



OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

LE VACANZE ITALIANE NEL 2006 E LE PREVISIONI PER L'ESTATE

1° Report - Indagine sui comportamenti turistici degli italiani

luglio 2006

a cura di



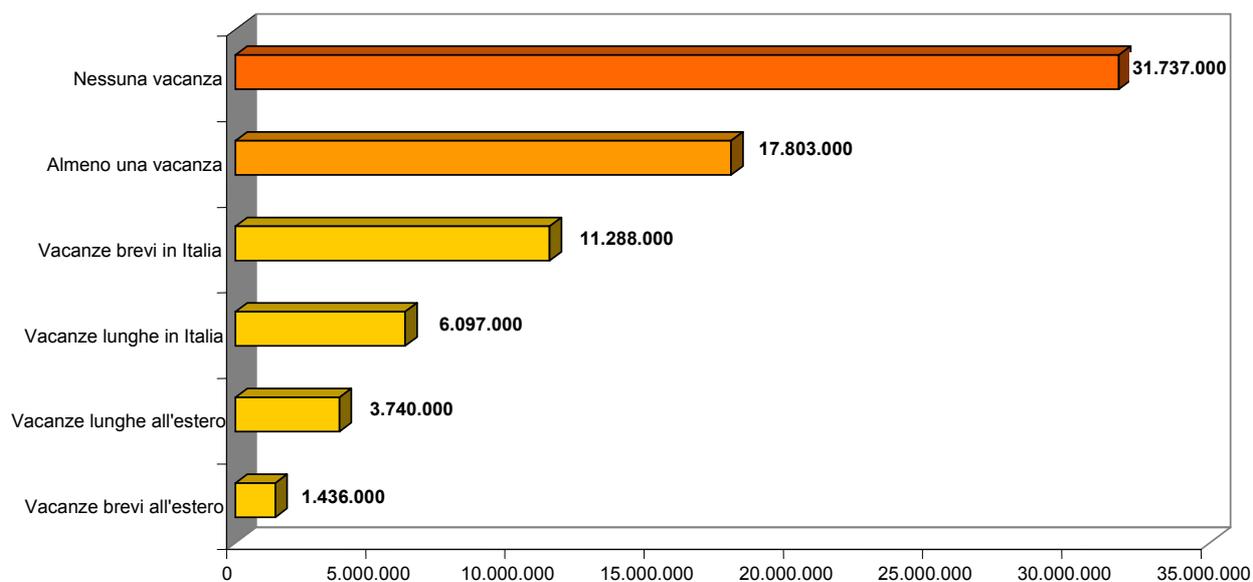
SOMMARIO

1. Gli italiani in vacanza	3
2. La vacanza principale: modalità e destinazioni	9
3. Le tipologie dei prodotti turistici nel 2006	18
4. I comportamenti della vacanza	23
5. Le motivazioni della vacanza e i canali di influenza	26
6. La spesa per la vacanza	30
7. Le previsioni per l'estate 2006	34
8. CONCLUSIONI	39
9. METODOLOGIA	40

1. Gli italiani in vacanza

Sono 17,8 milioni gli italiani che nel primo semestre 2006 hanno effettuato almeno un periodo di vacanza (35,9% della popolazione). Nel complesso, gli italiani hanno svolto oltre 22,5 milioni di vacanze. Rispetto allo stesso periodo del 2005 sono stati meno gli italiani che si sono recati in vacanza, -2,9% rispetto cioè ai 18,3 milioni dello scorso anno. Questa contrazione stagionale risulta più evidente nel numero degli atti di vacanza, diminuito del -4,9% dai 23,7 milioni del 2005, ad indicare come siano parte dei vacanzieri che svolgevano più atti di vacanza a non esser partiti da nel primo semestre del 2006.

LE VACANZE DEGLI ITALIANI NEL 2006

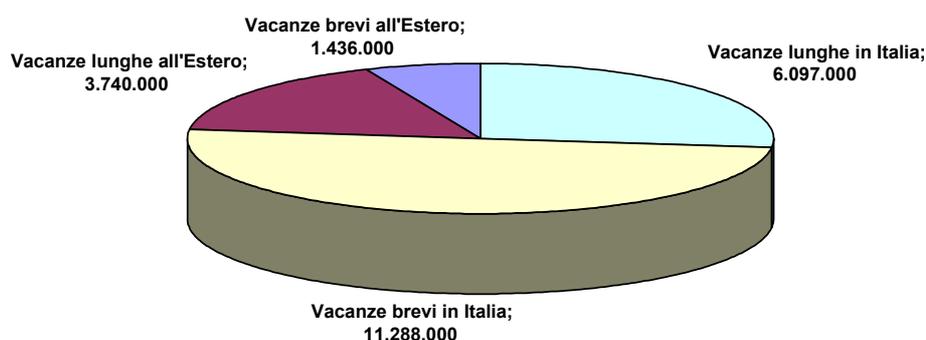


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

La tipologia delle vacanze invernali e primaverili degli italiani vede prevalere la quota di vacanze in destinazioni italiane di breve durata (50% entro le 3 notti) o di lungo soggiorno (27%). All'estero (23%) le vacanze degli italiani sono durate oltre 4 notti nel 16,6% mentre le vacanze di long weekend costituiscono il 6,4% dei soggiorni.

Sono comunque 17,4 milioni gli atti di vacanza spesi in Italia contro i 5,2 consumati in località estere.

LE VACANZE DEGLI ITALIANI



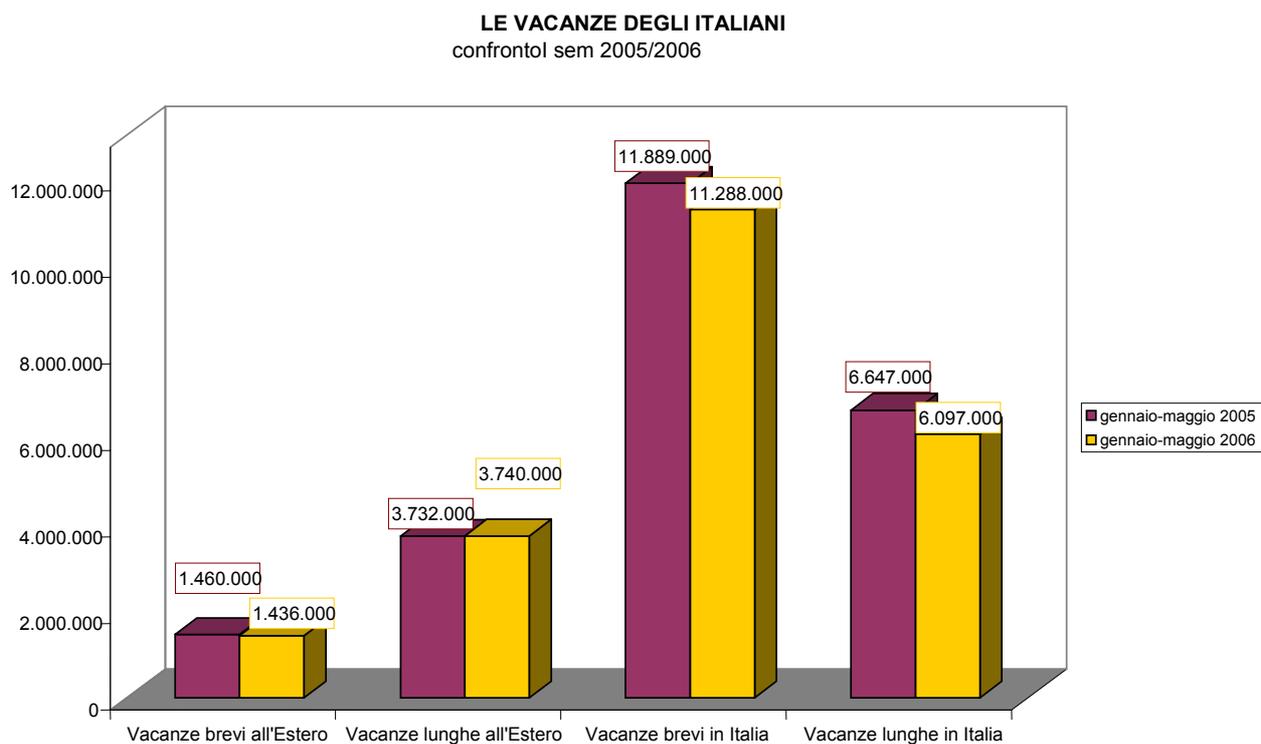
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Rispetto alla stessa stagione del 2005, la contrazione è generalizzabile a tutte le tipologie di soggiorno, ad esclusione delle vacanze più lunghe all'estero che risultano in lievissimo aumento (+0,2%).

