho i parenti/amici che mi ospitano	8,7	3,9	13,5	6,5	7,9
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	3,8	8,2	17,7	10,8	6,4
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre)	5,3	5,5	2,1	4,5	5,0
Abbiamo la casa in quella località	4,3	1,6	0,0	1,1	3,1
Per la vicinanza	4,0	1,6	1,0	1,4	3,0
Posto adatto per bambini piccoli	3,0	3,1	0,0	2,3	2,7
Per il gusto dell'avventura	2,3	3,1	2,1	2,8	2,5
Prezzi convenienti	2,8	1,6	0,0	1,1	2,2
Cure terme	3,3	0,4	0,0	0,3	2,2
Decisione altrui	1,3	1,6	6,3	2,8	1,9
Per i divertimenti che offre	2,0	2,0	1,0	1,7	1,9
Destinazione esclusiva	1,0	2,3	2,1	2,3	1,5
Motivi di lavoro	1,5	0,8	2,1	2,3	1,4
Studio	1,3	1,6	1,0	1,4	1,4
Shopping	0,3	2,3	2,1	2,3	1,0
Posto ideale per praticare un particolare sport	1,0	0,8	1,0	0,9	0,9
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	0,7	0,8	0,0	0,6	0,6

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Pertanto, la prima motivazione per le destinazioni del turismo verde è la ricchezza del patrimonio artistico e monumentale (66,1%) più delle bellezze naturali del luogo (57,6%).

Dopo il desiderio di vedere un posto mai visto (31,9%), è la possibilità di assistere a manifestazioni sportive (24,2%) a muovere questi turisti. Poi il riposo e l'enogastronomia locale.

La scelta della destinazione è influenzata in primo luogo da precedenti esperienze di vacanza (39,2%), poi dal passaparola (37,7%) e da Internet (22,3% le info e 12,2% le offerte). Ancora, come per i centri culturali minori, si rileva la forte influenza dei film e dei documentari che per la fotografia e/o per le descrizioni dei luoghi suggeriscono la destinazione di vacanza dell'11,5% di questi turisti (19% di quelli stranieri).

Canali di influenza sulla scelta della vacanza

possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

	italiani	stranieri	totale
C'ero già stato/esperienza personale	41,8	34,7	39,2
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	34,9	42,6	37,7
Informazioni su Internet	21,1	24,4	22,3
Offerte su Internet	15,7	6,3	12,2
Film/Documentari	7,1	19,0	11,5
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	4,4	15,9	8,7
Guide turistiche	7,2	9,4	8,0
Attrazioni / eventi culturali	5,8	3,4	4,9
Consiglio dell'agenzia di viaggi	3,5	4,3	3,8
Non ho scelto io/hanno deciso altri	1,8	3,7	2,5
Libri/Testi (non di turismo)	0,8	4,8	2,3
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	1,3	2,0	1,6
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,2	0,6	0,9
Pubblicità sulla stampa	1,0	0,9	0,9
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	1,2	0,6	0,9
Videocassette/ CD / Giochi	0,3	1,4	0,7
Eventi religiosi	0,3	1,4	0,7
Attrazioni / eventi musicali	1,2	0,0	0,7
Pubblicità su affissioni	0,7	0,3	0,5
Pubblicità in TV	0,5	0,6	0,5
Mostre/Convegni/Fiere	0,3	0,3	0,3
Pubblicità alla radio	0,3	0,0	0,2
Attrazioni / eventi sportivi	0,3	0,0	0,2
altro	3,1	2,6	2,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

5.3. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Il turismo verde non è un prodotto commercializzato dall'intermediazione tradizionale, quella degli agenti di viaggio e dei tour operators, se non in piccola quota e solo per le strutture ricettive.

Infatti, solo il 16,3% dei turisti italiani acquistano questo prodotto dall'intermediazione, il 42,0% di quelli stranieri e 9 su 10 acquistano solo l'alloggio.

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	16,3	32,0	68,8	42,0	25,8
No	83,7	68,0	31,3	58,0	74,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Solo viaggio	0,0	1,2	0,0	0,7	0,4
Solo l'alloggio	92,9	87,8	90,9	89,2	90,7
Un pacchetto tutto compreso	7,1	11,0	9,1	10,1	8,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio+alloggio	0,0	22,2	50,0	33,3	22,7
Viaggio+altri servizi	14,3	44,4	0,0	26,7	22,7
Alloggio + altri servizi	28,6	11,1	0,0	6,7	13,6
Viaggio + alloggio + altri servizi	57,1	22,2	50,0	33,3	40,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

La vacanza si svolge in coppia (48,4% degli stranieri) o in famiglia (35,1% degli italiani), raggiungendo la destinazione in automobile (62,7% del totale), in aereo gli stranieri (31,5%).

La modalità di alloggio più diffusa è, coerentemente con la destinazione, l'agriturismo (65,1%) per un soggiorno lungo in media 8,2 notti (7 gli italiani, 9 gli stranieri).

Il gruppo di vacanza			
<i>(persone con le quali si condividono le spese)</i>			
	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	5,8	1,7	4,3
In coppia	31,8	48,4	37,9
Con più componenti della famiglia	35,1	34,8	35,0
Con amici e familiari	8,6	9,1	8,8
Con amici	14,7	4,3	10,9
Con colleghi di lavoro	1,0	0,0	0,6
Altro	3,0	1,7	2,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati					
% calcolata sul totale	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
automobile privata	87,7	50,4	2,6	33,1	62,7
Aereo	1,3	22,1	47,9	31,5	15,1
Pullman di linea	1,3	10,6	24,0	15,4	7,8
Treno	6,4	5,9	5,2	5,6	6,1
Pullman per tour organizzato	0,6	1,5	0,5	1,1	0,9
traghetto/nave	0,8	0,9	0,0	0,6	0,7
Altro	1,9	8,6	19,8	12,6	6,8

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
totale alberghi	16,3	3,1	1,0	2,6	11,3
<i>hotel 1 stella</i>	3,0	0,0	0,0	0,0	2,8
<i>hotel 2 stelle</i>	14,1	12,5	100,0	22,2	14,8
<i>hotel 3 stelle</i>	66,7	62,5	0,0	55,6	65,7
<i>hotel 4 stelle</i>	16,2	0,0	0,0	0,0	14,8
<i>hotel 5 stelle</i>	0,0	25,0	0,0	22,2	1,9
agriturismo	54,4	79,7	93,8	83,5	65,1
seconda casa	8,6	2,3	3,1	2,6	6,4
B&B	5,4	2,7	0,0	2,0	4,2
residenze di amici					
parenti	5,6	2,0	0,0	1,4	4,1
casa privata in affitto	3,8	4,7	0,0	3,4	3,6
campeggio	2,5	5,1	0,0	3,7	2,9
villaggio turistico	0,0	0,4	0,0	0,3	0,1
altro	3,1	1,2	1,0	1,1	2,4

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Numero notti trascorse

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
2-3 notti	14,0	2,8	0,0	2,0	9,3
4-6 notti	19,9	6,7	1,1	5,2	14,1
7-13 notti	58,3	72,7	89,5	77,3	65,7
14-30 notti	7,9	17,8	9,5	15,5	10,9
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
media n.notti					
permanenza media totale	7,4	9,1	9,8	9,3	8,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

I turisti alla ricerca della vacanza naturalistica visitano le eccellenze artistiche del territorio (77,7%) e i musei (57,9%), degustano le produzioni tipiche locali (68,5%) e fanno attività sportiva (67%). Tante passeggiate (87,9%) ma anche mountain bike (31,3% degli stranieri) e equitazione (11,1% degli italiani).

Attività svolte

% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte

	italiani	stranieri	Totale
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	71,7	88,1	77,7
Degustato i prodotti enogastronomici locali	63,4	77,3	68,5
Attività sportiva	65,4	69,9	67,0
Visitato mostre musei	52,7	66,8	57,9
Escursioni	35,6	51,7	41,5
Fatto shopping	24,9	48,9	33,7
Acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	27,8	36,4	31,0
Partecipazione ad eventi folkloristici	24,5	22,2	23,7
Assistito a spettacoli musicali	11,2	19,6	14,3
Partecipazione ad eventi enogastronomici	15,5	12,2	14,3
Svolto attività agricole	5,9	12,2	8,2
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	6,8	4,0	5,7
Andato in centri benessere (saune..)	4,0	6,3	4,8
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	1,8	0,6	1,4
Assistito a spettacoli sportivi	0,2	0,0	0,1
altro	1,0	0,0	0,6

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Sport praticati

% calcolata sul totale vacanzieri che hanno praticato sport

	italiani	stranieri	Totale
passeggiate	87,7	88,2	87,9
mountain bike	12,3	31,3	19,6
equitazione	11,1	5,7	9,0
trekking	4,0	6,9	5,1
tennis	5,3	4,5	5,0
nuoto	3,3	4,1	3,6
golf	0,5	0,0	0,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

5.4. La soddisfazione della vacanza

Tra i prodotti finora analizzati, il turismo verde appare come il più soddisfacente: il giudizio medio è pari a 8,2 ma alcune voci di offerta risultano eccellenti: la pulizia dell'alloggio (9), la qualità del mangiare e del bere (8,9) l'accoglienza nelle strutture di alloggio (8,5).

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La pulizia dell'alloggio	8,9	9,1	9,0
La qualità del mangiare e bere	8,9	8,8	8,9
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	8,9	8,1	8,5
La pulizia del luogo	8,3	7,8	8,1
La cortesia/ospitalità della gente	8,4	7,6	8,1
L'offerta culturale	8,3	7,8	8,1
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	8,1	7,5	7,9
Il traffico	7,4	6,5	7,1
Il costo della ristorazione	7,2	6,8	7,1
Informazioni turistiche	7,3	6,5	7,0
L'organizzazione del territorio	7,2	6,3	6,9
Il costo dell'alloggio	7,1	6,4	6,8
Il costo dei trasporti locali	6,9	6,7	6,8
L'offerta di intrattenimento	7,1	6,1	6,7
Offerta turistica nel complesso	8,2	8,2	8,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le valutazioni peggiori, ma sempre più che sufficienti, si rilevano per l'offerta di intrattenimento (6,7) e da parte degli stranieri per l'organizzazione del territorio (6,3).

5.5. La spesa per la vacanza

La vacanza naturalistica acquistata con pacchetto all inclusive costa in media per gli italiani 75,67 euro, per gli stranieri 105,98.

Chi la sceglie in modalità non organizzata spende

per il viaggio 48,62 euro se italiano, 385,63 se straniero

per l'alloggio 39,35 euro se italiano, 48 euro gli stranieri (dai 16 nei campeggi, ai 38 della categoria media degli hotel ai 47 in agriturismo).

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso					
spesa media giornaliera pro-capite					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
pacchetto tutto compreso (euro)	75,67	64,03	168,91	105,98	102,42

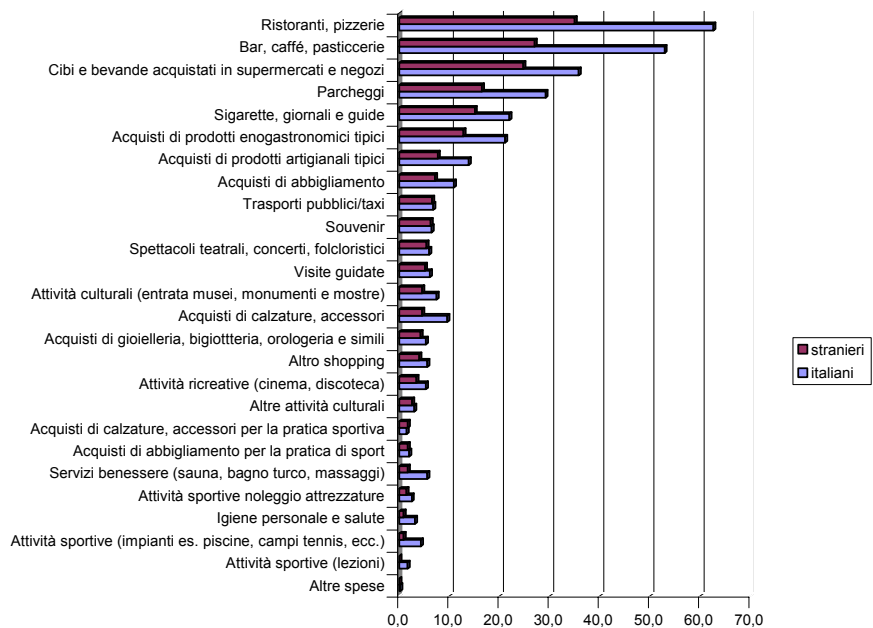
Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che <u>non</u> hanno utilizzato pacchetti					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio A/R	48,62	158,02	987,34	385,63	166,28
Alloggio (media giornaliera)	39,35	43,02	76,39	48,00	42,14

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le spese più diffuse tra questi turisti riguardano ristoranti e pizzerie (52,5% dei turisti), bar caffè pasticcerie (43,4%), cibi e bevande nei supermercati (31,7%), poi i parcheggi (24,5%). Il 18% acquista prodotti enogastronomici locali, l'11,6% le produzioni artigianali del luogo.

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le spese più elevate per questi turisti riguardano:

per gli italiani servizi benessere (49,48 euro), attività ricreative (41,67), attività culturali (40,10),
per gli stranieri ristoranti, pizzerie (52,26), cibi e bevande nei supermercati (35,78), abbigliamento (32,51)

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	49,48	32,36	46,91
Attività ricreative (cinema, discoteca)	41,67	20,49	35,89
Ristoranti, pizzerie	29,36	52,26	34,96
Acquisti di abbigliamento	34,65	32,51	34,06
Altre attività culturali	40,10	4,35	28,18
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	28,02	23,93	26,38
Acquisti di calzature, accessori	24,23	21,63	23,66
Altro shopping	23,08	23,70	23,26
Attività sportive (lezioni)	22,92		22,92
Acquisti di prodotti artigianali tipici	23,81	16,99	22,15
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	28,40	8,49	21,76
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	15,09	35,78	21,01
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	26,86	8,29	20,94
Attività sportive noleggio attrezzature	13,20	32,00	17,90
Igiene personale e salute	17,27	4,78	15,56
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	12,08	16,69	13,28
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	17,05	6,03	13,25
Visite guidate	8,48	18,33	11,71
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	6,91	21,59	10,76
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	10,70	3,65	9,97
Souvenir	7,09	12,59	9,08
Bar, caffè, pasticcerie	7,22	10,20	7,90
Trasporti pubblici/taxi	5,74	8,01	6,55
Parcheggi	4,62	4,26	4,53
Sigarette, giornali e guide	4,29	4,56	4,37
Altre spese	2,50		2,50

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

6. Il turismo dei laghi

Il turismo nei laghi italiani è un prodotto che sta crescendo per il mercato italiano (52,7%) ma è forte soprattutto per la presenza dei turisti tedeschi (12,4%). Usa, Svizzera e Olanda si affacciano da poco sui laghi italiani.

Provenienza dei vacanzieri	
	%
italiani	52,7
stranieri	47,3
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Regione italiana di provenienza	
	%
Lombardia	30,8
Lazio	12,4
Liguria	7,0
Piemonte	6,8
Campania	6,5
Toscana	5,9
E. Romagna	5,1
Puglia	4,9
Calabria	4,9
Marche	4,1
Trentino	2,7
Abruzzo	2,2
Veneto	1,9
Umbria	1,6
Basilicata	0,8
Sicilia	0,8
Sardegna	0,8
Valle d'Aosta	0,3
Friuli V.G.	0,3
Molise	0,3

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Provenienza degli stranieri	
	%
Europei	81,0
Extra europei	19,0
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Provenienza dei vacanzieri	
	%
italiani	52,7
Germania	12,4
Usa	4,8
Svizzera	4,7
Olanda	4,4
Regno Unito	4,0
Austria	3,7
Francia	3,0
Giappone	2,6
Spagna	1,6
Belgio	0,9
Svezia	0,7
Australia	0,7
Portogallo	0,7
Canada	0,4
Norvegia	0,4
Finlandia	0,4
Polonia	0,4
Danimarca	0,3
Romania	0,3
Messico	0,1
Brasile	0,1
Irlanda	0,1
Lussemburgo	0,1
Russia	0,1
Cina	0,1

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

6.1. Il turista dei laghi

L'identikit di questo turista evidenzia le seguenti caratteristiche:

- maschio, dai 30 ai 40 anni (31,2%) ma anche adulto fino ai 50 anni (22,6%), sposato con figli (49,5%)
- laureato (41,4%) più che diplomato (40,3%), liberi professionisti nel 26% dei casi, imprenditori (15,8%) e dirigenti (12%).

