



UNIONCAMERE



ISNART



# 1° Rapporto Isnart-Legambiente

## CICLOTURISMO E CICLOTURISTI IN ITALIA

*BikeSummit 2019*

Roma 26 marzo 2019



UNIONCAMERE



ISNART



LEGAMBIENTE

## *Indice della presentazione*

- tendenze recenti nel mondo delle due ruote
- turisti **IN** bicicletta, turisti **CON** bicicletta: come li abbiamo identificati?
- il cicloturista: un primo identikit
- cicloturisti in movimento: evoluzione recente, flussi, impatto economico



UNIONCAMERE



ISNART



## Tendenze recenti nel mondo delle due ruote

**Nel Mondo** Forte espansione della domanda di vacanze attive .... volume d'affari turismo sportivo: 800 miliardi di dollari (10% della spesa turistica globale (Eurosport))

**E il cicloturismo?** ..... quasi la metà delle entrate delle agenzie che si occupano di turismo d'avventura deriva dalle vendite di viaggi in bicicletta o dai relativi servizi di viaggio (*Adventure Tourism Trade Association*)

**In Europa** volume d'affari del cicloturismo circa 44 miliardi di euro, oltre 2 milioni di viaggi, 20 milioni di pernottamenti. Germania, Francia, Austria, Danimarca, i paesi con maggiore diffusione.

**In Italia** Non vi sono ancora stime accurate riferite al cicloturismo. Il numero di praticanti il ciclismo è sensibilmente aumentato nello scorso decennio, in particolare tra le classi di età più anziane: oggi 12 sportivi su 100 dichiarano di praticare il ciclismo, inteso come attività sportiva non agonistica, pari a circa 2,4 milioni di persone.



UNIONCAMERE



ISNART



LEGAMBIENTE

I protagonisti dell'indagine:

***turisti sportivi:*** prediligono una modalità di vacanza attiva (“Posto ideale per praticare un particolare sport” è la principale motivazione della scelta della destinazione);

***turisti CON bicicletta:*** turisti per i quali l'escursione in bicicletta è una parte della vacanza ma non è la principale componente (durante il soggiorno hanno “praticato mountain bike, ciclismo”);

***turisti IN bicicletta:*** turisti per i quali la principale motivazione della vacanza è il viaggio in bicicletta, utilizzata quale mezzo di trasporto e di conoscenza dei territori attraversati (“Praticare mountain bike, ciclismo” è la principale motivazione della scelta della destinazione)



UNIONCAMERE



ISNART



## L'idealtipo del *cicloturista*

- Il cicloturista “IN bicicletta” mostra caratteristiche relativamente più spiccate rispetto alle altre componenti
- La presenza maschile è generalmente più ampia ma il **divario di genere tende ad assottigliarsi sensibilmente tra i cicloturisti “puri”**
- La classe demografica più rappresentata è 21-40 anni; tra i cicloturisti **l'età media è più avanzata** per la significativa presenza di ultra sessantenni (19% del totale, 13% nelle altre tipologie).
- I *cicloturisti* presentano un **grado di istruzione formalizzata leggermente inferiore** a quello degli altri target mentre **simile è la quota di laureati** (intorno al 27%).



