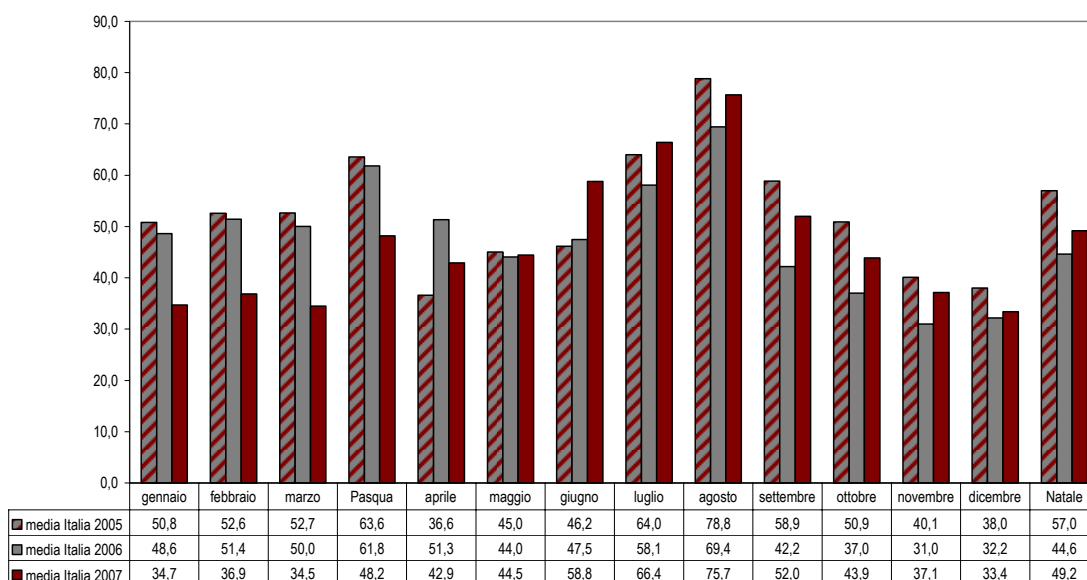


IL TURISMO NEL 2007

Il 2007 si chiude con una stagione turistica che seppur altalenante risulta in linea con quella del 2006. Una partenza lenta nei primi 6 mesi dell'anno, un assestamento in positivo dell'estate grazie ai mercati internazionali e un fuori stagione positivo in giugno e settembre per le vacanze degli italiani. Gli italiani ripartono a Natale ma verso l'estero. Ancora basse le intenzioni di vacanza per il 2008.

Occupazione camere in Italia
confronto 2005-2006-2007



L'andamento dell'occupazione delle camere nelle strutture ricettive italiane dall'inizio del 2007 rileva che,

- l'occupazione media relativa al I trimestre dell'anno non evidenzia picchi stagionali, ma si attesta su valori del 34,7% del mese di gennaio, del 36,9% a febbraio e del 34,5% a marzo, a causa delle condizioni climatiche avverse al turismo montano invernale;
- il II trimestre dell'anno indica valori di occupazione crescenti dal 42,9% del mese di aprile, al 44,5% di maggio fino al 58,8% del mese di giugno;
- l'estate 2007, da luglio alla fine di agosto, non segnala elementi di ripresa rispetto alle preoccupazioni che ad inizio stagione avevano permeato le indicazioni degli operatori in merito all'occupazione delle camere nelle strutture ricettive. Complessivamente la media di occupazione rilevata per il mese di luglio si attesta al 66,4% e per il mese di agosto raggiunge il 75,7%.
- il consuntivo sull'occupazione nelle strutture ricettive italiane durante il quarto trimestre del 2007 indica valori medi del 52% di camere occupate per il mese di settembre, del 43,9% per ottobre e del 37,1% per novembre.

- Dicembre vede una quota di prenotazioni camere in media del 33,4% ma che per il periodo delle vacanze natalizie sale al 49,2%.

Tipologia della clientela 2007 per trimestre		
	2007	
	% Leisure	% Business
I trimestre	72,7	27,3
II trimestre	86,2	13,8
III trimestre	90,4	9,6
IV trimestre	79,2	20,8

Provenienza della clientela 2007 per trimestre		
	2007	
	% italiani	% stranieri
I trimestre	74,3	25,7
II trimestre	65,6	34,4
III trimestre	64,1	35,9
IV trimestre	71,7	28,3

La quota di turisti che hanno organizzato il soggiorno tramite Internet si attesta al 34% con una maggiore incidenza sui flussi del quarto trimestre. Ancora limitata la quota di turismo organizzato in maniera tradizionale che sul totale dei flussi pesa dal 10% dei primi 6 mesi al 7% del secondo semestre.

