



Unioncamere
Unione Italiana
delle Camere di Commercio
Industria Artigianato
e Agricoltura

OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

LE VACANZE ITALIANE NEL 2004 E LE PREVISIONI PER L'INVERNO 2005

2° Report - Indagine sui comportamenti turistici degli italiani

gennaio 2005

a cura di



SOMMARIO

Premessa.....	3
1. Gli italiani in vacanza	4
2. La vacanza principale: modalità e destinazioni	10
3. Le tipologie dei prodotti turistici nel 2004.....	20
4. I comportamenti della vacanza	25
5. Le motivazioni della vacanza e i canali di influenza	28
6. La spesa per la vacanza.....	30
7. Le previsioni per l'inverno 2005.....	34
8. Conclusioni	38
9. Nota Metodologica.....	39

Premessa

L'Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano presenta da anni indagini sul mercato nazionale delle vacanze, sia in veste consuntiva che previsionale. La possibilità di fornire regolarmente agli operatori del turismo il quadro congiunturale del settore e le tendenze in atto rende l'Osservatorio un concreto strumento di valutazione delle iniziative intraprese e permette una più corretta pianificazione delle azioni nell'immediato futuro.

Con lo scopo di rendere sempre più continuativa e utile l'attività dell'Osservatorio, si indagano tutte le componenti che spiegano l'andamento del settore, analizzando cioè le dinamiche e le modalità dell'offerta nazionale, della domanda italiana e straniera, e della capacità e spesa economica sui territori, attraverso il proseguimento di monitoraggi puntuali e ripetuti che mettono in luce gli andamenti e le tendenze del settore.

E' il terzo anno che l'Osservatorio Nazionale prosegue le sue analisi in modo ripetitivo e standardizzato. Tale approccio permette il confronto con le dinamiche degli anni passati e in modo particolare un approfondimento sostanziale in questi anni di congiuntura incerta e con andamenti poco prevedibili e in mutamento costante.

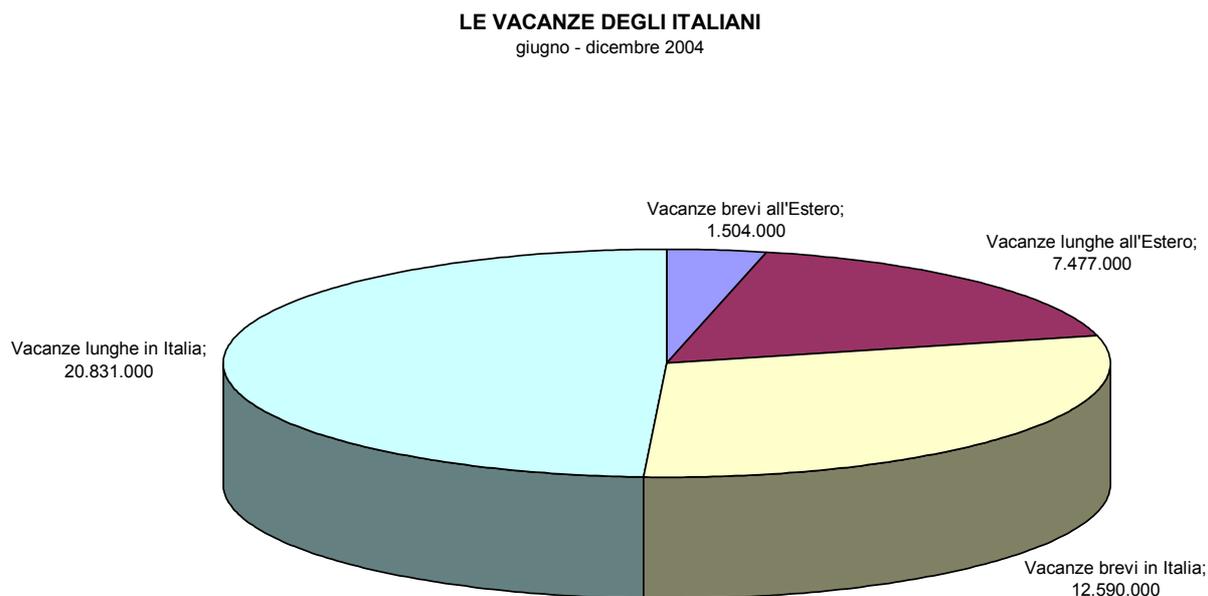
Questo rapporto, che costituisce il secondo Report del 2004, propone il consuntivo di fine anno ed i risultati sull'estate/autunno.

1. Gli italiani in vacanza

Negli ultimi sette mesi del 2004, da giugno a dicembre, sono stati 29,2 milioni gli italiani che hanno effettuato almeno un periodo di vacanza (pari al 59,1% della popolazione italiana).

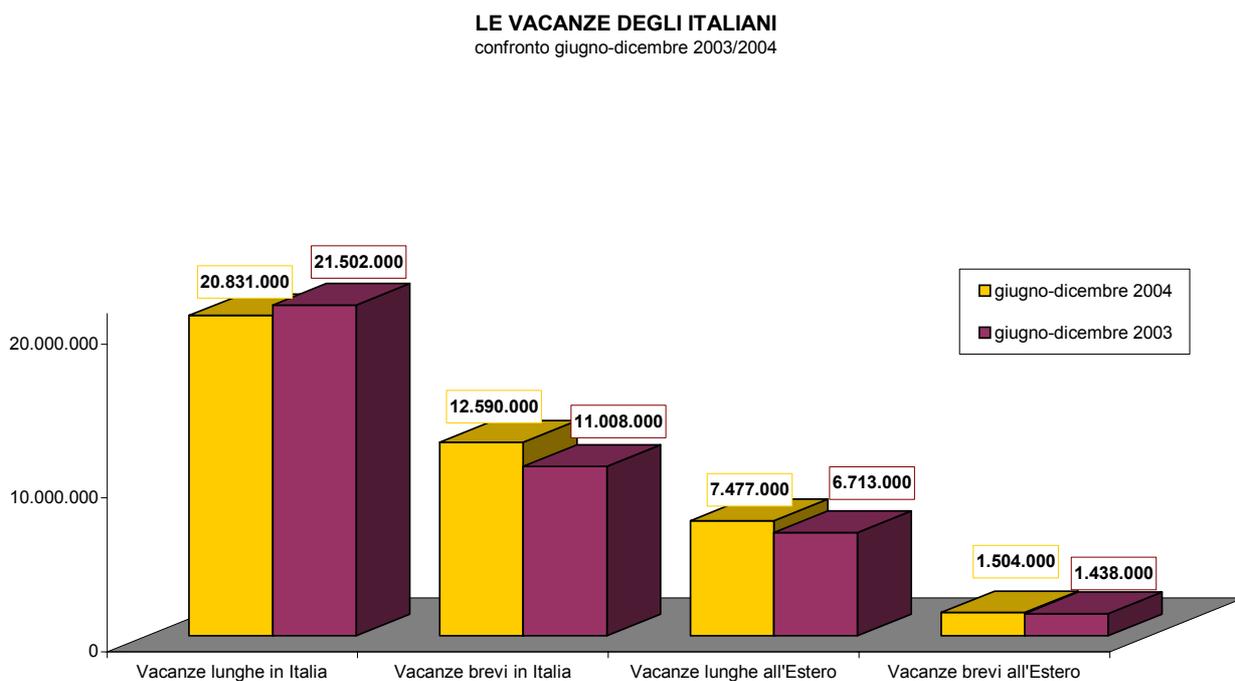
Rispetto allo stesso periodo del 2003, quindi, si registra una lievissima flessione (-0,8%) nel numero dei vacanzieri.

Nello stesso confronto, però, appare evidente l'aumento del numero delle vacanze che, passando da 40,7 milioni del giugno-dicembre 2003 a 42,4 milioni del 2004, cresce del +4,3%.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Gli incrementi maggiori si rilevano nel numero di brevi soggiorni in Italia (+14,4%) e di soggiorni lunghi all'estero (+11,4%). Risultano penalizzate, invece, le vacanze lunghe trascorse nelle nostre mete italiane in calo del -3,1%.



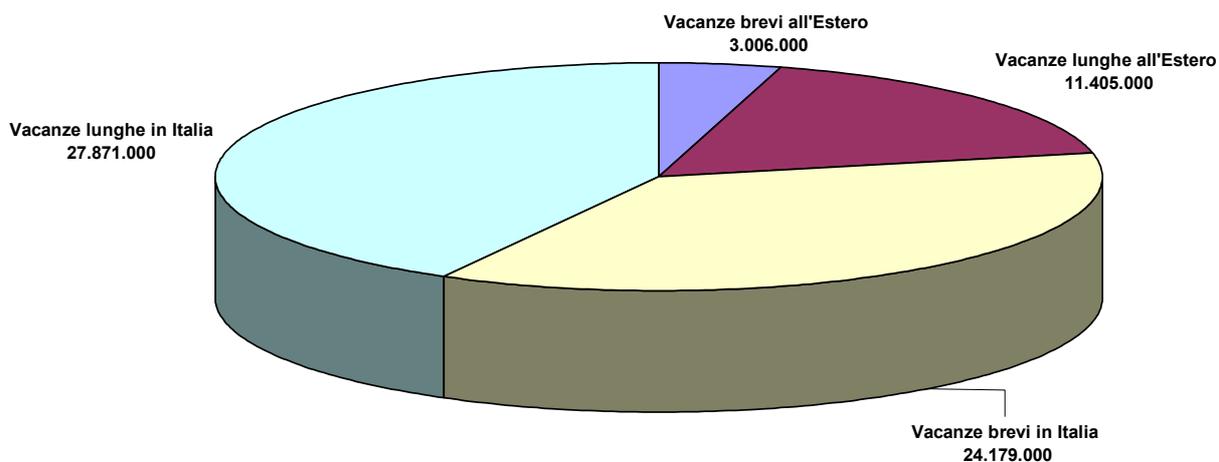
	VAR. % GIU-DIC 2004 /GIU-DIC 2003
Vacanze lunghe in Italia	-3,1
Vacanze brevi in Italia	+14,4
Vacanze lunghe all'Estero	+11,4
Vacanze brevi all'Estero	+4,6
TOTALE VACANZE	+4,3

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Nel complesso del 2004 il numero delle vacanze è stato di 66,5 milioni di atti contro i 62,8 milioni del 2003, con un incremento pari al +5,8%.

Anche considerando l'insieme delle vacanze degli italiani trascorse nel 2004, solo le vacanze lunghe in destinazioni nostrane mostrano lievi segnali di calo, pari al -1,3%.

LE VACANZE DEGLI ITALIANI NEL 2004
gennaio - dicembre 2004



TOTALE VACANZE 2004: 66.461.000

	gennaio-maggio 2004	giugno-dicembre 2004	Totale atti di vacanza 2004
Vacanze brevi all'Estero	1.502.000	1.504.000	3.006.000
Vacanze lunghe all'Estero	3.928.000	7.477.000	11.405.000
Vacanze brevi in Italia	11.589.000	12.590.000	24.179.000
Vacanze lunghe in Italia	7.040.000	20.831.000	27.871.000
TOTALE VACANZE	24.059.000	42.402.000	66.461.000

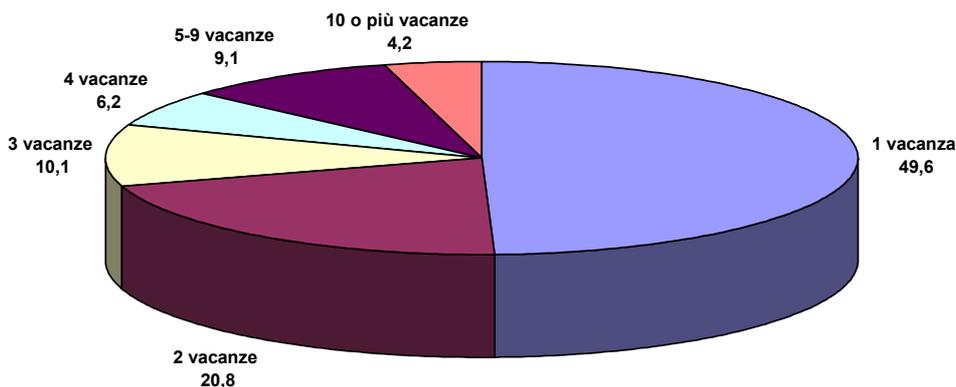
	VAR. % 2004 / 2003
Vacanze lunghe in Italia	-1,3
Vacanze brevi in Italia	+10,2
Vacanze lunghe all'Estero	+13,5
Vacanze brevi all'Estero	+15,3
TOTALE VACANZE	+5,8

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Diminuisce la quota di vacanzieri che, in questi ultimi sette mesi del 2004, ha effettuato un solo atto di vacanza (dal 54% del 2003 al 49,6%) mentre aumentano del +27,8% i pluri-vacanzieri con 5 o più atti di vacanza (passando da 3 a 3,9 milioni di italiani).