Sono, invece, le vacanze lunghe in Italia quelle che mostrano la diminuzione più evidente (-8,3%).

Il calo delle vacanze verso le destinazioni italiane in questo periodo invernale sembra interpretarsi in una diversa attitudine sociale nei consumi:

- i vacanzieri che svolgevano molte vacanze sia in Italia che all'estero hanno continuato a scegliere le mete straniere e semmai rinunciato a soggiorni in Italia,
- quelli che svolgevano nel primo semestre soggiorni lunghi in Italia hanno scelto l'estero.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

	I sem 2005	I sem 2006	VAR. % I sem 2006 /I sem 2005
Vacanze brevi all'Estero	1.460.000	1.436.000	-1,6
Vacanze lunghe all'Estero	3.732.000	3.740.000	0,2
Vacanze brevi in Italia	11.889.000	11.288.000	-5,1
Vacanze lunghe in Italia	6.647.000	6.097.000	-8,3
TOTALE VACANZE	23.728.000	22.561.000	-4,9

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Cambiano, quindi, i comportamenti dei plurivacanzieri:

- la quota di vacanzieri che lo scorso inverno hanno svolto uno o due periodi di vacanza è sostanzialmente stabile (50,8%),
- diminuiscono invece coloro che svolgevano da 5 a 9 vacanze (6,8%) che questo inverno ne hanno fatte 3 (10,4%),
- aumenta la quota di coloro che fanno oltre 10 vacanze (6,2%).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

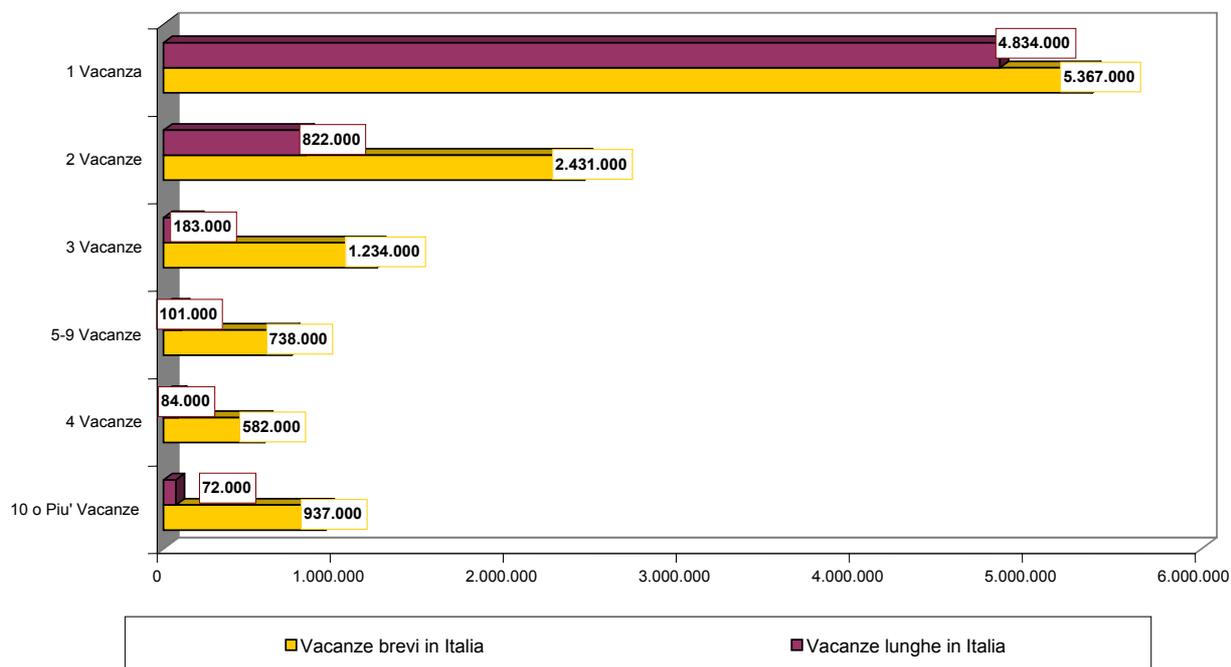
In Italia sono 5,4 milioni gli italiani che hanno svolto 1 vacanza breve, 4,8, invece, quelli che ne hanno fatta una lunga. All'estero le vacanze più lunghe sono state scelte da 3,3 milioni di italiani contro 1,2 milioni che hanno preferito soggiorni brevi.

Più in particolare, rispetto alla numerosità dei periodi di vacanza dello stesso periodo del 2005, diminuiscono tutte le modalità. Fanno eccezione, aumentando,

- chi ha fatto una sola vacanza all'estero, sia breve che lunga;
- chi ha svolto 3 e 4 vacanze lunghe all'estero;
- chi ha svolto 3 e 4 vacanze brevi in Italia;
- chi ha svolto 10 e più periodi di vacanza lunghi in Italia.

I PERIODI DI VACANZA IN ITALIA

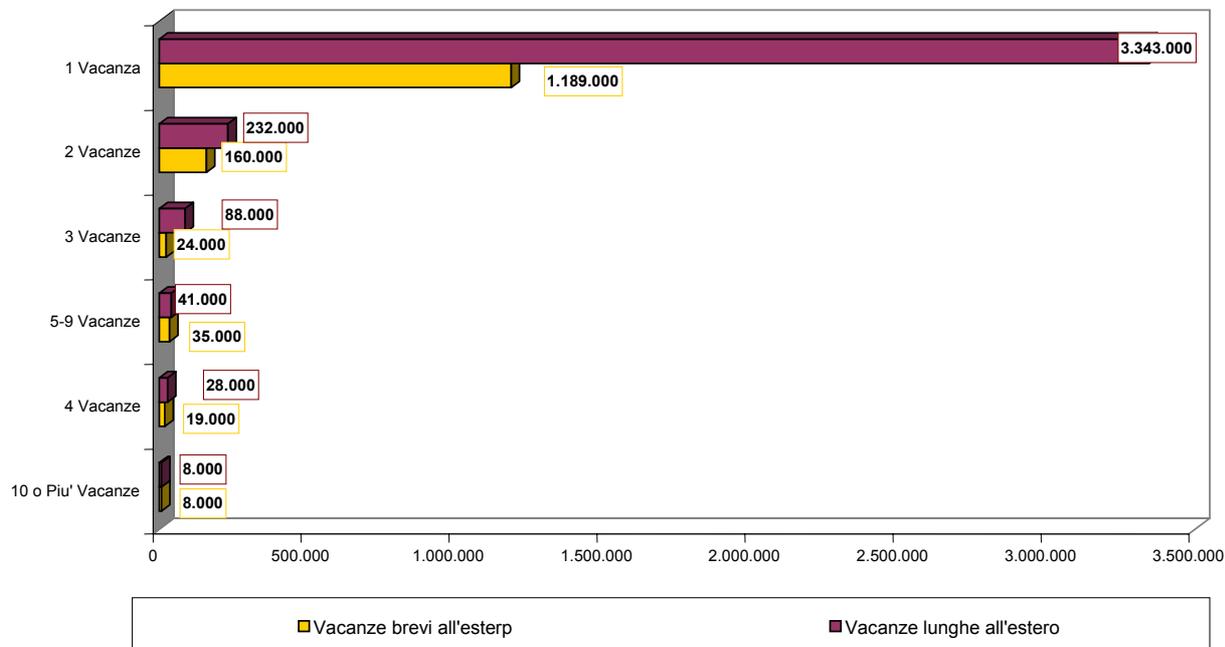
I sem 2006



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

I PERIODI DI VACANZA ALL'ESTERO

I sem 2006



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Pertanto, anche nel numero medio di vacanze per individuo, il primo semestre 2006 mostra una diminuzione delle vacanze all'estero (1,4 le brevi 1,2 le lunghe) ed una stabilità del numero medio di vacanze in Italia, pari a 3 vacanze brevi e 1,5 lunghe per individuo. All'estero infatti all'aumento dei vacanzieri non corrisponde un pari aumento delle vacanze, dimostrando che l'appeal delle mete estere italiane è aumentato in assoluto conquistando un numero maggiore di turisti, mentre in Italia il rapporto appare invariato.