Identikit del vacanziero			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	75,7	63,3	69,8
Femmina	24,3	36,7	30,2
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	2,7	2,1	2,4
da 21 anni a 30 anni	15,9	16,0	16,0
da 31 a 40 anni	31,1	31,3	31,2
da 41 a 50 anni	20,8	24,7	22,6
da 51 a 60 anni	17,0	17,5	17,2
oltre 60 anni	12,4	8,4	10,5
totale	100,0	100,0	100,0
<i>età media</i>	44,6	42,8	43,8

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	6,8	1,5	4,3
Scuola media inferiore	16,6	11,2	14,0
Diploma scuola media superiore	35,3	45,8	40,3
Laurea	41,3	41,5	41,4
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	17,2	14,2	15,8
Professionista	29,4	22,1	25,9
Dirigente/ funzionario	12,5	11,5	12,0
Commerciante	5,2	6,3	5,7
Consulente aziendale	2,2	1,5	1,9
Impiegato	9,5	13,9	11,6
Tecnico	3,3	4,2	3,7
Operaio	3,0	4,5	3,7
Pensionato	11,7	9,1	10,5
Studente	1,6	5,7	3,6
Casalinga	3,8	6,0	4,9
Altro	0,5	0,9	0,7
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	20,6	24,4	22,7
Sposato/a con figli	53,8	45,9	49,5
Sposato/a senza figli	17,0	25,2	21,5
Vedovo/a	7,2	3,0	4,9
Altro	1,3	1,5	1,4
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

6.2. Perché i turisti scelgono i laghi italiani

La natura, lo stesso lago, è l'elemento trainante per questo prodotto turistico, anche in termini di motivazioni: il 36,6% la sceglie per la bellezza naturalistica ed il 21,2% per la quiete che ne deriva.

Motivazione principale della vacanza					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Bellezze naturali del luogo	24,3	48,3	58,7	50,3	36,6
Posto ideale per riposarsi	22,4	21,2	14,3	19,9	21,2
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	5,1	16,7	30,2	19,3	11,8
Il desiderio di vedere un posto mai visto	4,9	14,5	31,7	17,8	11,0
Motivi di lavoro	15,4	3,7	3,2	3,6	9,8
Ho i parenti/amici che mi ospitano	11,9	6,3	3,2	5,7	9,0
Interessi enogastronomici	10,3	7,1	6,3	6,9	8,7
Abbiamo la casa in quella località	10,0	2,6	9,5	3,9	7,1
Prezzi convenienti	4,6	8,2	12,7	9,0	6,7
Per la vicinanza	6,2	5,9	6,3	6,0	6,1
Per i divertimenti che offre	4,9	8,6	0,0	6,9	5,8
Per il gusto dell'avventura	2,4	10,0	7,9	9,6	5,8
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	2,4	5,2	0,0	4,2	3,3
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre)	2,7	3,3	3,2	3,3	3,0
Posto adatto per bambini piccoli	1,6	4,8	1,6	4,2	2,8
Destinazione esclusiva	0,8	4,5	6,3	4,8	2,7
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	1,9	2,6	6,3	3,3	2,6
Shopping	1,4	3,3	4,8	3,6	2,4
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	1,6	3,7	1,6	3,3	2,4
Decisione altrui	1,9	2,6	0,0	2,1	2,0
Posto ideale per praticare un particolare sport	0,5	1,5	0,0	1,2	0,9
Assistere a eventi sportivi	0,8	1,1	0,0	0,9	0,9
Cure terme	0,3	0,4	3,2	0,9	0,6
Studio	1,1	0,0	0,0	0,0	0,6
Benessere fitness	0,0	0,4	0,0	0,3	0,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Sul lago però si innestano molte attività tra cui spiccano quelle business, per cui il 9,8% dei turisti è in viaggio d'affari (2/3 per congressi). Non a caso l'8,5% dei turisti è influenzato nella scelta proprio dalla presenza di congressi/fiere, ma è forte per questo prodotto anche l'influenza dell'intermediazione (23,8% degli stranieri).

Motivazione principale lavoro

% sul totale risposte	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Partecipare a congressi, convegni, conferenze, seminari	70,2	90,0	50,0	83,3	72,5
Partecipare a riunioni d'affari o di lavoro	42,1	30,0	50,0	33,3	40,6
Svolgere attività commerciale, tecnica o di rappresentanza	19,3	30,0	50,0	33,3	21,7
Partecipare a fiere, rassegne, esposizioni di beni o servizi	3,5	10,0	0,0	8,3	4,3
Svolgere attività di consulenza, docenza o simili	5,3	0,0	0,0	0,0	4,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Canali di influenza sulla scelta della vacanza

possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

	italiani	stranieri	totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	29,5	39,2	34,0
C'ero già stato/esperienza personale	17,8	14,5	16,2
Informazioni su Internet	10,8	20,8	15,5
Mostre/Convegni/Fiere	13,2	3,3	8,5
Consiglio dell'agenzia di viaggi	3,5	12,7	7,8
Offerte su Internet	7,8	7,2	7,5
Guide turistiche	5,4	6,3	5,8
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	0,8	11,1	5,7
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	3,5	4,2	3,8
Pubblicità sulla stampa	3,0	4,2	3,6
Non ho scelto io/hanno deciso altri	4,6	1,8	3,3
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	2,7	1,8	2,3
Film/Documentari	1,1	3,3	2,1
Libri/Testi (non di turismo)	1,9	2,4	2,1
Pubblicità alla radio	1,6	2,1	1,9
Pubblicità in TV	0,5	3,3	1,9
Attrazioni / eventi culturali	1,6	1,5	1,6
Richiesto dai figli fino a 14 anni	0,8	1,5	1,1
Pubblicità su affissioni	1,9	0,0	1,0
Videocassette/ CD / Giochi	0,5	1,2	0,9
Eventi religiosi	0,5	0,0	0,3
Attrazioni / eventi sportivi	0,3	0,0	0,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

6.3. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Nonostante l'influenza dell'intermediazione nella scelta di questa vacanza ai laghi sia piuttosto rilevante, la quota di turismo che vi si reca in modalità organizzata è tra le più basse: solo il 17,2% dei turisti si servono degli intermediari, il 10,5% degli italiani, il 24,7% degli stranieri.

Chi usufruisce di questo canale, comunque, acquista un pacchetto all inclusive (85,1%), composto prevalentemente da viaggio+alloggio+altri servizi.

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	10,5	14,1	69,8	24,7	17,2
No	89,5	85,9	30,2	75,3	82,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Solo viaggio	7,7	7,9	9,1	8,5	8,3
Solo l'alloggio	10,3	7,9	2,3	4,9	6,6
Un pacchetto tutto compreso	82,1	84,2	88,6	86,6	85,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio+alloggio	28,1	21,9	15,4	18,3	21,4
Viaggio+altri servizi	18,8	3,1	7,7	5,6	9,7
Alloggio + altri servizi	18,8	0,0	5,1	2,8	7,8
Viaggio + alloggio + altri servizi	34,4	75,0	71,8	73,2	61,2
Altro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

La vacanza al lago si fa in coppia (40,2%), oppure da soli (25,4%). I laghi, poi, si raggiungono comodamente in automobile.

L'alloggio della vacanza ai laghi è l'hotel (54%), specie 3 stelle, ma il 14% preferisce il campeggio e il 10% l'agriturismo.

La vacanza, per gli italiani come per gli stranieri, dura in media 9 notti.

Il gruppo di vacanza

(persone con le quali si condividono le spese)

	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	33,2	16,6	25,4
In coppia	34,6	46,4	40,2
Con più componenti della famiglia	11,6	19,0	15,1
Con amici e familiari	4,3	3,3	3,8
Con amici	12,7	11,7	12,3
Con colleghi di lavoro	3,2	1,8	2,6
Altro	0,3	1,2	0,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati

% calcolata sul totale	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
automobile privata	74,7	52,7	7,8	41,7	57,3
treno	8,5	13,2	22,3	15,4	12,2
pullman di linea	0,8	3,8	2,9	3,6	2,3
pullman per tour organizzato	5,3	6,0	15,5	8,3	6,9
aereo	7,4	20,1	51,5	27,7	18,2
traghetto/nave	1,1	0,6	0,0	0,5	0,8
barca a vela	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
altro	2,1	3,8	0,0	2,8	2,5
	100,0	100,0	100,0	100	100

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
totale alberghi	49,2	55,7	75,0	59,5	54,0
<i>hotel 1 stella</i>	1,6	3,4	2,1	3,1	2,4
<i>hotel 2 stelle</i>	9,3	12,9	4,2	10,8	10,1
<i>hotel 3 stelle</i>	57,9	63,3	43,8	58,5	58,2
<i>hotel 4 stelle</i>	31,1	20,4	47,9	27,2	29,1
<i>hotel 5 stelle</i>	0,0	0,0	2,1	0,5	0,3
seconda casa	12,4	1,5	0,0	1,2	7,1
agriturismo	12,9	6,4	7,8	6,7	10,0
residenze di amici parenti	8,1	6,1	1,6	5,2	6,7
casa privata in affitto	3,8	1,9	6,3	2,7	3,3
campeggio	9,9	22,7	1,6	18,6	14,0
B&B	3,5	3,8	6,3	4,3	3,9
villaggio turistico	0,3	0,4	0,0	0,3	0,3
altro	0,0	1,5	1,6	1,5	0,7

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Numero notti trascorse					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
2-3 notti	17,1	13,2	43,1	18,8	17,9
4-6 notti	27,2	25,6	19,0	24,4	25,8
7-13 notti	39,6	42,4	17,2	37,7	38,6
14-30 notti	16,1	18,8	20,7	19,2	17,6
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
media n.notti					
permanenza					
media totale	9,1	8,8	8,2	8,7	8,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le attività della vacanza ai laghi si differenziano tra i turisti italiani e quelli internazionali:

gli italiani	scelgono il lago ma fanno escursioni (30%) praticano attività sportiva (17%): mountain bike, passeggiate e trekking partecipano a convegni/fiere/esposizioni (15,1%)
gli stranieri	fanno escursioni (45,8%) gite in battello (42,2%) visitano mostre e musei (38,3%) fanno shopping (28,9%)

Attività svolte		italiani	stranieri	Totale
<i>% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte</i>				
Escursioni		30,0	45,8	37,5
Gite in battello		14,1	42,2	27,4
Visitato mostre musei		14,9	38,3	25,9
Ho fatto shopping		14,1	28,9	21,1
Attività sportiva		17,0	5,4	11,5
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive		15,1	4,8	10,3
Gite in barca privata		9,2	9,9	9,5
Partecipazione ad eventi enogastronomici		8,4	8,7	8,5
Ho assistito a spettacoli musicali		6,2	8,7	7,4
Partecipazione ad eventi folkloristici		5,7	8,4	7,0
Andato al casino		2,7	5,7	4,1
Ho degustato i prodotti enogastronomici locali		3,5	3,0	3,3
Gite in barca a noleggio		1,6	4,8	3,1
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici		2,2	2,4	2,3
Ho assistito a spettacoli sportivi		1,1	3,3	2,1
Acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale		2,7	1,2	2,0
sono andato in centri benessere (saune..)		1,4	2,1	1,7
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico		1,6	1,5	1,6

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Sport praticati		italiani	stranieri	Totale
<i>% calcolata sul totale vacanzieri che hanno praticato sport</i>				
trekking		28,6	27,8	28,4
mountain bike		31,7	11,1	27,2
passeggiate		30,2	16,7	27,2
equitazione		14,3	38,9	19,8
tennis		11,1	5,6	9,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

6.4. La soddisfazione della vacanza

Discretamente soddisfacente la vacanza ai laghi, con valutazioni sulle componenti di offerta che non scendono mai sotto al 7, fatta eccezione per il giudizio dei turisti italiani sull'offerta di intrattenimento (6,9).

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La qualità del mangiare e bere	7,7	8,3	8,0
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	7,7	8,2	7,9
La cortesia/ospitalità della gente	7,7	8,2	7,9
La pulizia dell'alloggio	7,7	8,0	7,8
La pulizia del luogo	7,7	7,9	7,8
L'offerta culturale	7,6	7,9	7,8
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,6	7,8	7,7
L'organizzazione del territorio	7,3	7,7	7,5
Informazioni turistiche	7,1	7,8	7,4
Il traffico	7,3	7,5	7,4
Il costo dell'alloggio	7,2	7,6	7,4
L'offerta di intrattenimento	6,9	7,5	7,2
Il costo della ristorazione	7,0	7,5	7,2
Il costo dei trasporti locali	7,0	7,5	7,2
Offerta turistica nel complesso	7,7	8,2	7,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

6.5. La spesa per la vacanza

I turisti che scelgono la vacanza ai laghi acquistando un pacchetto all inclusive spendono al giorno in media 79 euro gli italiani, 306 euro gli stranieri.

Chi fa vacanza non organizzata spende

per il viaggio 54 euro gli italiani, 189 gli stranieri

per l'alloggio 43 euro gli italiani, 48 gli stranieri (dai 28 ai 77 euro in hotel, dai 27 euro dei campeggi ai 38 degli agriturismo).

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso					
spesa media giornaliera pro-capite					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
pacchetto tutto compreso (euro)	79,19	206,57	414,32	305,92	244,74

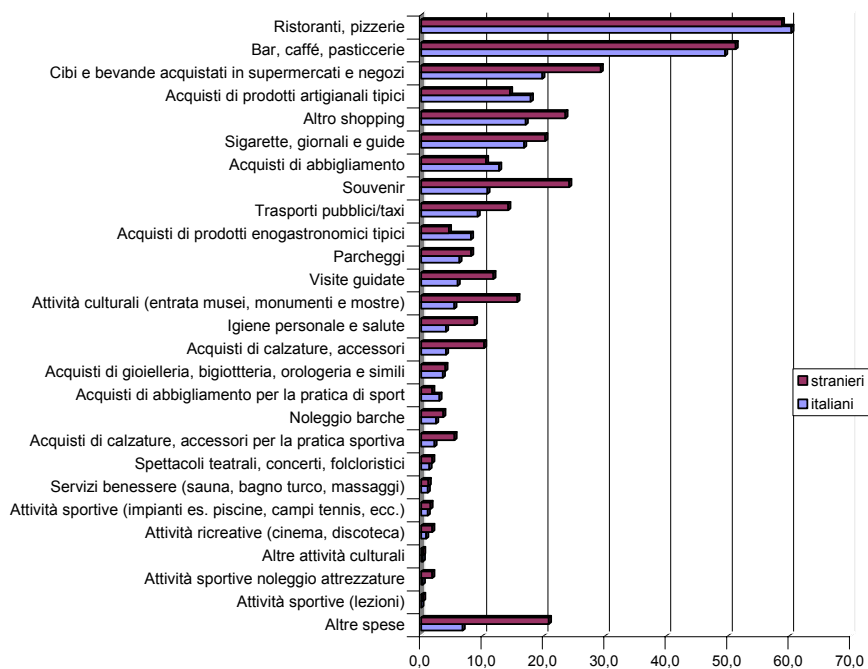
Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che <u>non</u> hanno utilizzato pacchetti					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio A/R	53,64	147,50	631,67	189,24	113,91
Alloggio (media giornaliera)	42,81	47,33	51,56	47,75	45,49

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Sia i turisti italiani che quelli stranieri spendono più frequentemente per questa vacanza in ristoranti/pizzerie, bar e caffè, cibo e bevande nei supermercati. Tanti stranieri, poi, acquistano souvenir.

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le voci di consumo per cui i turisti spendono di più, risultano
per gli italiani ristoranti/pizzerie (30,32 euro), calzature sportive (27,69),
calzature (23,86), abbigliamento (22,84)
per gli stranieri noleggio attrezzature sportive (97,22 euro), visite guidate (58,27),
shopping vario (44,06), ristoranti/pizzerie (40,18)

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Attività sportive noleggio attrezzature	2,86	97,22	83,74
Altre spese	16,27	64,48	51,66
Visite guidate	11,78	58,27	41,50
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	27,69	39,19	35,65
Ristoranti, pizzerie	30,32	40,18	34,92
Acquisti di calzature, accessori	23,86	38,91	34,30
Altro shopping	20,68	44,06	33,61
Igiene personale e salute	14,10	39,32	30,72
Acquisti di abbigliamento	22,84	36,47	28,66
Attività sportive (lezioni)		25,00	25,00
Acquisti di prodotti artigianali tipici	18,99	30,84	23,98
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	19,09	20,80	20,07
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	12,17	24,95	19,14
Souvenir	14,21	20,70	18,54
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	3,80	30,00	18,35
Attività ricreative (cinema, discoteca)	12,50	20,37	17,75
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	17,93	16,57	17,45
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	17,25	17,03	17,17
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	13,78	19,50	16,64
Noleggio barche	20,25	12,75	15,96
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	7,40	16,19	13,75
Trasporti pubblici/taxi	10,58	14,45	12,83
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	9,59	14,89	12,24
Bar, caffè, pasticcerie	9,11	15,11	12,00
Parcheggi	8,83	14,55	11,92
Sigarette, giornali e guide	6,41	11,56	9,09
Altre attività culturali	3,33	2,14	2,74

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

7. La vacanza in montagna

Il turismo montano nelle destinazioni italiane è meta sostanzialmente del mercato nazionale.

L'85,8% dei turisti sono italiani, in particolare residenti in Liguria, Lombardia e Piemonte, gli stranieri provengono prevalentemente da Germania e Francia.