I PERIODI DI VACANZA IN ITALIA E ALL'ESTERO

giugno-dicembre 2004
(% sul totale dei periodi di vacanza)

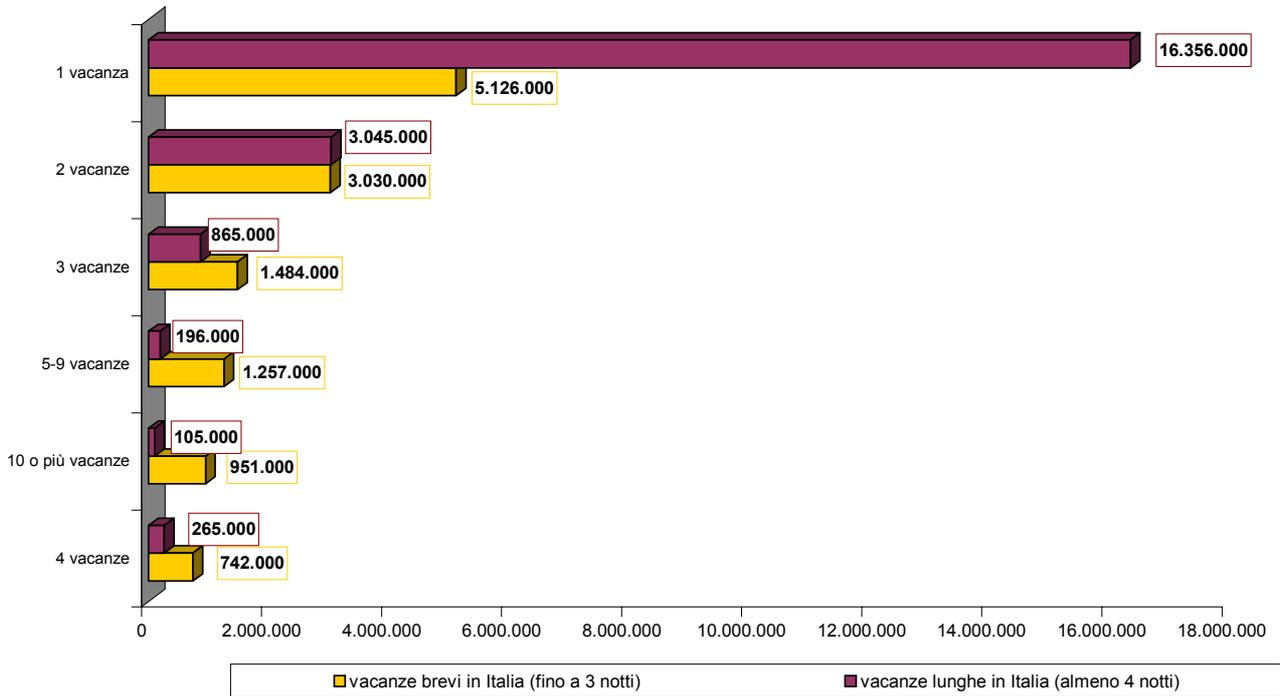


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

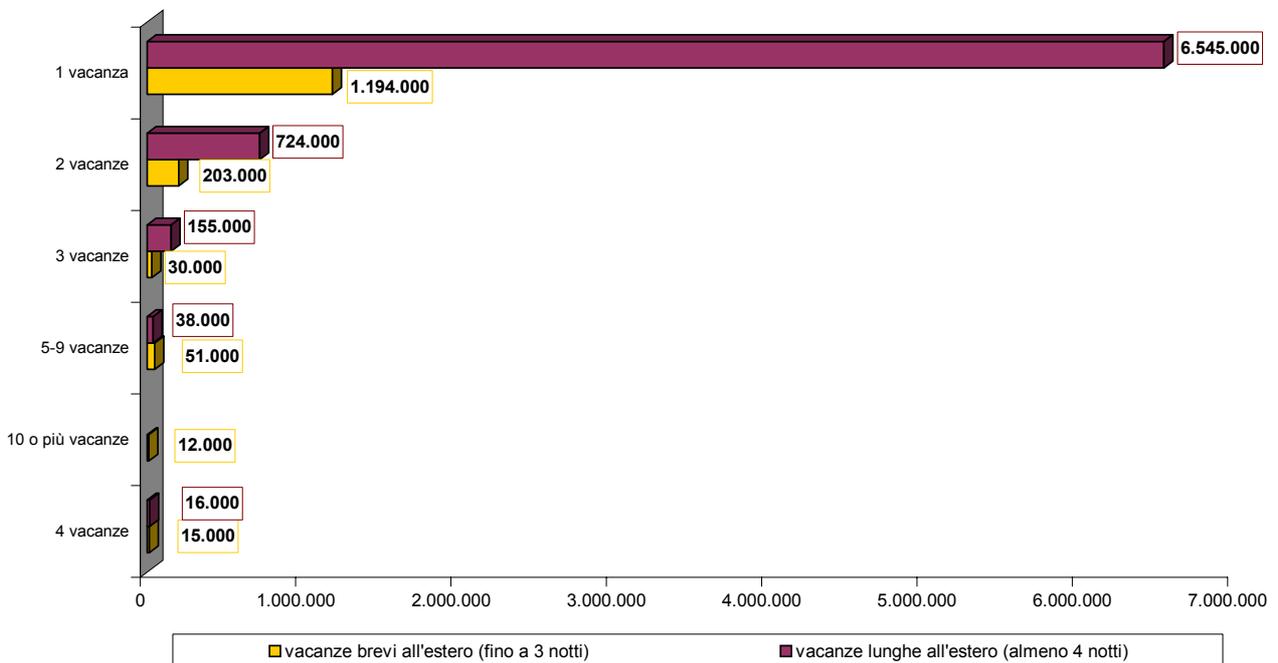
Per le vacanze trascorse in Italia, si è trattato di vacanze lunghe per coloro che hanno effettuato 1 o 2 atti di vacanza mentre prevalgono i soggiorni brevi (fino a 3 notti) quando si tratta di pluri-vacanzieri da 3 vacanze in poi.

All'estero, invece, si tratta di lunghi soggiorni per i vacanzieri che effettuano fino a 4 atti di vacanza, e di vacanze brevi per coloro che hanno svolto tra le 5 e le 9 vacanze.

I PERIODI DI VACANZA IN ITALIA
giugno-dicembre 2004



I PERIODI DI VACANZA ALL'ESTERO
giugno-dicembre 2004



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Gli italiani hanno effettuato da giugno a dicembre 2004 in media 2,8 vacanze per individuo contro le 2,4 dello stesso periodo del 2003.

N. MEDIO DI PERIODI DI VACANZA EFFETTUATA
PER INDIVIDUO

	gennaio-maggio 2004	giugno-dicembre 2004	giugno-dicembre 2003
Vacanze brevi all'Estero	1,3	1,4	1,7
Vacanze lunghe all'Estero	1,4	1,2	1,2
Vacanze brevi in Italia	2,9	3,3	3,1
Vacanze lunghe in Italia	1,7	1,4	1,3

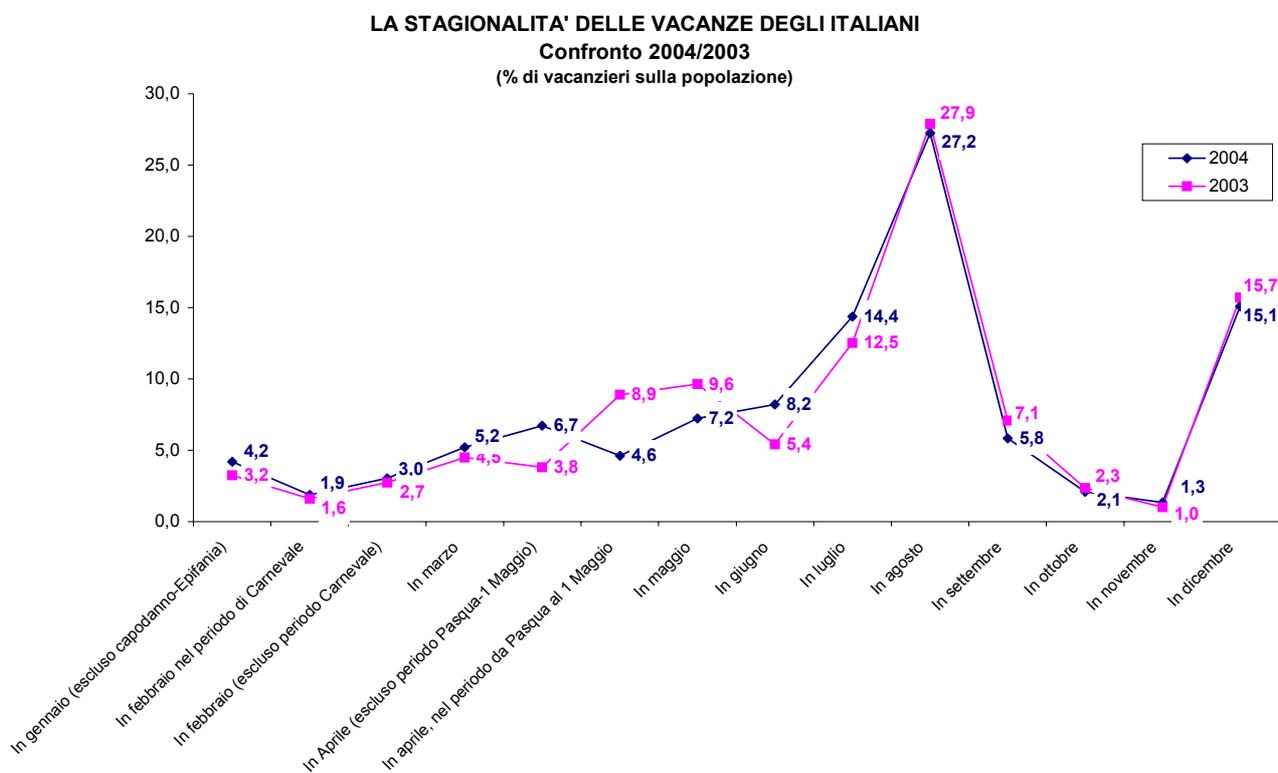
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

2. La vacanza principale: modalità e destinazioni

La stagionalità delle vacanze del 2004 ricalca quella del trascorso 2003, con quote più elevate di vacanzieri sulla popolazione soprattutto nei primi mesi dell'anno.

Fanno eccezione, infatti,

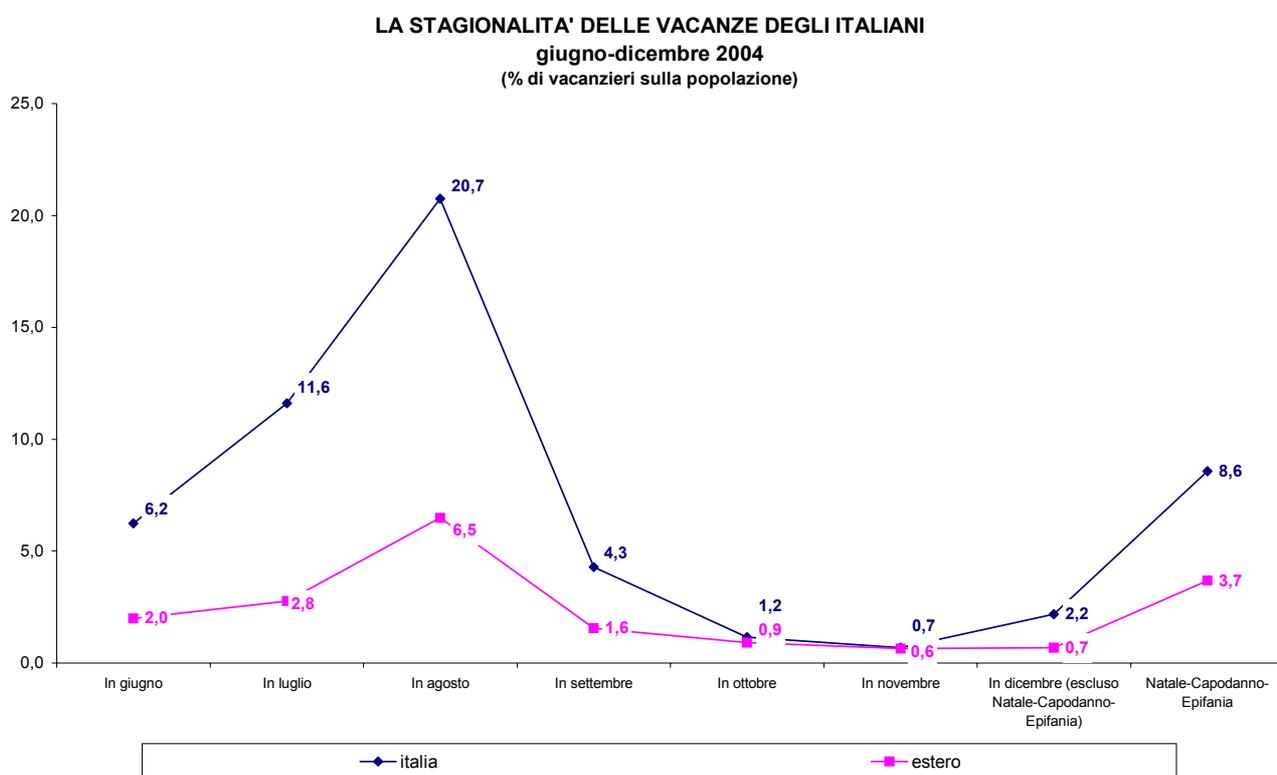
- il periodo di Pasqua ed il mese di maggio che nel 2003, grazie alla possibilità di ferie allungate da un calendario ricco di “ponti”, avevano spinto gli italiani in vacanza;
- i mesi da agosto ad ottobre che seppur con flessioni minime risultano inferiori al 2003;
- il mese di dicembre anch'esso in leggerissima flessione.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Dal mese di giugno a quello di agosto i vacanzieri italiani si sono concentrati nelle destinazioni della bella Italia, con uno scarto notevole rispetto alla quota dei vacanzieri per l'estero. Lo stesso vale per le vacanze di Natale, mentre da settembre a dicembre non si rilevano scarti consistenti tra la quota di vacanzieri in Italia e quella per l'estero.

