

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo

Sommario

Sommario	1
Premessa	2
1. I fenomeni	3
2. L’analisi dei dati	5
2.1 Le motivazioni e i canali d’influenza	8
2.2 L’organizzazione della vacanza	11
2.3 I comportamenti di domanda	12
2.4 La soddisfazione della vacanza	16
2.5 La spesa turistica diretta e indiretta	18
2.6 Una misurazione dell’indotto del turismo	21
2.6.1 L’impatto generato dai turisti che utilizzano la ricettività ufficiale	23
2.6.2 L’impatto generato dai turisti che utilizzano le seconde case	25
Nota metodologica	27

Premessa

Il presente studio ha il duplice obiettivo di monitorare la qualità del prodotto turistico e di verificarne la percezione da parte del mercato attuale. Il fine è acquisire i tratti caratteristici, i punti di forza e le eventuali criticità relative ai flussi nella regione Molise per poter elaborare strategie più efficaci di fidelizzazione e intercettazione dei mercati potenziali e verificare il peso reale del turismo sul PIL attraverso un'analisi del paniere di spesa dei turisti che vada oltre la semplice valutazione del fatturato delle imprese tradizionalmente classificate come "turistiche".

In questo ambito di ricerca infatti, è possibile interpretare il fenomeno turistico nella sua complessità, perché la domanda di turismo, nazionale e internazionale, considerando sia i turisti che alloggiano in strutture ricettive che nelle abitazioni private, è stata indagata nelle seguenti caratteristiche:

- gli elementi distintivi del turismo italiano e straniero nella regione;
- le motivazioni di scelta della destinazione ed i canali di influenza sulla decisione;
- l'organizzazione del viaggio, del soggiorno ed i servizi acquistati;
- i comportamenti di vacanza (alloggio, permanenza media, mezzo di trasporto, numerosità del gruppo di vacanza, attività svolte *in loco*);
- il grado di soddisfazione dei turisti rispetto all'esperienza di vacanza vissuta;
- la spesa direttamente e indirettamente turistica, articolata per oltre 20 voci di spesa;
- il giro d'affari apportato dal turismo nell'area e l'impatto economico attivato direttamente sul territorio.

1. I fenomeni

La vacanza in Molise è attiva ma anche culturale e verde: attività sportive, escursioni, spettacoli ed eventi, visite a centri storici, cattedrali e castelli, ma anche ai parchi e alle località di interesse naturalistico della regione. E' un turismo in prevalenza italiano, individuale e di prossimità, molti i turisti abituali e quelli che soggiornano in seconde case e nelle residenze di amici e parenti. Gli stranieri conoscono meno degli italiani il territorio ma, anche se arrivano in Molise spinti da altre motivazioni, dimostrano interesse e curiosità sia per le risorse naturalistiche che per quelle culturali ed enogastronomiche. Nel dettaglio, dall'analisi della domanda, composta sia dai turisti che alloggiano in strutture ricettive che da quelli che soggiornano nelle abitazioni private, emergono i seguenti comportamenti dominanti:

Analisi della domanda	Italiani (92%)	Stranieri (8%)
Provenienza	Lazio (23%), Puglia (18,6%) e Campania (18,3%)	Regno Unito (20,4%), Spagna (16,6%) e Germania (11,1%)
Mezzi di trasporto utilizzati	Automobile (86,4%)	Aereo (81,5%)
Gruppo di vacanza	In famiglia (32,6%), con marito/moglie o fidanzato/a o compagno/a (26,8%) o con amici (17,6%)	In famiglia (48,1%), da soli (18,5%), con il marito/moglie, il fidanzato/a, la compagno/a (16,8%) o con amici (14,8%)
Tipologia di alloggio	Seconde case (25,6%), presso amici o parenti (25,2%) o in albergo (20,2%)	Residenze di amici e parenti (33,3%), alberghi (14,8%) e campeggi (14,8%)
Permanenza media	7 notti	9-10 notti
Canali di influenza	Esperienza personale (38,1%), passaparola (36,6%)	Passaparola (33,4%), informazioni su Internet (29,5%), consiglio dell'agenzia di viaggi (22,1%)
Motivazioni principali	Ospitalità di amici e parenti (31,7%), sport (25,5%), disponibilità di una seconda casa (20,1%), vicinanza al luogo di residenza (20,4%)	Ospitalità di amici e parenti (40,7%), bellezze naturalistiche (31,6%), desiderio di vedere un luogo mai visto (22,1%)
Attività svolte	Attività sportive (42%), spettacoli musicali (38,6%), escursioni (29,8%), eventi folkloristici (23,9%) ed enogastronomici (15,5%)	Spettacoli musicali (81,2%), eventi folkloristici (53,5%) ed enogastronomici (51,7%), sport (46,5%) ed escursioni (35,3%)
Luoghi e monumenti visitati	Centri storici (39,9%), cattedrali e luoghi dello spirito (23,3%), parchi e natura (18,8%)	Centri storici (81,2%), castelli (75,7%), eventi e rievocazioni storiche (68,3%), parchi e natura (63%), cattedrali e luoghi dello spirito (60,9%)
Spese medie (turisti individuali)	30 euro il viaggio, 48 euro al giorno l'alloggio e circa 26 euro al giorno per le altre spese	200 euro il viaggio, 40 euro la giorno l'alloggio e 57 euro al giorno per le altre spese

Buono il grado di soddisfazione dei turisti rispetto alle vacanze svolte nella regione: in una scala da 1 a 10, il valore medio espresso da italiani e stranieri rispetto all'offerta turistica nel complesso è pari a 7,3. Gli elementi di maggiore soddisfazione sono la qualità della ristorazione (8,2), la cortesia e ospitalità della gente (8,0) e l'accoglienza nelle strutture di alloggio (7,8).