Modalità di organizzazione della vacanza 2007 per trimestre		
	2007	
	% turisti organizzati	% turisti Internet
I trimestre	10,5	31,1
II trimestre	10,2	34,1
III trimestre	7,3	33,8
IV trimestre	7,7	37,6

IL MERCATO ITALIANO...

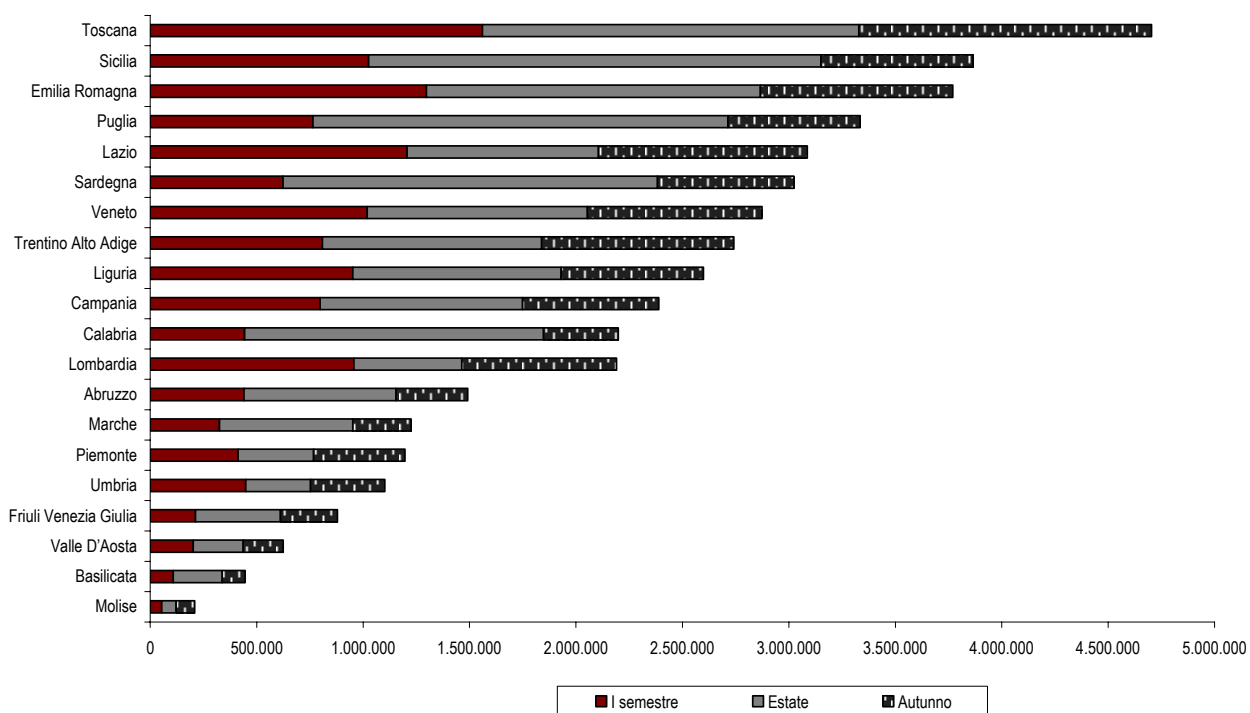
Nel complesso del 2007 le mete più visitate nei quasi 59,6 milioni di partenze degli italiani risultano in Italia (su 44 milioni di partenze) la Toscana (4,7 milioni di vacanze), la Sicilia (oltre 3,8 milioni) e l'Emilia Romagna (oltre 3,7 milioni); all'estero (su 15,6 milioni di partenze) la Spagna (2,5 milioni), la Francia (1,9 milioni) e la Grecia (1,1 milioni). Gli States guidano le destinazioni long haul.

Le aree prodotte di destinazione in Italia hanno visto tanto mare (47,5%) poi città d'arte (19,7%) e montagna (17,7%), all'estero, invece, la cultura (43,2%) supera il mare (40,8%).