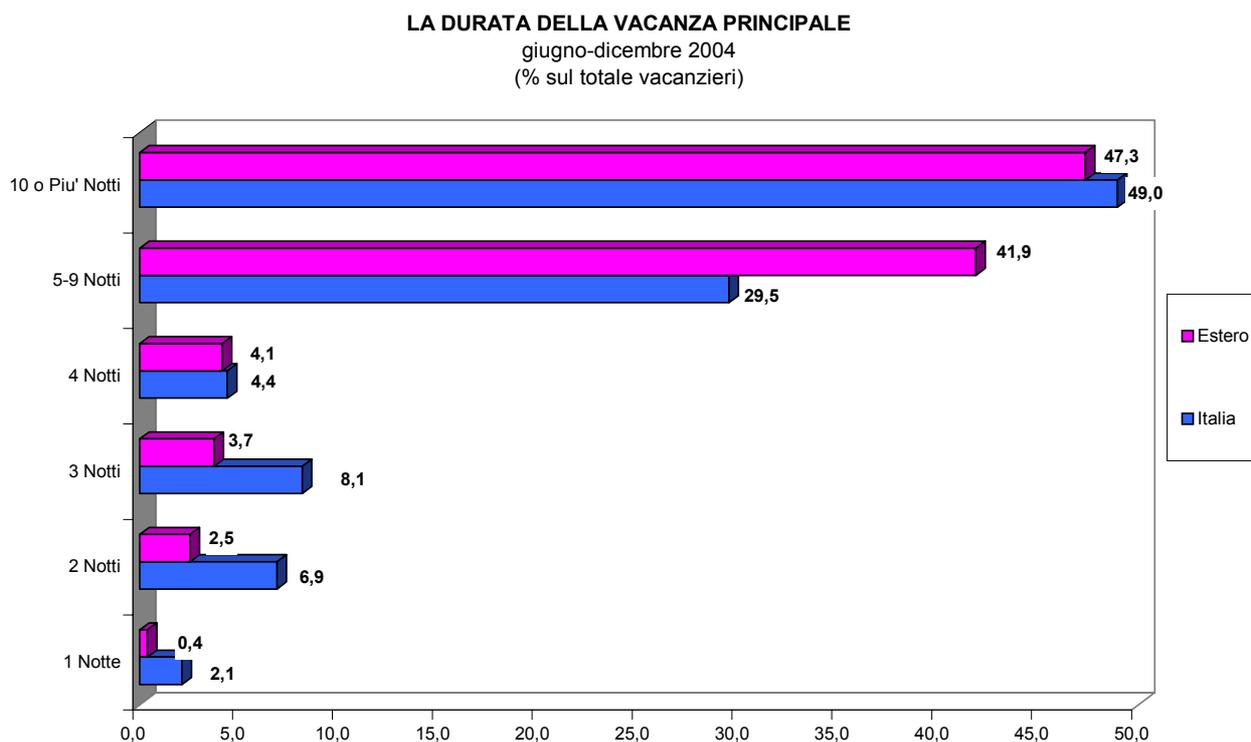
E' ancora il mese di agosto quello in cui si concentrano le vacanze degli italiani: il 20,7% della popolazione si è recato in mete italiane, il 6,5% all'estero.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

La vacanza principale degli italiani è durata in media 13 notti, più nello specifico 13,5 notti in Italia e 11,8 all'estero.

Non a caso le vacanze con durata di 10 o più notti sono state effettuate dal 49% dei vacanzieri che sono stati in Italia e dal 47,3% di quelli all'estero.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

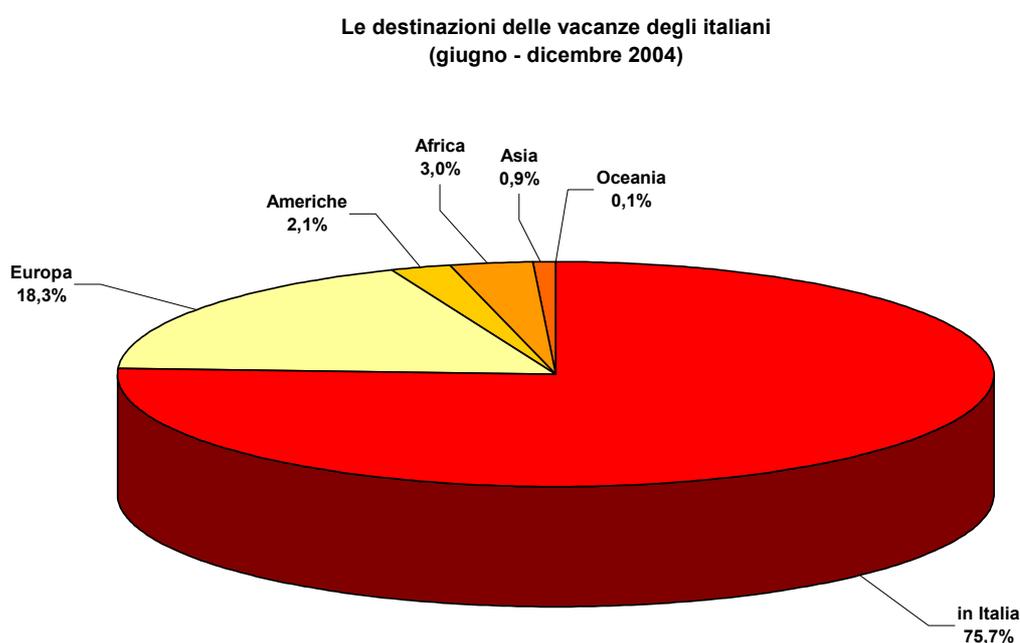
Tutto il 2004 si caratterizza per quote di vacanze in destinazioni estere crescenti rispetto al 2003. La competitività delle destinazioni internazionali, unita al fascino dell'esotico, sembra dunque quest'anno vincere sulle nostre mete di vacanza confermando il mercato italiano come consapevole e sempre più esigente.

	VACANZIERI 2004		VACANZIERI 2003	
	Gennaio-Maggio	Giugno-Dicembre	Gennaio-Maggio	Giugno-Dicembre
Totale vacanzieri	18.095.000	29.268.000	17.046.000	29.496.000
Italia (%)	74,7	75,7	77,0	78,2
Estero (%)	25,3	24,3	23,0	21,8

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Vacanze all'estero, dunque, ma senza spingersi troppo lontano, in sicurezza: cresce infatti la quota delle destinazioni europee nelle mete degli italiani passando dal 16,8% dello stesso periodo del 2003 al 18,3% nel 2004.

Nei viaggi long haul le destinazioni americane risalgono nei desideri degli italiani, passando a una quota del 2,1% (1,7% nel 2003), così come quelle asiatiche che da una quota dello 0,4% salgono allo 0,9%.



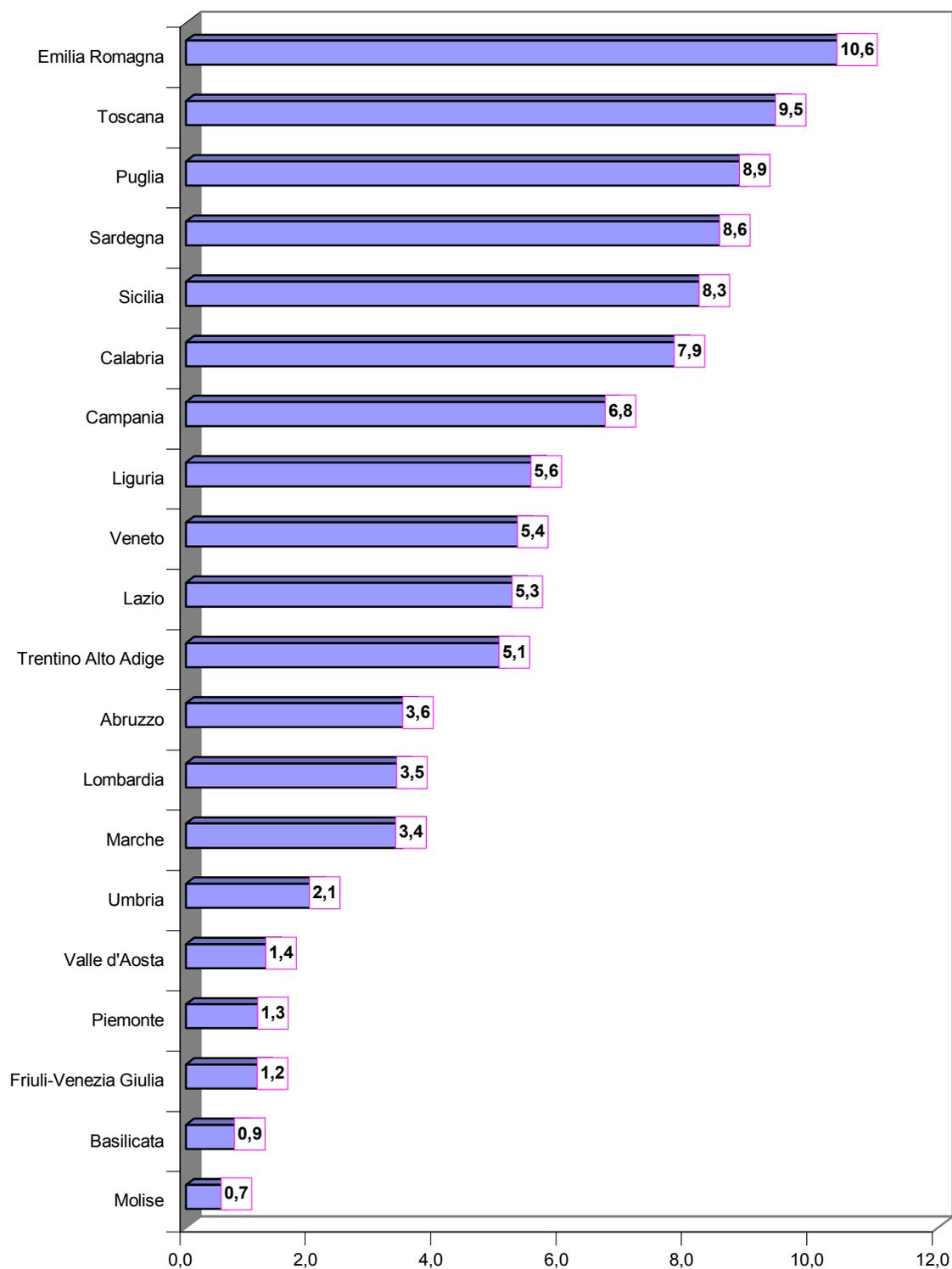
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Destinazione Italia: continua la *danza* per i primi posti della graduatoria delle mete regionali italiane tra la Toscana e l'Emilia Romagna, quest'ultima in testa quest'anno con il 10,6% delle scelte degli italiani seguita dalle località toscane al 9,5%.

Aumenta, a seguire, la capacità di attrazione delle mete della Puglia (8,9%) e della Sardegna (8,6%), che superano quest'anno anche le destinazioni siciliane (8,3%) e calabresi (7,9%).

Le destinazioni della Campania (6,8%) e della Liguria (5,6%) mostrano di saper esercitare un fascino rinnovato sul mercato italiano delle vacanze, superando anche le destinazioni tradizionali del Veneto (5,4%).

La destinazione della vacanza principale - giugno-dicembre 2004
(% sul totale vacanze in Italia)

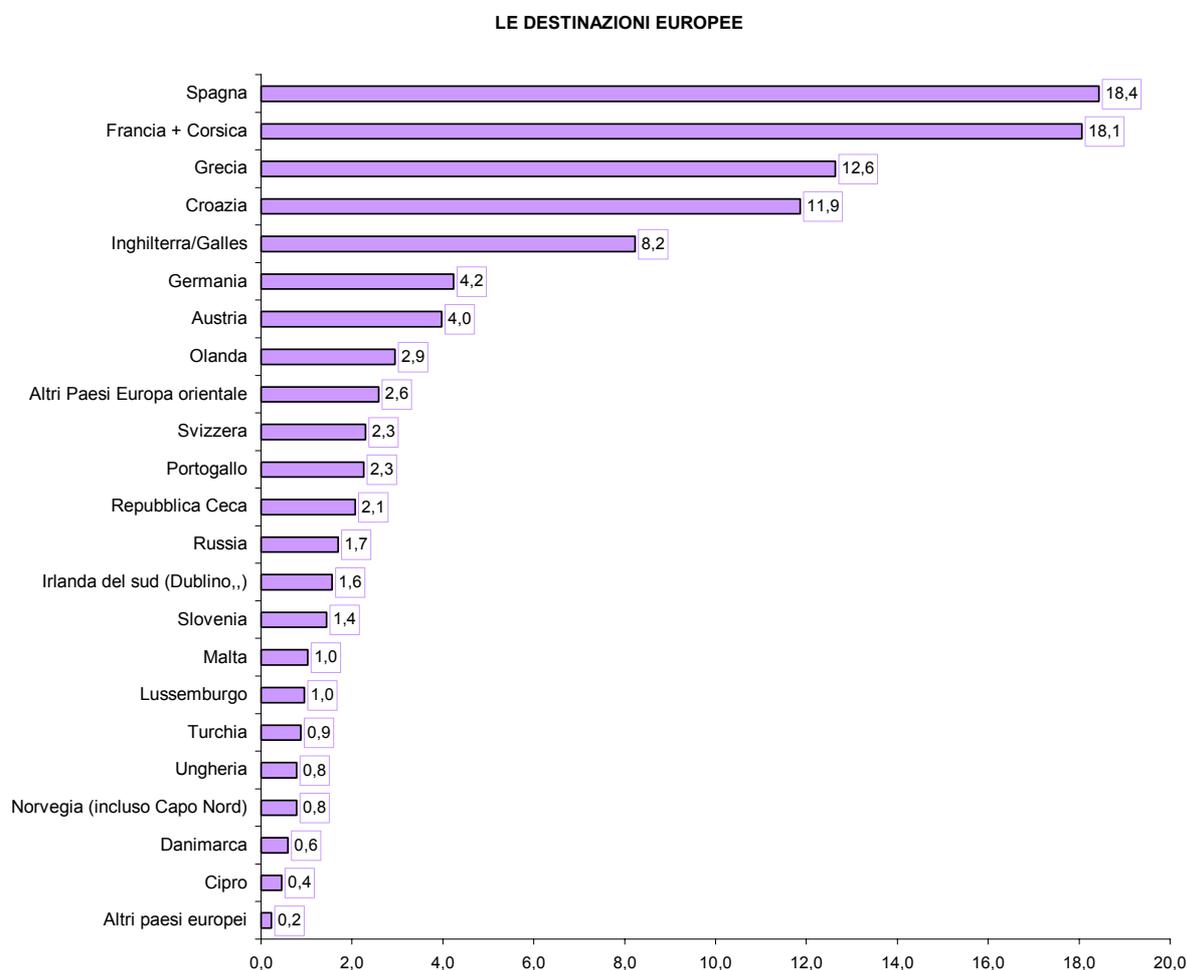


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Anche nelle mete europee continua la corsa tra le destinazioni francesi e spagnole, quest'ultime con un'accelerazione che le spinge in testa con una quota del 18,4% (contro il 15% dello scorso anno) superando così le concorrenti francesi (18,1%).