Dall'analisi delle voci di spesa del paniere di beni e servizi acquistati dai turisti nel corso della vacanza, emerge l'influenza del turismo rispetto allo sviluppo del sistema economico locale: il 55,8% del giro d

'affari prodotto dalle spese dei turisti del Molise è relativo ad alloggio e ristorazione, mentre il restante 44,2% si distribuisce su altri comparti quali il manifatturiero (abbigliamento, calzature e altre industrie), i trasporti, l'agroalimentare, l'intrattenimento e la cultura. Ai turisti che soggiornano nelle strutture ricettive alberghiere e complementari è imputabile una spesa pari al 68% di quella complessiva, mentre i turisti delle seconde case generano il 32% delle spese totali.

Il target di domanda è composito ma accomunato da alcuni interessi: divertimenti, cultura, natura e tipicità emergono dalle scelte di spesa del turista che sceglie il Molise per trascorrere le vacanze ed, in particolare, l'italiano acquista prodotti enogastronomici e artigianali locali e frequenta impianti sportivi e stabilimenti balneari, mentre lo straniero frequenta discoteche e cinema, acquista prodotti tipici locali e partecipa a visite guidate.

Dunque, al fine di promuovere lo sviluppo turistico della regione è importante non solo agire sull'offerta dell'industria di ricettività e ristorazione locale ma coinvolgere l'offerta del sistema ospitale nel suo complesso, dall'organizzazione della rete di trasporti a quella del commercio di prodotti tipici, dalla produzione di eventi a quella delle escursioni organizzate sul territorio, dalle infrastrutture sportive a quelle balneari, dalla fruizione dei parchi naturali a quella delle risorse culturali, dai servizi di visite guidate a quelli di informazione ed accoglienza turistica, ecc.

2. L'analisi dei dati

Il turista del Molise è principalmente italiano e riconducibile per lo più ai residenti delle regioni limitrofe e ai flussi interni alla regione, infatti il 92% dei flussi turistici sul territorio è domestico. Di questi il 77,6% è un turista abituale ed ha effettuato in media sette visite nelle destinazioni turistiche della regione. Pochi, al contrario, gli stranieri (8%) che nel 44,6% dei casi sono già stati in Italia e, tra questi, il 56,6% è stato almeno una volta in Molise (con una media di circa sette visite ciascuno).

Provenienza dei vacanzieri	
	%
Italiani	92,0
Stranieri	8,0
Totale	100,0

Nel dettaglio, le caratteristiche identificative del turista-tipo sono:

- per gli italiani, la provenienza dal Lazio (23%), dalla Puglia (18,6%) e dalla Campania (18,3%), mentre il turismo interno alla regione rappresenta il 16,5%. Il turista medio è adulto (quelli di età compresa tra i 21 ed i 40 anni sono il 54,7%), con un titolo di studio superiore (diploma 60,4%, laurea 27,3%), impiegato (25,5%), operaio (16,9%) o studente (12,9%), sposato (56,4%) oppure *single* (32,6%);
- per gli stranieri, i Paesi di residenza sono il Regno Unito (20,4%), la Spagna (16,6%), la Germania (11,1%), la Francia e il Belgio (9,3% entrambi). L'età media dei turisti stranieri è compresa tra i 21 ed i 40 anni (79,5%), sono impiegati (24%), professionisti (16,8%) o dirigenti/funzionari (14,8%), sposati (47,2% con figli e 9,4% senza figli) o *single* (32%).

Regione di provenienza degli italiani	
	%
Lazio	23,0
Puglia	18,6
Campania	18,3
Molise	16,5
Lombardia	6,5
Abruzzo	4,1
Piemonte	2,7
Toscana	2,2
Emilia Romagna	2,1
Marche	1,8
Sicilia	1,0
Basilicata	1,0
Altre regioni	2,2
Totale	100,0

Paese di provenienza degli stranieri

	%
Regno Unito	20,4
Spagna	16,6
Germania	11,1
Francia	9,3
Belgio	9,3
Polonia	7,4
Portogallo	7,4
Cina	7,4
Repubblica Ceca	7,4
Olanda	1,9
Canada	1,9
Totale	100,0

Vacanzieri stranieri che hanno già visitato l'Italia

	%
Si	44,6
No	55,4
Totale stranieri	100,0
<i>Se si quante volte (media)</i>	<i>5,5</i>

Vacanzieri che hanno già visitato il Molise

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	77,6	56,6	76,9
No	22,4	43,4	23,1
Totale	100,0	100,0	100,0
<i>Se si quante volte (media)</i>	<i>7,2</i>	<i>7,0</i>	<i>7,2</i>

Identikit del vacanziero

Sesso	Italiani	Stranieri	Totale
Maschio	57,7	38,9	56,2
Femmina	42,3	61,1	43,8
Totale	100,0	100,0	100,0
Età	Italiani	Stranieri	Totale
Fino a 20 anni	11,5	0,0	10,6
Da 21 anni a 30 anni	24,2	33,3	25,0
Da 31 a 40 anni	30,5	46,2	31,8
Da 41 a 50 anni	19,7	13,0	19,2
Da 51 a 60 anni	9,1	3,8	8,7
Oltre 60 anni	4,9	3,8	4,8
Totale	100,0	100,0	100,0
Titolo di studio	Italiani	Stranieri	Totale
Licenza elementare	1,4	0,0	1,3
Scuola media inferiore	10,9	1,9	10,2
Diploma scuola media superiore	60,4	46,3	59,3
Laurea	27,3	51,8	29,3
Totale	100,0	100,0	100,0
Professione	Italiani	Stranieri	Totale
Imprenditore	3,8	1,9	3,7
Professionista	9,0	16,8	9,6
Dirigente/funziionario	3,5	14,8	4,4
Commerciante	5,7	7,4	5,8
Consulente aziendale	3,9	7,4	4,1
Impiegato	25,5	24,0	25,4
Tecnico	5,3	9,3	5,7
Operaio	16,9	1,9	15,7
Pensionato	5,1	0,0	4,7
Studente	12,9	9,3	12,6
Casalinga	6,6	7,4	6,6
Altro	1,8	0,0	1,7
Totale	100,0	100,0	100,0
Stato sociale	Italiani	Stranieri	Totale
Single	32,6	32,0	32,6
Sposato/a con figli	42,7	47,2	43,1
Sposato/a senza figli	13,7	9,4	13,4
Vedovo/a	2,8	0,0	2,6
Convivente	8,0	11,4	8,3
Divorziato	0,1	0,0	0,1
Totale	100,0	100,0	100,0

2.1 Le motivazioni e i canali d'influenza

Coerentemente con la provenienza e la frequenza della visite, le motivazioni principali dei turisti italiani del Molise sono la possibilità di usufruire dell'ospitalità di amici e parenti, la proprietà di una seconda casa e la prossimità al luogo di residenza.