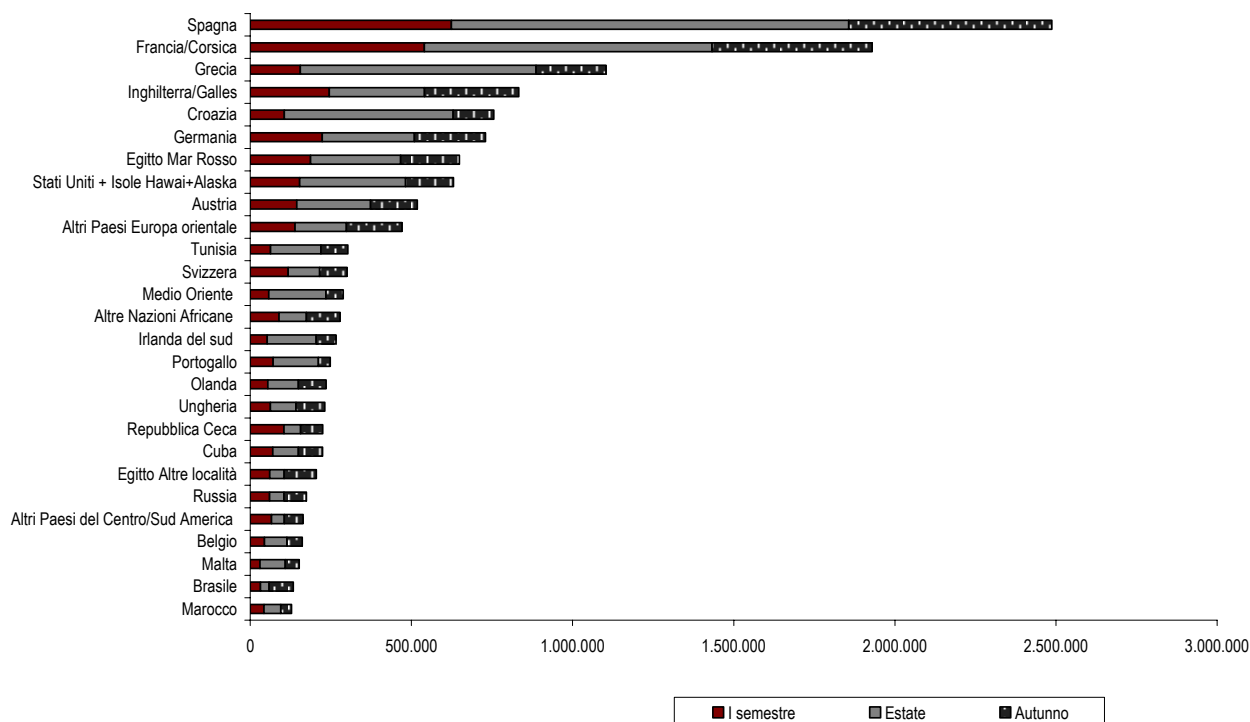
L'estate 2007 tra luglio e settembre ha visto partire in vacanza oltre 26 milioni di individui, ma considerando che nell'estate 2006 gli stessi italiani in 31,6 milioni hanno dichiarato di aver trascorso un periodo di vacanza di almeno 4 notti, quella di quest'anno non si è configurata come un momento di vero rilancio dell'economia del settore. All'estero in estate 7,2 milioni.

Tra settembre e dicembre 2007 15 milioni di italiani hanno effettuato almeno un periodo di vacanza mostrando un certo recupero, di circa 2 milioni di partenze sullo stesso trimestre del 2006. Circa 11 milioni di vacanzieri italiani hanno scelto mete italiane, mentre quasi 4 milioni si sono recati all'estero.

Regione di destinazione delle vacanze degli italiani



Paese di destinazione delle vacanze degli italiani



Complessivamente, gli italiani in vacanza

- visitano le bellezze naturalistiche del luogo;
- ammirano i monumenti e siti di interesse archeologico;
- degustano i prodotti dell'enogastronomia locale
- fanno shopping

Resta più alto all'estero la quota di vacanzieri che fruisce del patrimonio artistico e culturale, dimostrando un minore interesse per le destinazioni italiane.