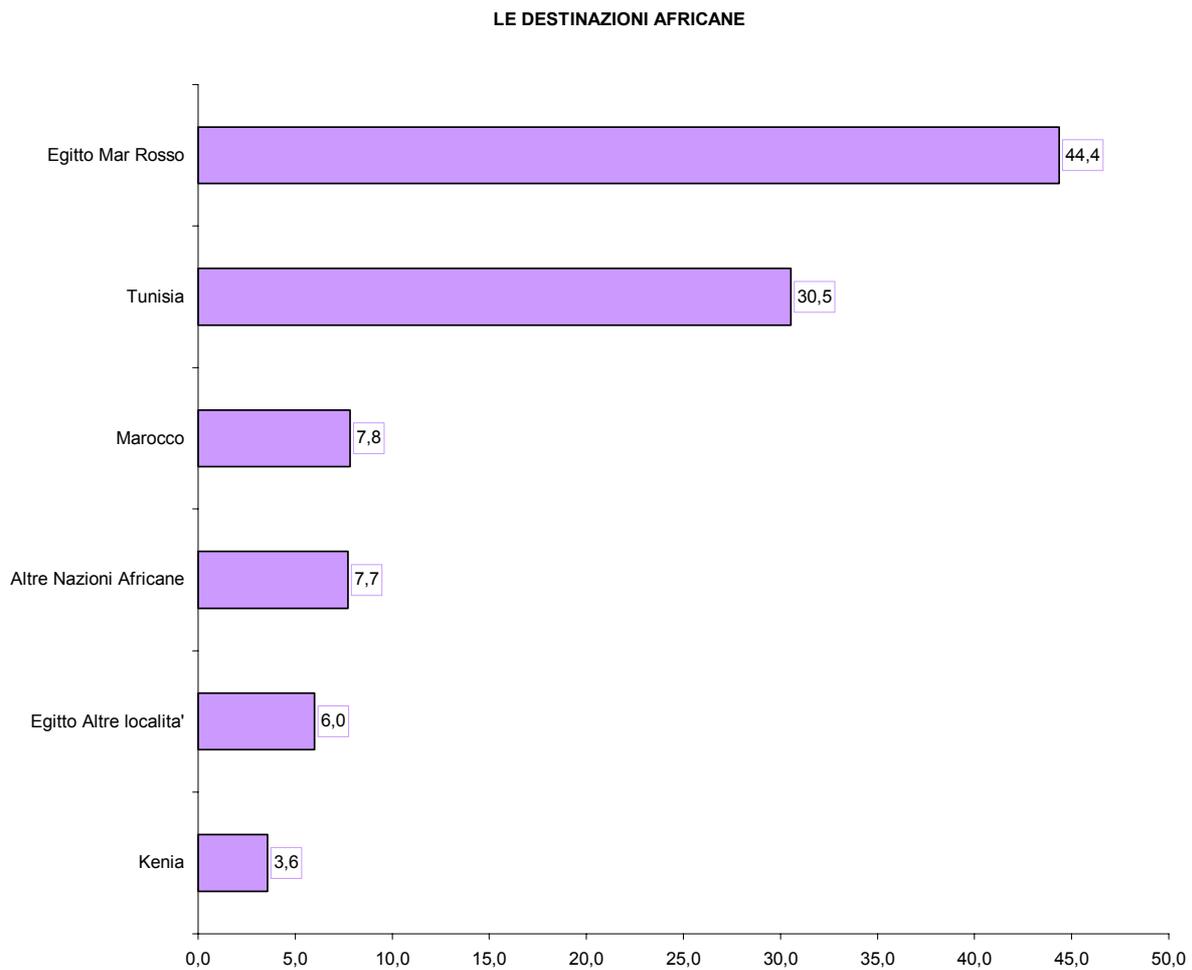
Allo stesso modo aumentano le preferenze degli italiani per le località della Grecia (12,6%) che ottengono quote maggiori di vacanze italiane rispetto a quelle croate (11,9%).

Tra le altre destinazioni europee si rileva un crescente numero di viaggi per l'Olanda che passa dal 2,2% del 2003 al 2,9% (superando così le mete svizzere e ceche), e per il Portogallo che cresce da una quota dell'1,3% al 2,3%.



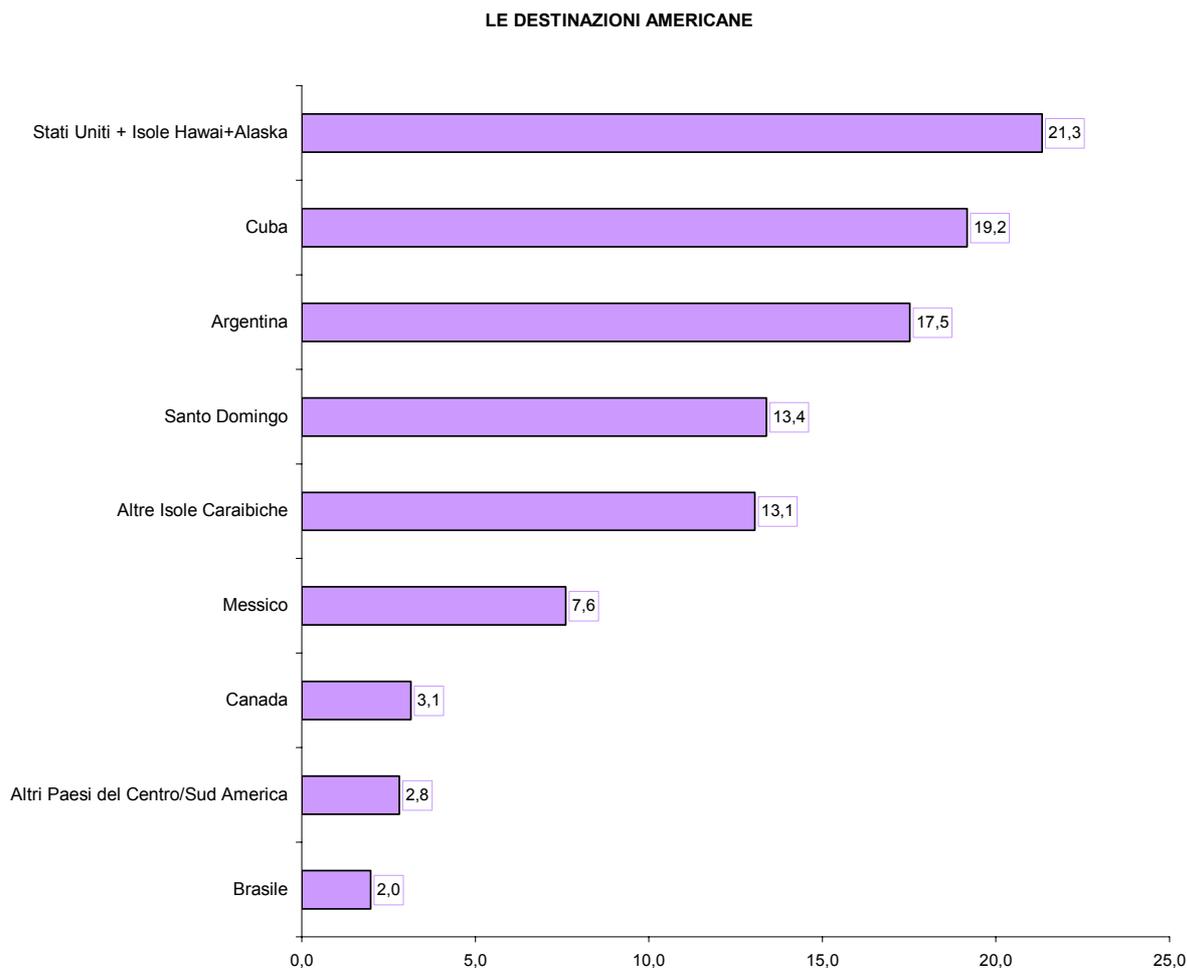
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Per quanto riguarda le mete africane, contrariamente a quanto avvenuto negli scorsi anni, sono le destinazioni egiziane del Mar Rosso le più gettonate dagli italiani e che con una quota del 44,4% superano le località della Tunisia (30,5%) tradizionalmente scelte in questo semestre, specie in estate. Raddoppiano anche le quote di vacanze italiane verso il Marocco (7,8% contro il 3,5% del 2003) ed il Kenia (3,6% contro l'1,8%), penalizzando le altre nazioni africane troppo segnate dalle incertezze delle guerre intestine.



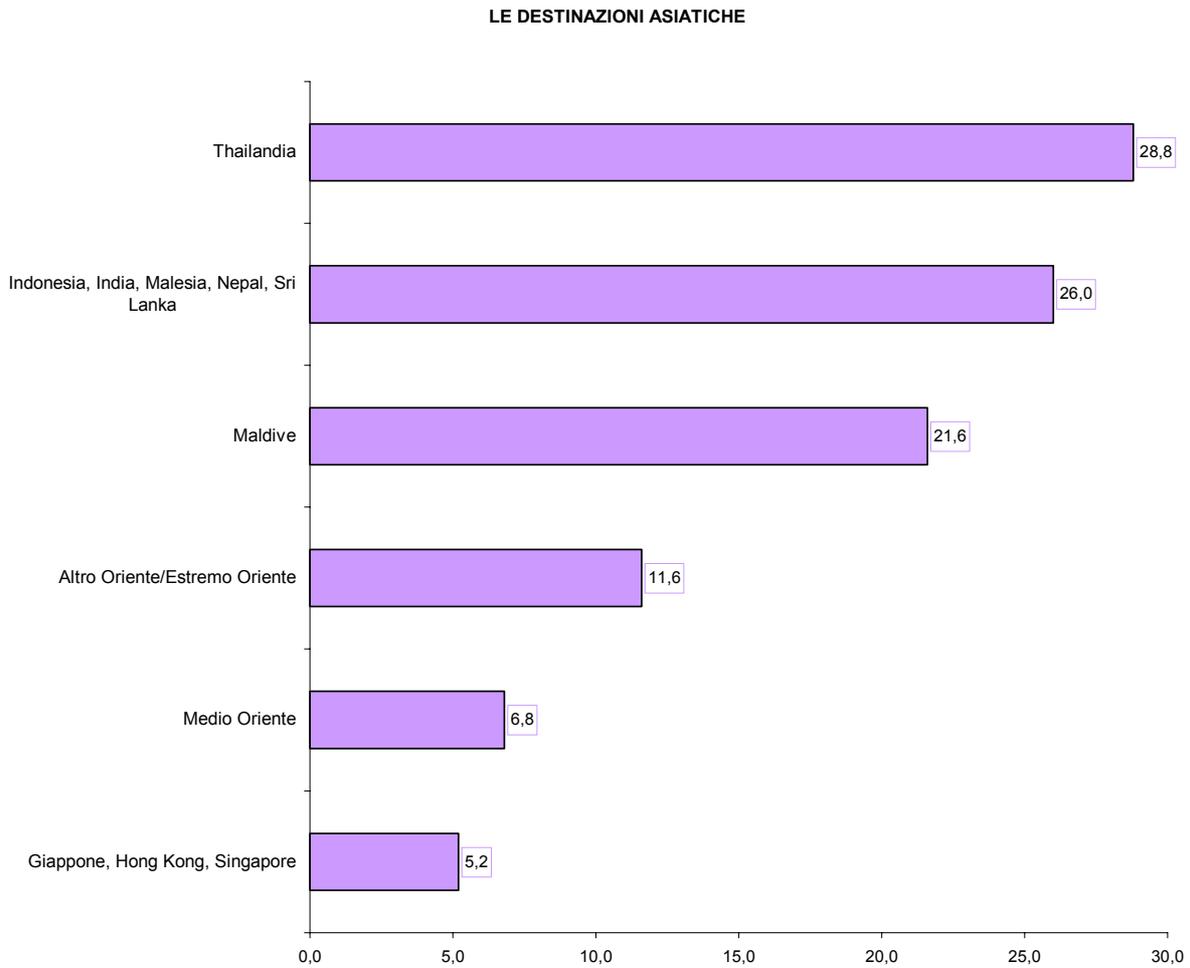
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

In america, gli italiani per queste vacanze hanno privilegiato i paesi del centro e sud america con una quota triplicata di vacanze verso l'Argentina (5,9% nel 2003, 17,5% nel 2004). A favore di queste destinazioni un turismo che approfitta della svalutazione del dollaro e del potere di acquisto locale che permette vacanze eccezionali a prezzi molto contenuti. Non solo Cuba (19,2%), quindi, ma raddoppia anche la quota di vacanze per Santo Domingo (13,4%). Il Messico con una quota del 7,6% soffre della competizione con le altre destinazioni sudamericane.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Le vacanze da giugno a dicembre nelle località asiatiche vedono in testa le mete thailandesi (28,8%), seguite da quelle indonesiane (26%) e dalle Maldive (21,6%), tutte destinazioni ormai tragicamente coinvolte dal disastro ambientale avvenuto il 26 dicembre.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Tra le mete oceaniche, infine, è l’Australia la destinazione di vacanza di 29 mila italiani.