Ciononostante, sono numerosi i turisti, sia italiani che stranieri, alla ricerca di una vacanza "verde", spesso spinti dalla curiosità per un luogo sconosciuto oppure dal bisogno di evadere dalla *routine* quotidiana. Gli stranieri, in particolare, pur conoscendo meno l'area subiscono in misura maggiore rispetto ai colleghi italiani il fascino delle risorse naturalistico-ambientali molisane ed esprimono curiosità per un territorio che sarebbero interessati a conoscere meglio, infatti:

- gli italiani sono spinti principalmente da motivazioni di ordine pratico quali l'ospitalità di amici e parenti (31,7%), la disponibilità di una seconda casa (20,1%) e la vicinanza al luogo di residenza (20,4%). Tra le altre motivazioni spicca il desiderio di trascorrere una vacanza all'insegna della natura (17,4%) e/o del relax (10,3%);
- gli stranieri sono motivati dall'ospitalità di amici e parenti (40,7%) ma anche dalle bellezze naturalistiche (31,6%) e dal desiderio di vedere un luogo sconosciuto (22,1%).

Inoltre, due elementi che solitamente sono alla base delle scelte della domanda internazionale, quali gli interessi per le produzioni tipiche e per le tradizioni culturali locali, nel caso dei turisti che visitano il Molise sembrerebbero poco influenti: gli interessi enogastronomici come anche il desiderio di partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale motivano solo il 7,4% dei turisti stranieri. La spiegazione potrebbe essere rinvenibile nella mancanza di un'adeguata informazione e promozione del territorio sul mercato internazionale, che invece mostra di avere interesse e curiosità per le destinazioni turistiche molisane. Come vedremo in seguito, infatti, tra le attività svolte dagli stranieri spiccano la partecipazione ad eventi folkloristici ed enogastronomici e sul paniere di spesa dei turisti internazionali pesano in misura considerevole gli acquisti di prodotti tipici locali.

Lo sport è legato ai vacanzieri italiani (25,5%) e si tratta in prevalenza di una domanda connessa al prodotto montagna nella stagione invernale: il 79% degli italiani amanti del turismo sportivo sceglie il Molise per praticare lo sci alpino e l'8,6% per lo sci di fondo.

Motivazione principale della vacanza*

	Italiani	Stranieri	Totale
Ha i parenti/amici che lo ospitano	31,7	40,7	32,4
Posto ideale per praticare un particolare sport	25,5	1,9	23,6
Hanno la casa in quella località	20,1	7,5	19,1
Per la vicinanza	20,4	0,0	18,7
Bellezze naturali	17,4	31,6	18,6
Posto ideale per riposarsi	10,3	7,5	10,1
Il desiderio di vedere un posto mai visto	6,4	22,1	7,7
Decisione altrui	8,0	1,9	7,5
Prezzi convenienti	5,4	1,9	5,1
Perché sono clienti abituali di una struttura ricettiva	3,0	0,0	2,8
Motivazione lavoro	2,5	0,0	2,3
Per il gusto dell'avventura	2,3	0,0	2,2
Interessi enogastronomici	1,5	7,4	1,9
Per i divertimenti che offre	0,7	7,4	1,3
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	1,3	0,0	1,2
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	0,7	7,4	1,2
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	0,3	7,4	0,9
Posto adatto per bambini piccoli	0,7	1,9	0,8
Per assistere ad eventi culturali	0,5	0,0	0,5
Destinazione esclusiva	0,3	0,0	0,3
Studio	0,0	1,9	0,2
Assistere a eventi sportivi	0,1	0,0	0,1
Altro	4,2	7,4	4,4

*possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

Motivazione principale: posto ideale per praticare un particolare sport*

	Italiani	Stranieri	Totale
Sci alpino	79,4	0,0	78,9
Sci di fondo	8,6	0,0	8,6
Trekking	5,8	100,0	6,5
Equitazione	4,2	0,0	4,1
Ciclismo	0,3	0,0	0,3
Passeggiate	1,6	100,0	2,2
Nuoto	2,6	0,0	2,6

*possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

Oltre al passaparola che, come accade di frequente nel mercato turistico, è il principale canale di influenza sia per gli italiani (36,6%), che per gli stranieri (33,4%), i due macro-target di domanda si differenziano rispetto:

- all'esperienza personale, che interessa il 38,1% dei nostri connazionali i quali, come visto in precedenza, conoscono il territorio per aver soggiornato più volte nella regione;
- alla rete di intermediazione e informazione del settore, cui gli stranieri fanno ricorso frequentemente, sia attraverso Internet (informazioni 29,5%, offerte commerciali 7,4%) che le agenzie di viaggi (22,1%) e gli enti/uffici turistici (7,4%).

Canali di influenza sulla scelta della vacanza

	Italiani	Stranieri	Totale
Consiglio, racconti di amici, parenti, familiari	36,6	33,4	36,4
C'era già stato/esperienza personale	38,1	11,3	35,9
Attrazioni, eventi sportivi	10,1	0,0	9,3
Informazioni su Internet	4,3	29,5	6,4
Non ha scelto, hanno deciso altri	6,0	0,0	5,5
Offerte su Internet	2,9	7,4	3,3
Consiglio dell'agenzia di viaggi	0,7	22,1	2,4
Richiesto dai figli fino a 14 anni	2,4	0,0	2,2
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui si è recato	1,7	7,4	2,1
Guide turistiche	1,7	0,0	1,5
Cataloghi, depliant di agenzie di viaggi	1,3	0,0	1,2
Attrazioni, eventi culturali	1,0	0,0	0,9
Articoli/ redazionali su periodici, quotidiani	0,8	0,0	0,7
Attrazioni, eventi musicali	0,7	0,0	0,6
Eventi religiosi	0,4	0,0	0,4
Pubblicità sulla stampa	0,2	0,0	0,1
Film/documentari	0,1	0,0	0,1

*possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

2.2 L'organizzazione della vacanza

In quanto di prossimità e legato al fenomeno delle seconde case, il mercato domestico è prevalentemente fai da te: il 91,6% organizza la vacanza senza l'aiuto di un'agenzia di viaggi o di un Tour Operator. Discorso a parte per la domanda straniera, rispetto alla quale la rete di intermediazione commerciale internazionale costituisce un fattore determinante, sia per l'orientamento delle scelte che per l'organizzazione della vacanza: il 22% degli stranieri si servono di agenzie di viaggio oppure di Tour Operator e la formula più utilizzata è la ricerca del solo alloggio (66,7%), seguita dall'acquisto di un pacchetto tutto-compreso (33,3%).

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

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	8,4	22,1	9,5
No	91,6	77,9	90,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Tipologia di pacchetto acquistato per la vacanza

	Italiani	Stranieri	Totale
Solo l'alloggio	72,0	66,7	71,0
Un pacchetto tutto compreso	28,0	33,3	29,0
Totale	100,0	100,0	100,0

2.3 I comportamenti di domanda

Molte le famiglie che trascorrono una vacanza nelle destinazioni turistiche ma anche le coppie ed i gruppi di amici. Tra gli italiani, il 32,6% viaggia con la famiglia (il 25,9% con bambini e 6,7% senza bambini), il 31% con gruppi di amici e familiari e il 26,8% condivide le spese di viaggio con il *partner*.

Per gli stranieri, emerge una discreta quota di turisti che viaggiano da soli e cresce l'incidenza delle famiglie: il 40,7% viaggia con i propri figli, il 18,5% da solo/a, il 16,8% con il compagno/a, fidanzato/a o marito/moglie ed il 16,7% con gruppi di amici e/o familiari.

Il gruppo di vacanza (persone con le quali si condividono le spese)			
	Italiani	Stranieri	Totale
Da solo/a	7,1	18,5	8,0
Con moglie/ marito, fidanzata/ fidanzato, compagna/ compagno	26,8	16,8	26,0
Con più componenti della famiglia (con bambini)	25,9	40,7	27,1
Con più componenti della famiglia (senza bambini)	6,7	7,4	6,7
Con amici e familiari	13,5	1,9	12,5
Con amici	17,6	14,8	17,4
Con colleghi di lavoro	1,3	0,0	1,2
Con un gruppo organizzato	1,2	0,0	1,1
Totale	100,0	100,0	100,0

I mezzi di trasporto utilizzati per raggiungere le destinazioni turistiche sono in prevalenza:

- l'automobile per gli italiani (86,4%), che nel 78% dei casi è un'auto propria e nel 20,2% è di amici e/o parenti;
- l'aereo per gli stranieri (81,5%), con un prevalenza dei voli *low cost* (56,8%) su quelli di linea (25%).

Più contenuta, infine, la quota di stranieri che arrivano nelle destinazioni molisane in auto (14,9%) o con pullman di linea (14,9%) e quelli che scelgono le "due ruote" (14,8%).

Mezzi di trasporto utilizzati*

	Italiani	Stranieri	Totale
Aereo	0,7	81,5	7,2
Aereo con volo speciale / low cost	50,0	56,8	56,3
Aereo con volo di linea	50,0	25,0	27,2
Aereo con volo charter	0,0	18,1	16,6
Auto	86,4	14,9	80,6
Auto propria / della famiglia	78,0	12,6	77,0
Auto aziendale	1,8	0,0	1,8
Auto a noleggio	0,0	87,4	1,3
Auto amici/ parenti	20,2	0,0	19,9
Treno	3,7	0,0	3,4
Autobus/ Pullman di linea	6,8	14,9	7,4
Moto	3,6	14,8	4,5
Camper	1,2	0,0	1,1
Pullman per tour organizzato	1,7	7,4	2,1

*possibile più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

La permanenza media dei vacanzieri è protratta nel tempo: poco più di 7 notti per gli italiani e quasi 10 notti per gli stranieri. Questi ultimi, infatti, tendono a trattenersi più a lungo rispetto ai turisti italiani:

- il 53,7% degli stranieri fa una vacanza di 7-13 giorni ed il 22,3% si trattiene fino a 14-30 notti;
- mentre gli italiani si dividono più equamente tra i *long break* (7-13 notti 32,4%), le vacanze di 4-6 giorni (29,7%) ed i *weekend* lunghi (25,4%).

Numero notti trascorse

	Italiani	Stranieri	Totale
1 notte	0,3	0,0	0,3
2-3 notti	25,4	7,4	23,9
4-6 notti	29,7	16,6	28,7
7-13 notti	32,4	53,7	34,1
14-30 notti	11,2	22,3	12,1
Più di 30	1,0	0,0	0,9
Totale	100,0	100,0	100,0
<i>Permanenza media totale</i>	7,3	9,8	7,5

I turisti del Molise scelgono raramente l'albergo (meno del 20%), mentre soggiornano spesso nelle residenze di amici e parenti (italiani 25,2%, stranieri 33,3%) e nelle seconde case (italiani 25,6%, stranieri 13%). In alternativa, gli stranieri scelgono i campeggi (14,8%) ed i B&B (11%) e gli italiani pernottano in campeggio (8%) e affittano appartamenti e residence (7,3%).

Tipologia di alloggio utilizzata per la vacanza*

	Italiani	Stranieri	Totale
Totale alberghi	20,2	14,8	19,8
hotel 1 stella	3,2	50,0	6,1
hotel 2 stelle	4,8	0,0	4,5
hotel 3 stelle	62,6	50,0	61,8
hotel 4 stelle	29,3	0,0	27,6
Residenze di amici e parenti	25,2	33,3	25,9
Seconda casa	25,6	13,0	24,6
Appartamento/residence (in affitto)	7,3	1,9	6,9
B&B	6,2	11,1	6,6
Agriturismo	4,0	1,9	3,8
Campeggio	8,1	14,8	8,6
Villaggio turistico	2,0	7,4	2,4

*possibili più risposte, % calcolata sul totale vacanzieri

La vacanza in Molise è una vacanza “attiva”, ma anche culturale e verde: sport, escursioni, spettacoli ed eventi sono le principali attività svolte dai turisti, mentre tra i luoghi visitati spiccano i centri storici, le cattedrali e i castelli per la vacanza culturale, i parchi e le località di interesse naturalistico per quella verde.