UNIONCAMERE

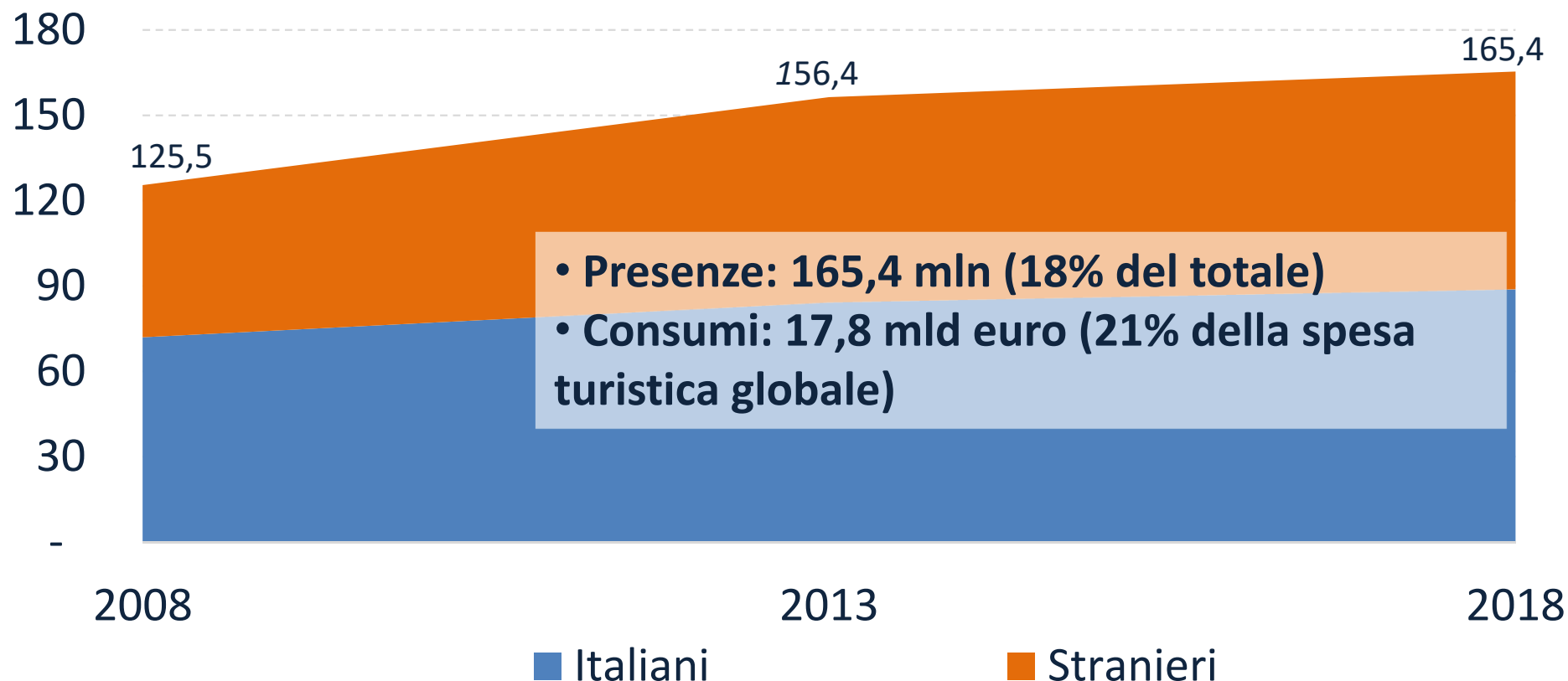


ISNART



LEGAMBIENTE

## Presenze connesse al turismo attivo in Italia (valori in milioni)



Il turismo attivo in Italia è un fenomeno crescente: in dieci anni dal 15% al 18% del movimento turistico globale.



## Presenze in Italia per tipologia di turista 2018

	Presenze (valori assoluti in milioni)	Peso % su totale presenze
CICLOTURISTI	77,6	8,4
di cui		
<i>Cicloturisti</i>	21,9	2,4
<i>Turisti ciclisti</i>	55,7	6,1

Nel 2018 si stimano **77,6 milioni di presenze di cicloturisti (circa 6 mln di arrivi)**, pari all'8,4% dell'intero movimento turistico in Italia.