Nel complesso del rating delle top 20 destinazioni di queste vacanze degli italiani sono le mete nostrane quelle che primeggiano la graduatoria e solo al 12° e 13° posto le mete spagnole e francesi. Tra le altre straniere al 17° e 18° posto Grecia e Croazia ed, in new entry rispetto al 2003, al 20° le mete dell'Inghilterra.

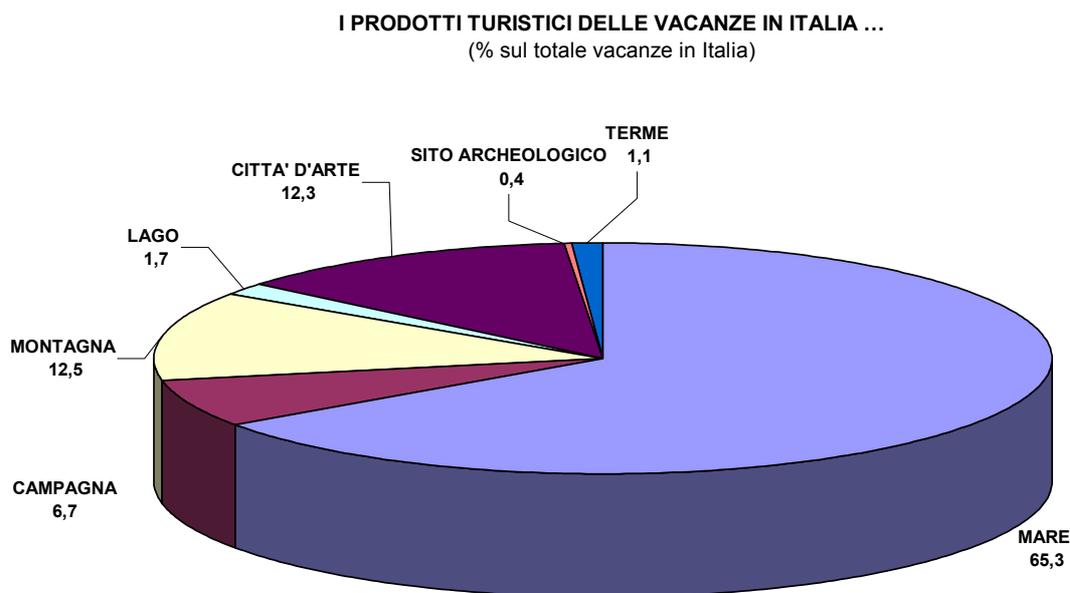
I TOP 20 DELLA VACANZA PRINCIPALE DEGLI ITALIANI

TOP 20	Destinazioni nazionali e internazionali dei vacanzieri italiani	% sul totale vacanze giugno-dicembre 2004
1	Emilia Romagna	8,0
2	Toscana	7,2
3	Puglia	6,8
4	Sardegna	6,5
5	Sicilia	6,3
6	Calabria	6,0
7	Campania	5,1
8	Liguria	4,2
9	Veneto	4,1
10	Lazio	4,0
11	Trentino Alto Adige	3,9
12	Spagna	3,4
13	Francia + Corsica	3,3
14	Abruzzo	2,7
15	Lombardia	2,6
16	Marche	2,6
17	Grecia	2,3
18	Croazia	2,2
19	Umbria	1,6
20	Inghilterra/Galles	1,5

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

3. Le tipologie dei prodotti turistici nel 2004

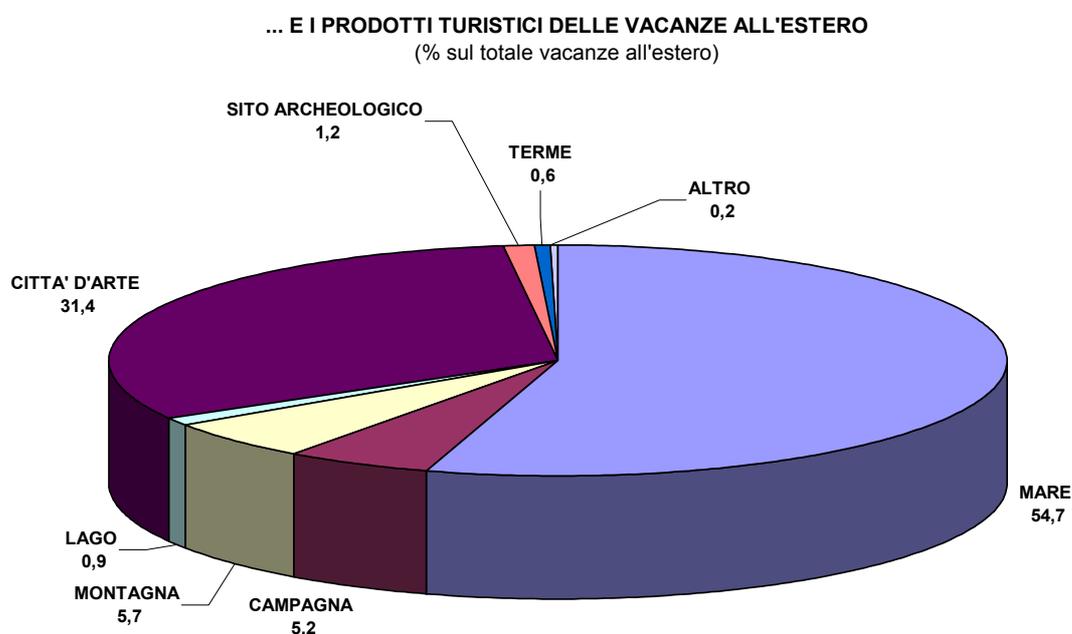
Nelle vacanze del periodo tra giugno e dicembre 2004 è ovviamente il *mare nostrum* il protagonista delle scelte degli italiani (65,3%), in maniera anche crescente rispetto al 2003 (60,3%). Questo a scapito di una diminuzione della quota di vacanze trascorse in destinazioni legate agli altri prodotti turistici, specialmente a quello montano che scende dal 16,1% del 2003 al 12,5% nel 2004. Occorre però considerare che la torrida estate 2003 segnava un aumento considerevole delle scelte di vacanza verso la frescura montana.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Anche all'estero aumenta la quota di vacanze nelle località balneari (+4%) ed in quelle legate al turismo verde (+1,9%).

Resta comunque forte il fascino esercitato dalle città d'arte internazionali (31,4%), che costituisce il secondo prodotto preferito degli italiani dopo la vacanza balneare (54,7%).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

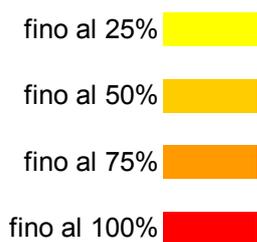
Se i prodotti vincenti di questo periodo sono stati quello balneare, specialmente in Liguria, Emilia Romagna, Puglia, Calabria e Sardegna, e quello montano in Val d'Aosta ed in Trentino Alto Adige, è pur vero che in questa vacanza principale non si rilevano regioni che hanno avuto una domanda mono-prodotto. Infatti, ad eccezione della Valle d'Aosta dove i flussi nazionali risono concentrati in

montagna e nelle città, nelle altre regioni i movimenti turistici italiani hanno consumato almeno quattro diversi prodotti turistici.

I PRODOTTI VINCENTI NELLE REGIONI ITALIANE...

% sul totale dei vacanzieri per regione - giugno/dicembre 2004

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Città d'arte	Sito archeologico	Località termale
Piemonte							
Valle d'Aosta							
Lombardia							
Trentino Alto Adige							
Veneto							
Friuli-Venezia Giulia							
Liguria							
Emilia Romagna							
Toscana							
Umbria							
Marche							
Lazio							
Abruzzo							
Molise							
Campania							
Puglia							
Basilicata							
Calabria							
Sicilia							
Sardegna							



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

In testa alle scelte di prodotto per i vacanzieri italiani, i laghi lombardi, la montagna del Trentino Alto Adige e le terme campane.

... E LE REGIONI VINCENTI DEI PRODOTTI TURISTICI ITALIANI

% sul totale dei vacanzieri per prodotto - giugno/dicembre 2004

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Citta' d'arte	Sito archeologico	Localita' termale
Piemonte							
Valle d'Aosta							
Lombardia							
Trentino Alto Adige							
Veneto							
Friuli-Venezia Giulia							
Liguria							
Emilia Romagna							
Toscana							
Umbria							
Marche							
Lazio							
Abruzzo							
Molise							
Campania							
Puglia							
Basilicata							
Calabria							
Sicilia							
Sardegna							



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Nelle vacanze à l'étranger per quasi tutti i prodotti turistici è l'Europa la destinazione prevalente, ad eccezione di quote interessanti di vacanze balneari consumate in Africa, di soggiorni termali in Asia, e del turismo archeologico che gli italiani hanno consumato in Africa ed in Asia.

LE DESTINAZIONI ESTERE E I PRODOTTI TURISTICI

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Città d'arte	Sito archeologico	Località termale	Altro	totale
EUROPA	67,8	80,4	78,4	100,0	88,7	15,1	67,5	100,0	75,4
AMERICHE	8,3	16,1	10,6	0,0	7,9	0,0	0,0	0,0	8,5
AFRICA	19,7	0,0	4,4	0,0	1,4	59,3	0,0	0,0	12,2
ASIA	3,4	3,5	6,6	0,0	1,9	25,6	32,5	0,0	3,5
OCEANIA	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Totale Estero	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Città d'arte	Sito archeologico	Località termale	Altro	totale
EUROPA	49,2	5,6	6,0	1,2	37,0	0,2	0,5	0,3	100,0
AMERICHE	53,6	9,9	7,1	0,0	29,3	0,0	0,0	0,0	100,0
AFRICA	88,4	0,0	2,1	0,0	3,7	5,9	0,0	0,0	100,0
ASIA	53,0	5,2	10,8	0,0	17,1	8,8	5,2	0,0	100,0
OCEANIA	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Totale Estero	54,7	5,2	5,7	0,9	31,5	1,2	0,6	0,2	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Se nel complesso delle destinazioni i prodotti turistici preferiti dagli italiani sono stati quello balneare e culturale, quote interessanti di vacanzieri che si sono recati in destinazioni americane hanno scelto destinazioni del turismo verde e naturalistico (parchi, valli, ecc.) mentre coloro che hanno scelto l'Asia hanno ricercato le mete più estreme del turismo montano.

4. I comportamenti della vacanza

Diminuisce rispetto al 2003 la quota di vacanze che nel periodo giugno-dicembre sono state svolte soggiornando in hotel (33,8% contro il 36,8% dello scorso anno) ma anche quella di coloro che hanno alloggiato ospiti presso parenti e amici (15,9% contro il 16,5%). Modalità di alloggio maggiormente utilizzate rispetto allo stesso periodo del 2003 risultano, invece, il campeggio in roulotte, gli appartamenti in affitto, il Bed&Breakfast ed i villaggi turistici.

Le tipologie di alloggio delle vacanze italiane 2004

(giugno-dicembre 2004 - più risposte possibili)

	% SUL TOTALE VACANZE
Totale Hotel	33,8
<i>Hotel 1 stella</i>	0,4
<i>Hotel 2 stelle</i>	2,2
<i>Hotel 3 stelle</i>	18,4
<i>Hotel 4 stelle</i>	11,1
<i>Hotel 5 stelle</i>	1,7
Totale Campeggio	7,9
<i>Roulotte/Camper</i>	2,6
<i>Tenda</i>	3,3
<i>Boungalow/Appartamenti/Maxicaravan</i>	2,0
Appartamento residence in affitto	18,2
Seconda casa-Casa di Proprietà/multiproprietà	10,6
Ospite in casa di amici/parenti/altri familiari che non vivono in famiglia	15,9
Bed&Breakfast presso abitazioni private/Camera in affitto/Guest House/Locanda/Zimmer	2,5
Villaggio turistico	8,2
Agriturismo	1,5
Nave da crociera marittima/fluviale	0,7
Barca a vela/yatch/altre imbarcazioni	0,4
Conventi/Monasteri/Casa parrocchiale/Istituto religioso	0,3
Ostello	0,7
College/famiglia	0,1
Altro	0,3

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

La vacanza di questo periodo si è svolta prevalentemente in coppia (35,7% dato in crescita rispetto al 33,2% del 2003). Nel complesso le vacanze in famiglia con bambini raccolgono il 32,9% delle vacanze degli italiani, in lieve calo rispetto allo scorso anno (34,9%).