Provenienza dei vacanzieri	
	%
italiani	85,8
stranieri	14,2
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza degli stranieri	
	%
Germania	38,4
Francia	25,4
Regno Unito	11,9
Austria	4,5
Danimarca	4,0
Svezia	3,4
Olanda	2,8
Svizzera	2,3
Belgio	1,7
Scozia	1,7
Russia	1,1
Croazia	1,1
Usa	0,6
Ungheria	0,6
Slovenia	0,6
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Regione di provenienza	
	%
Liguria	34,8
Lombardia	21,2
Piemonte	20,8
E. Romagna	5,0
Toscana	4,7
Veneto	4,6
Lazio	3,9
Marche	0,8
Campania	0,8
Puglia	0,8
Friuli V.G.	0,7
Sicilia	0,7
Umbria	0,3
Valle d'Aosta	0,2
Calabria	0,2
Sardegna	0,2
Trentino	0,1
Abruzzo	0,1
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

7.1. Il turista della montagna

L'identikit del turista del prodotto montano si caratterizza per le seguenti peculiarità:

- maschio italiano, di età tra 1 31 ed i 50 anni, sposato con figli
- prevalentemente impiegati, ma anche pensionati e casalinghe, con un livello culturale medio superiore (52,4%, solo il 24,8% sono laureati).

Identikit del vacanziero			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	55,4	57,1	55,6
Femmina	44,6	42,9	44,4
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	4,9	11,9	5,8
da 21 anni a 30 anni	13,6	13,6	13,6
da 31 a 40 anni	27,6	29,4	27,9
da 41 a 50 anni	27,6	25,4	27,3
da 51 a 60 anni	12,5	11,3	12,3
oltre 60 anni	13,8	8,5	13,1
totale	100,0	100,0	100,0
<i>età media</i>	<i>43,7</i>	<i>39,8</i>	<i>43,1</i>

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	5,8	2,4	5,3
Scuola media inferiore	17,6	16,1	17,4
Diploma scuola media superiore	53,0	48,8	52,4
Laurea	23,6	32,7	24,8
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	5,6	7,4	5,9
Professionista	9,0	6,9	8,7
Dirigente/ funzionario	3,8	7,4	4,3
Commerciante	6,4	3,4	6,0
Consulente aziendale	2,1	2,3	2,1
Impiegato	26,0	28,0	26,3
Tecnico	4,0	6,3	4,3
Operaio	6,5	5,7	6,4
Pensionato	14,8	5,7	13,5
Studente	8,9	17,7	10,1
Casalinga	11,0	6,9	10,4
Altro	1,9	2,3	1,9
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziero			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	24,5	32,2	25,5
Sposato/a con figli	53,7	43,7	52,3
Sposato/a senza figli	14,0	19,5	14,8
Vedovo/a	4,9	1,1	4,3
Altro	3,0	3,4	3,1
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

7.2. Perché i turisti scelgono la montagna italiana

La montagna è natura e sport.

Infatti, per gli italiani, il mercato che fruisce maggiormente questa tipologia di vacanza, sceglie la destinazione perché è un luogo dove poter fare sport (30,1%), perché ha la seconda casa (29,6%), per le bellezze naturalistiche (29,5%) e perché in montagna trova quiete e riposo (19,8%).

Per gli stranieri, al contrario è soprattutto un luogo di bellezze naturali (46,9%).

Motivazione principale della vacanza

possibili più risposte, % calcolata sul totale

<i>vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri	Totale
Bellezze naturali del luogo	29,5	46,9	31,9
Posto ideale per praticare un particolare sport	30,1	32,8	30,5
Abbiamo la casa in quella località	29,6	10,2	26,9
Posto ideale per riposarsi	19,8	15,3	19,1
Il desiderio di vedere un posto mai visto	5,4	17,5	7,1
Posto adatto per bambini piccoli	5,0	6,8	5,3
Ho i parenti/amici che mi ospitano	4,9	5,6	5,0
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	3,6	4,0	3,7
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	2,2	7,3	3,0
Per il gusto dell'avventura	2,7	2,8	2,7
Interessi enogastronomici	2,1	6,2	2,6
Per la vicinanza	2,6	1,1	2,4
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	2,1	2,3	2,2
Shopping	2,1	2,3	2,2
Decisione altrui	0,9	3,4	1,3
Per i divertimenti che offre	0,4	6,8	1,3
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	1,3	0,6	1,2
Cure terme	0,9	1,7	1,0
Motivi di lavoro	0,8	0,6	0,8
Prezzi convenienti	0,7	1,1	0,8
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre)	0,5	1,7	0,6
Destinazione esclusiva	0,6	0,6	0,6
Assistere a eventi sportivi	0,3	1,7	0,5
Benessere fitness	0,1	0,0	0,1
Studio	0,1	0,0	0,1
altro	2,5	1,1	2,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Per gli italiani, la montagna è sci, alpino (67,8%) o di fondo (52,6%), per gli stranieri anche trekking e alpinismo.

Motivazione principale: posto ideale per praticare sport			
<i>% sul totale vacanzieri che hanno fatto sport</i>	Italiani	Stranieri	Totale
sci alpino	67,8	74,1	68,8
sci di fondo	52,6	60,3	53,8
trekking	13,0	55,2	19,4
alpinismo	3,4	29,3	7,3
pattinaggio	3,1	1,7	2,9
passeggiate con i racchettoni	0,9	8,6	2,1
parapendio	1,9	1,7	1,8
golf	1,2	1,7	1,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

L'esperienza personale ed il passaparola influenzano 7 turisti italiani su 10 nella scelta della destinazione, per gli stranieri, invece, Internet incide per il 30% circa delle scelte.

Canali di influenza sulla scelta della vacanza			
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>			
	italiani	stranieri	totale
C'ero già stato/esperienza personale	41,1	20,1	36,5
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	26,1	20,1	24,8
Informazioni su Internet	9,6	14,0	10,6
Offerte su Internet	3,4	15,1	6,0
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	3,7	8,4	4,7
Guide turistiche	1,7	9,5	3,4
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	2,0	2,8	2,2
Non ho scelto io/hanno deciso altri	1,7	0,0	1,3
Pubblicità sulla stampa	0,8	1,7	1,0
Libri/Testi (non di turismo)	0,8	1,1	0,9
Consiglio dell'agenzia di viaggi	0,3	2,2	0,7
Film/Documentari	0,8	0,6	0,7
Richiesto dai figli fino a 14 anni	0,6	0,6	0,6
Attrazioni / eventi sportivi	0,6	0,6	0,6
Attrazioni / eventi musicali	0,6	0,0	0,5
Videocassette/ CD / Giochi	0,2	1,1	0,4
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	0,5	0,0	0,4
Mostre/Convegni/Fiere	0,5	0,0	0,4
Pubblicità alla radio	0,3	0,0	0,2
Attrazioni / eventi culturali	0,3	0,0	0,2
Pubblicità su affissioni	0,2	0,0	0,1
Pubblicità in TV	0,2	0,0	0,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

7.3. I comportamenti e le attività durante la vacanza

La montagna italiana è ancora poco presente sui cataloghi dell'intermediazione, nazionale e internazionale. Solo il 5,9% dei turisti fa questa vacanza attraverso questo canale della commercializzazione, il 24,9% di quelli stranieri.

Tra coloro che acquistano la vacanza in questa modalità, comunque, prevale l'acquisto del pacchetto: 7 su 10 all inclusive, 3 su 10 l'alloggio.

Vacanza in famiglia per i turisti italiani, in coppia per quelli stranieri, che raggiungono i luoghi in automobile (anche in pullman quelli stranieri).

4 turisti su 10 scelgono l'alloggio in hotel (la metà a 3 stelle), poi c'è la seconda casa o il campeggio per gli stranieri.

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	2,8	24,9	5,9
No	97,2	75,1	94,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza

	Italiani	Stranieri	Totale
Solo viaggio	0,0	2,3	1,4
Solo l'alloggio	36,7	18,2	25,7
Un pacchetto tutto compreso	63,3	79,5	73,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza

	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio+alloggio	5,3	0,0	1,9
Viaggio+altri servizi	5,3	2,9	3,7
Alloggio + altri servizi	21,1	0,0	7,4
Viaggio + alloggio + altri servizi	68,4	94,3	85,2
Altro	0,0	2,9	1,9
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Il gruppo di vacanza (persone con le quali si condividono le spese)			
	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	11,6	10,2	11,4
In coppia	27,2	32,2	27,9
Con più componenti della famiglia	38,3	23,2	36,2
Gruppo di amici e familiari	6,6	6,8	6,6
Gruppo di amici	12,8	22,0	14,1
Con colleghi di lavoro	0,7	2,8	1,0
Altro	2,8	2,8	2,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati			
% calcolata sul totale	Italiani	Stranieri	Totale
automobile privata	82,0	52,4	75,0
pullman di linea	6,7	23,8	10,8
treno	3,4	3,0	3,3
pullman per tour organizzato	0,8	8,5	2,6
aereo	1,0	7,9	2,6
altro	6,1	4,3	5,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza			
	Italiani	Stranieri	Totale
totale alberghi	35,2	58,2	38,4
<i>hotel 1 stella</i>	6,3	8,7	6,8
<i>hotel 2 stelle</i>	12,7	4,9	11,0
<i>hotel 3 stelle</i>	48,5	48,5	48,5
<i>hotel 4 stelle</i>	17,9	23,3	19,1
<i>hotel 5 stelle</i>	14,5	14,6	14,5
seconda casa	39,5	13,0	35,8
residenze di amici parenti	12,2	4,0	11,1
casa privata in affitto	4,3	2,3	4,0
B&B	2,9	8,5	3,7
campeggio	1,2	11,3	2,6
villaggio turistico	0,6	0,0	0,6
agriturismo	0,2	1,1	0,3
altro	3,9	1,7	3,6

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

In media il soggiorno dura 11 notti, oltre la classica settimana bianca. In tutti i casi la metà dei turisti della montagna praticano lo sci, gli altri fanno shopping e escursioni.

Numero notti trascorse			
	Italiani	Stranieri	Totale
2-3 notti	9,4	7,9	9,2
4-6 notti	18,1	25,7	19,2
7-13 notti	49,1	50,0	49,2
14-30 notti	23,4	16,4	22,4
totale	100,0	100,0	100,0
media n.notti			
permanenza media totale	11,3	8,3	10,8

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Attività svolte			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte</i>			
	italiani	stranieri	Totale
sci alpino/sci di fondo	51,4	37,9	49,4
Ho fatto shopping	46,1	39,5	45,2
Escursioni	27,0	44,1	29,4
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	9,8	4,0	9,0
Ho assistito a spettacoli musicali	8,2	5,6	7,8
Partecipazione ad eventi enogastronomici	5,3	3,4	5,0
Partecipazione ad eventi folkloristici	5,3	3,4	5,0
Ho degustato i prodotti enogastronomici locali	3,1	7,3	3,7
Andato in centri benessere	2,8	6,8	3,4
Ho assistito a spettacoli sportivi	2,6	2,3	2,6
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	1,9	3,4	2,1
Gite in battello	0,5	1,1	0,6
sono andato al casino	0,3	0,0	0,2
Gite in barca a noleggio	0,2	0,0	0,2
altro	1,9	3,4	2,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

7.4. La soddisfazione della vacanza

Le destinazioni montane dimostrano ancora una volta di saper accogliere i propri clienti.

Il valore infatti del voto è superiore alla media nazionale.

Il binomio montagna ambiente è forte in Italia, e i turisti lo premiano con un nove (il voto più alto rispetto agli altri prodotti turistici). Oltre alla pulizia del luogo anche quella dell'alloggio ha un ritorno altamente positivo.

Ma se l'organizzazione, la qualità dell'offerta è giudicata positivamente un po' recriminazioni (anche se con voti superiori a 7) si riscontrano nella valutazione dei costi.

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La pulizia del luogo	9,0	8,9	9,0
La pulizia dell'alloggio	8,9	8,9	8,9
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	8,9	8,9	8,9
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	8,7	8,9	8,7
La qualità del mangiare e bere	8,6	8,8	8,7
Informazioni turistiche	8,5	8,8	8,6
La cortesia/ospitalità della gente	8,3	8,8	8,4
L'organizzazione del territorio	8,3	8,5	8,3
L'offerta culturale	7,8	8,4	7,9
Il traffico	7,6	7,8	7,7
L'offerta di intrattenimento	7,6	8,0	7,7
Il costo dei trasporti locali	7,4	8,3	7,6
Il costo dell'alloggio	7,4	8,1	7,5
Il costo della ristorazione	7,0	7,6	7,1
Offerta turistica nel complesso	8,3	8,7	8,4

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

7.5. La spesa per la vacanza

Per quella piccola quota di turisti che scelgono la vacanza in montagna attraverso i canali dell'intermediazione, il costo del pacchetto ammonta in media a 73,60 euro al giorno per gli italiani, 118,34 euro per gli stranieri.

I turisti che hanno scelto una modalità non organizzata, spendono

per il viaggio 32 euro se italiani, 94 euro se stranieri

per l'alloggio 52 euro gli italiani, 51 gli stranieri, (dai 35 ai 105 euro in hotel a seconda della categoria).

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso

spesa media giornaliera pro-capite

	Italiani	Stranieri	Totale
pacchetto tutto compreso (euro)	73,60	118,34	104,21

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

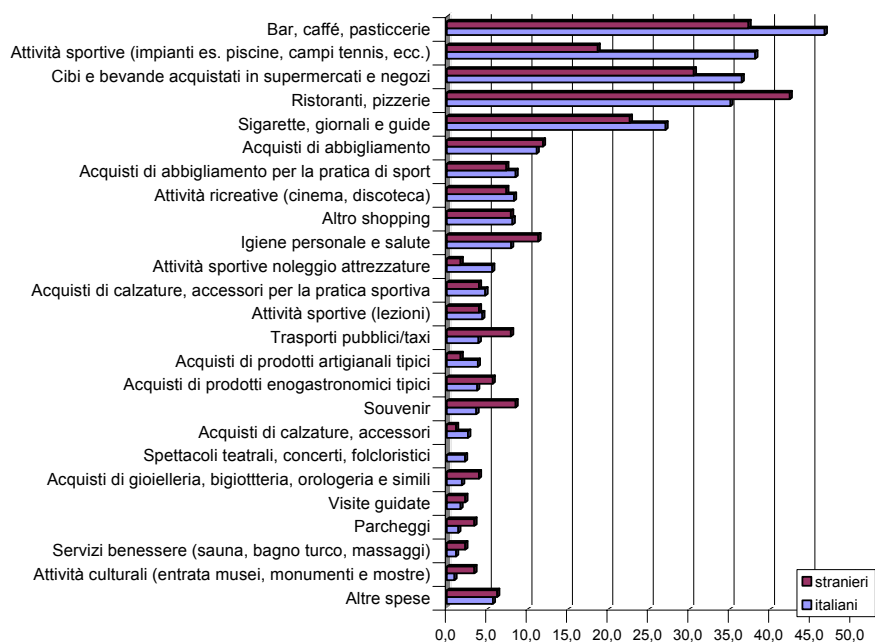
Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che non hanno utilizzato pacchetti

	Spesa media a persona in euro		
	italiani	stranieri	totale
Viaggio A/R	31,7	93,9	38,0
Alloggio (media giornaliera)	51,7	50,9	51,6

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Le voci di spesa più diffuse tra i turisti stranieri sono quelle relative ai ristoranti/pizzerie, bar e caffè e cibi acquistati nei supermercati. Tra gli italiani, dopo quelle relative ai bar e caffè, le voci di consumo relative alle attività sportive.

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le spese maggiori dei turisti montani riguardano
per gli italiani gioielleria, orologeria (32,87 euro), calzature e accessori per la
pratica sportiva (32,56), servizi benessere (32,04)
per gli stranieri abbigliamento (57,11 euro), calzature e accessori per lo sport
(55,69), altre calzature e accessori (47,50).

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	32,56	55,69	35,35
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	32,04	39,38	33,87
Altre spese	30,46	31,68	30,64
Acquisti di abbigliamento	25,72	57,11	30,43
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	32,87	14,95	28,23
Visite guidate	29,07	22,42	27,86
Attività sportive (lezioni)	26,74	15,99	25,34
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	22,67	35,04	23,59
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	21,62	27,73	22,84
Ristoranti, pizzerie	20,18	28,92	21,64
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	19,07	27,31	20,10
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	18,37	27,93	19,53
Souvenir	14,79	23,55	17,22
Acquisti di calzature, accessori	14,35	47,50	16,56
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	19,66	8,04	15,30
Trasporti pubblici/taxi	8,65	31,39	14,33
Altro shopping	13,94	11,65	13,62
Acquisti di prodotti artigianali tipici	13,97	8,47	13,59
Attività sportive noleggio attrezzature	13,72	3,78	13,25
Attività ricreative (cinema, discoteca)	8,86	12,79	9,36
Igiene personale e salute	7,91	8,57	8,04
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	7,90		7,90
Bar, caffè, pasticcerie	7,08	13,42	7,82
Parcheggi	8,20	3,56	6,87
Sigarette, giornali e guide	5,03	5,39	5,07

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

8. Il turismo enogastronomico

L'analisi dei turismi e dei prodotti territoriali ha messo in luce quanto siano forti e varie le motivazioni della domanda in relazione a ciascuno di essi, e quanto a volte, le motivazioni dei turisti siano poco correlate alle caratteristiche del prodotto stesso. Non può dirsi altrettanto, nel caso dei prodotti motivazionali trasversali ai territori, come nel caso dell'enogastronomia, che muove turisti da tutto il mondo, i grandi viaggiatori italiani (lombardi, laziali) e internazionali (statunitensi, tedeschi, francesi, britannici).