**I turisti IN bicicletta** sono stimati in circa **1,9 milioni** e generano quasi **22 milioni di presenze**.



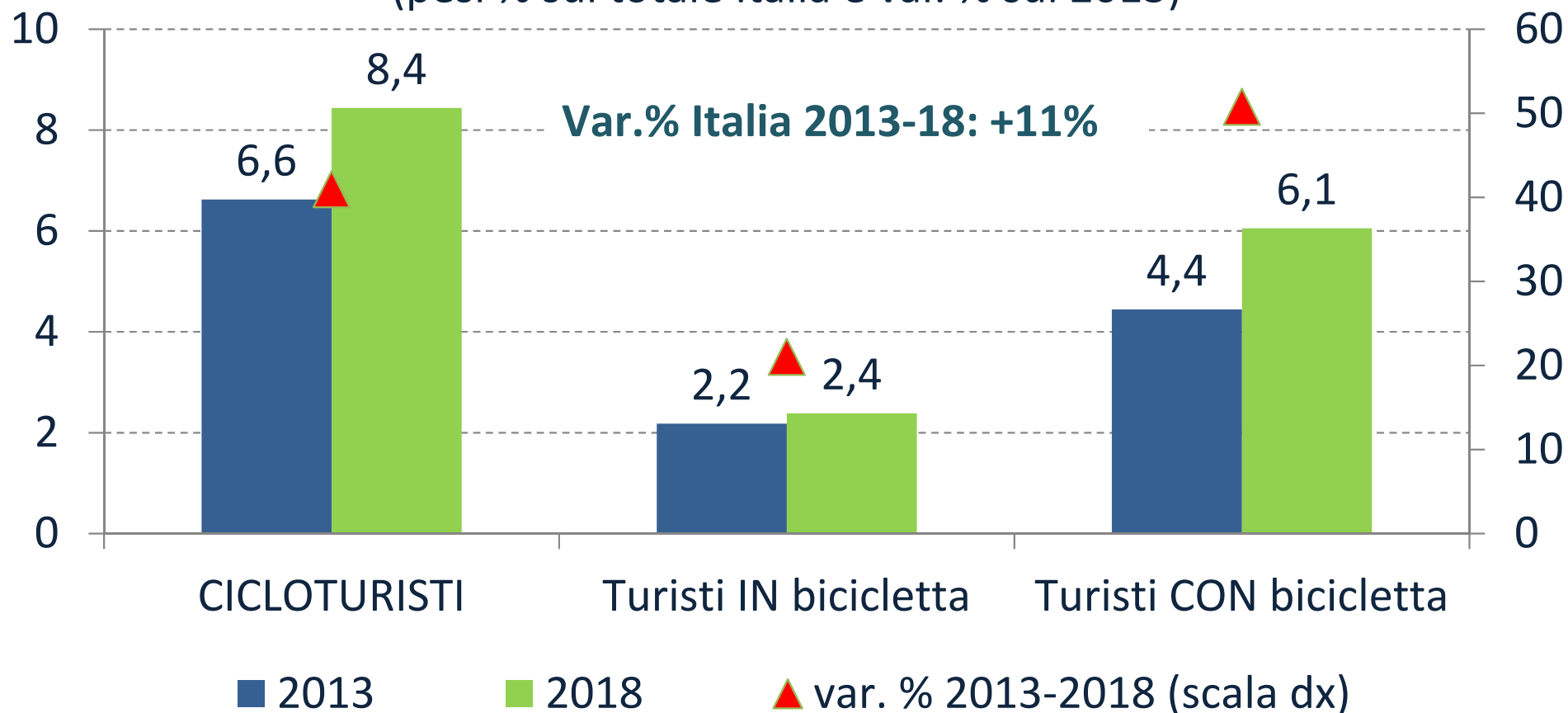
UNIONCAMERE



ISNART



### Presenze per tipologia turistica (pesi % sul totale Italia e var. % sul 2013)



Rispetto al 2013 le presenze *cicloturistiche* sono cresciute del +41%, quasi quattro volte in più rispetto alla media nazionale, soprattutto grazie alla notevole espansione dei *turisti CON bicicletta* (+50,8%; triangolino in alto a destra).