La compagnia ...della vacanza

(più risposte possibili)

% SUL TOTALE VACANZE	Italia	Estero	Totale
Da solo	8,1	7,0	7,8
In coppia senza bambini (coniugi, fidanzati, amici, ecc..)	32,1	46,9	35,7
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) con bambini fino a 6 anni	18,2	9,7	16,1
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) con bambini-ragazzi da 7-14 anni	19,1	9,7	16,8
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) senza bambini-ragazzi fino a 14 anni	28,0	28,8	28,2

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Si diffonde sempre più l'abitudine ad organizzare la propria vacanza, e scende la quota di coloro che non effettuano nessuna prenotazione (32,7% contro il 35,6% del 2003). Infatti, ad eccezione dei viaggi organizzati dalla scuola o dal comune, aumentano tutte le quote delle modalità di organizzazione della vacanza. L'utilizzo delle agenzie di viaggio cresce dal 23,2% del 2003 al 25,4% ma anche la prenotazione individuale via Internet passa dal 4,2% al 6,1%.

Le modalità di organizzazione della vacanza

	% SUL TOTALE VACANZE
No, nessuna prenotazione	32,7
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello)	23,5
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia,,)	7,1
Direttamente tramite Internet	6,1
L'agenzia di viaggi, scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	14,0
L'agenzia viaggi che però non ha utilizzato proposte da catalogo (prenotaz, singoli servizi)	11,4
La parrocchia	0,6
L'organizzazione religiosa	0,4
La scuola	0,2
Il CRAL aziendale	0,3
Circoli/associazioni culturali	1,3
Circoli sportivi/associazioni sportive	0,3
Agenzia immobiliare	0,7
Tramite il Comune	0,3
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	5,6
Altro	0,3

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

La vacanza così prenotata è stata organizzata per lo più un mese prima (28,2%) o almeno 8/15 giorni prima della partenza (19,3%). Le vacanze last minute prenotate nell'ultima settimana costituiscono il 17,4% dei soggiorni degli italiani: un dato in crescita (14,6% nel 2003) dovuto alla sempre maggiore incertezza della domanda che non vuole correre il rischio di perdere occasioni promozionali o di dover rinunciare per motivi esogeni alla vacanza sognata troppo in anticipo, ma anche allettata dalla corsa al ribasso dei prezzi dell'offerta, quest'anno particolarmente preoccupata di non fare il pienone.

Tempi di prenotazione della vacanza

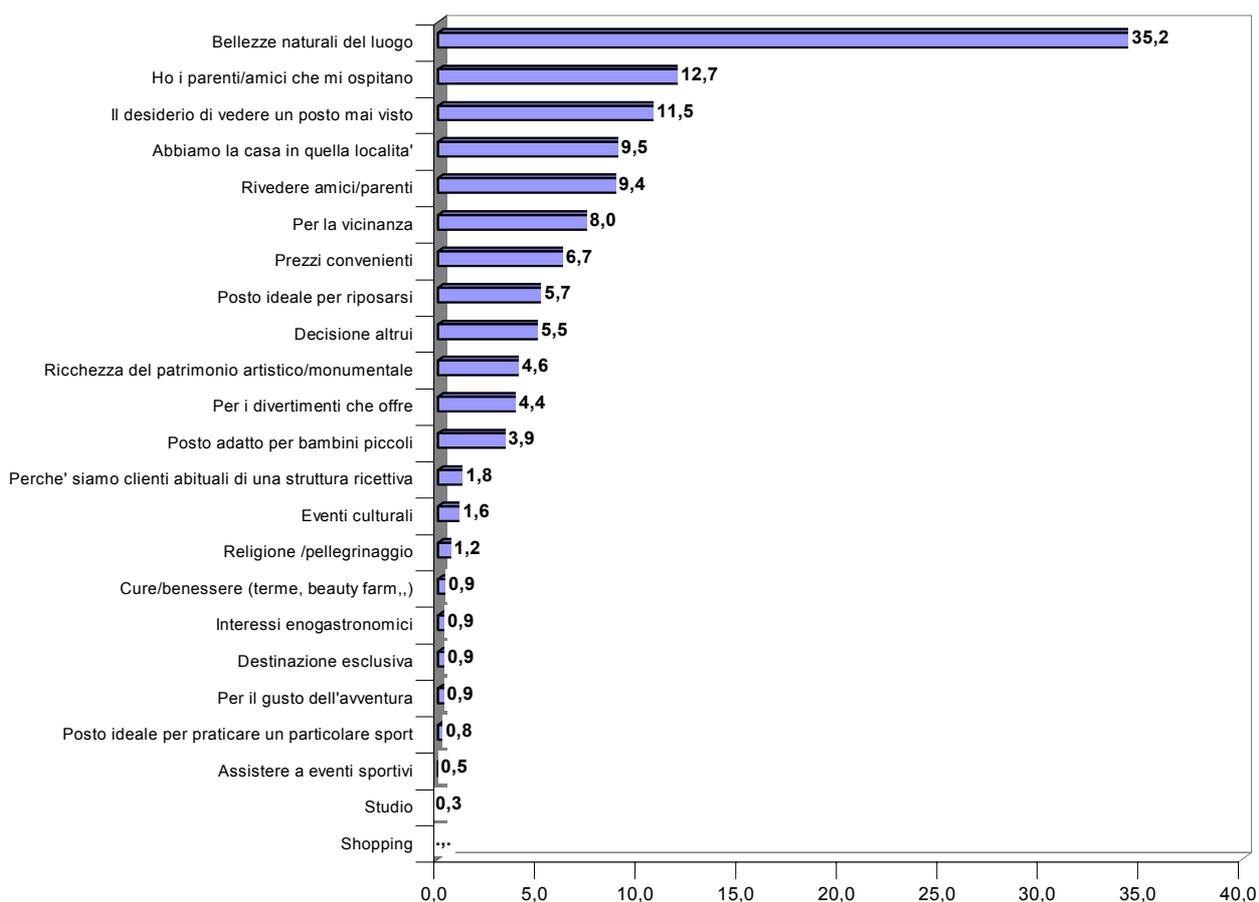
	% SUL TOTALE VACANZE PRENOTATE
Nell'ultima settimana	17,4
8/15 giorni prima	19,3
circa un mese prima	28,2
circa 2 mesi prima	15,7
circa 3 mesi prima	7,2
circa 4 mesi prima o più	12,2

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

5. Le motivazioni della vacanza e i canali di influenza

Sulla scia del 2003, le motivazioni della scelta della destinazione di vacanza riguardano principalmente le bellezze naturali del luogo (35,2%), l'ospitalità di parenti e amici (12,7%) ed il desiderio di vedere un luogo mai visto (11,5%). Rispetto al 2003 però, la variabile economica mostra un'incidenza maggiore (6,7% contro il 4,4%) sottolineando la crescente tendenza a ricercare l'offerta promozionale dell'ultimo momento, dovuta anche alla necessità di prestare maggiore attenzione al portafoglio.

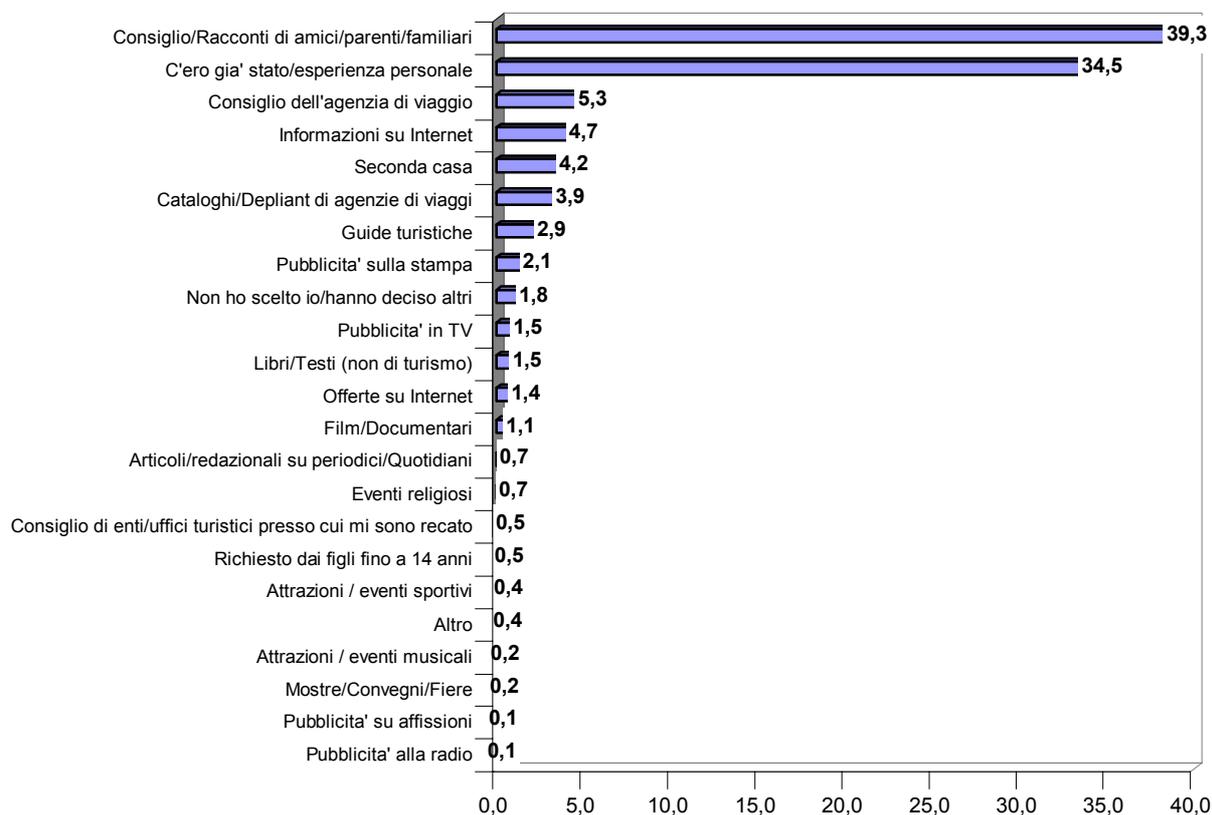
Le motivazioni della vacanza principale
(% sul totale vacanze giugno-dicembre)



Continua a crescere l'influenza che il passaparola di parenti e amici ha sulla scelta delle località di vacanza: al primo posto per il 39,3% delle scelte di vacanza risulta infatti in crescita rispetto al 34,5% del 2003. Lo stesso vale per l'esperienza personale, che passa da un'incidenza sul 32,7% delle vacanze al 34,5% nel 2004.

Coerentemente con le modalità di prenotazione della vacanza, crescono le quote dei canali legati al consiglio di agenti di viaggio (da 4,1% a 5,3%) ed alle offerte su Internet che passa dal 3,3% al 4,7%.

I CANALI DI INFLUENZA SULLA SCELTA DELLA LOCALITA' DI VACANZA (% sul totale vacanze giugno-dicembre)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

6. La spesa per la vacanza

Nel periodo compreso tra giugno e dicembre 2004, gli italiani hanno speso per le loro vacanze complessivamente oltre 32 mila milioni di euro, di cui oltre 20 mila per la sola vacanza principale.

Il 2004, quindi, conta in una spesa totale degli italiani per le vacanze pari a più di 46 mila 700 milioni.

Rispetto al 2003 questi consumi indicano investimenti crescenti nelle cosiddette seconde e terze vacanze (+22%) ed una frenata nella spesa per la vacanza principale (-4%). I consumi totali, quindi, risultano così in crescita solo per il +4,7%.

Occorre però considerare che il caro-vita ha investito anche i prezzi turistici e che, pertanto, la crescita dei consumi sembra piuttosto legata al tasso inflativo reale, che non ad investimenti maggiori nelle vacanze.

	Spesa per la vacanza principale	Spesa per le altre vacanze	Spesa TOTALE vacanze
2004 - gennaio/maggio	7.972.191.000	6.689.270.000	14.661.462.000
2004 - giugno/dicembre	20.552.539.000	11.514.822.000	32.067.361.000
Totale 2004	28.524.730.000	18.204.092.000	46.728.823.000
Var. % 2004/2003	-4,0	+22,0	+4,7

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

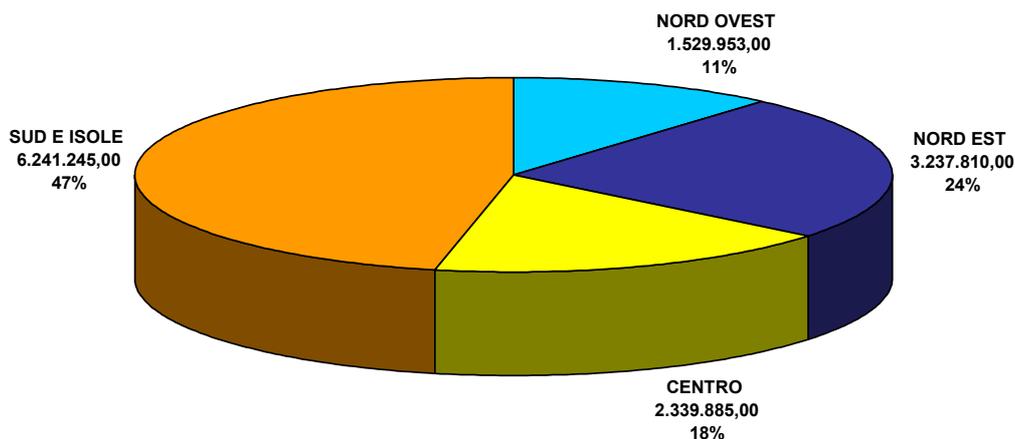
Di queste cifre, comunque, il 65% è stato speso in Italia, meno dello scorso anno quando tale quota era pari al 68,4%: per le vacanze di questo periodo, dunque, gli italiani hanno consumato maggiormente nelle destinazioni estere. In Italia la minore spesa è connessa anche alla diversa scelta di alloggio di vacanza, che non ha favorito l'hotellerie.