Provenienza dei vacanzieri	
	%
italiani	47,8
stranieri	52,2
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Regione di provenienza	
	%
Lombardia	21,9
Piemonte	11,3
Lazio	11,3
Veneto	7,2
Toscana	6,9
Liguria	6,6
Campania	5,6
E. Romagna	4,4
Marche	4,1
Umbria	3,4
Trentino	3,1
Puglia	2,8
Calabria	2,8
Valle d'Aosta	2,2
Friuli V.G.	1,9
Sicilia	1,9
Abruzzo	0,9
Molise	0,6
Basilicata	0,6
Sardegna	0,6

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza degli stranieri	
	%
Usa	25,2
Germania	17,8
Francia	14,0
Regno Unito	11,7
Olanda	7,4
Austria	4,3
Spagna	4,0
Svizzera	2,9
Giappone	2,3
Australia	1,4
Portogallo	1,4
Finlandia	1,1
Belgio	0,9
Messico	0,9
Canada	0,9
Svezia	0,9
Danimarca	0,6
Irlanda	0,6
Grecia	0,3
Ungheria	0,3
Montenegro	0,3
Serbia	0,3
Lussemburgo	0,3
Venezuela	0,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

8.1. Il turista dell'enogastronomia italiana

Il turismo enogastronomico è una scelta fatta da turisti

- prevalentemente dai 41 ai 50 anni, sposati con figli
- laureati (43,2%) e diplomati (41,6%), professionisti (23,6%), impiegati, (16,1%), imprenditori (12,5%) o dirigenti (11,3%).

Identikit del vacanziere			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	54,7	54,4	54,6
Femmina	45,3	45,6	45,4
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziere			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	5,9	5,2	5,5
da 21 anni a 30 anni	12,2	16,9	14,6
da 31 a 40 anni	28,4	22,6	25,4
da 41 a 50 anni	28,4	29,2	28,8
da 51 a 60 anni	12,5	16,3	14,5
oltre 60 anni	12,5	9,7	11,1
totale	100,0	100,0	100,0

età media 43,7 43,0 43,3

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziere			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare		4,7	2,9
Scuola media inferiore	10,3	12,4	11,4
Diploma scuola media superiore	42,3	40,9	41,6
Laurea	42,6	43,8	43,2
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziere			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	14,1	11,0	12,5
Professionista	22,5	24,6	23,6
Dirigente/ funzionario	10,0	12,4	11,3
Commerciante	8,4	5,8	7,1
Consulente aziendale	1,6	2,3	2,0
Impiegato	16,9	15,3	16,1
Tecnico	2,8	3,2	3,0
Operaio	3,4	1,2	2,3
Pensionato	10,0	9,0	9,5
Studente	5,3	9,2	7,4
Casalinga	4,7	4,0	4,4
Altro	0,3	2,0	1,2
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Identikit del vacanziere			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	20,9	24,9	23,1
Sposato/a con figli	55,3	48,0	51,3
Sposato/a senza figli	18,3	22,8	20,8
Vedovo/a	3,7	2,7	3,1
Altro	1,8	1,5	1,7
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

8.2. I comportamenti e le attività durante la vacanza

8 turisti enogastronomici su 10 scelgono gli itinerari del buon mangiare e bere fidandosi o del passaparola di amici e parenti o della propria esperienza precedente: sul cibo e sul vino non ci si può fidare di un bel depliant. Poi c'è Internet con informazioni accattivanti (18,1%) o con proposte specifiche (12,7%), e le guide turistiche (14,3%), dove il parere degli esperti suggerisce una reale esperienza positiva da condividere virtualmente.

Film e documentari, articoli e rubriche sulla stampa non specializzata (ma spesso curata da gourmet), il turista enogastronomico è un turista informato, che legge e va al cinema, e da questa attività crea un ghiotto immaginario turistico.

Canali di influenza sulla scelta della vacanza

possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

	italiani	stranieri	totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	44,4	43,6	43,9
C'ero già stato/esperienza personale	41,3	29,5	35,1
Informazioni su Internet	12,5	23,2	18,1
Guide turistiche	11,3	17,2	14,3
Offerte su Internet	13,4	12,0	12,7
Film/Documentari	5,6	14,0	10,0
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	8,1	10,6	9,4
Consiglio dell'agenzia di viaggi	5,3	10,0	7,8
Attrazioni / eventi culturali	5,3	9,7	7,6
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	4,7	9,2	7,0
Pubblicità sulla stampa	4,1	8,6	6,4
Libri/Testi (non di turismo)	3,8	6,3	5,1
Attrazioni / eventi musicali	2,8	4,9	3,9
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	2,8	4,6	3,7
Pubblicità in TV	2,2	3,7	3,0
Pubblicità su affissioni	0,9	3,2	2,1
Non ho scelto io/hanno deciso altri	2,2	1,7	1,9
Mostre/Convegni/Fiere	2,5	0,9	1,6
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,6	1,4	1,5
Pubblicità alla radio	1,6	1,1	1,3
Eventi religiosi	1,3	0,9	1,0
Attrazioni / eventi sportivi	0,0	2,0	1,0
Videocassette/ CD / Giochi	0,6	1,1	0,9
altro	0,9	1,1	1,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tra coloro che si affidano all'intermediazione (39,9%) sia che ricorrano alle agenzie (14,8%) o acquistano su Internet (12,7%), oltre la metà acquista un pacchetto (62,2%), in alternativa l'alloggio (34,1%). Tra chi compra il pacchetto, a dimostrazione di una certa dimestichezza con il fare vacanza, oltre la metà prende un pacchetto base (58,4%), 3 su 10, invece, un all inclusive (viaggio+alloggio+altri servizi). In ogni caso, si tratta di una vacanza svolta in due modalità: in coppia (39,7%), o in gruppo con familiari e magari anche amici.

In auto e treno per gli italiani, aereo e auto per gli stranieri, la vacanza enogastronomica è alla scoperta di sensazioni e del territorio. Anche l'alloggio, infatti, oltre l'hotel (42,3%), è anche agriturismo (23,7%), seconda casa (7,1%) e B&B (5,7%).

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	27,5	51,3	39,9
No	72,5	48,7	60,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza

	Italiani	Stranieri	Totale
Solo viaggio	2,3	4,5	3,7
Solo l'alloggio	45,5	28,5	34,1
Un pacchetto tutto compreso	52,3	67,0	62,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza

	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio+alloggio	43,5	64,2	58,4
Viaggio+altri servizi	15,2	6,7	9,0
Alloggio + altri servizi	6,5	1,7	3,0
Viaggio + alloggio + altri servizi	34,8	25,8	28,3
Altro	0,0	1,7	1,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Il gruppo di vacanza*(persone con le quali si condividono le spese)*

	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	6,3	6,3	6,3
In coppia	41,2	38,4	39,7
Con più componenti della famiglia	26,1	23,5	24,7
Gruppo di amici e familiari	11,3	8,9	10,0
Gruppo di amici	13,5	21,5	17,7
Con colleghi di lavoro	1,3	0,0	0,6
Altro	0,3	1,4	0,9
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati

<i>% calcolata sul totale</i>	Italiani	Stranieri	Totale
automobile privata	65,2	23,3	40,3
aereo	7,0	36,3	24,4
treno	11,9	6,9	8,9
pullman per tour organizzato	5,5	9,7	8,0
pullman di linea	2,3	8,3	5,9
traghetto/nave	6,4	5,3	5,8
barca a vela	0,0	0,2	0,1
Altro	1,7	10,1	6,7

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza

	Italiani	Stranieri	Totale
totale alberghi	40,7	43,7	42,3
<i>hotel 1 stella</i>	1,6	2,5	2,1
<i>hotel 2 stelle</i>	7,0	5,6	6,2
<i>hotel 3 stelle</i>	58,9	42,0	49,5
<i>hotel 4 stelle</i>	27,9	45,7	37,8
<i>hotel 5 stelle</i>	4,7	4,3	4,5
agriturismo	26,8	27,8	27,3
seconda casa	7,9	6,5	7,1
B&B	5,4	5,9	5,7
campeggio	4,4	5,1	4,8
residenze di amici parenti	5,4	3,8	4,5
casa privata in affitto	5,7	2,4	3,9
villaggio turistico	1,3	2,4	1,9
altro	2,5	2,4	2,5

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Così come la gastronomia, anche la vacanza è *slow*, per una durata media di 9,3 notti.

La attività svolte durante la vacanza all'insegna della scoperta enogastronomica, al contrario, sono molte:

- sia gli italiani che gli stranieri visitano mostre e monumenti
- poi gli italiani fanno escursioni e si danno allo shopping
- gli stranieri, invece, fanno shopping e degustano i prodotti enogastronomici

Numero notti trascorse

	Italiani	stranieri	Totale
2-3 notti	10,6	12,9	11,8
4-6 notti	14,9	19,0	17,1
7-13 notti	51,4	53,9	52,7
14-30 notti	23,0	14,2	18,4
totale	100,0	100,0	100,0
media n.notti			
permanenza media totale	10,5	8,2	9,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Attività svolte

% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte

	italiani	stranieri	Totale
visitato mostre musei	52,5	66,5	59,8
visitato monumenti e siti di interesse archeologico	41,3	59,3	50,7
fatto shopping	34,1	49,3	42,0
degustato i prodotti enogastronomici locali	31,9	46,1	39,3
escursioni	34,4	39,0	36,8
praticato sport	28,8	30,9	29,9
acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	19,1	28,7	24,1
partecipazione ad eventi enogastronomici	23,8	17,2	20,3
partecipazione ad eventi folkloristici	22,8	13,8	18,1
assistito a spettacoli musicali	19,4	12,0	15,5
partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	14,7	6,6	10,5
andato in centri benessere (saune..)	8,8	9,2	9,0
gite in barca privata	8,1	5,4	6,7
svolto attività agricole	1,3	6,6	4,0
partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	4,4	1,7	3,0
gite in barca a noleggio	4,4	1,1	2,7
assistito a spettacoli sportivi	3,8	0,6	2,1
gite in battello	0,6	1,4	1,0
altro	1,3	2,9	2,1

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

8.3. La soddisfazione della vacanza

Molto soddisfatti i turisti alla scoperta della ricchezza enogastronomica italiana, che trovano proprio quello per cui hanno scelto la destinazione di vacanza: 8,6 il voto alla qualità del mangiare e del bere, 8,3 alla pulizia dell'alloggio, 8,1 all'accoglienza, 8 alla cortesia ed all'ospitalità della gente.

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La qualità del mangiare e bere	8,5	8,7	8,6
La pulizia dell'alloggio	8,4	8,3	8,3
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	8,3	8,0	8,1
La cortesia/ospitalità della gente	8,1	8,0	8,0
L'offerta culturale	7,9	7,8	7,8
La pulizia del luogo	7,6	7,5	7,5
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,4	7,1	7,3
Informazioni turistiche	7,2	6,9	7,1
Il costo della ristorazione	7,2	7,0	7,1
L'offerta di intrattenimento	7,1	7,0	7,0
Il costo dell'alloggio	7,2	6,9	7,0
Il costo dei trasporti locali	7,0	6,9	7,0
L'organizzazione del territorio	7,1	6,8	6,9
Il traffico	6,8	6,4	6,6
Offerta turistica nel complesso	8,0	7,9	8,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Meno soddisfacenti, ma pur sempre sufficienti, le valutazioni sul traffico (6,6) e sulla generale organizzazione del territorio (6,9).

8.4. La spesa per la vacanza

I turisti che acquistano questa vacanza in modalità organizzata (circa il 40%), spendono per il pacchetto circa 96 euro al giorno gli italiani , 226 gli stranieri.

Chi viaggia in modalità autonoma, invece, spende

per il viaggio 74 euro circa gli italiani, 346 gli stranieri
per l'alloggio 45 euro al giorno gli italiani, circa 53 gli stranieri, dai 24 ai 146 negli hotel a seconda della categoria, dai 20 nei campeggi ai 51 negli agriturismi.

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso

	spesa media giornaliera pro-capite		
	Italiani	Stranieri	Totale
pacchetto tutto compreso (euro)	95,73	226,05	191,30

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

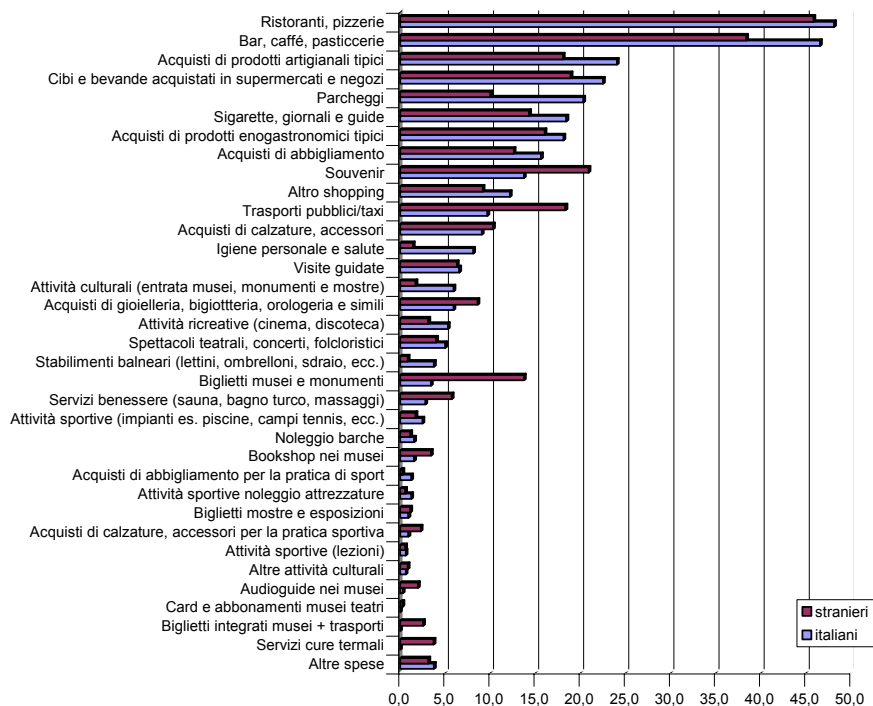
Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che non hanno utilizzato pacchetti

	Spesa media a persona in euro		
	italiani	stranieri	totale
Viaggio A/R	73,85	346,15	195,96
<i>Alloggio (media giornaliera)</i>	45,21	52,65	48,77

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le spese più diffuse tra i turisti sono proprio quelle nei ristoranti e nei bar, poi però gli italiani acquistano i prodotti artigianali (24,1%), gli stranieri i souvenir (20,9%).

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le voci per cui i turisti spendono di più al giorno risultano però

- per gli italiani servizi benessere (59,48 euro), stabilimenti balneari (37,13), attività culturali varie (32,50)
- per gli stranieri le cure termali (86,96 euro), calzature per la pratica sportiva (57,81), gioielleria (48,28).

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Servizi cure termali	-	86,96	86,96
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	24,17	57,81	48,64
Ristoranti, pizzerie	29,78	47,44	38,78
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	59,48	22,59	34,04
Altre spese	40,35	25,37	33,19
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	6,90	48,28	32,24
Acquisti di abbigliamento	25,96	36,32	30,81
Stabilimenti balneari (lettini, ombrelloni, sdraio, ecc.)	37,13	1,31	29,96
Acquisti di calzature, accessori	14,56	38,61	27,88
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	15,24	36,20	25,26
Visite guidate	24,56	17,90	21,15
Noleggio barche	28,91	3,96	17,82
Altre attività culturali	32,50	6,67	17,00
Attività ricreative (cinema, discoteca)	15,97	16,74	16,27
Altro shopping	11,72	21,31	16,04
Acquisti di prodotti artigianali tipici	12,43	17,85	14,87
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	11,93	16,02	13,94
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	10,04	18,98	13,88
Trasporti pubblici/taxi	6,83	15,04	12,36
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	13,90	5,00	12,12
Souvenir	9,18	13,46	11,85
Biglietti musei e monumenti	13,46	11,43	11,81
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	10,06	12,06	10,99
Biglietti mostre e esposizioni	11,83	9,33	10,40
Biglietti integrati musei + trasporti		10,33	10,33
Bar, caffè, pasticcerie	7,76	11,41	9,49
Igiene personale e salute	8,99	6,40	8,57
Audioguide nei musei	2,50	9,24	8,40
Bookshop nei musei	6,50	8,19	7,70
Attività sportive noleggio attrezzature	7,65	4,50	6,60
Sigarette, giornali e guide	4,84	7,30	5,97
Attività sportive (lezioni)	6,25	5,00	5,63
Parcheggi	4,86	5,15	4,97
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	3,84	7,92	4,82
Card e abbonamenti musei teatri		2,50	2,50

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

9. Il turismo sportivo

Il turismo sportivo, trasversale anch'esso ai prodotti turistici tradizionali, in quanto turismo motivazionale e non territoriale evidenzia tratti caratteristici vari ma legati particolarmente al mercato nazionale.