N. medio di periodi di vacanza effettuata per individuo		
	I sem	I sem
	2005	2006
Vacanze brevi all'Estero	1,6	1,4
Vacanze lunghe all'Estero	1,4	1,2
Vacanze brevi in Italia	3,0	3,0
Vacanze lunghe in Italia	1,5	1,5

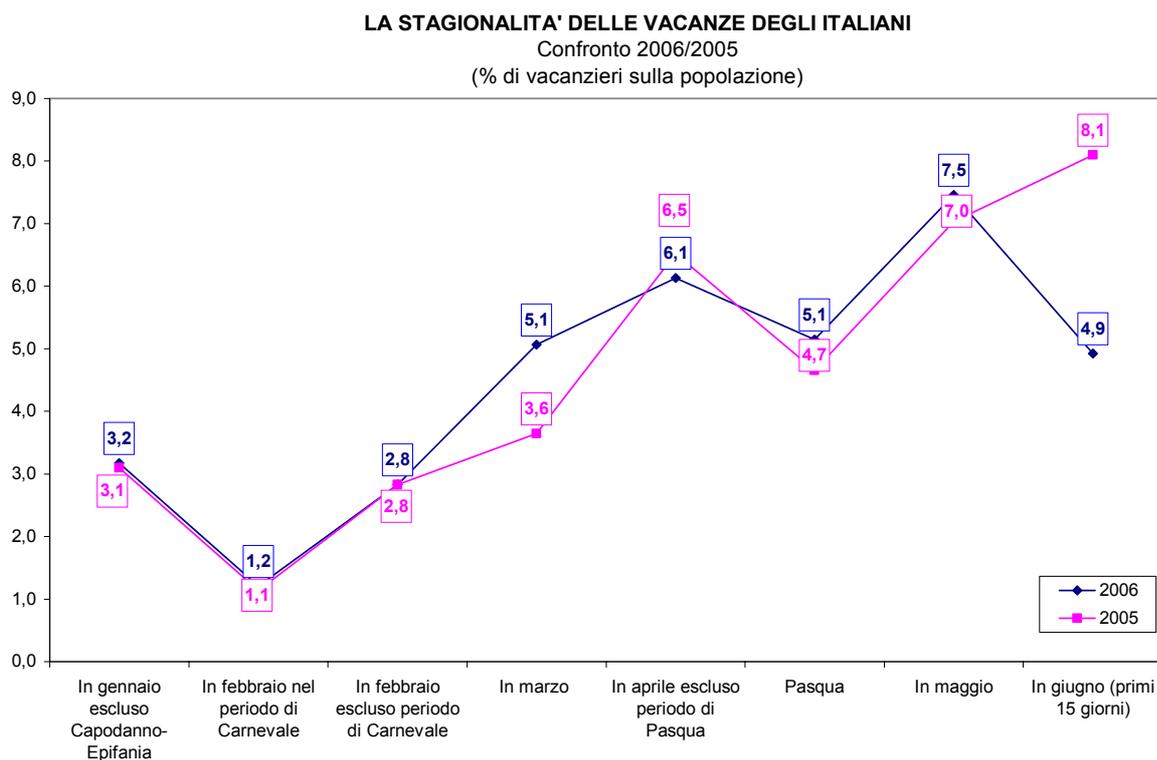
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

2. La vacanza principale: modalità e destinazioni

Nei primi mesi dell'anno la vacanza principale degli italiani (17,8 milioni nel complesso) ha avuto picchi più evidenti nei mesi di aprile e di maggio, favoriti dalla presenza di ponti festivi.

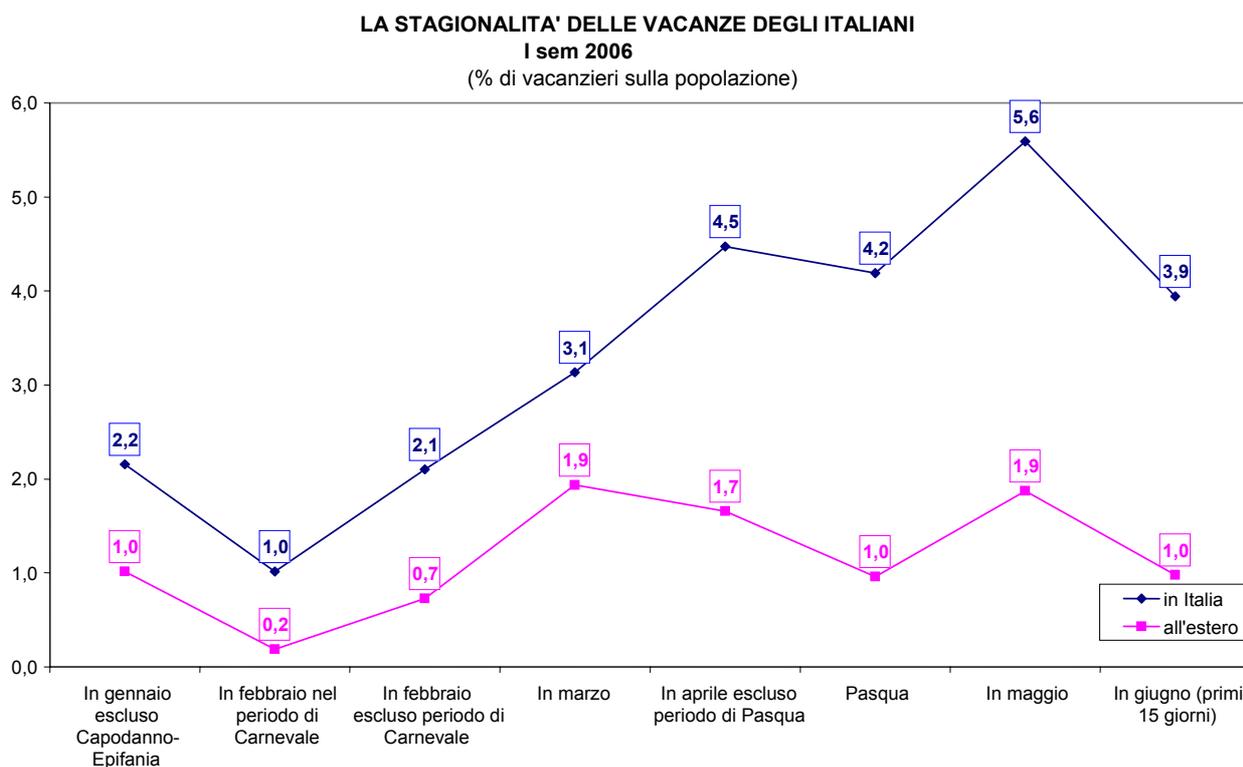
L'andamento dell'anno indica una tendenza crescente fino al mese di aprile quando il 6,1% della popolazione italiana è stato in vacanza a cui si aggiunge il 5,1% che vi si è recato per la Pasqua.

Mentre a maggio risulta crescente la quota di popolazione che ha effettuato la vacanza principale (7,5% contro il 7% del 2005), la prima metà di giugno evidenzia un calo di vacanzieri: 4,9% della popolazione quest'anno contro l'8,1% dello scorso anno. In questo fenomeno, però, sociologicamente pesano sia le festività dei ponti di aprile/maggio che hanno soddisfatto la voglia di vacanza degli italiani ma anche il fattore mondiali di calcio che sembra aver rallentato le partenze estive della maggioranza degli italiani.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

La stagionalità delle destinazioni della vacanza principale segue un andamento parallelo nei primi mesi del 2006 tra le mete italiane e quelle estere, con l'eccezione del mese di aprile (Pasqua esclusa) che se per le mete italiane continua in maniera crescente con il 4,5% della popolazione italiana che fa vacanza, all'estero è discendente fino all'1,7%.