Interessante notare come, pur non essendo tra le motivazioni principali di scelta dei turisti, l'arte e le risorse culturali del territorio molisano sono al centro dell'interesse di gran parte della domanda che, arrivata a destinazione, si dedica alla scoperta di luoghi ed eventi della tradizione artistica, culturale e storica dell'area.

In particolare, per quanto concerne le attività svolte nel corso della vacanza:

- gli italiani hanno fatto sport (42%, di cui il 67,2% sci ed il 30,3% passeggiate), assistito a spettacoli musicali (38,6%) e partecipato ad escursioni (29,8%);
- mentre gli stranieri sembrano più interessati agli eventi del territorio ma anche allo sport (46,5% di cui il 91,9% passeggiate ed il 20,3% ciclismo o trekking).

Inoltre, i luoghi ed i monumenti più visitati dai turisti del Molise sono sia quelli del patrimonio storico-culturale che quelli del patrimonio ambientale:

- il 39,9% degli italiani ha visitato uno o più centri storici, il 23,3% cattedrali e “luoghi dello spirito”, mentre il 18,8% ha frequentato i parchi e/o le risorse naturali del territorio;
- l'81,2% degli stranieri ha visitato i centri storici, il 75,7% i castelli ed il 68,3% ha partecipato ad eventi o rievocazioni storiche. Inoltre, il 60,9% dei turisti stranieri ha visitato le risorse culturali-religiose ed il 63% quelle naturalistico-ambientali.

Attività svolte*

	Italiani	Stranieri	Totale
Ho praticato sport	42,0	46,5	42,4
Ha assistito a spettacoli musicali	38,6	81,2	42,1
Escursioni	29,8	35,3	30,3
Partecipazione ad eventi folkloristici	23,9	53,5	26,3
Partecipazione ad eventi enogastronomici	15,5	51,7	18,4
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	11,4	22,1	12,3
Visite di monumenti, musei e/o mostre	8,8	14,8	9,3
Ha fatto shopping	7,6	9,3	7,7
Ha assistito a eventi sportivi	3,9	29,5	6,0
Gite in barca a noleggio	4,7	14,8	5,5
E' andato in centri benessere	2,7	7,4	3,1
Ha degustato prodotti tipici locali	2,2	3,8	2,3
Visite di monumenti, e siti di interesse archeologico	1,5	5,6	1,9
Ha acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	1,4	0,0	1,3
Partecipazione a convegni e/o congressi, fiere o esposizioni	1,3	0,0	1,2
Gite in barca privata	1,0	0,0	0,9
Ha svolto attività agricole	0,1	0,0	0,1

*possibili più risposte; % calcolata sul totale vacanzieri

Attività sportive svolte*

	Italiani	Stranieri	Totale
Sci	67,2	0,0	61,3
Passeggiate	30,3	91,9	35,7
Ciclismo	3,6	20,3	5,1
Trekking	3,3	20,3	4,8
Equitazione	2,7	8,1	3,2
Tennis	0,0	4,1	0,4

*possibili più risposte; % calcolata sul totale vacanzieri che hanno praticato attività sportiva

Luoghi e monumenti visitati e da visitare durante la vacanza*

	Italiani	Stranieri	Totale
Centri storici	39,9	81,2	43,3
Cattedrali e luoghi dello spirito	23,3	60,9	26,3
Parchi e natura	18,8	63,0	22,4
Castelli	12,6	75,7	17,6
Eventi e rievocazioni storiche	3,9	68,3	9,0
Artigianato tipico	8,7	1,9	8,1
Musei e pinacoteche	4,5	7,4	4,8
Siti archeologici	2,0	13,0	2,9
Cantine e strade del vino	2,2	0,0	2,0
Terme	0,7	0,0	0,6
Altro	1,3	0,0	1,2

*possibili più risposte; % calcolata sul totale vacanzieri

2.4 La soddisfazione della vacanza

Il *gap* ridotto tra l'importanza attribuita dai turisti del Molise ai vari elementi di vacanza, indica quanto ciascun fattore sia determinante per la domanda turistica: hanno tutti un valore compreso tra 9,2 e 9,5 (su un *range* compreso tra un minimo di 1 ed un massimo di 10 punti).

Dall'organizzazione del territorio alla sua effettiva fruibilità, dall'offerta dell'industria ricettiva locale a quella culturale e di intrattenimento, dalla cultura dell'accoglienza alla presenza di informazioni turistiche e servizi dedicati al turista, sono tutti fattori che incidono profondamente sulla soddisfazione: i turisti vogliono un "sistema di accoglienza" e non si accontentano di un insieme di elementi separati, di trovare qualche elemento di eccellenza ma a scapito di inefficienze e disorganizzazione.

La fruibilità del territorio nel suo complesso, infatti, è alla base di un sistema ospitale di successo: la presenza di infrastrutture e servizi di trasporto locale, un territorio naturalisticamente incontaminato, una tradizione culturale profonda e radicata nella popolazione locale, sono altrettanto importanti quanto un'efficiente rete di punti di informazione turistica o un sistema di ricettività e ristorazione di qualità.

Il grado di soddisfazione dei vacanzieri italiani e stranieri in merito alle vacanze nel Molise è mediamente pari a 7,3. Gli elementi per i quali i turisti sono particolarmente soddisfatti riguardano sia i beni e servizi dell'offerta ricettiva e di ristorazione, che l'accoglienza della popolazione locale: sono, nell'ordine, la qualità del mangiare e del bere (8,2), la cortesia e ospitalità delle persone incontrate nel corso della vacanza (8,0) e l'accoglienza nelle strutture di alloggio (7,8).