Infatti, l'80,2% di questi turisti che scelgono la destinazione in base alla possibilità di praticare lo sport, sono italiani, specialmente residenti in Liguria e Piemonte, Lombardia e Toscana.

Tra gli stranieri, francesi, britannici e tedeschi, ma è interessante come il quinto mercato per questa motivazione sia quello statunitense.

Provenienza dei vacanzieri	
	%
italiani	80,2
stranieri	19,8
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza dei vacanzieri	
Italiani	80,2
Francia	5,3
Regno Unito	4,5
Germania	4,4
Svezia	1,3
Usa	0,9
Spagna	0,7
Danimarca	0,7
Svizzera	0,7
Olanda	0,4
Giappone	0,2
Austria	0,2
Grecia	0,2
Canada	0,2
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Regione di provenienza	
	%
Liguria	37,4
Piemonte	28,0
Lombardia	9,7
Toscana	5,5
E. Romagna	4,4
Lazio	4,4
Veneto	4,2
Marche	1,1
Puglia	1,1
Campania	0,8
Friuli V.G.	0,6
Calabria	0,6
Sardegna	0,6
Valle d'Aosta	0,3
Trentino	0,3
Abruzzo	0,3
Molise	0,3
Basilicata	0,3
Sicilia	0,3
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

9.1. Il turista sportivo

La motivazione sportiva non è correlata all'età, la pratica sportiva è per tutti.

L'identikit del turista sportivo vede prevalere le seguenti caratteristiche:

- maschio tra i 31 ed i 50 anni, sposato con famiglia (47,2%) o single (35,1%)
- impiegati, studenti e professionisti con titolo di scuola media superiore.

Identikit del vacanziero			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	61,2	69,7	62,9
Femmina	38,8	30,3	37,1
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	5,0	24,7	8,9
da 21 anni a 30 anni	18,6	12,4	17,3
da 31 a 40 anni	32,7	33,7	32,9
da 41 a 50 anni	31,0	15,7	28,0
da 51 a 60 anni	8,0	10,1	8,4
oltre 60 anni	4,7	3,4	4,4
totale	100,0	100,0	100,0
<i>età media</i>	39,1	34,7	38,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	1,4	1,2	1,4
Scuola media inferiore	14,2	25,6	16,3
Diploma scuola media superiore	56,5	40,2	53,5
Laurea	27,9	32,9	28,8
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Imprenditore	8,3	10,1	8,7
Professionista	12,5	11,2	12,2
Dirigente/ funzionario	3,1	9,0	4,2
Commerciante	6,4	3,4	5,8
Consulente aziendale	3,3	3,4	3,3
Impiegato	28,6	25,8	28,1
Tecnico	5,6	3,4	5,1
Operaio	5,3	4,5	5,1
Pensionato	6,1	1,1	5,1
Studente	10,6	27,0	13,8
Casalinga	7,8	1,1	6,5
Altro	2,5	0,0	2,0
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Stato civile	italiani	stranieri	totale
Single	31,8	48,8	35,1
Sposato/a con figli	50,7	32,1	47,2
Sposato/a senza figli	14,6	15,5	14,8
Vedovo/a	0,6	0,0	0,5
Altro	2,3	3,6	2,5
	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

9.2. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Il peso dell'informazione e delle proposte sul Web per le vacanze specializzate è evidente anche per il turismo sportivo.

Dopo l'esperienza personale (23,5%) ed il passaparola (19,4%), internet influenza come informazione l'11,5% degli italiani ed il 9,6% degli stranieri, come proposte di acquisto l'11% degli stranieri ed il 2% degli italiani.

La presenza di eventi sportivi influenza la scelta del 2% di questi vacanzieri.

Canali di influenza sulla scelta della vacanza			
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>			
	italiani	stranieri	totale
C'ero già stato/esperienza personale	28,2	12,3	23,5
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	20,7	16,4	19,4
Informazioni su Internet	11,5	9,6	10,9
Offerte su Internet	2,3	11,0	4,9
Guide turistiche	2,9	6,8	4,0
Mostre/Convegni/Fiere	3,4	5,5	4,0
Eventi religiosi	3,4	5,5	4,0
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	3,4	1,4	2,8
Film/Documentari	2,9	2,7	2,8
Consiglio dell'agenzia di viaggi	1,7	4,1	2,4
Pubblicità sulla stampa	0,6	6,8	2,4
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	3,4	0,0	2,4
Attrazioni / eventi sportivi	2,3	1,4	2,0
Pubblicità in TV	1,1	2,7	1,6
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	1,7	1,4	1,6
Libri/Testi (non di turismo)	1,1	2,7	1,6
Pubblicità alla radio	0,6	2,7	1,2
Non ho scelto io/hanno deciso altri	1,7	0,0	1,2
Attrazioni / eventi musicali	1,7	0,0	1,2
Pubblicità su affissioni	0,6	1,4	0,8
Richiesto dai figli fino a 14 anni	0,0	1,4	0,4
Videocassette/ CD / Giochi	0,0	1,4	0,4
Attrazioni / eventi culturali	0,6	0,0	0,4
altro	4,0	2,7	3,6

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

La commercializzazione del prodotto sportivo, incide fortemente sul mercato internazionale, con un 43,8% di turisti stranieri che utilizzano l'intermediazione per l'acquisto di pacchetti all inclusive. Quasi nulla, invece, l'intermediazione sul mercato italiano (6,6%).

In famiglia, in coppia o con amici, magari in gruppi di squadre sportive, rispetto agli altri turismi è molto alto l'utilizzo del pullman per raggiungere le destinazioni (specie se acquistano il pacchetto).

Le famiglie in seconda casa, gli altri turisti in hotel (3 o 5 stelle), la vacanza sportiva dura 9,6 notti, il tempo adatto per praticare le attività.

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno			
	Italiani	Stranieri	TOTALE
Si	6,6	43,8	14,0
No	93,4	56,2	86,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza			
	Italiani	Stranieri	TOTALE
Solo viaggio	4,2	5,1	4,8
Solo l'alloggio	33,3	10,3	19,0
Un pacchetto tutto compreso	62,5	84,6	76,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza			
	Italiani	Stranieri	TOTALE
Viaggio+alloggio	0,0	3,0	2,1
Viaggio+altri servizi	0,0	0,0	0,0
Alloggio + altri servizi	33,3	3,0	12,5
Viaggio + alloggio + altri servizi	66,7	90,9	83,3
Altro	0,0	3,0	2,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Il gruppo di vacanza*(persone con le quali si condividono le spese)*

	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	10,2	19,1	12,0
In coppia	21,1	22,5	21,3
Con più componenti della famiglia	37,7	15,7	33,3
Con amici e familiari	8,3	3,4	7,3
Con amici	16,9	29,2	19,3
Con colleghi di lavoro	0,8	7,9	2,2
Altro	5,0	2,2	4,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati

<i>% sul totale</i>	Italiani	Stranieri	TOTALE
automobile privata	60,7	25,3	46,8
pullman di linea	13,3	31,0	20,3
aereo	3,0	18,4	9,0
barca a vela	11,1	2,3	7,7
pullman per tour organizzato	0,7	13,8	5,9
treno	3,0	3,4	3,2
traghetto/nave	3,0	1,1	2,3
altro	5,2	4,6	5,0
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza

	Italiani	Stranieri	TOTALE
totale alberghi	40,3	67,0	45,6
<i>hotel 1 stella</i>	5,5	8,5	6,3
<i>hotel 2 stelle</i>	21,2	5,1	16,6
<i>hotel 3 stelle</i>	42,5	42,4	42,4
<i>hotel 4 stelle</i>	9,6	11,9	10,2
<i>hotel 5 stelle</i>	21,2	32,2	24,4
seconda casa	32,3	9,1	27,8
residenze di amici parenti	9,1	4,5	8,2
casa privata in affitto	4,1	1,1	3,6
B&B	2,8	4,5	3,1
campeggio	1,4	8,0	2,7
agriturismo	1,7	2,3	1,8
villaggio turistico	0,6	1,1	0,7
altro	7,7	2,3	6,7

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Ovviamente il 71,3% dei turisti durante la vacanza pratica attività sportiva, gli altri (accompagnatori) fanno shopping (38,4%). Poi però la vacanza è occasione per fare escursioni, andare a cinema e teatro, visitare mostre e musei o assistere a spettacoli musicali.

Numero notti trascorse			
	Italiani	Stranieri	TOTALE
2-3 notti	13,1	11,9	12,9
4-6 notti	25,4	31,3	26,6
7-13 notti	46,4	44,8	46,1
14-30 notti	15,1	11,9	14,4
totale	100,0	100,0	100,0
media n.notti			
permanenza media totale	9,8	8,9	9,6

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Attività svolte			
<i>% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte</i>	italiani	stranieri	Totale
Attività sportiva	74,5	58,4	71,3
Ho fatto shopping	40,2	31,5	38,4
Escursioni	15,5	21,3	16,7
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	10,5	4,5	9,3
visitato mostre musei	5,5	14,6	7,3
Ho assistito a spettacoli musicali	6,9	2,2	6,0
Partecipazione ad eventi folkloristici	3,9	3,4	3,8
sono andato in centri benessere (saune..)	2,2	4,5	2,7
Ho assistito a spettacoli sportivi	2,5	2,2	2,4
Partecipazione ad eventi enogastronomici	2,8	1,1	2,4
visitato monumenti e siti di interesse archeologico	1,4	5,6	2,2
Ho degustato i prodotti enogastronomici locali	1,7	2,2	1,8
ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	1,1	1,1	1,1
Gite in barca a noleggio	0,8	1,1	0,9
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	0,8	1,1	0,9
Gite in barca privata	0,3	0,0	0,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Gli sportivi in Italia praticano lo sci (58,4%) e lo sci di fondo (45,6%). I turisti internazionali diversificano le attività verso il nuoto (65,2%), il trekking (60,7%) o fanno passeggiate (53,9%).

Attività praticate-sport					
<i>% sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
sci	60,9	51,8	0,0	48,3	58,4
sci di fondo	47,1	42,2	0,0	39,3	45,6
nuoto	23,3	60,2	66,7	65,2	31,6
passeggiate	25,2	54,2	50,0	53,9	30,9
trekking	18,3	62,7	33,3	60,7	26,7
mountain bike	10,8	22,9	16,7	22,5	13,1
wind surf	11,1	15,7	16,7	15,7	12,0
sub immersioni	8,0	8,4	16,7	9,0	8,2
equitazione	7,5	8,4	0,0	7,9	7,6
alpinismo	3,0	25,3	0,0	23,6	7,1
vela	8,0	2,4	16,7	3,4	7,1
tennis	5,8	12,0	16,7	12,4	7,1
golf	5,3	10,8	0,0	10,1	6,2
pattinaggio	2,8	2,4	0,0	2,2	2,7
parapendio	1,9	2,4	0,0	2,2	2,0
passeggiate con i racchettoni	0,8	6,0	0,0	5,6	1,8
snow board	0,0	2,4	0,0	2,2	0,4
altro	1,7	2,4	16,7	3,4	2,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

9.3. La soddisfazione della vacanza

La vacanza sportiva è molto soddisfacente soprattutto per i turisti italiani che valutano molto positivamente la pulizia del luogo (9) e dell'alloggio (9,1) così come il rispetto per l'ambiente, riallineando il binomio sport-natura.

Più esigenti gli stranieri, che apprezzano invece il mangiare e bere e l'accoglienza nelle strutture di alloggio (entrambi 8,3).

Giudizio medio sulla vacanza <i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
La pulizia del luogo	9,0	8,2	8,8
La pulizia dell'alloggio	9,1	8,0	8,8
La qualità del mangiare e bere	8,8	8,3	8,6
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	8,9	8,2	8,6
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	8,8	8,3	8,6
La cortesia/ospitalità della gente	8,6	8,2	8,5
Informazioni turistiche	8,6	8,0	8,4
L'organizzazione del territorio	8,4	7,7	8,2
L'offerta culturale	8,0	8,2	8,0
Il costo dell'alloggio	8,0	7,6	7,9
L'offerta di intrattenimento	7,7	8,0	7,8
Il costo dei trasporti locali	7,7	7,5	7,6
Il traffico	7,4	7,1	7,3
Il costo della ristorazione	7,2	7,3	7,2
Offerta turistica nel complesso	8,5	8,1	8,4

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

9.4. La spesa per la vacanza

Per gli stranieri che acquistano il pacchetto (molto più che gli italiani), il costo ammonta a circa 105 euro al giorno.

Chi viaggia non organizzato, invece, spende

per il viaggio 27 euro gli italiani, 175 gli stranieri,

per l'alloggio 45 euro gli italiani (hotel di categoria media), 78 gli stranieri (in più scelgono i 4 e 5 stelle).

Spesa media per un pacchetto tutto compreso

	spesa media a persona		
	italiani	stranieri	totale
pacchetto tutto compreso (euro)	87,15	104,89	99,67

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

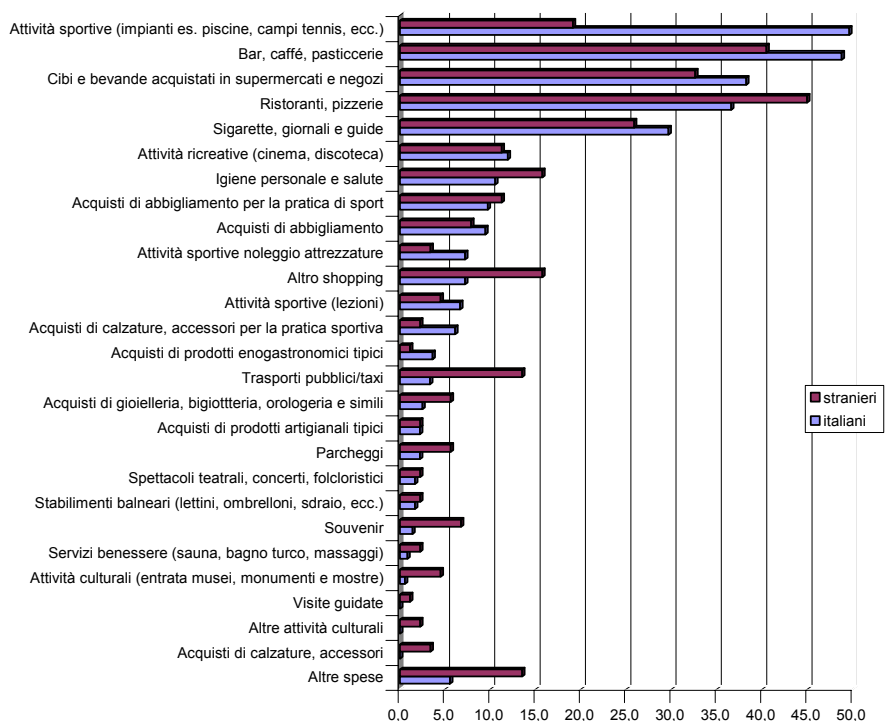
Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che non hanno utilizzato pacchetti

	Spesa media a persona in euro		
	italiani	stranieri	totale
Viaggio A/R	27,32	174,85	46,76
Alloggio (media giornaliera)	45,38	78,40	49,91

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le spese più diffuse tra questi turisti risultano
per gli italiani attività sportive, bar e caffè, cibi e bevande nei supermercati,
per gli stranieri ristoranti, bar e caffè, cibi e bevande nei supermercati.

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le voci di spesa per cui i turisti spendono di più al giorno, ammontano per gli italiani gioielleria (57,62 euro), attività sportive impianti (25,73) e lezioni (21,91), per gli stranieri noleggio attrezzature sportive (133,36 euro), visite guidate (100 euro), acquisto di prodotti enogastronomici (50 euro).

Spesa media giornaliera a persona			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Visite guidate	-	100,00	100,00
Altre spese	33,25	61,14	43,71
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	57,62	8,39	40,04
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	25,73	36,10	26,63
Attività sportive noleggio attrezzature	13,56	133,36	25,95
Ristoranti, pizzerie	19,31	42,64	24,73
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	20,35	45,75	22,47
Attività sportive (lezioni)	21,91	23,70	22,17
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	19,72	50,00	21,88
Acquisti di abbigliamento	18,09	37,18	21,35
Trasporti pubblici/taxi	5,51	36,61	21,06
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	14,13	32,43	18,19
Altro shopping	16,39	19,75	17,56
Souvenir	10,30	23,35	17,42
Acquisti di prodotti artigianali tipici	18,11	8,04	16,10
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	13,39	24,70	15,35
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	5,98	27,27	14,50
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	14,84	1,74	11,57
Igiene personale e salute	6,35	23,75	11,03
Acquisti di calzature, accessori		10,79	10,79
Bar, caffè, pasticcerie	6,18	18,08	8,34
Attività ricreative (cinema, discoteca)	6,88	14,63	8,34
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	1,25	10,61	7,49
Stabilimenti balneari (lettini, ombrelloni, sdraio, ecc.)	5,85	10,76	7,08
Sigarette, giornali e guide	5,68	9,35	6,33
Parcheggi	6,89	3,24	5,49
Altre attività culturali		5,07	5,07

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

10. Il turismo d'affari

Trasversalmente ai prodotti territoriali la motivazione dei viaggi business interessa le destinazioni turistiche in un tipo di viaggio che, motivato dal lavoro, diventa - quando possibile - anche occasione di vacanza, per sé o per gli accompagnatori. Italiani dalle grandi città (Milano, Roma, Napoli, ecc.), stranieri dal Regno Unito e dagli Usa, il turismo d'affari è generato anche dai paesi extraeuropei (17,2%).