Attività svolte durante la vacanza principale anno 2007

	In Italia	All'estero	Totale
Ho visitato le bellezze naturalistiche del luogo	50,4	53,3	51,1
Ho visitato i monumenti e i siti di interesse archeologico	21,8	41,7	27,0
Ho degustato i prodotti eno-gastronomici locali	25,7	24,7	25,4
Ho fatto shopping	18,3	23,5	19,7
Ho visitato mostre e musei	14,7	32,4	19,3
Ho praticato attività sportive	15,2	11,9	14,3
Ho acquistato prodotti tipici e dell'artigianato locale	11,6	13,5	12,1
Ho partecipato ad eventi folcloristici e della cultura locale	10,4	10,8	10,5
Ho assistito a spettacoli musicali	8,4	7,4	8,1
Ho visitato fiere e manifestazioni espositive	5,9	4,4	5,5
Ho assistito a spettacoli teatrali o cinematografici	4,6	4,1	4,5
Ho assistito a spettacoli sportivi	2,8	2,2	2,6

In Italia 4 turisti su 10 non prenota la vacanza (anche perché molti di questi sono ospiti o vanno in seconda casa), ¼ prenota direttamente la struttura ricettiva e il 15% organizza sul Web.

All'estero, invece, la prima modalità di organizzazione è l'agenzia di viaggi (32%) incalzata dalle proposte su Internet (29,3%).

Modalità di organizzazione/prenotazione della vacanza principale degli italiani anno 2007

	In		Totale
	Italia	All'estero	
No, nessuna prenotazione	42,5	18,0	36,1
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello, ecc.)	25,4	10,9	21,6
Direttamente tramite internet	14,9	29,3	18,7
Agenzia di viaggi	7,1	32,0	13,6
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	3,6	1,1	2,9
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferroviaria, ecc.)	1,9	3,8	2,4
Il CRAL aziendale	0,8	0,8	0,8
Agenzia immobiliare	0,7	0,6	0,7
Circoli/associazioni culturali	0,6	0,8	0,6
La scuola	0,3	0,9	0,4
L'organizzazione religiosa	0,3	0,6	0,4
La parrocchia	0,4	0,4	0,4
Circoli sportivi/associazioni sportive	0,4	0,2	0,3
Tramite il Comune	0,4	0,1	0,3
Altro	0,8	0,6	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0

...E QUELLO STRANIERO

Se sul fronte italiano si registrano segnali di criticità, sull'estero invece l'Italia sta finalmente recuperando le posizioni perse dal 2000, grazie soprattutto al turismo proveniente dalla Gran Bretagna e dalla Francia. La Germania, si conferma il primo mercato, ma mostra ancora qualche segnale di variabilità.

Principali mercati per area geografica anno 2007

% sul totale strutture

	1°	2°	3°
nord ovest	Germania	Francia	Regno Unito
nord est	Germania	Austria	Francia
centro	Germania	Regno Unito	Usa
sud e isole	Germania	Regno Unito	Francia
Totale Italia	Germania	Francia	Regno Unito

In questo scenario, l'andamento della domanda di turismo organizzata in Europa, che già nel 2006 aveva segnalato un calo per il 15% circa delle imprese di intermediazione, nel 2007 contiene i valori di diminuzione all'11,5% dei T.O., mentre il 42,4% sostiene un andamento di stabilità e addirittura il 46,1% segnala una ripresa.

Per il 2008 solo il 6,2% dei tour operators europei segnala una diminuzione mentre il 56,4% indica una stabilità ed il 37,4% un aumento della domanda per l'Italia.

Contrariamente a quanto avviene in Europa, la domanda di turismo organizzato negli **Stati Uniti** risulta in continua crescita, con un aumento del volume totale dei viaggi del 2007 per il 60,5% degli operatori.

Ancor più positivo l'andamento della domanda di viaggi organizzati verso l'Italia che, vuoi per l'irremovibile consuetudine del turista statunitense a raggiungere l'Europa acquistando pacchetti, vuoi per il generale recupero che l'immagine dell'Italia ha conseguito sul mercato americano, fa sì che il 62,8% dei tour operators che hanno commercializzato il Bel Paese nel 2007 indichino una maggiore domanda sulle nostre destinazioni.

Seppur con un andamento maggiormente stabile per il 44,2% degli operatori, **nel 2008 la domanda di turismo organizzato verso l'Italia crescerà ancora (48,8% dei T.O.).**

L'apprezzamento per il sistema di offerta italiano è confermato sia dai turisti italiani che da quelli stranieri. Intervistati sui territori, gli ospiti attribuiscono **un giudizio sostanzialmente positivo sull'esperienza di vacanza, pari a 8,1** in una scala da 1 a 10.