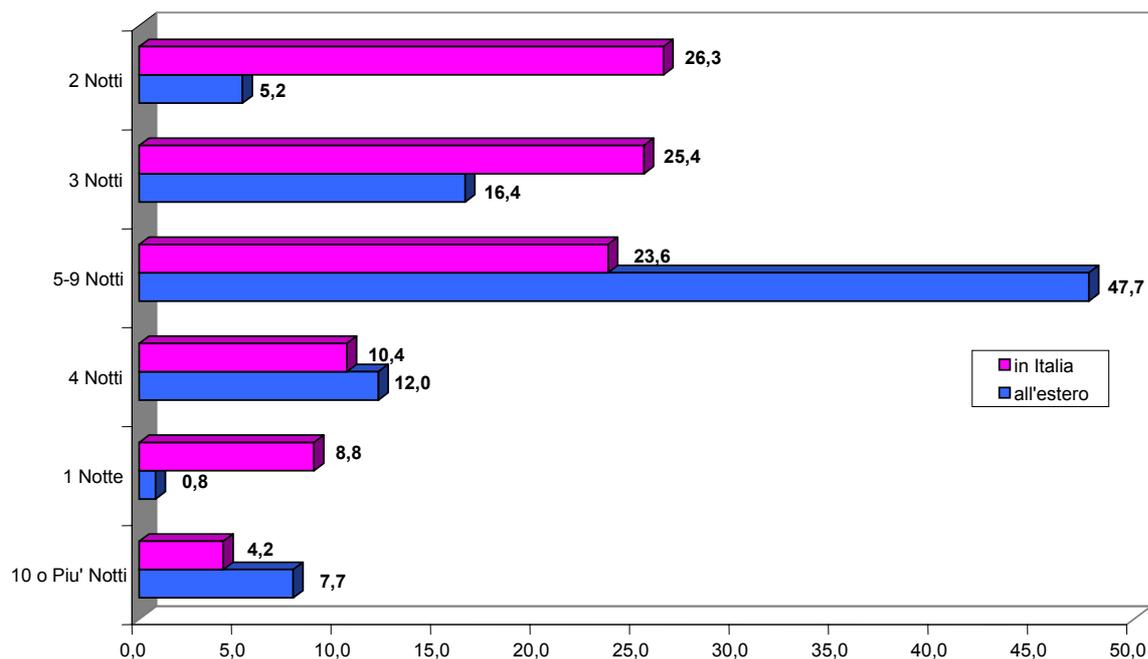


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Alcune interessanti differenze si rilevano per quanto riguarda la durata dei soggiorni: in Italia oltre la metà delle vacanze principali si svolgono tra le 2 (26,3%) e le 3 notti (25,4%), all'estero il 47,7% dura da 5 a 9 notti. Come per il complesso degli atti di vacanza, dunque, anche per la vacanza principale quest'anno all'estero gli italiani hanno scelto maggiormente le vacanze lunghe.

LA DURATA DELLA VACANZA PRINCIPALE

I sem 2006
(% sul totale vacanzieri)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

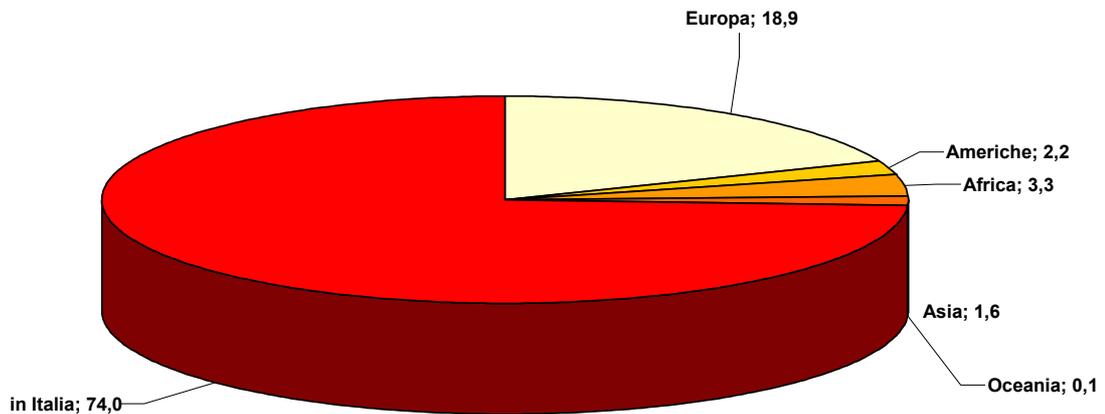
La vacanza à l'étranger, nelle decisioni della vacanza principale, pesa quest'anno per una quota superiore al 2005, passando dal 24,3% al 26% dei soggiorni.

	I sem 2005	I sem 2006
Totale vacanzieri	18.335.000	17.803.000
Italia (%)	75,7	74,0
Esteri (%)	24,3	26,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

All'estero, la vacanza principale si è svolta in Europa, che recupera quota raggiungendo il 18,9% del totale vacanze (17,4% lo scorso anno). In crescita le mete africane (3,3% contro il 3,1%) ma raddoppiano addirittura la quota le destinazioni asiatiche (1,6%) che lo scorso anno riscuotevano solo lo 0,8% delle preferenze.

Le destinazioni delle vacanze degli italiani
(I sem 2006 - % sul totale vacanze)

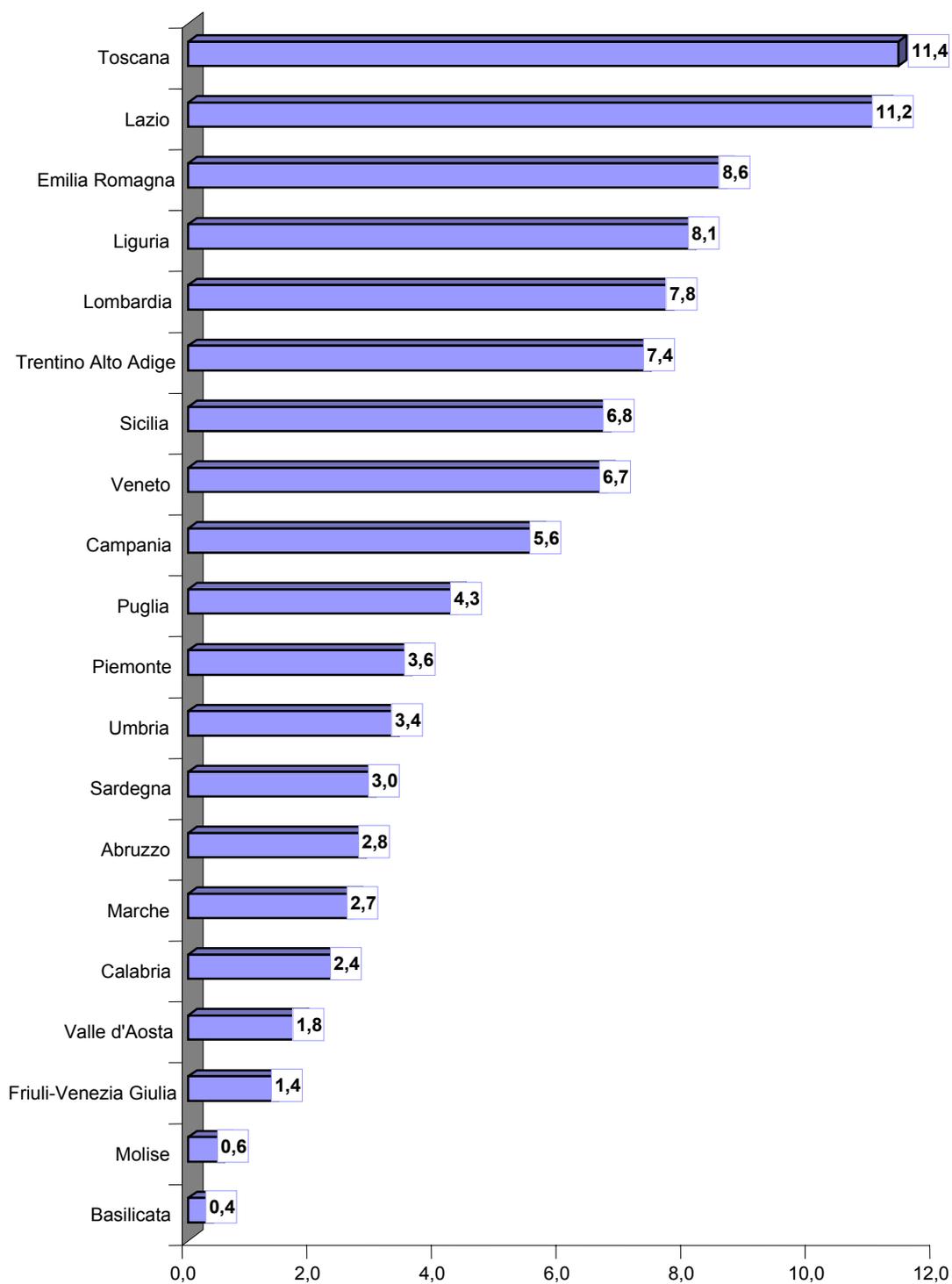


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

In Italia le regioni di destinazione della vacanza principale sono in primis la Toscana (11,4% dei soggiorni) ed il Lazio (11,2%): la prima resta in testa nonostante un calo di quota dal 14,1% rispetto allo stesso periodo del 2005, la seconda in crescita netta dal 9,6% del 2005.