Provenienza dei vacanzieri %	
italiani	57,2
stranieri	42,8
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza degli stranieri %	
Europei	59,8
Extra europei	40,2
totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Regione di provenienza %	
Lombardia	22,0
Lazio	12,6
Campania	7,6
E. Romagna	7,4
Toscana	7,4
Piemonte	7,2
Veneto	5,6
Puglia	5,4
Marche	4,4
Liguria	4,0
Sicilia	3,8
Umbria	2,4
Calabria	2,4
Trentino	1,6
Abruzzo	1,6
Basilicata	1,4
Sardegna	1,2
Friuli V.G.	1,0
Molise	0,6
Valle d'Aosta	0,2
Totale	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Provenienza dei vacanzieri %	
Italiani	57,2
Regno Unito	7,2
Usa	6,8
Germania	3,2
Francia	2,8
Olanda	2,4
Cina	2,0
Svizzera	1,6
Giappone	1,6
Irlanda	1,6
Egitto	1,6
Spagna	1,2
Svezia	1,2
Australia	1,2
India	1,2
Repubblica Ceca	1,2
Danimarca	0,8
Austria	0,8
Canada	0,8
Argentina	0,8
Venezuela	0,8
Ungheria	0,4
Messico	0,4
Norvegia	0,4
Finlandia	0,4
Polonia	0,4

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

10.1. Il turista d'affari

L'identikit del turista d'affari evidenzia delle forti peculiarità rispetto agli altri turisti analizzati:

- maschio (71,6%) dai 31 ai 40 anni (35,6%)
- laureato (55,4%) in posizione lavorativa dipendente (56,1%) impiegati o dirigenti.

Identikit del vacanziero			
Sesso	italiani	stranieri	totale
Maschio	76,2	65,4	71,6
Femmina	23,8	34,6	28,4
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Età	italiani	stranieri	totale
fino a 20 anni	0,0	1,0	0,4
da 21 anni a 30 anni	19,4	29,4	23,7
da 31 a 40 anni	38,8	31,4	35,6
da 41 a 50 anni	29,9	29,4	29,7
da 51 a 60 anni	10,4	7,8	9,3
oltre 60 anni	1,5	1,0	1,3
totale	100,0	100,0	100,0
<i>età media</i>	38,9	37,5	38,3

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Titolo di studio	italiani	stranieri	totale
Licenza elementare	0,0	1,0	0,4
Scuola media inferiore	8,4	5,0	6,9
Diploma scuola media superiore	38,9	35,0	37,2
Laurea	52,7	59,0	55,4
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Condizione professionale	italiani	stranieri	totale
Occupato	82,6	74,3	79,1
In cerca di occupazione	5,8	4,0	5,0
Casalinga	4,3	5,9	5,0
Studente	5,8	15,8	10,0
Pensionato	0,7	0,0	0,4
Altro	0,7	0,0	0,4
totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Identikit del vacanziero			
Posizione professionale	italiani	stranieri	totale
<i>Lavoratore dipendente come:</i>			
Dirigente	17,3	14,3	16,1
Direttivo, quadro	18,0	16,7	17,5
Impiegato, intermedio	16,5	21,4	18,4
Capo operaio e simili	4,3	2,4	3,6
Altro Dipendente	0,7	0,0	0,4
<i>Lavoratore autonomo come</i>			
Imprenditore	8,6	7,1	8,1
Libero professionista	10,8	3,6	8,1
Lavoratore in proprio	2,2	11,9	5,8

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

10.2. Perché i turisti d'affari scelgono l'Italia

Nel segmento business la partecipazione a riunioni (38,8%) o fiere (20,8%) è la motivazione cardine di questi spostamenti, ma risulta sorprendente come a seguire siano la ricchezza del patrimonio culturale di un luogo (16,4%) e lo shopping (14,8%) le ragioni di questi soggiorni, che siano da imputare ai businessmen o agli accompagnatori.

Motivazione principale della vacanza					
<i>possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri</i>	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Partecipare a riunioni d'affari o di lavoro	40,6	39,1	32,6	36,4	38,8
Partecipare a fiere, rassegne, esposizioni di beni o servizi	20,3	15,6	30,2	21,5	20,8
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	12,6	14,1	32,6	21,5	16,4
Shopping	13,3	14,1	20,9	16,8	14,8
Svolgere attività commerciale, tecnica o di rappresentanza	6,3	20,3	18,6	19,6	12,0
Ho i parenti/amici che mi ospitano	13,3	10,9	0,0	6,5	10,4
Partecipare a congressi, convegni, conferenze, seminari	6,3	17,2	4,7	12,1	8,8
Assistere a eventi sportivi	4,2	18,8	7,0	14,0	8,4
Svolgere attività di consulenza, docenza o simili	8,4	4,7	7,0	5,6	7,2
altro motivo di lavoro	5,6	6,3	7,0	6,5	6,0
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre)	1,4	6,3	11,6	8,4	4,4

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

10.3. I comportamenti e le attività durante la vacanza

Il turismo d'affari si sposta in maniera non organizzata, solo il 12.1% di stranieri si affida all'intermediazione, e acquista un pacchetto soprattutto per lo spostamento e per altri servizi. Il turismo d'affari sposta in media massimo 3 persone, ma la moda indica nel viaggio individuale (83,2%) la caratteristica di questo soggiorno. Si tratta per lo più di destinazioni raggiungibili in aereo (48,4%), con alloggio in hotel (89,5%) principalmente 4 stelle, con durata molto variabile dalle 2-3 notti alle 2 settimane, in media 6 notti.

Vacanzieri che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Si	2,1	12,5	11,6	12,1	6,4
No	97,9	87,5	88,4	87,9	93,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Solo viaggio	33,3	25,0	20,0	23,1	25,0
Un pacchetto tutto compreso	66,7	75,0	80,0	76,9	75,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Servizi inclusi nel pacchetto per la vacanza					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio+alloggio	0,0	33,3	25,0	30,0	25,0
Viaggio+altri servizi	100,0	33,3	25,0	30,0	41,7
Altro	0,0	33,3	50,0	40,0	33,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Il gruppo di vacanza*(persone con le quali si condividono le spese)*

	italiani	stranieri	totale
Da solo/a	83,9	82,2	83,2
In coppia	7,7	4,7	6,4
Con più componenti della famiglia	2,1	2,8	2,4
Con amici e familiari	2,1	7,5	4,4
Con amici	1,4	0,0	0,8
Con colleghi di lavoro	2,1	2,8	2,4
Altro	0,7	0,0	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Mezzi di trasporto utilizzati

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
aereo	29,0	60,0	95,5	74,3	48,4
automobile privata	39,3	13,8	4,5	10,1	26,8
treno	28,3	23,1	0,0	13,8	22,0
pullman di linea	3,4	1,5	0,0	0,9	2,4
altro	0,0	1,5	0,0	0,9	0,4
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
totale alberghi	86,6	95,3	90,5	93,4	89,5
<i>hotel 1 stella</i>	1,6	0,0	2,6	1,0	1,4
<i>hotel 2 stelle</i>	5,7	1,6	0,0	1,0	3,6
<i>hotel 3 stelle</i>	36,6	23,0	5,3	16,2	27,5
<i>hotel 4 stelle</i>	41,5	45,9	42,1	44,4	42,8
<i>hotel 5 stelle</i>	14,6	29,5	50,0	37,4	24,8
residenze di amici parenti	7,0	3,1	7,1	4,7	6,0
B&B	4,9	0,0	2,4	0,9	3,2
seconda casa	1,4	1,6	0,0	0,9	1,2

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Numero notti trascorse					
	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Europei	Extraeuropei	Totale	
2-3 notti	47,0	9,3	15,4	31,3	31,3
4-6 notti	23,5	42,6	33,3	30,3	30,3
7-13 notti	25,2	44,4	35,9	32,2	32,2
14-30 notti	4,3	3,7	15,4	6,3	6,3
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

media n.notti					
permanenza media totale	5,3	6,8	9,1	7,7	6,4

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Le attività dei turisti d'affari, sono prevalentemente quelle lavorative (50,1%), poi però questi turisti fanno shopping (13,5%) e visitano mostre e musei (10,5%), molto coerentemente con le motivazioni.

Attività svolte

% calcolata sul totale vacanzieri; possibili più risposte

	italiani	stranieri	Totale
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	52,3	46,2	50,1
Fatto shopping	13,3	13,9	13,5
Visitato mostre musei	5,9	18,5	10,5
Escursioni	6,4	2,9	5,1
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	4,2	5,9	4,8
Degustato i prodotti enogastronomici locali	3,4	5,0	4,0
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	5,2	0,4	3,4
Assistito a spettacoli musicali	2,2	1,3	1,9
Partecipazione ad eventi enogastronomici	2,0	1,3	1,7
Acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	1,5	1,7	1,6
Andato in centri benessere	1,7	0,8	1,4
Ho assistito a spettacoli sportivi	1,0	1,3	1,1
Partecipazione ad eventi folkloristici	1,0	0,8	0,9

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

10.4. La soddisfazione della vacanza

Chi si sposta per ragioni di lavoro ha una sensibilità agli aspetti di offerta diversa rispetto a chi si sposta per motivazioni leisure, e la conseguenza è una maggiore attenzione alla capacità di un territorio di soddisfare le proprie esigenze.

E' così che questi turisti risultano i meno soddisfatti (voto medio 6,8), e sono più esigenti specialmente in relazione al rapporto qualità/prezzo della ristorazione (6), dello shopping (6,2) dell'alloggio (6,3). Gli aspetti soddisfacenti sono, invece, l'intrattenimento (7,2) e di sicurezza (7).

Giudizio medio sulla vacanza			
<i>(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)</i>	italiani	stranieri	totale
L'offerta di intrattenimento	7,5	6,8	7,2
Sicurezza dei Turisti	7,1	6,8	7,0
Aspetti storico artistici della città	6,9	6,6	6,8
Rapporto qualità/prezzo dell'alloggio	6,3	6,3	6,3
Rapporto qualità/prezzo dello shopping	6,2	6,2	6,2
Rapporto qualità/prezzo della ristorazione	5,8	6,3	6,0
Offerta turistica nel complesso	6,9	6,7	6,8

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

10.5. La spesa per il turismo business

Il turista business che viaggia in organizzato, spende per il pacchetto 191 euro al giorno se italiano, 398 se straniero.

I più che si spostano in modalità individuale spendono

per il viaggio 113 euro gli italiani, 1060 gli stranieri (397 gli europei)

per l'alloggio 109 euro al giorno gli italiani, 227 euro gli stranieri (dai 35 ai 270 euro negli hotel a seconda della categoria).

Spesa media giornaliera a persona per un pacchetto tutto compreso

	Italiani	spesa media giornaliera pro-capite			TOTALE
		Stranieri			
		Europei	Extraeuropei	Totale	
pacchetto tutto compreso (euro)	191,26	174,98	677,31	398,24	360,60

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai vacanzieri che non hanno utilizzato pacchetti

	Italiani	Stranieri			TOTALE
		Stranieri			
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio A/R	113,03	397,40	2053,08	1059,67	502,34
Alloggio (media giornaliera)	108,94	242,60	203,00	226,96	161,76

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

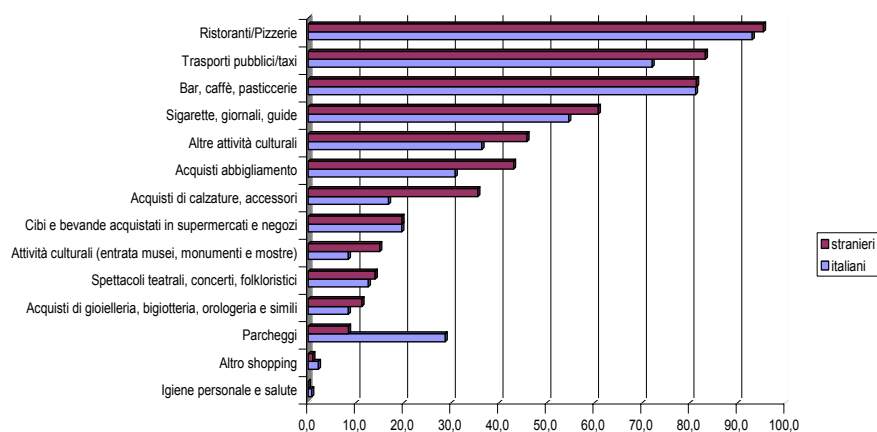
Le voci di spesa più diffuse tra i businessman sono quelle per i ristoranti (94%), trasporti pubblici/taxi e bar e caffè.

Le voci di consumo per cui spendono di più al giorno risultano, però,

per gli italiani abbigliamento (80,38 euro), gioielleria (66,82) e calzature (64 euro)

per gli stranieri abbigliamento (81,14), calzature (72,70) e ristoranti (47 euro)

Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Spesa media giornaliera a persona

	italiani	stranieri	totale
	euro		
Acquisti abbigliamento	80,38	81,14	80,77
Acquisti di calzature, accessori	63,99	72,70	69,33
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	66,82	42,55	54,69
Ristoranti/Pizzerie	49,99	46,94	48,67
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	22,29	24,25	23,41
Trasporti pubblici/taxi	18,70	28,85	23,40
Altre attività culturali	14,88	17,40	16,10
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	19,53	5,65	13,58
Parcheggi	11,59	17,64	12,68
Bar, caffè, pasticcerie	8,91	9,27	9,06
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	8,26	9,87	8,99
Sigarette, giornali, guide	7,18	7,83	7,47
Igiene personale e salute	6,00		6,00

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

11. Il valore del turismo e l'indotto sugli altri settori economici

11.1 L'Impatto totale del turismo

I risultati dell'indagine in termini di comportamento e di consumo turistico, permettono di valutare il peso reale del turismo sul territorio. Tali informazioni possono essere inferite al livello nazionale attraverso l'applicazione ai volumi complessivi delle presenze in Italia.

Per una coerenza temporale con la rilevazione dei dati sarebbe stato auspicabile applicare le informazioni di risultato ai dati complessivi sui movimenti del 2006, ma dato l'anno ancora in corso e data la cadenza della pubblicazione dei dati sulle statistiche nelle strutture ricettive ufficiali in questo studio saranno utilizzati gli ultimi dati disponibili.

Il volume complessivo dei flussi turistici indica in circa 355 milioni di presenze i soggiorni nelle strutture ricettive ufficiali del territorio nazionale ⁽²⁾, a cui si aggiungono ulteriori 89,5 milioni di presenze nelle seconde case ⁽³⁾, per un complesso di 444,6 milioni di presenze.

Totale presenze			
	italiani	stranieri	Totale
Presenze nelle seconde case	75.398.871	14.151.053	89.549.924
Totale presenze nelle strutture ricettive	206.726.524	148.290.126	355.016.650
<i>di cui pacchetti tutto compreso:</i>	<i>16.761.610</i>	<i>26.580.306</i>	<i>103.069.350</i>
Totale presenze	282.125.395	162.441.179	444.566.574

Fonte: elaborazione Isnart, 2006

Su questo volume di flussi annuale, attraverso la valorizzazione economica che utilizza la spesa media relativa alle singole tipologie ricettive, si ottiene il valore dei consumi relativo all'alloggio turistico, che nel complesso conta in Italia oltre 20 miliardi di euro.

² ultimo dato Istat disponibile distribuito per tipologia ricettiva riferito al 2005

³ applicazione della quota di turisti che soggiornano in seconda casa di proprietà o ospiti presso parenti e amici

Dettaglio spesa per l'alloggio dei turisti che soggiornano nelle strutture ricettive			
	italiani	stranieri	totale
Alberghi di 1 stella	197.790.271	115.158.791	312.949.061
Alberghi di 2 stelle	687.120.706	412.784.971	1.099.905.678
Alberghi di 3 stelle	3.937.797.452	2.675.722.013	6.613.519.465
Alberghi di 4 stelle	2.845.828.793	3.637.410.684	6.483.239.477
Alberghi di 5 stelle	246.334.800	756.198.127	1.002.532.927
Residenze turistico alberghiere	309.866.310	210.983.109	520.849.419
Esercizi alberghieri	8.224.738.332	7.808.257.695	16.032.996.026
Campeggi e villaggi turistici	408.520.791	362.326.835	770.847.625
Alloggi in affitto (a)	1.215.758.211	980.922.571	2.196.680.782
Alloggi agro-turistici	142.146.201	158.965.690	301.111.891
Altri esercizi	532.705.266	292.809.388	825.514.653
Esercizi complementari	2.299.130.468	1.795.024.484	4.094.154.951
TOTALE	10.523.868.800	9.603.282.178	20.127.150.978

Fonte: elaborazione Isnart, 2006

Aggiungendo gli altri consumi (escluse le spese di viaggio) dei turisti che alloggiano nel ricettivo si arriva a circa 41 miliardi di euro. Per quanto riguarda coloro che alloggiano nelle seconde case o ospiti presso parenti e amici la spesa complessiva ammonta a 3,9 miliardi di euro. Il totale dei consumi turistici sul territorio nazionale annualmente ⁽⁴⁾, pertanto, ammonta a 44,9 miliardi di euro.