Tuttavia, i turisti sono insoddisfatti in merito alla valorizzazione e organizzazione delle risorse dell'area, elementi per i quali gli italiani si dimostrano più critici degli stranieri. In particolare, i turisti italiani sono insoddisfatti nei confronti dell'organizzazione del territorio (6,5), dei servizi di informazione e accoglienza turistica (6,6), dell'offerta culturale (6,6) e di quella di intrattenimento (6,7).

Giudizio medio sulla vacanza

(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)

	Italiani	Stranieri	Totale
La qualità del mangiare e bere	8,2	8,1	8,2
La cortesia/ospitalità della gente	8,0	8,1	8,0
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	7,8	8,0	7,8
Il costo della ristorazione	7,3	7,5	7,3
La pulizia dell'alloggio	7,3	7,8	7,3
Il costo dell'alloggio	7,0	7,5	7,1
La pulizia del luogo	6,9	7,8	7,0
Il rispetto per l'ambiente/ urbanizzazione/ inquinamento	6,9	7,1	6,9
Il costo dei trasporti locali	6,9	7,5	6,9
Il traffico	6,7	7,5	6,8
L'offerta culturale	6,6	7,4	6,7
L'offerta di intrattenimento	6,7	7,5	6,7
Informazioni turistiche	6,6	7,2	6,6
L'organizzazione del territorio	6,5	7,0	6,5
Offerta turistica nel complesso	7,3	7,2	7,3

Giudizio medio sull'importanza

(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)

	Italiani	Stranieri	Totale
La pulizia del luogo	9,5	9,1	9,5
Il costo della ristorazione	9,5	9,0	9,5
La pulizia dell'alloggio	9,5	9,0	9,5
Il costo dell'alloggio	9,5	9,0	9,5
Il rispetto per l'ambiente/ urbanizzazione/ inquinamento	9,5	9,0	9,4
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	9,4	9,0	9,3
La cortesia/ospitalità della gente	9,4	9,0	9,3
La qualità del mangiare e bere	9,4	8,8	9,3
Il traffico	9,4	8,8	9,3
L'offerta di intrattenimento	9,4	8,8	9,3
L'organizzazione del territorio	9,4	8,7	9,3
Il costo dei trasporti locali	9,3	9,0	9,3
L'offerta culturale	9,3	8,9	9,3
Informazioni turistiche	9,2	9,0	9,2

2.5 La spesa turistica diretta e indiretta

I turisti individuali italiani sostengono una spesa contenuta per il viaggio (circa 30 euro), quale conseguenza dell'impiego abituale dell'automobile per raggiungere le località di villeggiatura (come visto in precedenza, l'86,4% degli italiani arriva in auto). Al contrario, le spese di viaggio degli stranieri sono più elevate (poco più di 200 euro in media a persona, in quanto la gran parte dei turisti internazionali sceglie l'aereo (81,5%) per raggiungere l'Italia e poi altri mezzi per arrivare in Molise.

Per l'alloggio spendono mediamente 48 euro circa al giorno gli italiani e 40 euro al giorno gli stranieri che riescono a contenere la spesa grazie al più frequente ricorso a strutture ricettive extralberghiere economiche (campeggi e B&B). Per quanto concerne la spesa extra viaggio e alloggio, infine, il comportamento degli italiani si differenzia da quello degli stranieri per l'entità della spesa media giornaliera: 26 euro gli italiani, contro i 57 euro degli stranieri.

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	29,31	202,45	42,75
<u>Alloggio (media giornaliera)</u>	<u>47,65</u>	<u>39,85</u>	<u>47,29</u>

Quota di turisti per classe di spesa (escluso viaggio e alloggio)

	Italiani	Stranieri	Totale
da 0 a 30	73,2	46,2	71,0
da 31 a 60	7,7	27,8	9,3
da 61 a 90	15,2	18,5	15,5
da 91 a 120	2,2	1,9	2,1
da 121 a 150	0,7	0,0	0,6
oltre 150	1,2	5,6	1,5
Totale	100,0	100,0	100,0
Spesa media giornaliera (escluso viaggio e alloggio)	25,95	56,67	28,42

Infine, per quanto concerne la composizione del paniere di beni e servizi acquistati nel corso della vacanza, sono numerosi i turisti del Molise che spendono una quota del proprio budget per attività ricreative e/o per acquistare prodotti tipici locali.

In particolare, sebbene le tipologie di beni acquistati da italiani e stranieri sia analoga, questi ultimi spendono di più rispetto ai nostri connazionali in prodotti dell'enogastronomia tipica locale: la spesa media giornaliera dei turisti internazionali è di circa 20 euro contro gli 8,5 euro degli italiani. La spesa media giornaliera per i prodotti artigianali è pari mediamente a 6-7 euro al giorno, sia per gli italiani che per gli stranieri.

Tra i servizi turistici per i quali i vacanzieri spendono di più, spiccano le attività ricreative che, per gli italiani si concretizzano con lo sport e la frequentazione di cinema, discoteche e spiagge, mentre per gli stranieri sono maggiormente legate al divertimento serale e alle visite culturali. Infatti:

- il 33,8% dei turisti italiani frequenta impianti sportivi (piscine, campi da tennis, ecc.), spendendovi in media 18 euro circa al giorno, il 21,6% frequenta cinema e/o discoteche ed il 19,5% stabilimenti balneari (circa 9 euro al giorno);
- il 51,7% degli stranieri frequenta cinema e/o discoteche e spende in media 7,5 euro, mentre il 22,1% partecipa a visite guidate con una spesa media giornaliera di circa 9 euro al giorno.