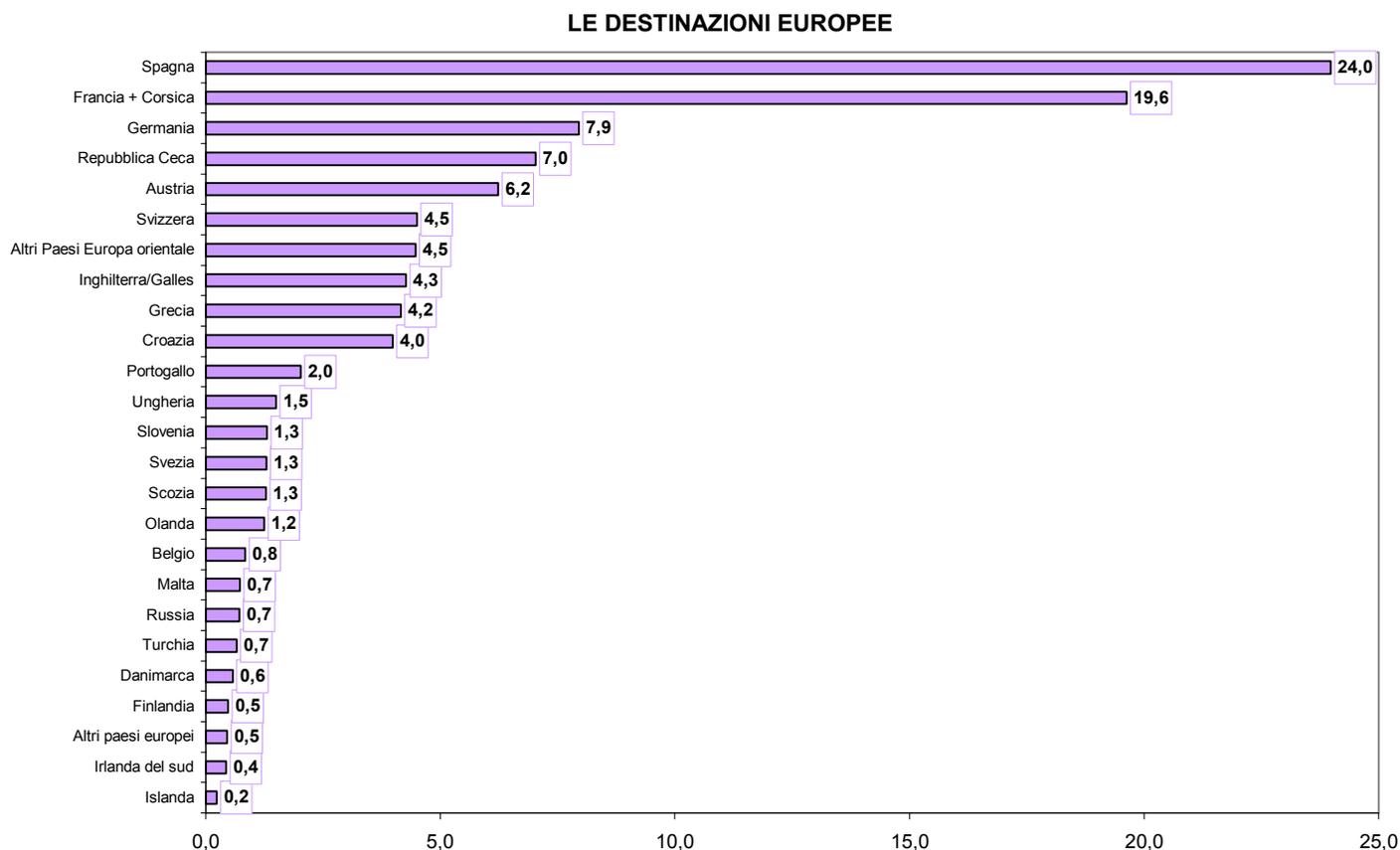
Seguono l'Emilia Romagna (8,6% contro il 10,2% dello scorso anno) e la Liguria (8,1% contro il 7,5%). Successo per le destinazioni montane della Lombardia che guadagnano posizioni dal 9° posto dello scorso anno raggiungendo il 7,8% dei soggiorni del periodo. Stabile la quota di vacanze principali in Trentino Alto Adige (7,4%).

La destinazione della vacanza principale – I sem 2006 (% sul totale vacanze in Italia)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Nel semestre 3,4 milioni di italiani sono stati in vacanza in Europa. Come nel 2005, gli italiani hanno preferito le destinazioni della Spagna (24%) e della Francia (19,6%) ma sono le mete della Germania (effetto mondiali?) che guadagnano la terza posizione (7,9%) superando le più tradizionali mete inglesi che crollano dall'11,3% del 2005 al 4,3% delle vacanze del 2006. Cresce invece la quota di vacanze nella Repubblica Ceca e in Austria, mentre rispetto allo scorso anno si dimezzano le mete olandesi.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

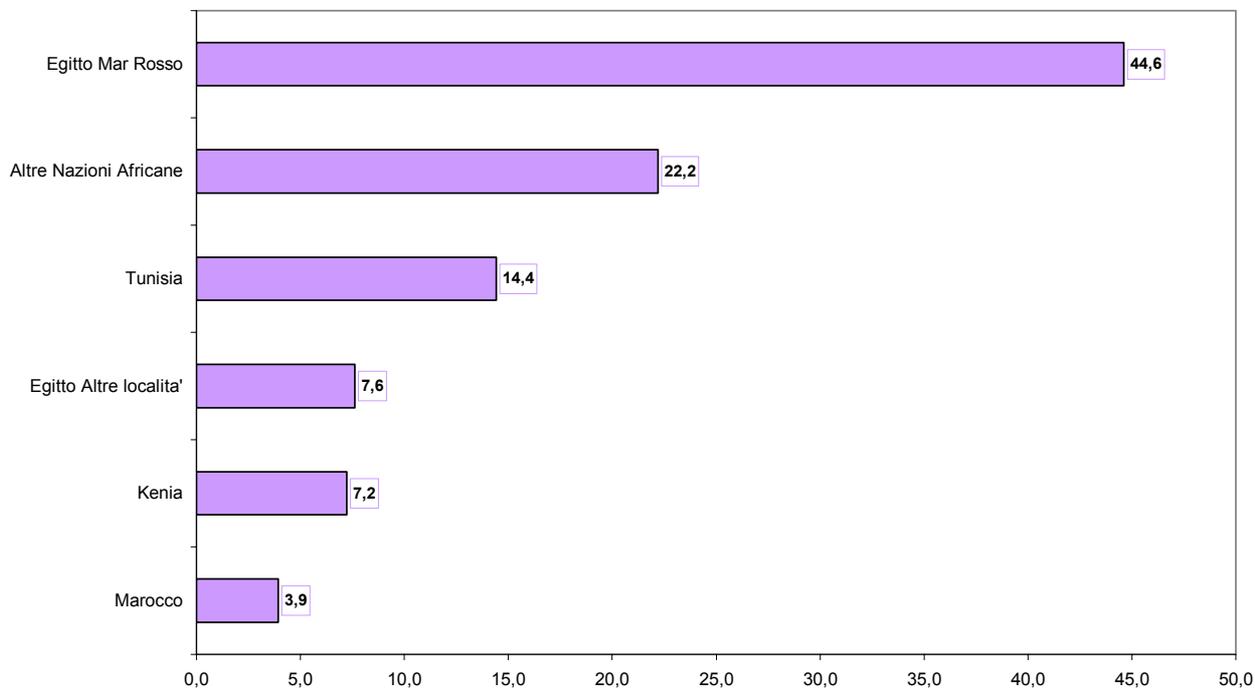
Nonostante le incertezze politiche, il Mar Rosso egiziano acquista ancora quota tra le vacanze africane (+10%), mentre diminuisce la quota di vacanze in Tunisia (14,4% contro il 20,1% dello scorso anno) a favore delle mete keniate (7,2%). Sono 583 mila i vacanzieri italiani che hanno scelto le mete africane.

In America (386 mila vacanzieri) ritorna prepotentemente la vacanza esotica nell'isola di Cuba che supera il caliente Mexico:

- a Cuba il 26,1% delle mete americane cinque volte più del 5,9% del 2005
- in Messico crolla all'8,7% la quota che lo scorso anno era del 27,5%.