Totale consumi turistici (escluso viaggio)			
	italiani	stranieri	totale
Vacanzieri delle seconde case	3.219.124.217	700.491.061	3.919.615.278
Altri vacanzieri	10.813.982.853	10.032.953.835	20.846.936.688
Spesa per l'alloggio	10.523.868.800	9.603.282.178	20.127.150.978
TOTALE	24.556.975.869	20.336.727.074	44.893.702.943

Fonte: elaborazione Isnart, 2006

Nel dettaglio, la spesa dei turisti *ufficiali* risulta maggiore per l'alloggio, i ristoranti e l'abbigliamento, per quelli residenti in *seconde case* o ospiti presso amici e parenti il volume maggiore di spesa è relativo ai ristoranti, pizzerie, agli acquisti di cibi e bevande in supermercati e negozi ed alle attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.).

⁴ con riferimento al 2005

**Volume di spesa generato dal turismo per voce di consumo
(esclusi turisti seconde case)**

	italiani	stranieri	totale
		euro	
Alloggio	10.523.868.800	9.603.282.178	20.127.150.978
Ristoranti, pizzerie	3.000.556.131	2.839.608.110	5.840.164.241
Acquisti di abbigliamento	955.671.177	826.929.000	1.782.600.177
Bar, caffè, pasticcerie	720.976.544	684.848.282	1.405.824.826
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	767.705.804	597.195.803	1.364.901.607
Altro shopping	614.408.195	702.625.665	1.317.033.859
Acquisti di calzature, accessori	374.590.628	631.500.163	1.006.090.790
Attività ricreative (cinema, discoteca)	648.283.758	88.001.371	736.285.129
Trasporti pubblici/taxi	258.102.755	456.880.756	714.983.511
Acquisti di prodotti artigianali tipici	389.235.890	271.330.455	660.566.344
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	249.599.657	328.544.082	578.143.739
Souvenir	194.559.187	373.192.803	567.751.989
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	423.900.050	116.214.497	540.114.547
Sigarette, giornali e guide	265.218.153	227.100.766	492.318.918
Altre spese	176.456.713	280.997.729	457.454.442
Servizi cure termali	114.105.379	301.736.812	415.842.191
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	231.693.684	162.262.838	393.956.522
Visite guidate	96.671.003	214.953.698	311.624.701
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	213.629.631	45.980.491	259.610.122
Parcheggi	137.765.543	85.348.080	223.113.623
Igiene personale e salute	132.014.599	87.848.731	219.863.330
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	65.841.929	145.431.899	211.273.828
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	103.133.223	98.074.238	201.207.461
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	150.686.917	42.210.989	192.897.906
Stabilimenti balneari (lettini, ombrelloni, sdraio, ecc.)	155.358.004	20.583.933	175.941.937
Biglietti musei e monumenti	34.534.518	141.361.149	175.895.667
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	77.444.534	70.297.314	147.741.847
Altre attività culturali	82.250.742	50.653.280	132.904.022
Attività sportive noleggio attrezzature	64.987.738	43.545.895	108.533.633
Attività sportive (lezioni)	64.097.399	10.592.279	74.689.678
Noleggio barche	32.000.800	29.459.584	61.460.384
Bookshop nei musei	5.006.670	20.464.815	25.471.485
Biglietti integrati musei + trasporti	3.206.164	18.074.434	21.280.599
Audioguide nei musei	2.029.518	10.636.194	12.665.712
Biglietti mostre e esposizioni	4.706.586	6.425.905	11.132.491
Card e abbonamenti musei teatri	3.553.630	2.041.797	5.595.427
	21.337.851.652	19.636.236.013	40.974.087.665

Fonte: elaborazione Isnart, 2006

**Volume di spesa generato dal turismo per voce di consumo
(turisti seconde case)**

	italiani	stranieri	totale
	euro		
Ristoranti, pizzerie	692.264.081	164.004.494	856.268.575
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	584.816.925	53.694.430	638.511.355
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	301.799.322	46.106.765	347.906.086
Bar, caffè, pasticcerie	217.828.812	43.135.864	260.964.676
Altro shopping	188.197.677	72.561.569	260.759.245
Acquisti di abbigliamento	183.339.207	51.980.557	235.319.764
Attività ricreative (cinema, discoteca)	105.970.946	45.257.939	151.228.885
Sigarette, giornali e guide	86.531.569	17.461.726	103.993.296
Trasporti pubblici/taxi	64.247.700	31.551.091	95.798.791
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	87.703.322	7.696.459	95.399.781
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	78.751.321	15.136.025	93.887.345
Acquisti di prodotti artigianali tipici	74.747.777	15.398.657	90.146.435
Igiene personale e salute	53.744.628	14.205.192	67.949.820
Stabilimenti balneari (lettini, ombrelloni, sdraio, ecc.)	56.132.887	2.979.312	59.112.199
Souvenir	37.971.166	16.787.150	54.758.316
Attività sportive (lezioni)	50.412.071	3.629.908	54.041.978
Attività culturali (entrata musei, monumenti e mostre)	49.256.893	2.254.805	51.511.698
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	38.392.413	6.737.345	45.129.758
Acquisti di calzature, accessori	37.150.529	7.921.464	45.071.993
Parcheggi	26.704.308	7.202.198	33.906.506
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	25.101.532	7.745.514	32.847.046
Attività sportive noleggio attrezzature	30.917.569	1.192.809	32.110.379
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	11.742.238	12.813.307	24.555.545
Spettacoli teatrali, concerti, folkloristici	18.989.158	3.534.608	22.523.767
Altre attività culturali	11.599.100	10.561.008	22.160.108
Biglietti musei e monumenti	6.285.461	3.658.504	9.943.965
Visite guidate	7.155.267	0	7.155.267
Biglietti mostre e esposizioni	2.999.637	0	2.999.637
Biglietti integrati musei + trasporti	1.919.768	520.499	2.440.266
Card e abbonamenti musei teatri	2.399.709	0	2.399.709
Bookshop nei musei	2.026.421	0	2.026.421
Noleggio barche	533.269	0	533.269
Altre spese	81.491.532	34.761.865	116.253.398
Totale	3.219.124.217	700.491.061	3.919.615.278

Fonte: elaborazione Isnart, 2006

Questo volume dei consumi generati annualmente dal turismo si ripartisce però non solo sulle imprese direttamente turistiche: dei circa 45 miliardi di euro, sono 28,5 miliardi quelli spesi nelle imprese del cosiddetto ramo H, alberghi e pubblici esercizi, che raccoglie il 63,5% del volume totale dei consumi turistici.

Ciò significa, quindi, che il 36,5% ricade sugli altri settori, in particolare

- il 9,5% ricade sulle attività ricreative, culturali e di intrattenimento (4,3 miliardi di euro)
- il 9,4% sull'abbigliamento e le calzature (4,2 miliardi di euro)
- l'8,5% sulle altre industrie manifatturiere (3,8 miliardi di euro)
- il 5,4% sull'agroalimentare (2,4 miliardi di euro)
- il 2,4% sui trasporti (oltre 1 miliardo di euro)
- l'1,3% sull'editoria (circa 600 milioni di euro).

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Alberghi e pubblici esercizi	15.155.494.368	13.334.878.928	28.490.373.296
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	2.838.349.448	1.435.810.692	4.274.160.140
Abbigliamento e calzature	2.159.125.835	2.050.892.607	4.210.018.443
Altre industrie manifatturiere	1.942.827.363	1.869.709.814	3.812.537.177
Agroalimentare	1.622.608.826	819.890.415	2.442.499.242
Trasporti	486.820.306	580.982.126	1.067.802.431
Giornali, guide editoria	351.749.722	244.562.492	596.312.214
TOTALE	24.556.975.869	20.336.727.074	44.893.702.943

Fonte: elaborazione Isnart, 2006

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
Alberghi e pubblici esercizi	61,7	65,6	63,5
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	11,6	7,1	9,5
Abbigliamento e calzature	8,8	10,1	9,4
Altre industrie manifatturiere	7,9	9,2	8,5
Agroalimentare	6,6	4,0	5,4
Trasporti	2,0	2,9	2,4
Giornali, guide editoria	1,4	1,2	1,3
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Isnart, 2006

11.2 Il volume economico dei prodotti turistici e l'impatto sugli altri settori

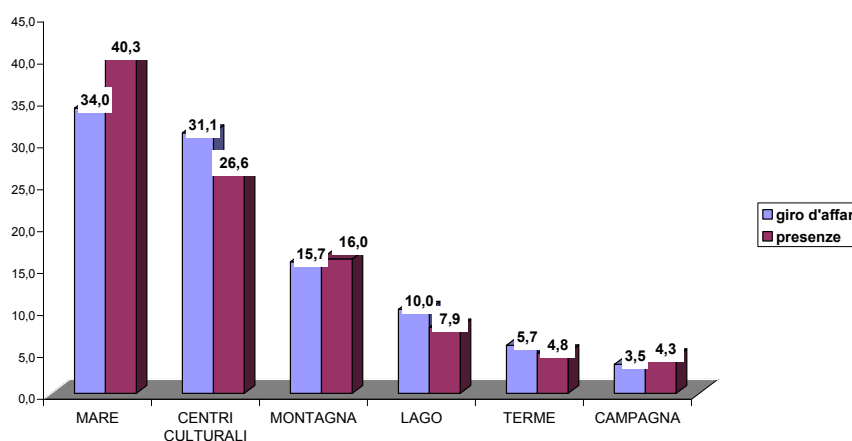
Relativamente ai singoli prodotti, una prima considerazione di rilievo riguarda la correlazione tra le presenze ed il volume economico generato da questi flussi.

Infatti, analizzando i singoli prodotti, non si evince una correlazione diretta ma si rilevano le seguenti realtà:

- centri culturali, lago e terme, sono le aree prodotte dove la quota relativa di valore economico generato dai flussi risulta superiore alla quota delle presenze → turismo ad alto consumo;
- destinazioni balneari, montane e, in minor misura, del turismo verde sono le aree prodotte dove la quota relativa di presenze risulta superiore al volume d'affari → turismo a basso consumo.

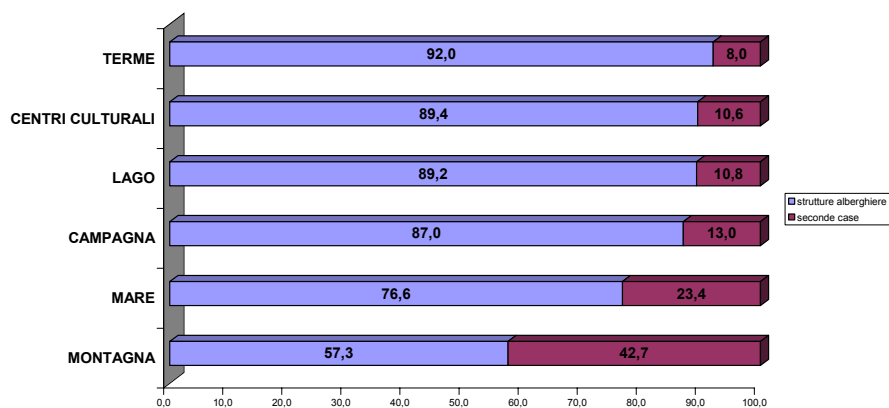
Questa considerazione risulta, inoltre, avvalorata anche dalla maggiore presenza di turismo sommerso proprio nelle aree prodotte dove alle presenze rilevate ufficialmente si aggiungono le quote maggiori di turismo delle seconde case, e dove pertanto lo scostamento reale tra presenze e volume d'affari aggrava il divario.

Giro d'affari e presenze ufficiali per prodotto



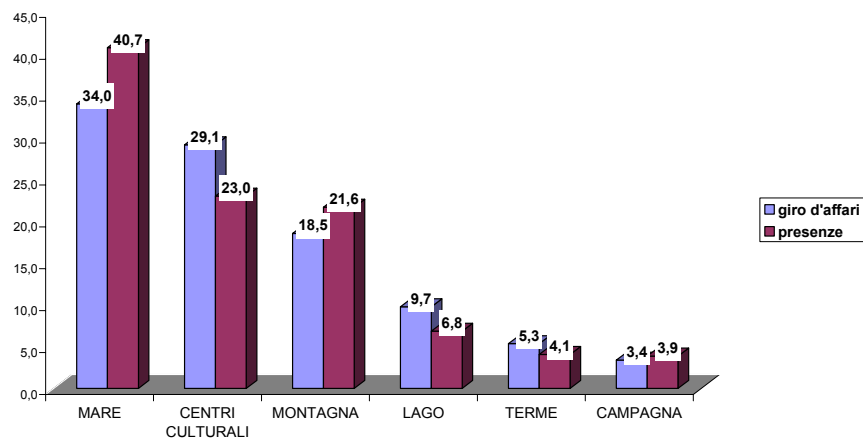
Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Il turismo sommerso
Stima delle presenze per tipologia di alloggio e prodotto turistico



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Giro d'affari e presenze totali per prodotto



Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

La valorizzazione economica delle presenze stimate per ogni area prodotto mostra come i prodotti turistici che portano all'Italia maggior *fatturato* siano il mare (12,2 miliardi di euro) e la cultura (10,5 miliardi di euro), che da sole incassano il 63% del volume di affari del turismo ⁽⁵⁾. Per il mare il volume maggiore è dato dal turismo italiano, per i centri culturali da quello straniero.

Stima del giro d'affari totale in EURO

	italiani	stranieri	totale
MARE	7.604.864.021	4.619.029.000	12.223.893.022
CENTRI CULTURALI	4.080.793.764	6.384.842.240	10.465.636.004
MONTAGNA	4.367.304.345	2.292.469.011	6.659.773.356
LAGO	702.366.995	2.805.029.397	3.507.396.393
TERME	1.316.657.889	608.038.107	1.924.695.996
CAMPAGNA	630.946.878	585.542.476	1.216.489.354

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Stima del giro d'affari totale

	italiani	stranieri	totale
	%	%	%
MARE	40,7	26,7	34,0
CENTRI CULTURALI	21,8	36,9	29,1
MONTAGNA	23,4	13,3	18,5
LAGO	3,8	16,2	9,7
TERME	7,0	3,5	5,3
CAMPAGNA	3,4	3,4	3,4
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

⁵ escludendo le destinazioni non riconducibili ai prodotti e definite dall'Istat come "altre destinazioni"

Stima delle presenze reali per area prodotto – compreso turismo sommerso

Stima presenze turismo culturale			
	italiani	stranieri	Totale
Presenze nelle seconde case	6.333.114	2.997.650	9.330.763
Totale presenze nelle strutture ricettive	34.690.338	43.874.693	78.565.032
<i>di cui pacchetti tutto compreso:</i>	<i>3.504.075</i>	<i>34.045.332</i>	<i>37.549.407</i>
Totale presenze	41.023.452	46.872.343	87.895.795
Stima presenze turismo balneare			
	italiani	stranieri	Totale
Presenze nelle seconde case	29.802.176	6.584.809	36.386.984
Totale presenze nelle strutture ricettive	78.878.869	40.449.540	119.328.409
<i>di cui pacchetti tutto compreso:</i>	<i>10.089.655</i>	<i>18.539.372</i>	<i>28.629.027</i>
Totale presenze	108.681.045	47.034.348	155.715.393
Stima presenze turismo del benessere			
	italiani	stranieri	Totale
Presenze nelle seconde case	795.463	444.131	1.239.595
Totale presenze nelle strutture ricettive	8.780.690	5.494.070	14.274.760
<i>di cui pacchetti tutto compreso:</i>	<i>1.101.465</i>	<i>2.792.819</i>	<i>3.894.284</i>
Totale presenze	9.576.153	5.938.202	15.514.354
Stime presenze turismo verde			
	italiani	stranieri	Totale
Presenze nelle seconde case	1.428.878	498.811	1.927.688
Totale presenze nelle strutture ricettive	5.575.424	7.273.649	12.849.073
<i>di cui pacchetti tutto compreso:</i>	<i>654.100</i>	<i>2.392.950</i>	<i>3.047.050</i>
Totale presenze	7.004.302	7.772.460	14.776.762
Stime presenze turismo lacuale			
	italiani	stranieri	Totale
Presenze nelle seconde case	1.671.673	1.148.437	2.820.110
Totale presenze nelle strutture ricettive	6.522.803	16.795.897	23.318.700
<i>di cui pacchetti tutto compreso:</i>	<i>765.245</i>	<i>5.509.411</i>	<i>6.274.656</i>
Totale presenze	8.194.476	17.944.335	26.138.810
Stime presenze turismo montano			
	italiani	stranieri	Totale
Presenze nelle seconde case	31.747.581	3.640.079	35.387.661
Totale presenze nelle strutture ricettive	29.585.560	17.836.389	47.421.949
<i>di cui pacchetti tutto compreso:</i>	<i>533.326</i>	<i>4.396.293</i>	<i>4.929.619</i>
Totale presenze	61.333.141	21.476.469	82.809.610