Le punte di eccellenza dell'offerta italiana sono l'enogastronomia, cui viene attribuita una valutazione sintetica di 8,2 su 10 la più elevata in assoluto, la cortesia e l'ospitalità della gente (8,1) e la pulizia dell'alloggio (8,1).

Si rileva, al contempo, una severità nella valutazione dei singoli elementi di offerta di cui si è avuto esperienza, soprattutto considerando l'importanza che ad essi viene attribuita dai turisti, ed in particolare: il traffico (6,9), il costo dei trasporti locali (7,2) e l'organizzazione del territorio (7,3).

I RICAVI DEL TURISMO NEL 2007

Anche in termini di consumi il turismo riesce a raccogliere cifre lusinghiere dal turismo internazionale: 24,6 miliardi di euro di consumi diretti stimati che se confrontati con i valori delle esportazioni industriali sono pari al 7,5%. Nel complesso i 60 miliardi di euro dei consumi turistici diretti pesano il 4,4% del valore aggiunto.

La ripartizione di questi consumi sui settori economici mostra come al settore propriamente turistico (il cosiddetto Ramo H) vada solo il 58,6% della spesa (35,2 miliardi di euro) e come negli altri settori si concentri nel dettaglio

- l'11,5% nelle attività ricreative, culturali e di intrattenimento (circa 6,9 miliardi di euro);
- il 10,3% nella industrie manifatturiere (circa 6,2 miliardi di euro);
- l'8,3% all'agroalimentare (circa 5 miliardi di euro);
- il 6,5% all'abbigliamento e calzature (circa 3,9 miliardi di euro);
- il 2,7% nell'editoria e nei tabacchi (circa 1,6 miliardi di euro);
- il 2,1% nei trasporti (circa 1,3 miliardi di euro).

Stima dell'impatto economico della spesa turistica sui settori (euro)

	italiani	stranieri (.000)	Totale
Strutture ricettive	12.628.279	9.133.849	21.762.128
Ristoranti, pizzerie	5.732.090	3.783.233	9.515.323
Bar, caffè, pasticcerie	2.511.259	1.411.372	3.922.631
Totale Ramo H	20.871.628	14.328.454	35.200.082
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	4.079.965	2.828.383	6.908.348
Altre industrie manifatturiere	3.527.929	2.646.175	6.174.104
Agroalimentare	3.152.363	1.838.478	4.990.841
Abbigliamento e calzature	2.212.739	1.679.410	3.892.149
Tabacchi Editoria	1.091.788	508.742	1.600.530
Trasporti	518.747	740.752	1.259.499
TOTALE	35.455.159	24.570.394	60.025.553

Stima dell'impatto economico della spesa turistica sui settori

	italiani	stranieri valori %	Totale
Strutture ricettive	35,6	37,2	36,3
Ristoranti, pizzerie	16,2	15,4	15,9
Bar, caffè, pasticcerie	7,1	5,7	6,5
Totale Ramo H	58,9	58,3	58,6
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	11,5	11,5	11,5
Altre industrie manifatturiere	10,0	10,8	10,3
Agroalimentare	8,9	7,5	8,3
Abbigliamento e calzature	6,2	6,8	6,5
Tabacchi Editoria	3,1	2,1	2,7
Trasporti	1,5	3,0	2,1
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Proporzionando le stime relative ai consumi per ciascun prodotto turistico, si rileva come i volumi economici ammontino

- per il turismo balneare a 15,5 miliardi di euro
- per il turismo culturale a 14,8 miliardi di euro
- per il turismo montano a 7,7 miliardi di euro
- per il turismo lacuale a 3,7 miliardi di euro
- per il turismo termale a 2,9 miliardi di euro
- per il turismo verde a 2,3 miliardi di euro.