## Consumi turistici in Italia per tipologia di turista 2018

	Consumi (miliardi €)	peso % sul totale consumi turistici
<b>CICLOTURISTI</b>	<b>7,7</b>	<b>9,1</b>
di cui		
<i>Cicloturisti</i>	<b>2,1</b>	2,5
<i>Turisti ciclisti</i>	5,6	6,6

L'impatto economico del cicloturismo è rilevante, circa 7,7 mld di euro nel 2018 pari al 9,1% dell'intera spesa turistica (43% della spesa legata alla vacanza attiva).

La quota di spesa sostenuta dai **turisti IN bicicletta** è stimata in poco più di 2 mld di euro (2,5% del totale)



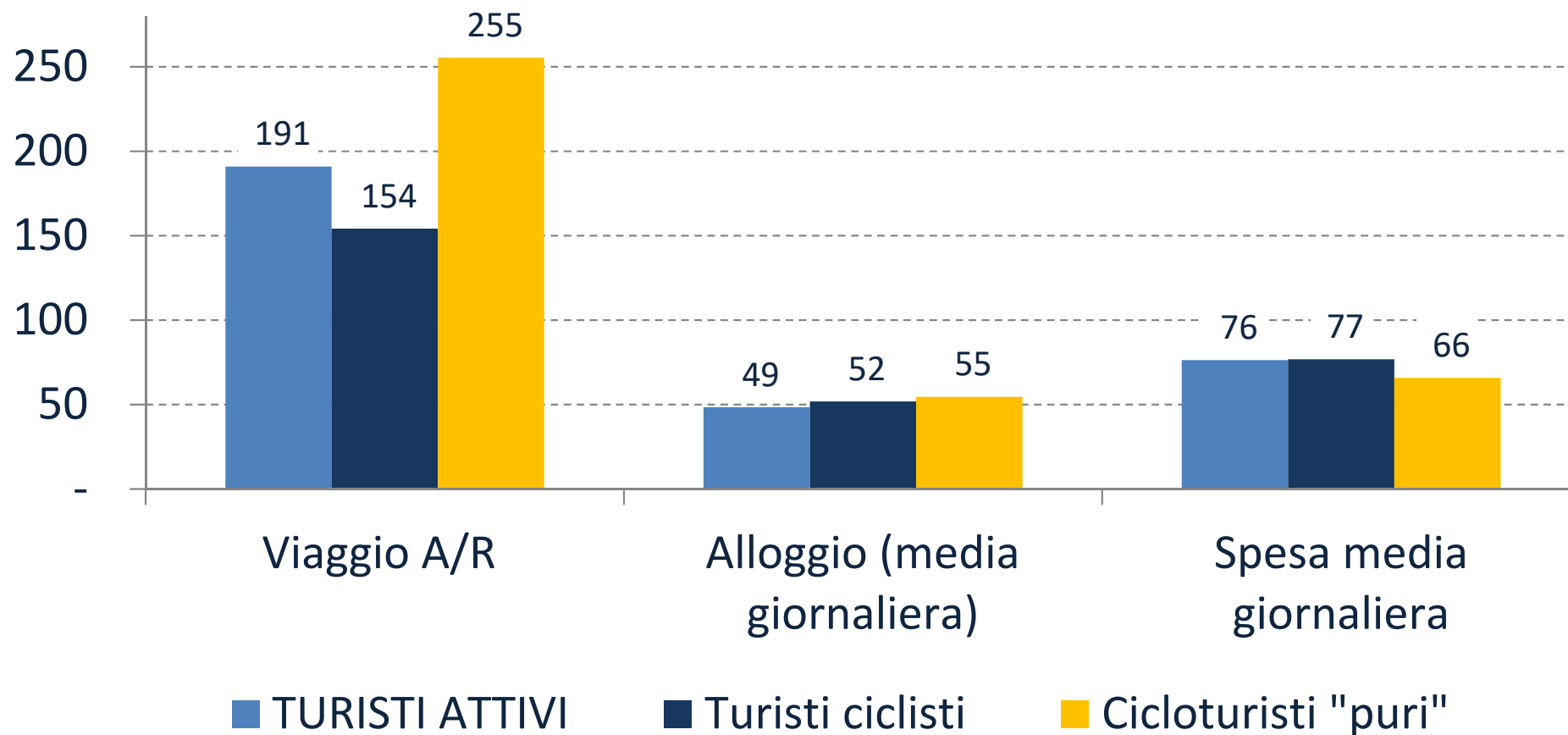
UNIONCAMERE



ISNART



## Spesa media pro capite 2018 (euro)



La **struttura della spesa è piuttosto differenziata**: il turista IN bicicletta affronta, in media, costi più elevati per il viaggio ma spende relativamente meno giornalmente.



UNIONCAMERE



ISNART



LEGAMBIENTE

## Principali mercati esteri di provenienza

<i>Turisti IN bicicletta</i>	<i>Turisti CON bicicletta</i>	<b>TURISTI ATTIVI</b>
Germania	Germania	Germania
Stati Uniti	Francia	Francia
Francia	Stati Uniti	Stati Uniti
Regno Unito	Regno Unito	Regno Unito
Austria	Spagna	Paesi Bassi/Olanda

La Germania (32% delle presenze straniere) è il principale mercato estero di origine di turisti IN bicicletta, seguita da Stati Uniti (15%) e Francia (12%).