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Stima del giro d'affari per area prodotto – compreso turismo sommerso

Stime volume d'affari totale generato dal turismo culturale			
	italiani	stranieri	totale
Vacanzieri delle seconde case	263.792.949	132.037.400	395.830.349
Altri vacanzieri	1.614.098.105	2.823.464.572	4.437.562.677
Spesa per l'alloggio	2.202.902.710	3.429.340.268	5.632.242.978
TOTALE	4.080.793.764	6.384.842.240	10.465.636.004
Stime volume d'affari totale generato dal turismo balneare			
	italiani	stranieri	totale
Vacanzieri delle seconde case	872.568.777	323.225.167	1.195.793.944
Altri vacanzieri	3.047.160.510	1.706.343.861	4.753.504.371
Spesa per l'alloggio	3.685.134.734	2.589.459.973	6.274.594.707
TOTALE	7.604.864.021	4.619.029.000	12.223.893.022
Stime volume d'affari totale generato dal turismo del benessere			
	italiani	stranieri	totale
Vacanzieri delle seconde case	39.119.577	25.926.690	65.046.267
Altri vacanzieri	745.651.024	149.682.333	895.333.356
Spesa per l'alloggio	531.887.288	432.429.085	964.316.373
TOTALE	1.316.657.889	608.038.107	1.924.695.996
Stime volume d'affari totale generato dal turismo verde			
	italiani	stranieri	totale
Vacanzieri delle seconde case	69.016.807	29.027.301	98.044.107
Altri vacanzieri	320.883.199	325.359.178	646.242.377
Spesa per l'alloggio	241.046.873	231.155.997	472.202.870
TOTALE	630.946.878	585.542.476	1.216.489.354
Stime volume d'affari totale generato dal turismo lacuale			
	italiani	stranieri	totale
Vacanzieri delle seconde case	95.238.457	162.025.487	257.263.944
Altri vacanzieri	298.699.216	1.712.012.973	2.010.712.189
Spesa per l'alloggio	308.429.323	930.990.937	1.239.420.260
TOTALE	702.366.995	2.805.029.397	3.507.396.393
Stime volume d'affari totale generato dal turismo montano			
	italiani	stranieri	totale
Vacanzieri delle seconde case	1.376.075.235	196.881.070	1.572.956.305
Altri vacanzieri	1.309.323.492	1.083.544.137	2.392.867.629
Spesa per l'alloggio	1.681.905.618	1.012.043.804	2.693.949.422
TOTALE	4.367.304.345	2.292.469.011	6.659.773.356

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

L'impatto generato dalla spesa turistica dei singoli prodotti sugli altri settori indica come alcuni prodotti incidano maggiormente sulle imprese direttamente turistiche (alberghi e pubblici esercizi) - primo tra tutti il turismo culturale che incide per il 73,6% sulle imprese del ramo H – mentre per altri prodotti l'impatto sugli altri settori è molto forte – come il turismo montano che incide sulle imprese turistiche solo per il 55,6%, o il turismo lacuale (56,7%) creando un forte impatto sulle altre attività economiche.

Al di là dell'impatto sulle attività economiche turistiche,

- il turismo balneare, che si dimostra il prodotto con il *fatturato* più elevato pari a 12,2 miliardi di euro, incide per il 9,3% sulle altre industrie manifatturiere (1,1 miliardi di euro) e per il 7,8% sull'agroalimentare (956 milioni di euro);
- il turismo culturale, secondo solo al balneare per un giro d'affari pari a 10,5 miliardi di euro, induce al settore dell'abbigliamento e delle calzature il 9,7% del volume economico prodotto (oltre 1 miliardo di euro), e un pari beneficio di circa mezzo miliardo di euro anche all'agroalimentare, alle altre industrie manifatturiere ed alle attività ricreative, culturali e di intrattenimento;
- il turismo montano con un volume complessivo di quasi 6,7 miliardi di euro incide sulle attività ricreative, culturali e di intrattenimento per il 14,8% (983 milioni di euro), per il 10,4% sull'abbigliamento (690 milioni di euro), per il 10,2% dei consumi sull'agroalimentare (678 milioni di euro);
- il turismo lacuale, con 3,5 miliardi di euro prodotti, ha un indotto sulle altre industrie manifatturiere addirittura pari al 19,1% (671 milioni di euro) e sulle attività ricreative del 9,2% (323 milioni di euro);
- il turismo termale, il cui giro d'affari sfiora i 2 miliardi di euro, incide per il 12,3% sull'agroalimentare (237 milioni di euro) e per l'11% sulle altre industrie manifatturiere (212 milioni di euro);
- infine, il turismo verde che fattura 1,2 miliardi di euro, ha un impatto sull'agroalimentare dell'11,6% del giro d'affari (141 milioni di euro).

Stima dell'impatto economico della spesa turistica sugli altri settori

valori espressi in migliaia

	TERME	MONTAGNA	MARE	LAGO	CENTRI CULTURALI	CAMPAGNA
Alberghi e pubblici esercizi	1.172.252	3.700.555	8.215.633	1.988.475	7.699.070	790.888
Agroalimentare	237.283	677.478	956.367	165.278	498.972	141.200
Altre industrie manifatturiere	211.648	416.084	1.139.222	671.055	482.141	54.219
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	100.885	982.915	824.735	323.234	474.431	105.246
Trasporti	87.073	83.585	200.138	70.424	226.189	21.691
Abbigliamento e calzature	80.616	689.662	671.568	238.103	1.013.939	91.155
Giornali, guide editoria	34.939	109.495	216.232	50.826	70.894	12.091
TOTALE	1.924.696	6.659.773	12.223.893	3.507.396	10.465.636	1.216.489

% dell'impatto economico della spesa turistica sugli altri settori

	TERME	MONTAGNA	MARE	LAGO	CENTRI CULTURALI	CAMPAGNA
Alberghi e pubblici esercizi	60,9	55,6	67,2	56,7	73,6	65,0
Agroalimentare	12,3	10,2	7,8	4,7	4,8	11,6
Altre industrie manifatturiere	11,0	6,2	9,3	19,1	4,6	4,5
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	5,2	14,8	6,7	9,2	4,5	8,7
Trasporti	4,5	1,3	1,6	2,0	2,2	1,8
Abbigliamento e calzature	4,2	10,4	5,5	6,8	9,7	7,5
Giornali, guide editoria	1,8	1,6	1,8	1,4	0,7	1,0
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Giro d'affari Totale	1.924.696	6.659.773	12.223.893	3.507.396	10.465.636	1.216.489

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

% dell'impatto economico della spesa turistica sugli altri settori

	TERME	MONTAGNA	MARE	LAGO	CENTRI CULTURALI	CAMPAGNA
Alberghi e pubblici esercizi	5,0	15,7	34,9	8,4	32,7	3,4
Agroalimentare	8,9	25,3	35,7	6,2	18,6	5,3
Altre industrie manifatturiere	7,1	14,0	38,3	22,6	16,2	1,8
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	3,6	35,0	29,3	11,5	16,9	3,7
Trasporti	12,6	12,1	29,0	10,2	32,8	3,1
Abbigliamento e calzature	2,9	24,8	24,1	8,5	36,4	3,3
Giornali, guide editoria	7,1	22,1	43,7	10,3	14,3	2,4
TOTALE	5,3	18,5	34,0	9,7	29,1	3,4

Fonte: rilevazione diretta Isnart, 2006

Relativamente ai comportamenti di consumo per provenienza, i singoli prodotti si distinguono come segue:

le aree prodotte con fatturato maggiore dai mercati internazionali che risultano

- quelle del turismo lacuale, che deve l'80% della sua economia al turismo straniero (2,8 miliardi di euro);
- quelle del turismo culturale, che deve il 61% del suo volume d'affari al turismo internazionale (6,4 miliardi di euro);

le aree prodotte con fatturato maggiore dal mercato italiano, cioè

- quelle del turismo termale/benessere, che per il 68,4% deve il volume d'affari al mercato italiano (1,3 miliardi di euro);
- quelle del turismo montano, che per il 65,6% ricava fatturato turistico dal mercato nazionale (4,4 miliardi di euro);
- quelle del turismo balneare, che per il 62,2% produce economia per il mercato interno italiano (7,6 miliardi di euro);

le aree prodotte che ricavano economia tanto dal mercato italiano che da quelli esteri

- quelle del turismo verde con 631 milioni di euro dal mercato italiano (52%) e 586 milioni di euro da quelli internazionali (48%).

Impatto economico della spesa del <u>turismo culturale</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Alberghi e pubblici esercizi	3.168.155.119	4.530.915.061	7.699.070.180
Abbigliamento e calzature	267.869.660	746.069.052	1.013.938.712
Agroalimentare	208.380.144	290.592.157	498.972.301
Altre industrie manifatturiere	157.140.494	325.000.709	482.141.202
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	164.391.019	310.040.341	474.431.360
Trasporti	78.779.326	147.409.213	226.188.539
Giornali, guide editoria	36.078.003	34.815.707	70.893.710
TOTALE	4.080.793.764	6.384.842.240	10.465.636.004

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del <u>turismo culturale</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
Alberghi e pubblici esercizi	77,6	71,0	73,6
Abbigliamento e calzature	6,6	11,7	9,7
Agroalimentare	5,1	4,6	4,8
Altre industrie manifatturiere	3,9	5,1	4,6
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	4,0	4,9	4,5
Trasporti	1,9	2,3	2,2
Giornali, guide editoria	0,9	0,5	0,7
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del <u>turismo balneare</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Alberghi e pubblici esercizi	4.859.332.503	3.356.300.218	8.215.632.721
Altre industrie manifatturiere	746.923.845	392.297.869	1.139.221.714
Agroalimentare	702.708.575	253.658.060	956.366.635
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	600.540.254	224.194.479	824.734.733
Abbigliamento e calzature	459.780.928	211.786.914	671.567.842
Giornali, guide editoria	120.097.111	96.134.595	216.231.707
Trasporti	115.480.805	84.656.864	200.137.669
TOTALE	7.604.864.021	4.619.029.000	12.223.893.022

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del <u>turismo balneare</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
Alberghi e pubblici esercizi	63,9	72,7	67,2
Altre industrie manifatturiere	9,8	8,5	9,3
Agroalimentare	9,2	5,5	7,8
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	7,9	4,9	6,7
Abbigliamento e calzature	6,0	4,6	5,5
Giornali, guide editoria	1,6	2,1	1,8
Trasporti	1,5	1,8	1,6
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del turismo del benessere sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Alberghi e pubblici esercizi	695.414.705	476.837.692	1.172.252.397
Agroalimentare	211.231.298	26.051.235	237.282.533
Altre industrie manifatturiere	198.749.460	12.898.541	211.648.001
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	54.709.463	46.175.650	100.885.113
Trasporti	77.665.719	9.407.197	87.072.916
Abbigliamento e calzature	52.514.444	28.101.546	80.615.990
Giornali, guide editoria	26.372.800	8.566.245	34.939.045
TOTALE	1.316.657.889	608.038.107	1.924.695.996

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del turismo del benessere sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
Alberghi e pubblici esercizi	52,8	78,4	60,9
Agroalimentare	16,0	4,3	12,3
Altre industrie manifatturiere	15,1	2,1	11,0
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	4,2	7,6	5,2
Trasporti	5,9	1,5	4,5
Abbigliamento e calzature	4,0	4,6	4,2
Giornali, guide editoria	2,0	1,4	1,8
TOTALE	100	100	100

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa <u>del turismo verde</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Alberghi e pubblici esercizi	396.154.641	394.733.323	790.887.965
Agroalimentare	56.066.489	85.133.270	141.199.758
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	67.334.697	37.910.852	105.245.549
Abbigliamento e calzature	56.867.634	34.287.616	91.155.250
Altre industrie manifatturiere	36.372.495	17.846.376	54.218.871
Trasporti	11.609.030	10.082.163	21.691.193
Giornali, guide editoria	6.541.893	5.548.875	12.090.768
TOTALE	630.946.878	585.542.476	1.216.489.354

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa <u>del turismo verde</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
Alberghi e pubblici esercizi	62,8	67,4	65,0
Agroalimentare	8,9	14,5	11,6
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	10,7	6,5	8,7
Abbigliamento e calzature	9,0	5,9	7,5
Altre industrie manifatturiere	5,8	3,0	4,5
Trasporti	1,8	1,7	1,8
Giornali, guide editoria	1,0	0,9	1,0
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del <u>turismo lacuale</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Alberghi e pubblici esercizi	495.192.861	1.493.282.157	1.988.475.019
Altre industrie manifatturiere	74.984.501	596.070.698	671.055.199
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	24.851.287	298.383.139	323.234.426
Abbigliamento e calzature	43.720.304	194.382.887	238.103.192
Agroalimentare	42.335.617	122.942.569	165.278.186
Trasporti	12.474.498	57.949.525	70.424.023
Giornali, guide editoria	8.807.927	42.018.422	50.826.349
TOTALE	702.366.995	2.805.029.397	3.507.396.393

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del <u>turismo lacuale</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
Alberghi e pubblici esercizi	70,5	53,2	56,7
Altre industrie manifatturiere	10,7	21,3	19,1
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	3,5	10,6	9,2
Abbigliamento e calzature	6,2	6,9	6,8
Agroalimentare	6,0	4,4	4,7
Trasporti	1,8	2,1	2,0
Giornali, guide editoria	1,3	1,5	1,4
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del <u>turismo montano</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
	euro		
Alberghi e pubblici esercizi	2.317.895.217	1.382.659.503	3.700.554.720
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	769.213.960	213.700.575	982.914.535
Abbigliamento e calzature	429.542.159	260.119.757	689.661.915
Agroalimentare	460.828.114	216.649.934	677.478.049
Altre industrie manifatturiere	278.809.369	137.274.613	416.083.982
Giornali, guide editoria	83.349.566	26.145.497	109.495.063
Trasporti	27.665.960	55.919.132	83.585.093
TOTALE	4.367.304.345	2.292.469.011	6.659.773.356

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

Impatto economico della spesa del <u>turismo montano</u> sugli altri settori			
	italiani	stranieri	totale
Alberghi e pubblici esercizi	53,1	60,3	55,6
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	17,6	9,3	14,8
Abbigliamento e calzature	9,8	11,3	10,4
Altre industrie manifatturiere	10,6	9,5	10,2
Agroalimentare	6,4	6,0	6,2
Trasporti	1,9	1,1	1,6
Giornali, guide editoria	0,6	2,4	1,3
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: rilevazione diretta Isnat, 2006

12. Metodologia

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato si è rivolta a 8970 turisti tra italiani e stranieri secondo il seguente schema:

Provenienza dei vacanzieri	%
italiani	66,2
europei	25,5
extra europei	8,4

Le domande miravano a rilevare le caratteristiche strutturali del turista (età, provenienza, sesso, titolo di studio e professione), i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, organizzazione della vacanza, canali di influenza, attività svolte, soddisfazione e valutazione della vacanza svolta) e l'importo della spesa individuale, per 20 voci di spesa direttamente turistica (viaggio, alloggio e pacchetto turistico) e indirettamente turistica (trasporti, pubblici, taxi; parcheggi; ristoranti, pizzerie; bar, caffè, pasticcerie; cibi e bevande in supermercati; abbigliamento; calzature e accessori; gioielleria, bigiotteria; altro shopping; sigarette, giornali, guide; ingressi musei, mostre; cinema, discoteche; spettacoli teatrali, concerti; eventi sportivi; igiene personale e salute; altre spese.

L'elaborazione dei dati relativi alla spesa, per il calcolo del volume totale, si è basata sulle presenze per prodotto turistico (*presenze negli esercizi ricettivi per residenza dei clienti e tipo di località - Dati Istat Anno 2003*). A tale distribuzione di presenze sono state applicate il totale presenze dell'anno 2005 (*Dati Istat 2005*), giungendo alla stima delle presenze per prodotto per l'anno 2005.

Si è partiti dalle presenze stimate per prodotto, si è dedotta la quota di turismo sommerso rispetto a quanto rilevato dall'indagine field. Per il calcolo della spesa totale si è studiato in maniera distinta il turismo sommerso e il turismo "ufficiale", per la diversa composizione del paniere di spesa turistica. Per entrambi (turismo sommerso e ufficiale) si è studiata la spesa media individuale giornaliera per voci di spesa, e a questa è stata applicata la quota percentuale di individui che hanno effettuato tale spesa; attraverso metodologie statistiche si è giunti alla stima dell'ammontare complessivo della spesa nel dettaglio, successivamente questa è stata accorpata per macro settori di attività economica.