Stima del giro d'affari per area prodotto (escluso il viaggio)- compreso turismo sommerso (euro)

	italiani	stranieri (.000)	Totale
Turismo BALNEARE	10.858.301	4.635.502	15.493.803
Turismo CULTURALE	6.611.545	8.221.959	14.833.504
Turismo MONTANO	4.927.663	2.756.759	7.684.423
Turismo LACUALE	1.195.195	2.479.666	3.674.860
Turismo TERMALE	1.754.330	1.157.828	2.912.158
Turismo VERDE	1.180.936	1.153.404	2.334.340

Stima del giro d'affari per area prodotto (escluso il viaggio)- compreso turismo sommerso

	italiani	stranieri valori %	Totale
Turismo BALNEARE	40,9	22,7	33,0
Turismo CULTURALE	24,9	40,3	31,6
Turismo MONTANO	18,6	13,5	16,4
Turismo LACUALE	4,5	12,2	7,8
Turismo TERMALE	6,6	5,7	6,2
Turismo VERDE	4,5	5,7	5,0
TOTALE	100,0	100,0	100,0

LE PREVISIONI PER IL 2008: IL TURISMO INTERNAZIONALE

Per il 2008 solo il 6,2% dei tour operators europei segnalano una diminuzione mentre il 56,4% indica una stabilità ed il 37,4% un aumento della domanda per l'Italia.

Dal mercato statunitense, seppur con un andamento maggiormente stabile per il 44,2% degli operatori, nel 2008 la domanda di turismo organizzato verso l'Italia crescerà ancora (48,8% dei T.O.).

Andamento previsto per la domanda di turismo verso l'Italia nel 2008				
	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Austria	35,7	57,1	7,1	100,0
Francia	24,2	69,7	6,1	100,0
Germania	29,6	64,2	6,2	100,0
Regno Unito	42,9	48,6	8,6	100,0
Spagna	58,3	41,7	0,0	100,0
Svizzera	19,0	66,7	14,3	100,0
Russia	77,8	22,2	0,0	100,0
PAESI DELL'EST	55,2	41,4	3,4	100,0
<i>Rep. Ceca</i>	33,3	55,6	11,1	100,0
<i>Ungheria</i>	63,6	36,4	0,0	100,0
<i>Polonia</i>	63,6	36,4	0,0	100,0
BELGIO E OLANDA	26,9	65,4	7,7	100,0
<i>Belgio</i>	28,6	57,1	14,3	100,0
<i>Olanda</i>	26,3	68,4	5,3	100,0
PAESI SCANDINAVI	39,0	56,1	4,9	100,0
<i>Danimarca</i>	28,6	71,4	0,0	100,0
<i>Norvegia</i>	57,1	42,9	0,0	100,0
<i>Finlandia e Svezia</i>	40,0	50,0	10,0	100,0
Media Europa	37,4	56,4	6,2	100,0
% di variazione rilevata	+14,3		-11,2	
Media USA	48,8	44,2	7,0	100,0
% di variazione rilevata	+15,7		-17,2	

LE PREVISIONI PER IL 2008: IL TURISMO ITALIANO

Il 2008 parte con circa 12 milioni di italiani che dichiarano di voler andare in vacanza da gennaio a marzo.

I certi però risultano solo 5 milioni a differenza degli scorsi anni quando si registrava un numero più elevato di italiani che dichiaravano di partire sicuramente.

Sulle intenzioni di vacanza il 60% dichiara di voler rimanere in Italia, il 31% vuole recarsi all'estero, il 2,4% sia in Italia che all'estero e ancora il 6% non ha deciso.

<u>Intenzioni di vacanza gennaio-marzo 2008</u>		
	%	N
Certamente sì	9,8	4.925.875
Probabilmente sì	15,8	7.950.890
Probabilmente no	15,8	7.990.228
Certamente no	58,7	29.600.782
Totale	100,0	50.467.775

<u>Destinazione della vacanza gennaio-marzo 2008</u>		
	%	N
In Italia	60,3	7.758.636
All'estero	31,2	4.019.228
Sia in Italia che all'estero	2,4	308.536
Non ho ancora deciso dove trascorrerò le vacanze	6,1	790.365
Totale	100,0	12.876.765

Per quanto riguarda le probabili vacanze in Italia il periodo più segnalato è quello di marzo, Pasqua inclusa, che ha ottenuto i favori del 36,9% dei probabili partenti. Quasi tre i milioni di italiani che invece partiranno a febbraio.

<u>Periodo della vacanza gennaio-marzo in Italia</u>		
	%	N
In gennaio	9,4	758.013
In febbraio (escluso il periodo di Carnevale)	21,6	1.743.871
In febbraio nel periodo di Carnevale	15,5	1.252.091
In marzo (escluso il periodo di Pasqua)	26,5	2.138.652
In marzo nel periodo di Pasqua	36,9	2.978.602

Le destinazioni dell'inverno 2008 sono quelle montane, al primo posto infatti si trova il Trentino Alto Adige, o quelle culturali con il Lazio che si prende la seconda scelta di intenzioni di vacanza.