	Spesa per la vacanza principale	% spesa giugno- dicembre 2004	% spesa giugno- dicembre 2003
in Italia	13.348.893.000	65,0	68,4
estero	7.203.646.000	35,0	31,6
Totale	20.552.539.000	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Della spesa effettuata in Italia la quota principale (47%) è stata consumata nelle destinazioni del sud e delle isole, seguite da quelle del nord-est (24%). Solo dopo le mete del centro (18%) e del nord-ovest (11%).

**LA SPESA TURISTICA PER AREA GEOGRAFICA DI DESTINAZIONE
DELLA VACANZA PRINCIPALE IN ITALIA
(giugno-dicembre 2004)**

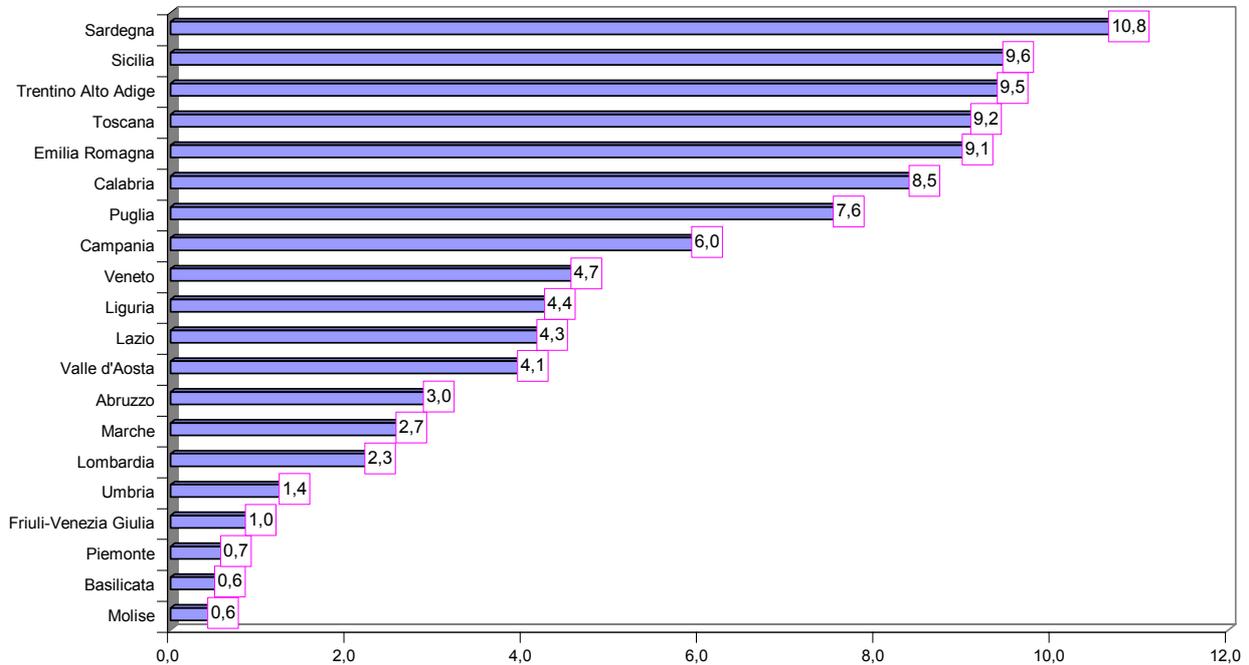


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Infatti, le regioni dove si concentra maggiormente la spesa per queste vacanze sono quelle isolane, la Sardegna (10,8%) e la Sicilia (9,6%). Seguono Trentino Alto Adige (9,5%), Toscana (9,2%) ed Emilia Romagna (9,1%).

Solo dopo Calabria (8,5%), Puglia (7,6%) e Campania (6%) risultano come le regioni del mezzogiorno che hanno colto quote più interessanti delle vacanze degli italiani.

**LA SPESA TURISTICA PER REGIONE DI DESTINAZIONE DELLA VACANZA PRINCIPALE
(giugno - dicembre 2004 - % sul totale Italia)**

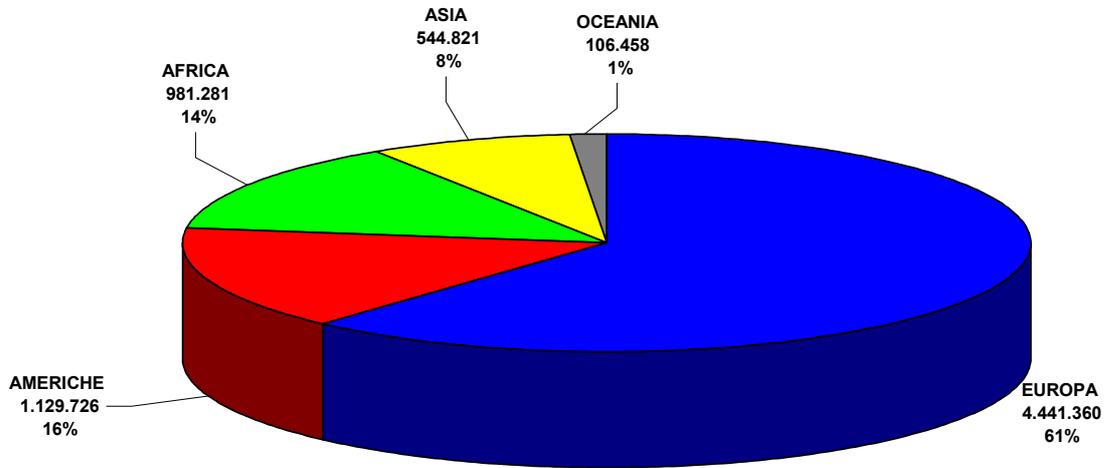


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

All'estero, come le vacanze, anche la spesa si concentra fortemente nelle località europee (61%), americane (16%) e africane (14%).

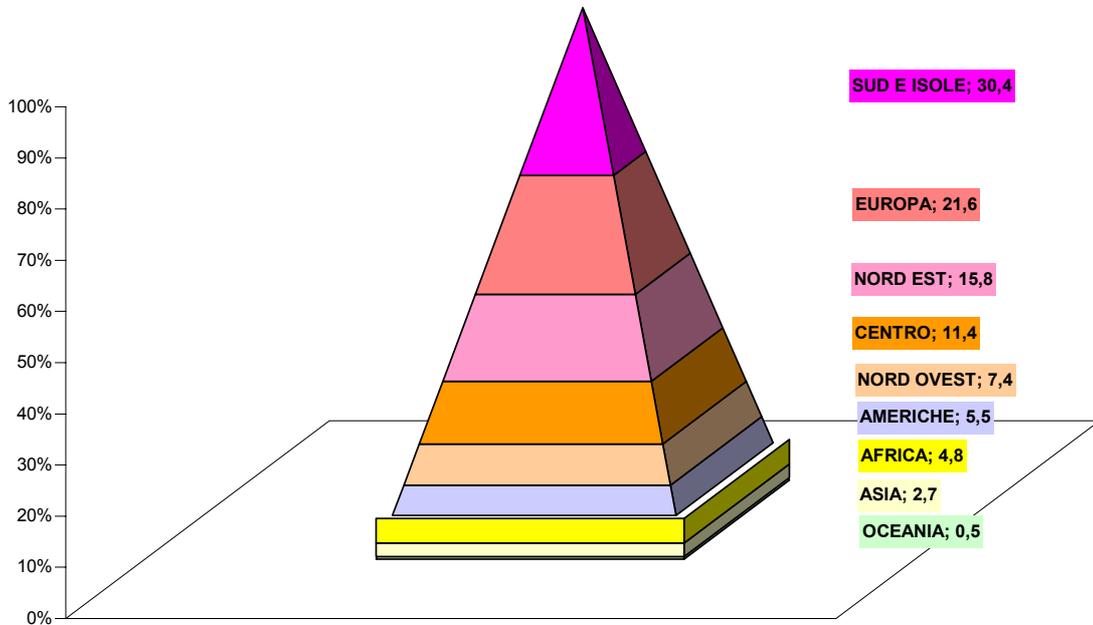
In una classifica totale di spesa, pertanto, hanno acquisito quote maggiori dei consumi complessivi per le vacanze, nell'ordine, le destinazioni del sud Italia e delle isole (30,4%), le mete europee (21,6%) ed il nostro nord-est italiano (15,8%), Trentino Alto Adige in testa.

LA SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE ALL'ESTERO
(giugno - dicembre 2004)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

LA SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE
giugno - dicembre 2004

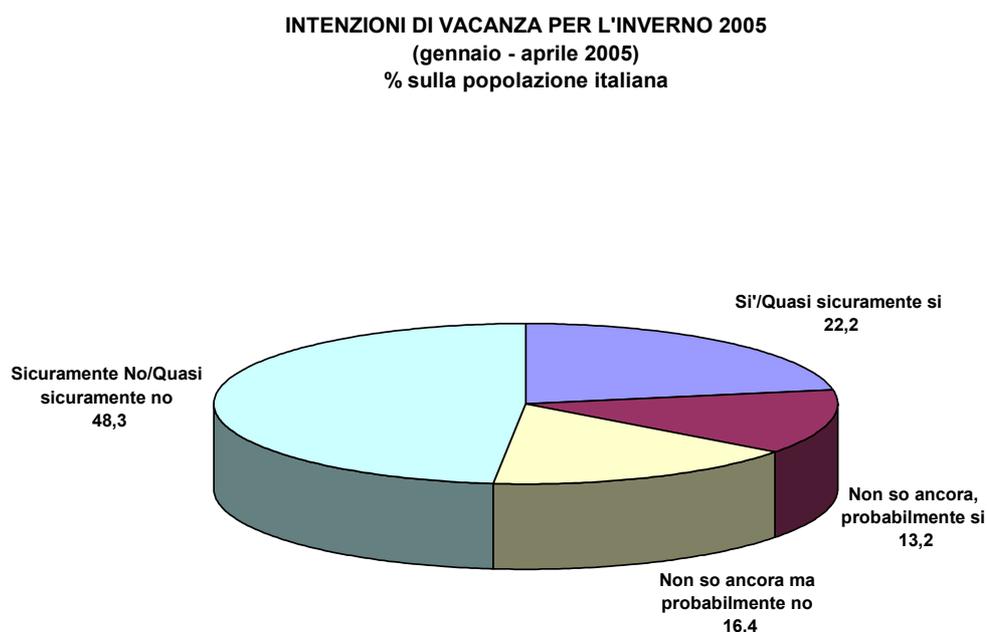


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

7. Le previsioni per l'inverno 2005

Sono 11 milioni gli italiani che hanno dichiarato una sicura intenzione di vacanza per l'inverno 2005, pari al 22,2% della popolazione. A questi si aggiungono 6,5 milioni che dichiarano una probabile vacanza (13,2%). Considerati nel complesso, il 35,4% della popolazione dovrebbe andare in vacanza questo inverno.

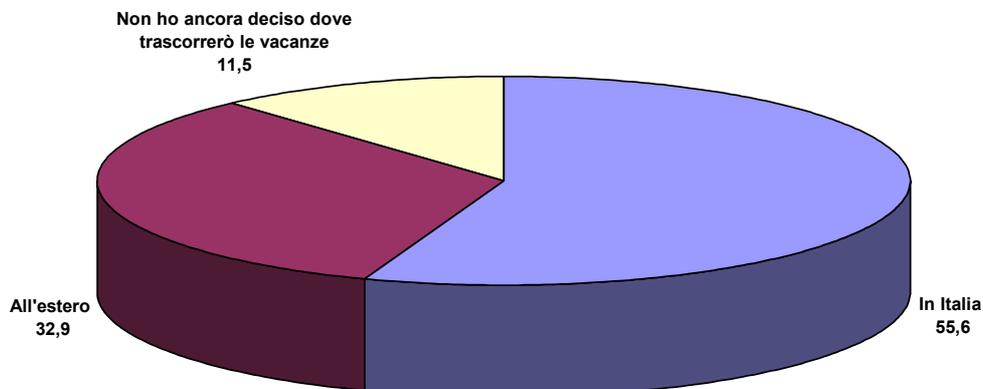
Considerando che nel 2004 il consuntivo dei vacanzieri tra gennaio e aprile vede una quota del 25,6% di popolazione italiana andata realmente in vacanza, si prevede dunque un inverno all'insegna di una conferma dell'andamento del 2004.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Dei 17,5 milioni di italiani che intendono andare in vacanza in questa stagione invernale, il 55,6% dichiara che resterà in Italia mentre il 32,9% andrà all'estero (mentre l'11,5% non ha ancora deciso la destinazione).