Spesa media giornaliera a persona (Euro)	Italiani			Stranieri			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa (%)									
Pubblici esercizi									
Ristoranti, pizzerie	20,14	17,46	19,86	74,3	100,0	76,3			
Bar, caffè, pasticcerie	7,54	9,40	7,69	72,9	70,5	72,7			
Agroalimentari									
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	10,20	19,89	10,99	45,8	46,5	45,9			
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	8,57	6,36	8,35	37,3	48,2	38,2			
Abbigliamento									
Acquisti di abbigliamento per la pratica di sport	21,04		21,04	2,4		2,2			
Acquisti di calzature, accessori per la pratica sportiva	19,05		19,05	3,0		2,8			
Acquisti di abbigliamento	20,00	22,08	20,17	11,6	11,1	11,5			
Acquisti di calzature, accessori	12,05		12,05	6,0		5,6			
Attività ricreative									
Stabilimenti balneari (lettini, ombrelloni, sdraio, ecc.)	8,72	5,54	8,52	19,5	14,8	19,1			
Attività sportive (impianti es. piscine, campi tennis, ecc.)	17,90	7,80	17,53	33,8		31,1			
Attività sportive (noleggio attrezzature)	10,06	2,54	9,84	11,1	3,8	10,5			
Attività sportive (lezioni, scuole, guide alpine, altro)	18,71		18,71	4,1		3,7			
Noleggio barche	1,66		1,66	1,0		0,9			
Servizi benessere (sauna, bagno turco, massaggi)	9,13		9,13	2,0		1,9			
Attività culturali (entrata a musei, monumenti e mostre)	3,75		3,75	2,7		2,5			
Attività ricreative (cinema, discoteca)	9,46	7,53	9,12	21,6	51,7	24,0			
Spettacoli teatrali, concerti, eventi folkloristici	4,79	5,93	4,91	10,8	14,8	11,1			
Visite guidate	8,35	8,93	8,64	1,9	22,1	3,5			
Trasporti pubblici									
Trasporti pubblici/taxi	2,28	2,75	2,54	1,0	14,8	2,1			
Parcheggi	3,06		3,06	6,4		5,9			
Tabacchi editoria									
Tabacchi	6,78	13,71	7,14	33,0	20,6	46,9			
Editoria	4,73	6,94	5,13	14,7	37,2	16,5			
Altre industrie manifatturiere									
Igiene personale e salute	8,84	2,83	8,38	15,7	14,9	15,6			
Acquisti di prodotti artigianali tipici	6,69	7,02	6,72	13,9	16,6	14,1			
Souvenir	6,76	2,66	6,17	6,8	13,0	7,3			
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	11,81		11,81	4,1		3,8			
Altro shopping	7,62	12,65	8,21	23,4	35,3	24,4			
Altre spese	13,23	4,17	12,76	3,0	1,9	2,9			

2.6 Una misurazione dell'indotto del turismo

I valori di consumo indicati nel paragrafo precedente permettono di stimare il giro d'affari complessivo del turismo e le sue ricadute sugli altri settori del sistema economico locale. In particolare, una stima dei flussi turistici riconducibili al turismo delle seconde case mostra come quasi la metà delle presenze turistiche del Molise sia composta da vacanzieri che non pernottano nelle strutture ricettive ufficiali della regione.

Infatti, degli oltre 1,4 milioni di presenze turistiche il 47% circa è costituito da presenze in seconde case, pari ad oltre 661 mila presenze contro le circa 742,5 mila delle strutture ricettive ufficiali (alberghiere ed extralberghiere)¹. In particolare, per il mercato domestico le presenze stimate in seconde case sono circa 621,5 mila, mentre le presenze per i turisti stranieri di tale circuito sono oltre 39,5 mila.

Poiché il turismo è un settore trasversale a molteplici comparti produttivi, al fine di individuare il peso delle spese sostenute dai turisti sul sistema economico di un territorio, è necessario allargare l'analisi alle attività che hanno un rapporto di complementarità con il settore turistico, quali il settore agroalimentare, i trasporti locali, le industrie del *made in Italy* o quelle dell'intrattenimento.

Complessivamente i turisti hanno speso oltre 107,4 milioni di euro nell'anno 2007. Di questi, il 55,8% (pari a circa 59,9 milioni di euro) è stato speso per acquistare beni e servizi prodotti in settori che appartengono al *core business* dell'industria dell'ospitalità locale, ovvero la ricettività (28,6%) e la ristorazione (27,1%), mentre il restante 44,2% delle spese turistiche si distribuisce tra le seguenti attività:

- ricreative, culturali e di intrattenimento (16,6%), per un totale di circa 17,9 milioni di euro;
- agroalimentari (10,6%), con una spesa totale di quasi 11,4 milioni di euro;
- abbigliamento e calzature (5,4%) e altre industrie manifatturiere (7,2%), con una spesa rispettivamente pari a circa 5,7 milioni di euro e quasi 7,8 milioni di euro;
- giornali, editoria e guide (4,1%) con una spesa totale di 4,4 milioni di euro;
- trasporti (0,3%) con una spesa di quasi 337 mila euro.

¹ Fonte: Istat anno 2006.

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (Totale) (Valori in migliaia di euro)

	Italiani	Stranieri	Totale
Strutture ricettive	28.994	1.712	30.707
Ristoranti, pizzerie	19.551	1.761	21.313
Bar, caffè, pasticcerie	7.215	658	7.873
Totale Ramo H	55.761	4.132	59.893
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	16.588	1.276	17.864
Agroalimentare	10.177	1.200	11.377
Altre industrie manifatturiere	7.148	615	7.763
Abbigliamento e calzature	5.475	273	5.747
Giornali, guide editoria	3.883	550	4.432
Trasporti	295	42	337
TOTALE	99.326	8.087	107.413

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (Totale) (%)

	italiani	stranieri	Totale
Strutture ricettive	29,2	21,2	28,6
Ristoranti, pizzerie	19,7	21,8	19,8
Bar, caffè, pasticcerie	7,3	8,1	7,3
Totale Ramo H	56,1	51,1	55,8
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	16,7	15,8	16,6
Agroalimentare	10,2	14,8	10,6
Altre industrie manifatturiere	7,2	7,6	7,2
Abbigliamento e calzature	5,5	3,4	5,4
Giornali, guide editoria	3,9	6,8	4,1
Trasporti	0,3	0,5	0,3
TOTALE	100,0	100,0	100,0

2.6.1 L'impatto generato dai turisti che utilizzano la ricettività ufficiale

I turisti che soggiornano nelle strutture ricettive "ufficiali" (53% delle presenze complessive) generano:

- il 68% della spesa totale;
- pari a quasi 73,3 milioni di euro, di questi oltre 68 milioni sono imputabili ai turisti italiani e circa 5 milioni ai flussi stranieri.