Per quanto riguarda l'estero, l'Europa si conferma la prima meta degli italiani, e in particolare la Francia torna a riconquistare il suo ruolo di leadership scalzato nei mesi più caldi dalla Spagna. Anche il Regno Unito è una meta importante per il turismo di questo periodo e ha raccolto circa 560mila intenzioni di viaggio.

Per i viaggi long haul buona la performance degli USA che sono stati indicati per le future vacanze da oltre 220mila italiani. Anche le mete africane sono oggetto di interesse per oltre 400mila futuri vacanzieri. Nel complesso risulta evidente come

questo primo inizio del 2008 non da segnali entusiasmanti, se non per mete lontane (fuori dall'Italia) o per le tradizionali vacanze montane.

Regione di destinazione della vacanza gennaio-marzo in Italia		
% sul totale vacanzieri in Italia		
	%	N
Trentino A.A.	13,4	1.081.673
Lazio	8,5	686.108
Toscana	7,7	624.636
Emilia Romagna	7,1	575.431
Veneto	7	565.802
Piemonte	6	480.205
Liguria	5,3	427.763
Lombardia	5,2	417.283
Valle d'Aosta	3,9	312.406
Sicilia	3,4	273.119
Campania	3	238.427
Umbria	2,8	227.194
Puglia	1,9	152.201
Calabria	1,8	145.529
Abruzzo	1,6	125.409
Marche	1	84.356
Sardegna	0,7	60.473
Molise	0,5	41.106
Friuli V.G.	0,4	33.805
Basilicata	0,2	16.903
Italia non so ancora dove	21,5	1.730.815

Paese estero di destinazione della vacanza gennaio-marzo in Italia		
% sul totale vacanzieri in Italia		
	%	N
Europa	64,9	2.807.449
Americhe	15,0	648.865
Africa	11,0	473.947
Asia	3,0	128.726
Oceania	0,2	7.279
Estero non so ancora dove	11,1	479.071

Top 20 destinazioni estero gennaio-marzo

	N
Francia + Corsica	717.752
Inghilterra/Galles	561.304
Eestero non so ancora dove	479.071
Spagna	477.617
Germania	272.584
Stati Uniti + Isole Hawaii + Alaska	226.541
Altre Isole Caraibiche (Anguilla, Antigua, Antille, ecc.)	182.539
Egitto Altre località	178.373
Altre Nazioni Africane (Algeria, Angola, Benin, Botswana, ecc.)	150.939
Austria	119.111
Altri Paesi Europa orientale (Albania, Bielorussia, ecc.)	112.848
Egitto Mar Rosso	100.147
Grecia	89.665
Olanda	84.135
Altri Paesi del Centro/Sud America (Bolivia, Belize, Cile, ecc.)	81.857
Svizzera	62.315
Portogallo	59.710
Medio Oriente (Arabia Saudita, Bahrein, ecc.)	54.707
Repubblica Ceca	46.777
Cuba	43.728

NOTA METODOLOGICA

L'OCCUPAZIONE CAMERE NELLE STRUTTURE RICETTIVE

Lo studio viene realizzato tramite interviste telefoniche su un panel (già testato) di 5.000 operatori del ricettivo. Il campionamento è a tre stadi di stratificazione; le unità di primo stadio sono tipo geografico, in particolare si distingue tra regioni e province; il secondo stadio riguarda la tipologia di struttura ricettiva. Il terzo stadio stratifica le interviste a seconda del prodotto turistico partendo dalla definizione Istat dei comuni turistici; la prevalenza di un prodotto rispetto a un altro può variare a seconda del periodo della rilevazione. Il campionamento comprende tutte le province e tutte le regioni Italiane. Questa stratificazione determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 99% con un margine di errore del 2,8%.

L'universo di riferimento di tale campionamento è composto dal totale delle strutture ricettive in Italia rispondenti alla stratificazione per tipologia ricettiva indicata. Per il riporto a tale universo viene utilizzato un sistema di pesi ponderato per la tipologia delle strutture a livello regionale. Non essendo disponibile un dato ufficiale dell'Istat sulla distribuzione delle camere per l'intero universo osservato (cioè anche per le strutture extralberghiere), il dato di occupazione camere è stato pesato sulla base dei posti letto, assumendo che la distribuzione sia la medesima.