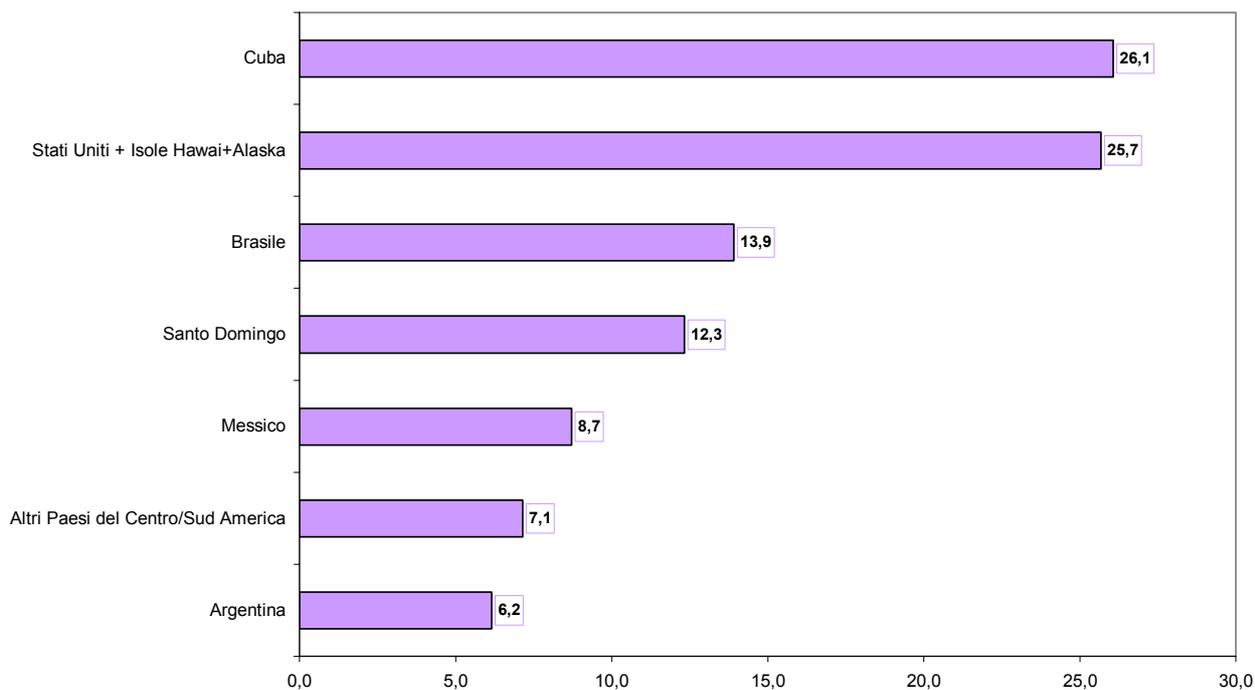
In tendenza comunque positiva gli States (25,7% delle vacanze) mentre perde un po' di appeal la vacanza in Brasile a favore di Santo Domingo.

LE DESTINAZIONI AFRICANE



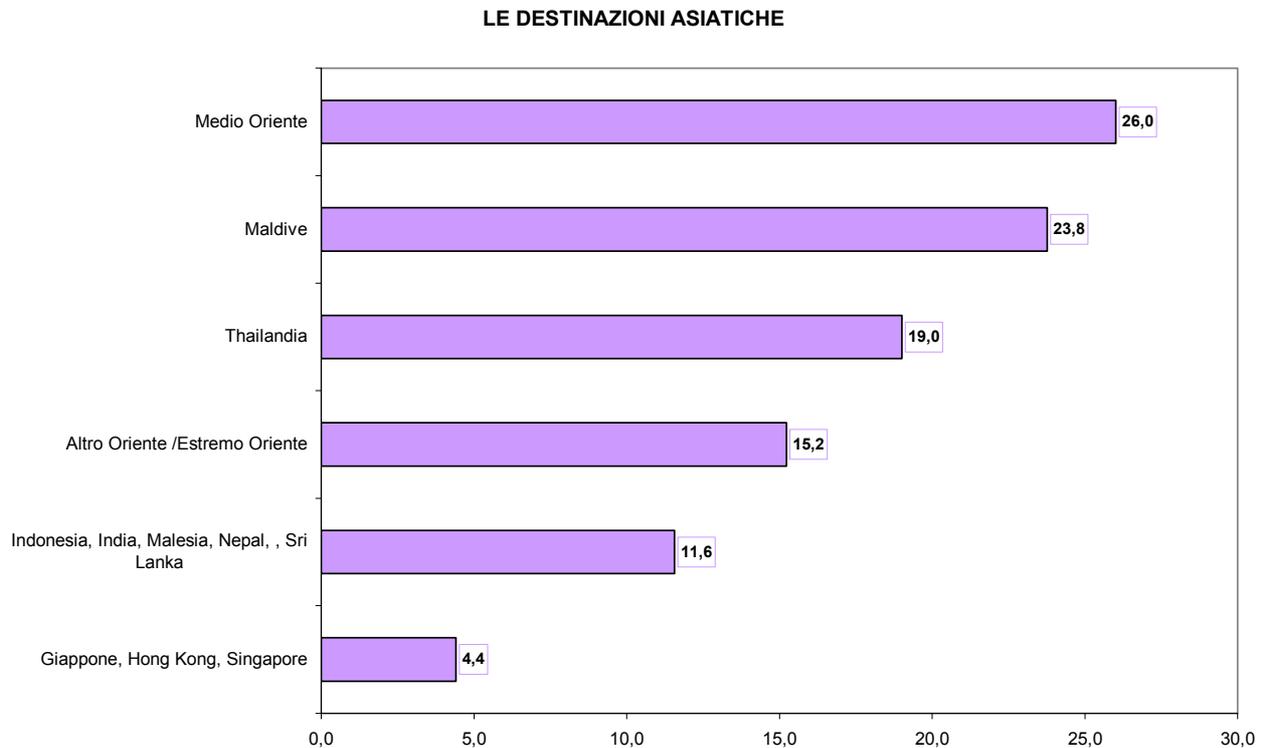
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

LE DESTINAZIONI AMERICANE



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

In Asia, che con 285 mila vacanzieri guadagna quote, gli italiani diversificano le destinazioni verso il Giappone/Hong Kong/Singapore (4,4%), e due anni dopo il disastro dello Tsunami tornano alle Maldive (23,8%).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Le destinazioni oceaniche perdono quota rispetto allo scorso anno e vedono circa 9 mila 400 vacanze in Polinesia.

Dove sono stati dunque in vacanza gli Italiani? Nel rating delle Top 20 destination le prime otto posizioni sono tutte italiane, con in testa Toscana, Lazio ed Emilia Romagna.

Poi, come lo scorso anno, al 9° ed all'11° posto le straniere Spagna e Francia e solo in 19a e 20a posizione la Germania ed il Mar Rosso.

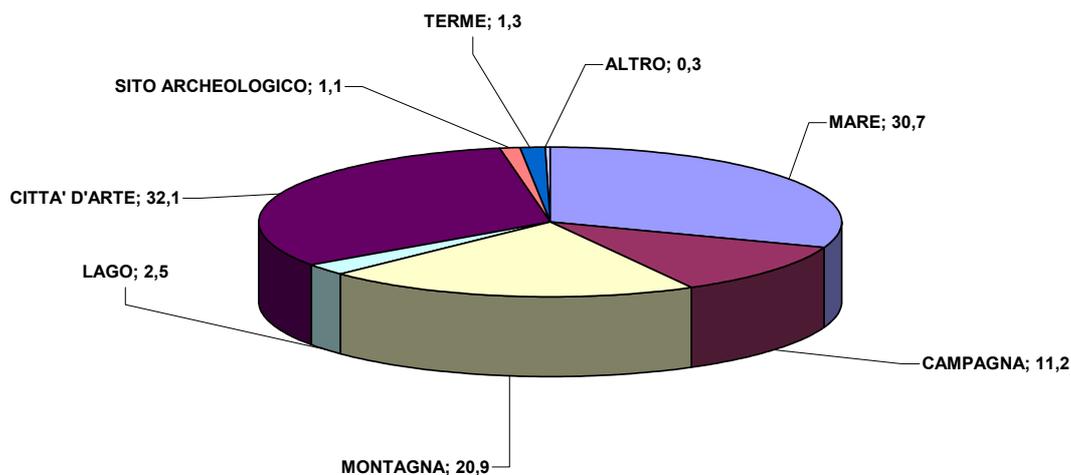
TOP 20	Destinazioni nazionali e internazionali dei vacanzieri italiani	% sul totale vacanze I sem 2006
1	Toscana	8,4
2	Lazio	8,2
3	Emilia Romagna	6,4
4	Liguria	6,0
5	Lombardia	5,7
6	Trentino Alto Adige	5,5
7	Sicilia	5,0
8	Veneto	4,9
9	Spagna	4,5
10	Campania	4,1
11	Francia + Corsica	3,7
12	Puglia	3,2
13	Piemonte	2,6
14	Umbria	2,5
15	Sardegna	2,2
16	Abruzzo	2,1
17	Marche	2,0
18	Calabria	1,8
19	Germania	1,5
20	Egitto Mar Rosso	1,5

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

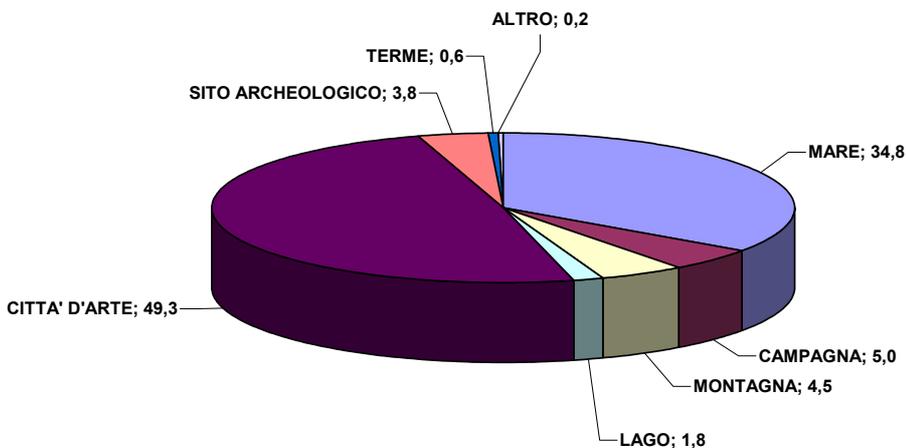
3. Le tipologie dei prodotti turistici nel 2006

Come nel 2005 anche quest'anno le vacanze degli italiani hanno privilegiato le destinazioni del turismo culturale, sia in Italia che all'estero.