UNIONCAMERE



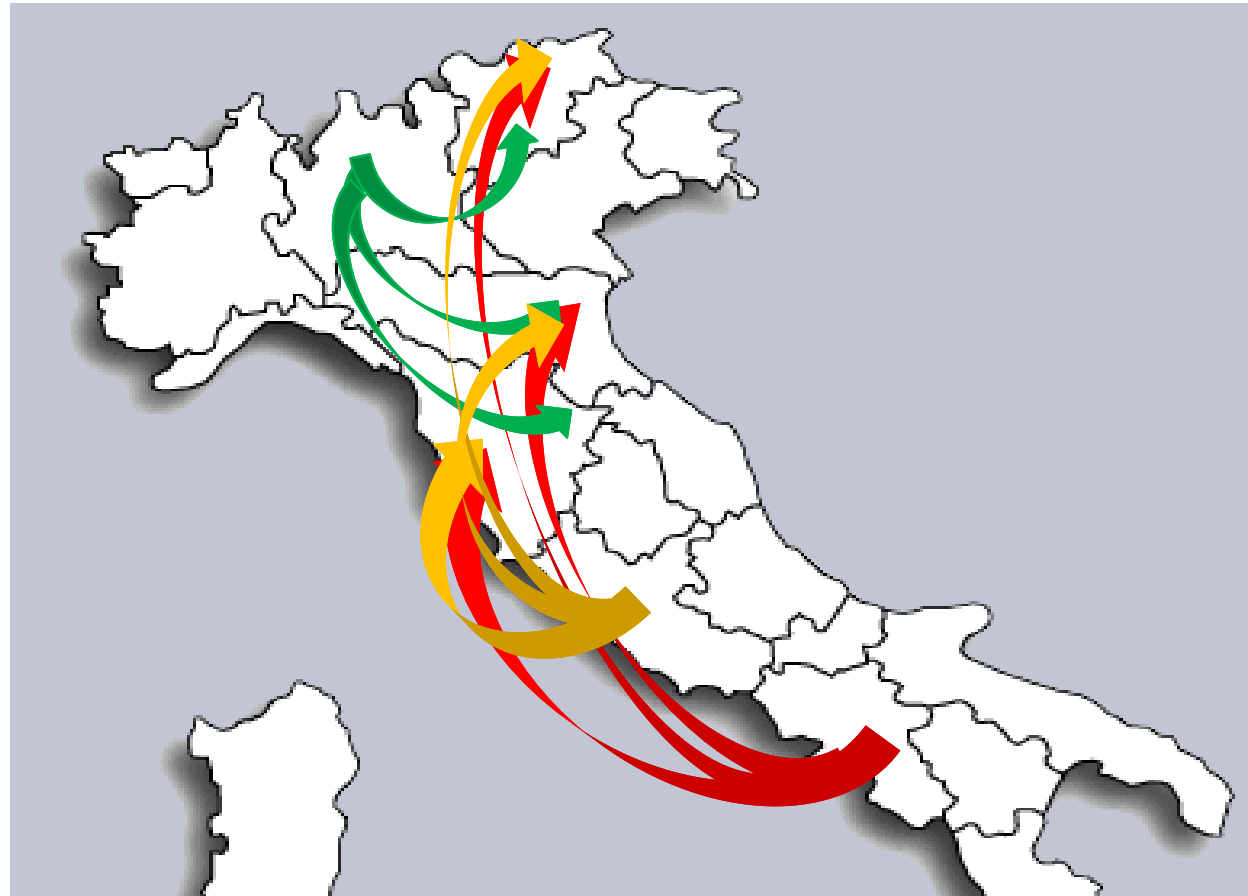
ISNART

legamb**ici**



LEGAMBIENTE

## Gli spostamenti dei turisti IN bicicletta italiani



Quasi un quinto dei cicloturisti proviene dalla Campania (poi Lombardia e Lazio). **Oltre al movimento Nord-Nord, si prefigura un altrettanto significativo flusso Sud-Nord.** Le principali destinazioni di soggiorno dei turisti IN bicicletta sono Toscana, Emilia Romagna e Trentino.