Il cosiddetto "ramo H" delle imprese direttamente legate al settore turismo (strutture ricettive e ristorative), copre il 64% delle spese turistiche dei turisti che soggiornano in strutture alberghiere ed extralberghiere, per una spesa pari a quasi 47 milioni euro, di cui circa 44 milioni sostenute da turisti italiani e 3,2 milioni circa dagli stranieri.

Per quanto concerne le spese che ricadono nei comparti indirettamente legati al turismo, sono le attività ricreative, culturali e di intrattenimento a coprire la quota maggiore di "indotto" del turismo "ufficiale" (13,2% pari a oltre 9,6 milioni di euro), seguite dagli acquisti di prodotti agroalimentari (7,2%) e dalle industrie manifatturiere (abbigliamento e calzature 5,3% pari a quasi 3,9 milioni di euro e altre industrie manifatturiere che coprono il 6,1% delle spese, pari a 4,4 milioni di euro).

Fanalino di coda, al pari di quanto osservato in riferimento alla spesa complessiva dei turisti molisani, i prodotti editoriali (3,9%) ed i trasporti (0,4%) che contano rispettivamente circa 2,9 milioni di euro e 268 mila euro di spese.

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turismo ufficiale)

(Valori in migliaia di Euro)

	Italiani	Stranieri	Totale
Strutture ricettive	28.994	1.712	30.707
Ristoranti, pizzerie	10.528	1.166	11.694
Bar, caffè, pasticcerie	4.133	397	4.531
Totale Ramo H	43.655	3.276	46.932
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	9.392	255	9.647
Agroalimentare	4.631	640	5.271
Altre industrie manifatturiere	4.168	266	4.434
Abbigliamento e calzature	3.597	270	3.867
Giornali, guide editoria	2.492	381	2.873
Trasporti	237	31	268
TOTALE	68.173	5.119	73.292

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turismo ufficiale)

%

	Italiani	Stranieri	Totale
Strutture ricettive	42,5	33,5	41,9
Ristoranti, pizzerie	15,4	22,8	16,0
Bar, caffè, pasticcerie	6,1	7,8	6,2
Totale Ramo H	64,0	64,0	64,0
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	13,8	5,0	13,2
Agroalimentare	6,8	12,5	7,2
Altre industrie manifatturiere	6,1	5,2	6,1
Abbigliamento e calzature	5,3	5,3	5,3
Giornali, guide editoria	3,7	7,4	3,9
Trasporti	0,3	0,6	0,4
TOTALE	100,0	100,0	100,0

2.6.2 *L'impatto generato dai turisti che utilizzano le seconde case*

Ai turisti (47% delle presenze totali) che soggiornano in seconde case (case di proprietà o residenze di amici e parenti) è imputabile:

- il 32% delle spese dei turisti che soggiornano nella regione Molise;
- per la quale si stima un indotto complessivo pari ad oltre 34 milioni di euro, di cui più di 31 milioni sostenute dai soli turisti italiani e circa 3 milioni dagli stranieri.

Le spese imputabili alle industrie del cosiddetto Ramo H, che nel caso del turismo delle seconde case è relativo alle sole spese sostenute in ristoranti e pizzerie (28,2%) ed in bar, caffè e pasticcerie (9,8%), coprono complessivamente il 38% delle spese totali del turismo "non ufficiale" (pari a quasi 13 milioni di euro).

Le altre spese al di fuori del ramo H, sono riconducibili ai seguenti comparti produttivi:

- attività ricreative, culturali e di intrattenimento (24%), con una spesa pari a 8,2 milioni di euro di cui quasi 7,2 milioni sostenute dai soli turisti italiani;
- acquisti di prodotti agroalimentari (17,9%), pari a circa 6,1 milioni di euro di cui oltre 5,5 milioni imputabile al turismo domestico;
- industrie manifatturiere (15,3%), ovvero spese in prodotti di abbigliamento e calzature (9,8%) e in prodotti di altre industrie manifatturiere (5,5%), che coprono più di 5,2 milioni di euro di spesa;
- giornali, editoria e guide (4,6%), per un totale di circa 1,5 milioni di euro di spesa;
- trasporti (0,2%), pari a quasi 69 mila euro.

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti seconde case)

Valori in migliaia di euro

	Italiani	Stranieri	Totale
Ristoranti, pizzerie	9.024	595	9.618
Bar, caffè, pasticcerie	3.082	261	3.343
Totale Ramo H	12.105	856	12.961
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	7.196	1.021	8.217
Agroalimentare	5.546	559	6.106
Altre industrie manifatturiere	2.979	349	3.329
Abbigliamento e calzature	1.877	3	1.881
Giornali, guide editoria	1.391	168	1.559
Trasporti	58	11	69
TOTALE	31.153	2.968	34.121

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (turisti seconde case)

%

	Italiani	Stranieri	Totale
Ristoranti, pizzerie	29,0	20,0	28,2
Bar, caffè, pasticcerie	9,9	8,8	9,8
Totale Ramo H	38,9	28,8	38,0
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	23,1	34,4	24,1
Agroalimentare	17,8	18,8	17,9
Altre industrie manifatturiere	9,6	11,8	9,8
Abbigliamento e calzature	6,0	0,1	5,5
Giornali, guide editoria	4,5	5,7	4,6
Trasporti	0,2	0,4	0,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Nota metodologica

L'indagine *field* condotta dall'ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) in collaborazione con OESR (Osservatorio Economico Statistico Regionale) si è rivolta a 500 turisti, presenti nella regione Molise, suddivisi tra italiani e stranieri tramite la somministrazione diretta di un questionario.

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 oltre 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).

La rilevazione è avvenuta presso i punti di maggiore interesse turistico delle singole località. La rilevazione è avvenuta in due diversi periodi: tra luglio e agosto dell'anno 2007 e tra marzo e aprile del 2008, coerentemente con la stagionalità dei prodotti.