I PRODOTTI TURISTICI DELLE VACANZE IN ITALIA ...
(% sul totale vacanze in Italia)



... E I PRODOTTI TURISTICI DELLE VACANZE ALL'ESTERO
(% sul totale vacanze all'estero)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Rispetto allo scorso anno, però, le **città d'arte** italiane resistono meglio di quelle straniere alla competizione di prodotto mantenendo una quota del 32,1% (32,3% nel 2005), mentre all'estero la quota cala dal 56,5% al 49,3%.

Il **turismo balneare**, che in Italia passa dal 33,2% del 2005 al 30,7% delle vacanze 2006, all'estero costituisce la scelta del 34,8% dei vacanzieri con una crescita del +5,6% dal 29,2% dello scorso anno.

La competitività dell'offerta turistica del mare estero ha quest'anno la meglio anche sull'unicità delle risorse artistiche e culturali sia in Italia che oltralpe, specialmente in virtù delle proposte commerciali e promozionali.

In Italia, come all'estero, il **prodotto montano** con la sua offerta sportiva sempre più sofisticata raccoglie quote crescenti di vacanza (20,9% in Italia; 4,5% all'estero). Lo stesso vale, anche se con quote più limitate, per il **turismo lacuale** e per quello **termale**.

Interessante tra le nicchie di prodotto, anche il turismo **archeologico** che quest'anno raggiunge l'1,1% dei soggiorni in Italia ed il 3,8% di quelli all'estero.

In leggera contrazione in Italia, rispetto al 2005 la vacanza in **campagna** che all'estero però rappresenta il 5% delle scelte degli italiani.

Nell'immaginario turistico degli italiani alcuni territori italiani sono fortemente legati ad un'immagine di prodotto prevalente. Così, la vacanza principale caratterizza per prodotto alcuni dei territori regionali:

- i turisti che hanno visitato la Valle d'Aosta ed il Trentino Alto Adige hanno svolto un turismo montano; in minor misura anche l'Abruzzo ed il Molise;
- quelli che si sono recati in Liguria ed in Sardegna hanno fatto la vacanza balneare; in misura minore anche in Emilia Romagna, Calabria e Sicilia;
- nelle altre regioni i vacanzieri italiani hanno provato diversi prodotti turistici, con prevalenza di vacanza culturale in Umbria e nel Lazio.

I PRODOTTI VINCENTI NELLE REGIONI ITALIANE...

% sul totale dei vacanzieri per regione - I sem 2006

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Citta' d'arte	Sito archeologico	Localita' termale	Altro
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								
Totale Italia								



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

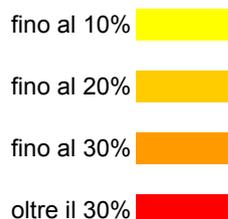
Ribaltando la logica in un orientamento ai prodotti, in questo semestre per gli italiani

- le vacanze in montagna sono quelle in Trentino Alto Adige
- i soggiorni ai laghi si svolgono in Lombardia e nel Veneto
- il turismo archeologico, in questo periodo, vede preferire le destinazioni dell'Umbria (romane, etrusche, preistoriche), anche per la loro connotazione specifica che le distingue nettamente dagli altri prodotti. Segue ovviamente la Campania dove però la percezione di vacanza sbiadisce i confini di prodotto con quello culturale in senso più ampio a cui si aggiunge anche la connotazione di destinazione balneare.

... E LE REGIONI VINCENTI DEI PRODOTTI TURISTICI ITALIANI

% sul totale dei vacanzieri per prodotto - I sem 2006

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Città d'arte	Sito archeologico	Località termale	Altro
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, luglio 2006

All'estero la maggior parte dei prodotti turistici delle vacanze si concentra in Europa, ad eccezione

- del turismo balneare che, in questo periodo, vede una quota del 30% di soggiorni in Africa (Mar Rosso), il 16,3% in America (specie Centro e Sud), l'11,7% in Asia (soprattutto Maldive);
- del turismo archeologico con il 32,8% di vacanze africane (Egitto) ed il 19,2% asiatiche (Thailandia, estremo Oriente, Giappone).

Relativamente alle destinazioni,

- l'Europa vede una concentrazione di vacanze di tipo culturale
- le Americhe mostrano una quota prevalente di vacanze balneari (68%) ma risulta interessante anche quella delle vacanze nelle città d'arte (23,8%)
- nel resto del mondo la quota di vacanze balneari supera l'80%.

I prodotti turistici e le destinazioni estere – I sem 2006

	MARE	CAMPAGNA	MONTAGNA	LAGO	CITTA' D'ARTE	SITO ARCHEOLOGICO	TERME	ALTRO	TOTALE
EUROPA	41,3	88,5	90,8	100,0	92,3	48,0	100,0	0,0	72,7
AMERICHE	16,3	8,5	5,8	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	8,4
AFRICA	30,0	0,0	3,4	0,0	1,2	32,8	0,0	100,0	12,6
ASIA	11,7	3,0	0,0	0,0	2,4	19,2	0,0	0,0	6,2
OCEANIA	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Totale									
Estero	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Le destinazioni estere e i prodotti turistici – I sem 2006

	MARE	CAMPAGNA	MONTAGNA	LAGO	CITTA' D'ARTE	SITO ARCHEOLOGICO	TERME	ALTRO	TOTALE
EUROPA	19,8	6,2	5,6	2,4	62,6	2,5	0,9	0,0	100,0
AMERICHE	68,0	5,2	3,1	0,0	23,8	0,0	0,0	0,0	100,0
AFRICA	82,9	0,0	1,2	0,0	4,8	9,9	0,0	1,2	100,0
ASIA	66,3	2,5	0,0	0,0	19,3	11,9	0,0	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	34,8	5,1	4,5	1,8	49,3	3,8	0,6	0,2	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

4. I comportamenti della vacanza

Il 44,6% delle vacanze principali del periodo (42,6% lo scorso anno) sono trascorse soggiornando in hotel, specialmente a 3 e 4 stelle. Nelle scelte di vacanza, seguono i soggiorni in strutture non commerciali, come l'ospitalità presso amici e parenti (22,9%) e la casa di proprietà o multiproprietà (11,2%), poi l'appartamento in affitto (4,7%). I villaggi turistici raccolgono il 4,4% delle vacanze mentre tra le strutture extralberghiere prevale il campeggio (3,9%) e l'agriturismo (3,4%).