UNIONCAMERE



ISNART



LEGAMBIENTE

## come vengono influenzati nella scelta delle destinazione

### CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUENZANO LA SCELTA DEL SOGGIORNO 2018 (%)

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

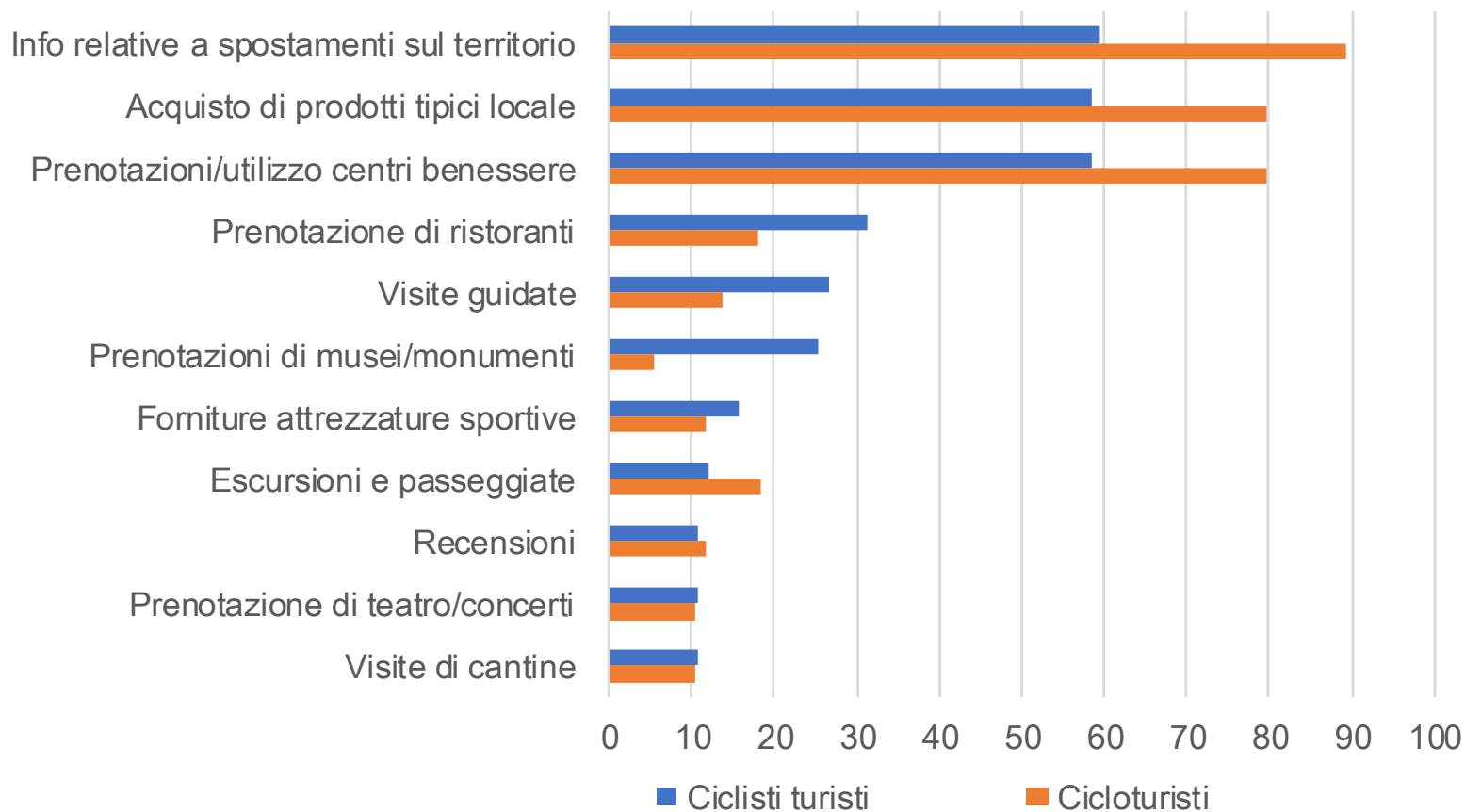
	Turisti attivi	Ciclisti turisti	Cicloturisti
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	55,4	62,7	58,8
Internet	37,4	31,3	34,6
<i>Informazioni su Internet</i>	<i>38,0</i>	<i>54,9</i>	<i>45,1</i>
<i>Social Network</i>	<i>54,7</i>	<i>25,3</i>	<i>42,4</i>
<i>Offerte su Internet</i>	<i>19,7</i>	<i>27,7</i>	<i>23,0</i>
C'ero già stato/esperienza personale	36,1	22,7	29,9
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	5,1	7,3	6,1
Consiglio dell'agenzia di viaggi	3,5	4,9	4,1
Guide turistiche	2,9	3,0	2,9
Non ho scelto io/hanno deciso altri	2,9	1,9	2,4
Pubblicità	2,0	2,7	2,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