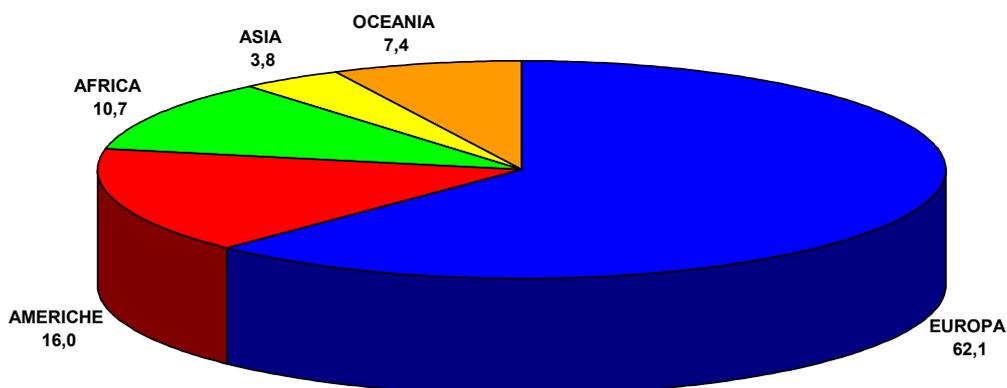
LA DESTINAZIONE DELLA VACANZA INVERNALE
totale turisti (sicuramente si/ probabilmente si')



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

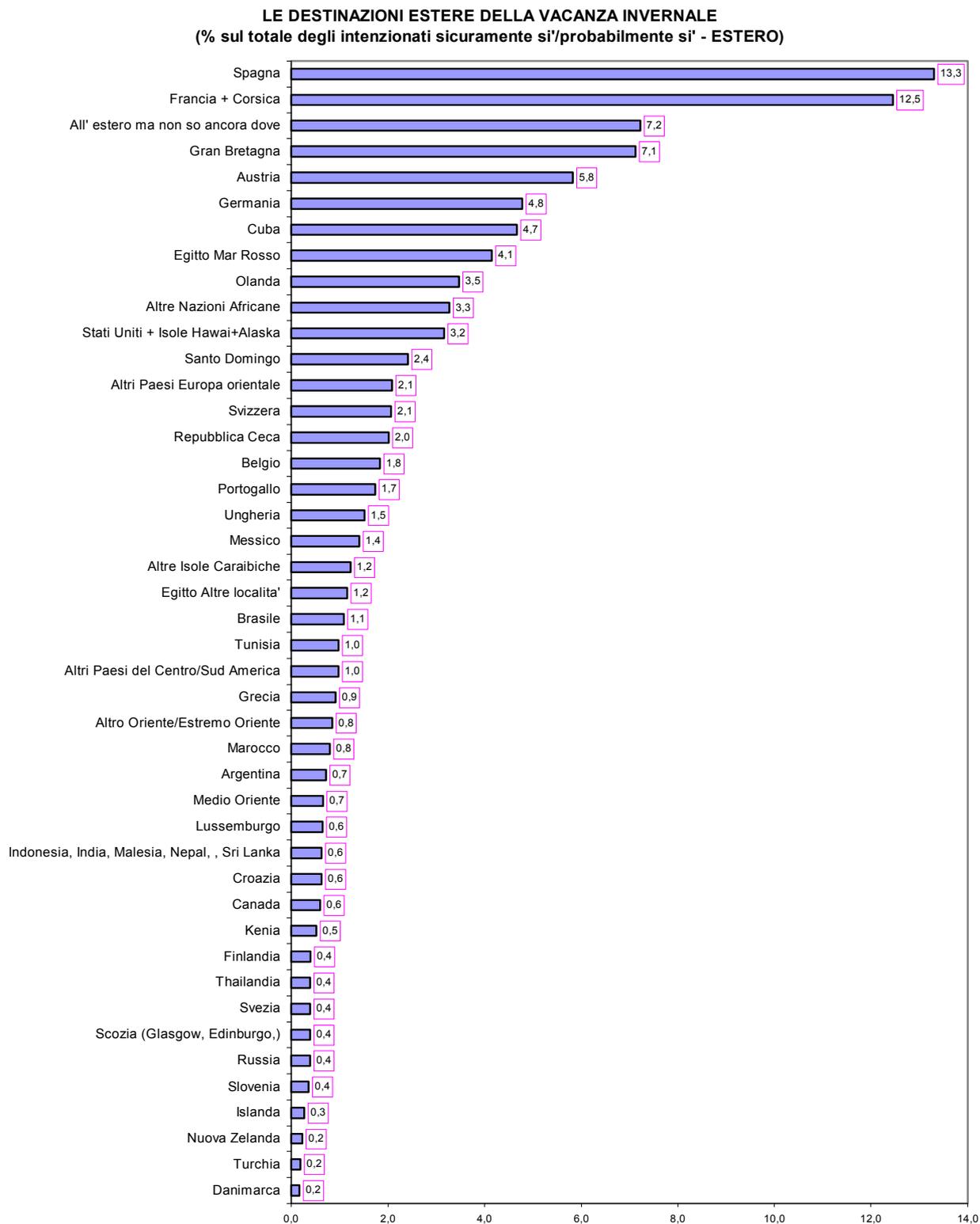
All'estero il 62,1% delle vacanze si consumerà in Europa, il 16% in destinazioni americane, il 10,7% in Africa, il 7,4% in Oceania e solo il 3,8% in Asia.

LE DESTINAZIONI ESTERE DELLA VACANZA INVERNALE
 (% sul totale intenzionati verso l'estero)



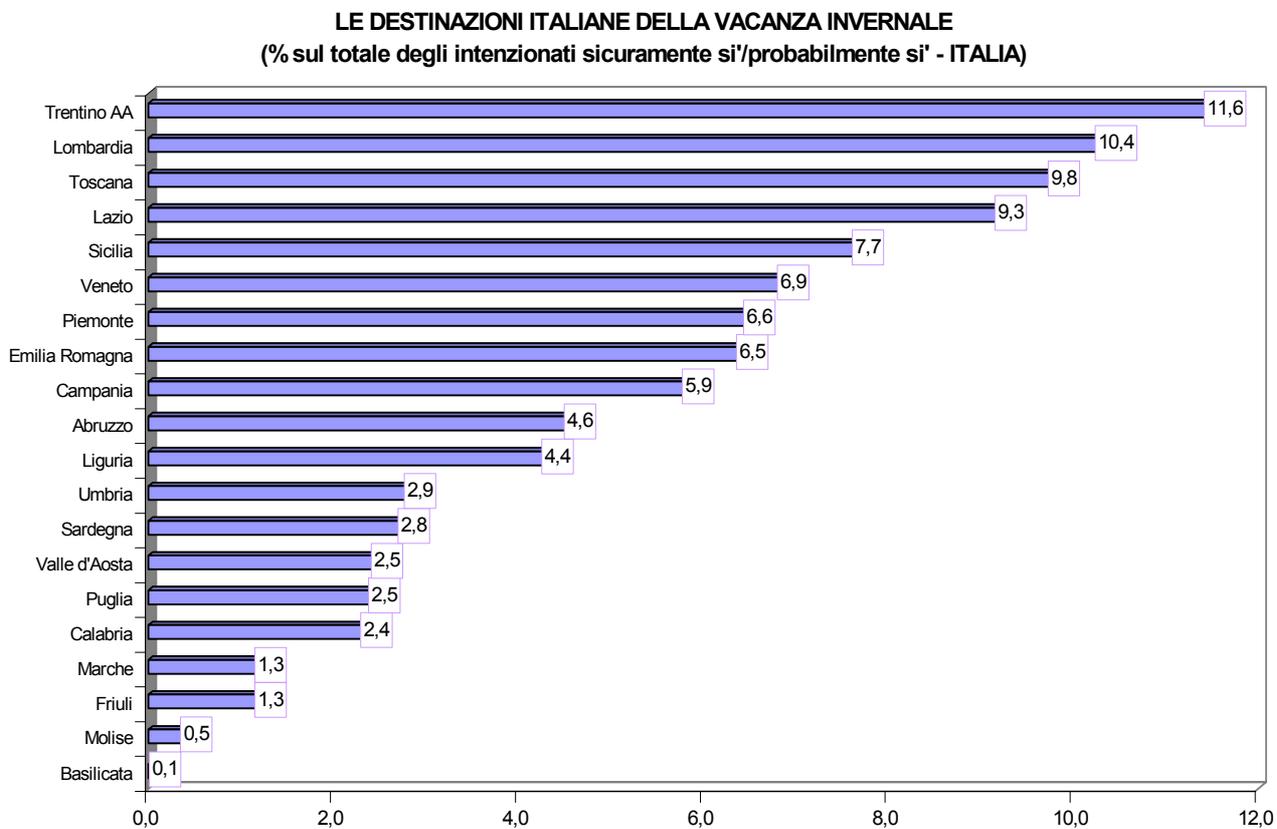
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

Anche in inverno le future vacanze degli italiani hanno come le destinazioni la Spagna (13,3%) e la Francia (12,5%) la prima più legata alla vacanza culturale del periodo di Pasqua, la seconda anche alle vacanze in montagna del turismo bianco. Seguono le mete britanniche, austriache e tedesche ma anche le più esotiche destinazioni di Cuba e del Mar Rosso.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

In Italia i vacanzieri nostrani si recheranno nelle destinazioni sciistiche e montane del Trentino Alto Adige e della Lombardia, ma anche nelle città d'arte toscane, del Lazio, della Sicilia e del Veneto.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2005

8. Conclusioni

Gli italiani, investiti da un accresciuto costo della vita, non rinunciano alla vacanza. Cambiano però i comportamenti:

- prevalgono le vacanze brevi su quelle lunghe;
- si cerca l'occasione promozionale per la vacanza anche all'estero (last minute ecc.) spesso preferendola alle destinazioni italiane;
- ne risente la durata media delle vacanze che diminuisce di circa un giorno.

Sono le famiglie italiane con bambini a dover contrarre i consumi per vacanza, scegliendo modalità di alloggio al risparmio, come l'appartamento o la casa in affitto, il campeggio o le stanze in affitto, e di questo cambiamento ne ha risentito il sistema alberghiero questa estate.

Infatti i numeri non indicano una flessione del mercato delle vacanze piuttosto dei mutamenti profondi dei comportamenti di acquisto che per la loro repentinità hanno messo in crisi le risposte del sistema turistico italiano. L'imprenditoria dell'offerta turistica composta in Italia specialmente da alberghi di piccole e medie dimensioni ha sofferto la competizione di sistemi ospitali esteri la cui offerta più varia e consolidata ha saputo attrarre maggiormente i flussi italiani attirati dal vantaggio economico.

Una componente che conferma anche la maggiore predisposizione degli italiani a recarsi all'estero è la crescita dell'utilizzo dei canali di intermediazione, con un sempre più frequente ricorso alle agenzie di viaggio che garantiscono la percezione di una vacanza sicura anche nei costi, senza sorprese dell'ultimo momento.

D'altro canto, però, la necessità del risparmio per le famiglie italiane, porta ad una crescente confidenza con i sistemi di teleprenotazione via Internet che garantisce anche il vantaggio di poter comprare il last minute al prezzo migliore.

Rispetto al 2003 quindi i vacanzieri italiani hanno preferito fare più vacanze brevi e fuggevoli che una sola e lunga, con la percezione di incidere meno sul reddito familiare, che però ha risentito comunque del generale aumento dei prezzi conducendo ad un aumento dei consumi finali.

9. Nota Metodologica

L'indagine sulle vacanze degli italiani ha l'obiettivo generale di dimensionare il mercato dei viaggi per vacanza, descriverne i principali comportamenti e indagare le ragioni che portano gli italiani a effettuare certe scelte in materia di vacanza.

Grazie alla continuità nel tempo e alla frequenza di rilevazione, tale indagine consente di osservare le dinamiche del settore alla luce dell'influenza che possono avere gli andamenti congiunturali e/o gli eventi contingenti.

Viene condotta con metodologia telefonica C.A.T.I. (Computer Aided Telephonic Interview), utilizzando un questionario con domande strutturate.

Le interviste sono state effettuate da GfK - CBI, Società di ricerche ad hoc del Gruppo Internazionale GfK nel mese di dicembre 2004.

Il campione finale utilizzato, stratificato per Regione di residenza, sesso, fasce di età e dimensione demografica del comune di residenza, è stato pari a 3.413 soggetti: detta numerosità determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 95%, un margine di errore inferiore all' 1,7% (+/-). Per ottenere le suddette interviste sono stati operati 12.927 contatti telefonici.

La numerosità del sub-campione relativo alle persone che hanno effettuato almeno un viaggio per motivi di piacere nei sei mesi precedenti la rilevazione, è stato pari a 2.008 unità, numerosità che determina stime campionarie con un margine di errore pari a 2,2% (+/-), ad un livello di confidenza del 95%.

E' stata rappresentata la popolazione italiana con età superiore a 14 anni, per un totale di 49.540.000 individui. I dati raccolti sono stati quindi espansi a tale universo.

Il campione è stato costruito stratificando, all'interno di ogni regione geografica italiana, per le ampiezze dei comuni di residenza.

Altri parametri di stratificazione utilizzati sono stati il sesso e le fasce d'età degli individui.

L'estrazione del campione è avvenuta utilizzando le Pagine Bianche elettroniche.

AREE INFORMATIVE ANALIZZATE

Qui di seguito sono elencate le aree informative analizzate:

Con riferimento al periodo trascorso:

1-Informazioni di tipo oggettivo

- Profilo sociodemografico del turista per vacanza in termini di fasce d'età, sesso, livello di istruzione, condizione professionale e non, 4 macroaree geografiche e ampiezza dei comuni di provenienza.

2-Informazioni comportamentali

- Numero di vacanze effettuate nel periodo in osservazione
- Numero di vacanze in Italia e numero di vacanze all'estero
- Spesa complessiva individuale per tutte le vacanze svolte nel periodo.

Con riferimento alla vacanza principale del periodo in analisi :

- Le destinazioni italiane (le regioni geografiche) e/o straniere (nazioni estere)
- La tipologia di destinazione
- Il periodo dell'anno in cui è stato effettuato il viaggio
- La durata del viaggio in numero di notti
- Le strutture ricettive (con particolare attenzione a quanto rientra nelle imprese dell'ospitalità e quanto rientra nell'altra ricettività)
- La vacanza trascorsa da soli, in coppia, in gruppo, in famiglia con bambini....
- La prenotazione del viaggio
- Quanto tempo prima della partenza è stata prenotata la vacanza
- La spesa complessiva individuale per la vacanza principale.

3-Informazioni di tipo qualitativo

- Le ragioni di scelta della destinazione

Con riferimento al periodo successivo

- La propensione ad effettuare almeno una vacanza e, per le vacanze pianificate in modo concreto:
- Le destinazioni italiane e/o estere previste