Distribuzione interviste

Ricettività Italia	esercizi		letti	
	ISTAT	CAMPIONE	ISTAT	CAMPIONE
Hotel 1 stella	15,0	15,1	5,8	5,9
Hotel 2 stelle	23,6	23,8	13,1	14,4
Hotel 3 stelle	43,2	43,6	46,5	47,4
Hotel 4 stelle	11,0	11,0	24,8	22,7
Hotel 5 stelle	0,7	0,5	2,1	1,7
Residenze Turistico Alberghiere	6,5	6,0	7,8	8,0
Totale alberghi	54,5	54,7	54,0	56,2
Campeggi e Villaggi turistici	3,9	3,7	35,8	30,5
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	19,1	19,5	3,7	6,4
Bed & Breakfast	16,7	16,7	1,4	2,1
Case per ferie	2,7	2,4	2,7	3,0
Ostello della gioventù	0,6	0,5	0,6	0,6
Rifugi alpini	1,4	1,1	0,8	0,5
Altri esercizi ricettivi	1,2	1,5	1,0	0,5
Totale esercizi complementari	45,5	45,3	46,0	43,8
Totale esercizi	100,0	100,0	100,0	100,0

IL MERCATO ITALIANO

Per monitorare la domanda turistica interna, la rilevazione viene effettuata su un campione rappresentativo della popolazione nazionale di 17.500 interviste. Tale numerosità determina stime campionarie ad un livello di confidenza del 99% con un margine di errore dello (+/-) 0,98%.

Il campionamento è stato di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane:

- 1.000 interviste in Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Marche, Lazio, Abruzzo, Campania, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna
- 500 interviste in Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Umbria, Molise e Basilicata.

Ogni sub-campione è stato ulteriormente stratificato per le principali variabili socio-demografiche:

- sesso
- età
- dimensione demografica del comune di residenza
- provincia.

La metodologia adottata per la rilevazione del questionario, di durata complessiva media pari a circa 15 minuti, è stata quella C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviews), con questionario ad hoc, composto da 45 domande.

Le interviste hanno avuto luogo durante tre momenti, nel periodo che va dal 5 luglio al 20 luglio, poi dal 10 al 21 settembre, e infine dal 10 al 23 gennaio.

IL MERCATO INTERNAZIONALE

L'universo di riferimento dell'indagine è composto da circa 2.500 Tour Operators europei e 275 statunitensi che trattano, quale meta turistica, l'Italia.

Il campione finale utilizzato, stratificato per Nazione, è pari a 421 unità: detta numerosità determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 90%, un margine di errore inferiore al 4,4% (+/-).

<u>Distribuzione delle interviste per Paese</u>		
	Numerosità	%
USA	100	23,8
GERMANIA	81	19,2
REGNO UNITO	35	8,3
FRANCIA	33	7,8
SVIZZERA	21	5,0
FINLANDIA e SVEZIA	20	4,8
OLANDA	19	4,5
REP. CECA	18	4,3
RUSSIA	18	4,3
AUSTRIA	14	3,3
DANIMARCA	14	3,3
SPAGNA	12	2,9
UNGHERIA	11	2,6
POLONIA	11	2,6
BELGIO	7	1,7
NORVEGIA	7	1,7
	421	100,0

La metodologia adottata per la rilevazione del questionario, di durata complessiva media pari a circa 20 minuti, è stata quella C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviews).

Le interviste hanno avuto luogo nel mese di aprile 2007 e sono state condotte nelle lingue correnti nei mercati analizzati.

I RICAVI DEL TURISMO

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato si è rivolta a 17.900 turisti tra italiani e stranieri, che hanno soggiornato almeno una notte nelle località italiane.

Per monitorare la domanda turistica, la rilevazione è stata effettuata su un campione rappresentativo della "popolazione turistica" di 17.900 interviste durante il periodo estivo, tale numerosità determina stime campionarie ad un livello di confidenza del 99% con un margine di errore dello (+/-) 0,01

Il campionamento è stato di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane. Tale numerosità determina, a livello regionale, stime campionarie ad un livello di confidenza del 99% con un margine di errore dello 0,08.

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 italiani e stranieri riferite all'anno 2006 (Istat) e sulle stime congiunturali 2007.

Si è partiti dalle presenze per prodotto, e 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.