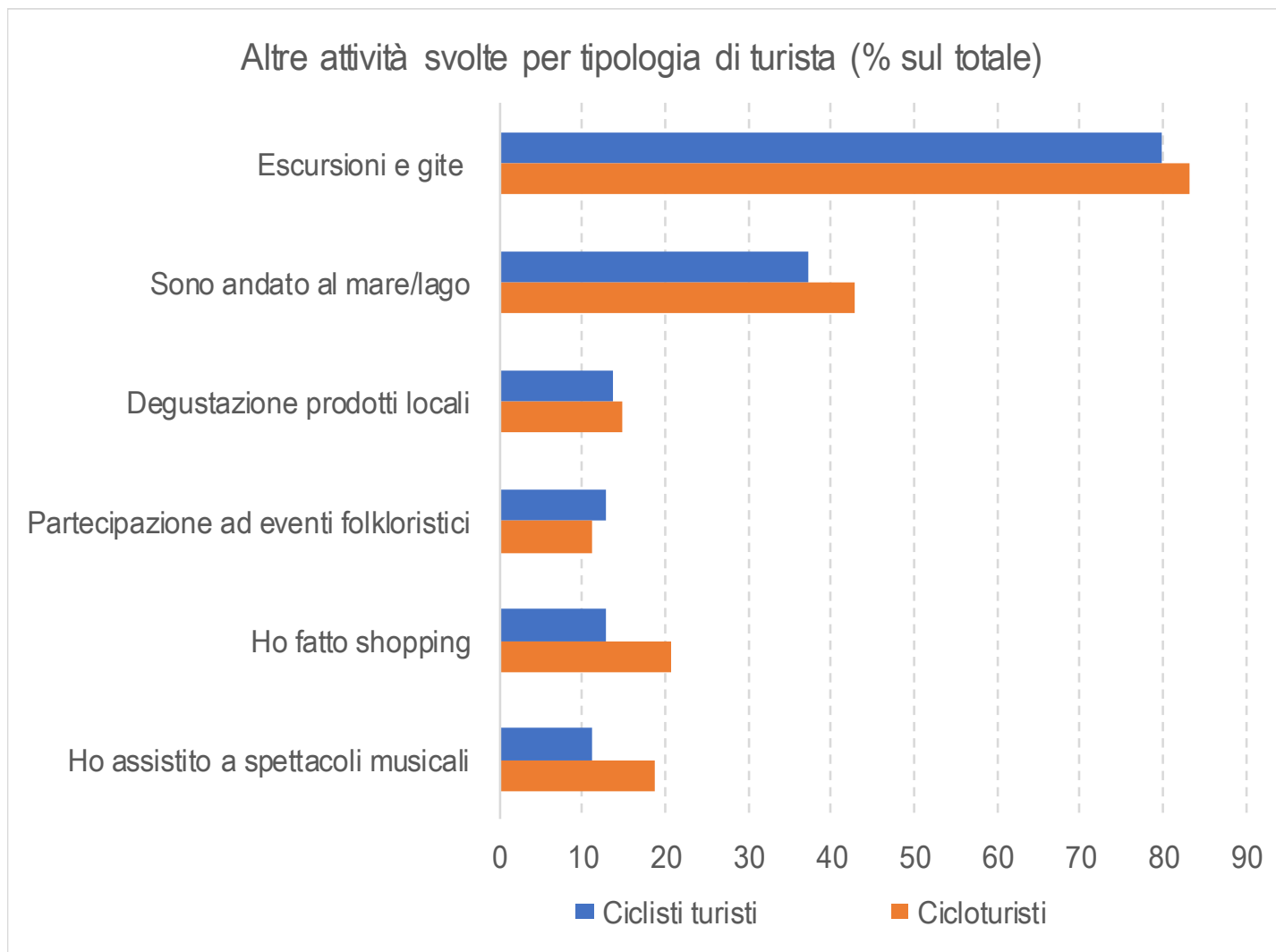


## Quali informazioni cercano durante la vacanza

Informazioni/servizi cercati durante il soggiorno mediante applicazioni mobile 2018 (possibili più risposte; % sul totale turisti che hanno cercato informazioni durante il soggiorno)



# Cosa fanno





UNIONCAMERE



ISNART



legambici



LEGAMBIENTE

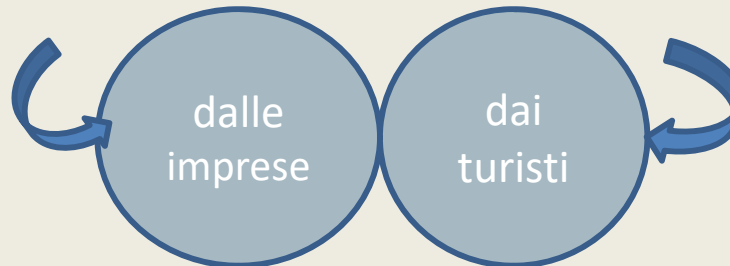
## Osservare significa rispondere alle domande fondamentali

Quale valore produce il cicloturismo?

Quali sono le risorse e le infrastrutture sul territorio spendibili

Quale impatto sulle filiere del territorio?

Come vengono percepite



Come è possibile incrementarlo?

Hanno la forza di attrarre i turisti

La strategia intrapresa è corretta?

Qual è il grado di organizzazione dell'offerta e i canali di vendita

I risultati economici del turismo