Le tipologie di alloggio delle vacanze italiane	
<i>(I sem 2006 - più risposte possibili)</i>	
	% SUL TOTALE VACANZE
Totale Hotel	44,6
<i>Hotel 1 stella</i>	1,2
<i>Hotel 2 stelle</i>	5,5
<i>Hotel 3 stelle</i>	54,6
<i>Hotel 4 stelle</i>	32,7
<i>Hotel 5 stelle</i>	6,0
Totale Campeggio	3,9
<i>Roulotte/Camper</i>	49,2
<i>Tenda</i>	23,2
<i>Boungalow/Appartamenti/Maxicaravan</i>	27,6
Appartamento residence in affitto	4,7
Seconda casa-Casa di Proprietà/multiproprietà	11,2
Ospite in casa di amici/parenti/altri familiari che non vivono in famiglia	22,9
Bed&Breakfast presso abitazioni private/Camera in affitto/Guest	
House/Locanda/Zimmer	3,1
Villaggio turistico	4,4
Agriturismo	3,4
Nave da crociera marittima/fluviale	0,6
Conventi/Monasteri/Casa parrocchiale/Istituto religioso	0,9
Ostello	0,8
College/famiglia	0,1
Rifugio/Baita	0,3
Altro	0,3

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

La vacanza è di coppia nel 35,5% dei casi, ma anche in famiglia purché senza bambini (28,6%). La tendenza è ancor più evidente se il soggiorno è all'estero (rispettivamente 38,7% e 33,2%),

La compagnia ...della vacanza			
% SUL TOTALE VACANZE	Italia	Estero	Totale
Da solo	10,3	10,8	10,4
In coppia senza bambini (coniugi, fidanzati, amici, ecc..)	34,4	38,7	35,5
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) con bambini fino a 6 anni	12,6	8,4	11,5
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) con bambini-ragazzi da 7-14 anni	15,7	8,9	13,9
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) senza bambini-ragazzi fino a 14 anni	27,0	33,2	28,6
	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Rispetto allo scorso anno aumentano le vacanze con prenotazione, infatti la quota di vacanza senza prenotazione scende al 33,6% contro il 37,2%: si prenota infatti direttamente la struttura ricettiva (23,8%) o il tutto via Internet (12,5%).

La prenotazione diretta sul Web cresce ancora, quindi, con un incremento del +1,3% dallo scorso anno.

In agenzia si è scelto sui cataloghi dei T.O. nel 10,7% o prenotandovi i singoli servizi (9,5%), per una quota crescente di vacanze organizzate pari al 20,2% (19,8% lo scorso anno).

Tra i canali organizzativi paralleli,

- la scuola ha veicolato il 3,5% delle vacanze
- i proprietari privati che affittano appartamenti hanno accolto l'1% dei soggiorni
- le associazioni culturali hanno mosso lo 0,8%, quelle sportive lo 0,7% dei soggiorni.

I tempi di prenotazione della vacanza vedono due modalità

- le vacanze lunghe all'estero si acquistano prevalentemente prenotando (in agenzia e su Internet) circa un mese prima (29,9%);
- le altre (direttamente e su Internet) sempre più nell'ultima settimana (26,1% contro il 24,6% del 2005).

Le modalità di organizzazione della vacanza

% sul totale vacanze

No, nessuna prenotazione	33,6
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello)	23,8
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia, ..)	7,1
Direttamente tramite Internet	12,5
L'agenzia di viaggi, scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	10,7
L'agenzia viaggi che però non ha utilizzato proposte da catalogo (prenotaz, singoli servizi)	9,5
La parrocchia	0,5
L'organizzazione religiosa	0,3
La scuola	3,5
Il CRAL aziendale	0,5
Circoli/associazioni culturali	0,8
Circoli sportivi/associazioni sportive	0,7
Agenzia immobiliare	0,0
Tramite il Comune	0,3
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	1,0
Altro	0,3

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Tempi di prenotazione della vacanza

% sul totale vacanze prenotate

Nell'ultima settimana	26,1
8/15 giorni prima	23,2
circa un mese prima	29,9
circa 2 mesi prima	12,3
circa 3 mesi prima	4,5
circa 4 mesi prima o più	4,0

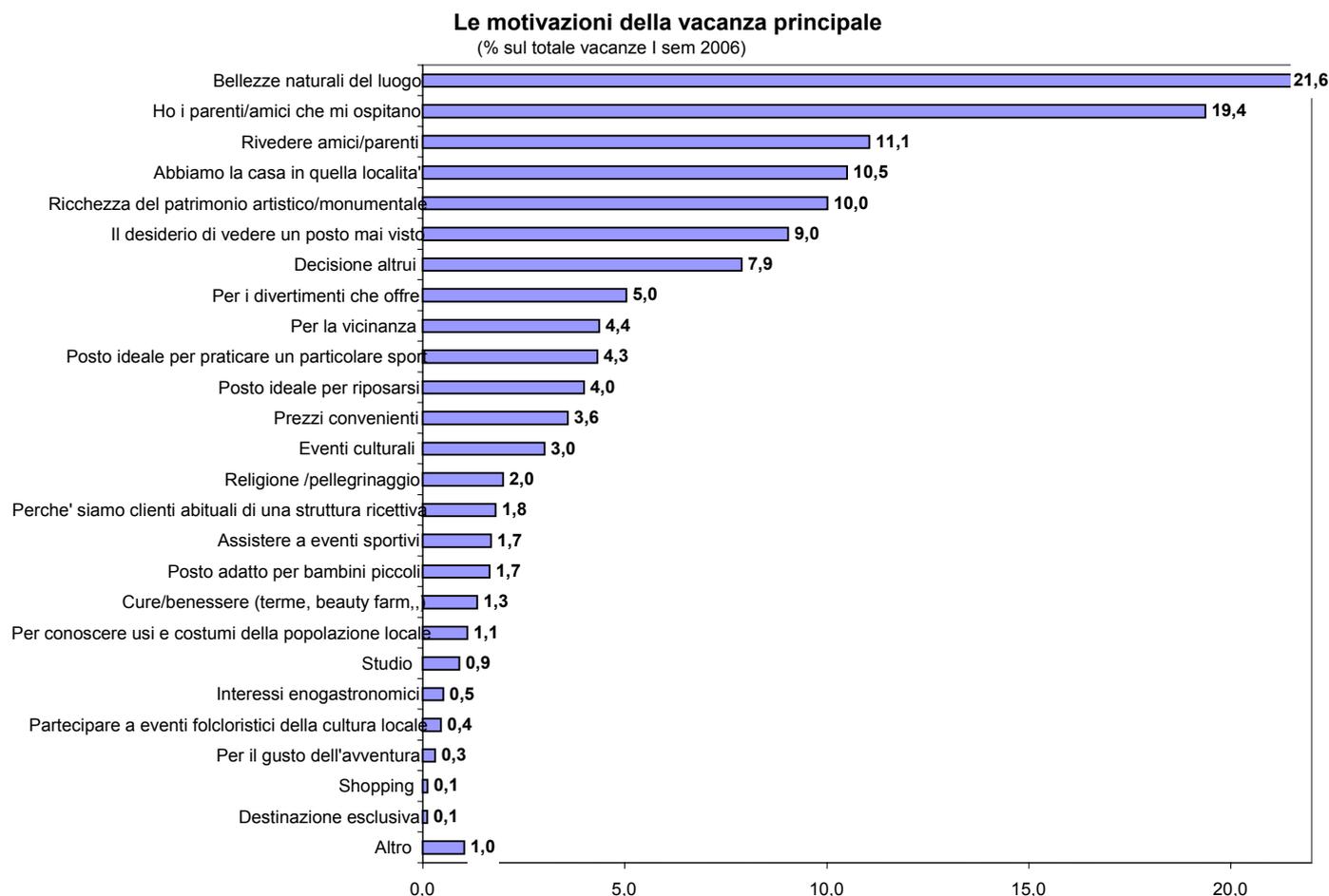
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

5. Le motivazioni della vacanza e i canali di influenza

Le ragioni di scelta della destinazione di vacanza nel primo semestre si basano sulle bellezze naturalistiche dei luoghi (21,6%) e su fattori di convenienza/praticità come l'ospitalità di amici e parenti (19,4%) e la voglia di rivederli (11,1%), o il possesso della casa (10,5%).

Coerentemente con l'andamento dei prodotti turistici, diminuisce lievemente la motivazione legata alla presenza di patrimonio artistico (10% contro il 10,5% del 2005).

Tra le motivazioni più di nicchia, interessante la crescita rispetto al 2005 della quota di vacanze legata agli eventi culturali (3%) e sportivi (1,7%). In aumento anche le vacanze benessere (1,3% contro lo 0,9% dello scorso anno).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Le vacanze scelte per praticare lo sport risultano in lieve contrazione (dal 5,1% al 4,3%). Tra le motivazioni sportive, sembra essere lo sci quella che diminuisce maggiormente (69% contro il 71,5% dello scorso anno) pur prevalendo sulle altre attività.

Il turismo del golf mantiene invece un trend positivo e passa dallo 0,8% all'1,4% di quest'anno.

Cresce, con le destinazioni balneari straniere, anche la motivazione dovuta alla possibilità di fare immersioni (6,5% contro il 3% dello scorso anno).

Sport praticati nelle vacanze italiane	
I sem 2006	
<i>% sul totale dei vacanzieri che hanno indicato come motivazione lo sport</i>	
sci	69,0
sub,immersioni,snorkeling	6,5
mountain bike,ciclismo	5,7
trekking	3,6
golf	1,4
caccia,pesca	1,4
surf,wind surf	1,2
equitazione	1,2
altri sport	12,5

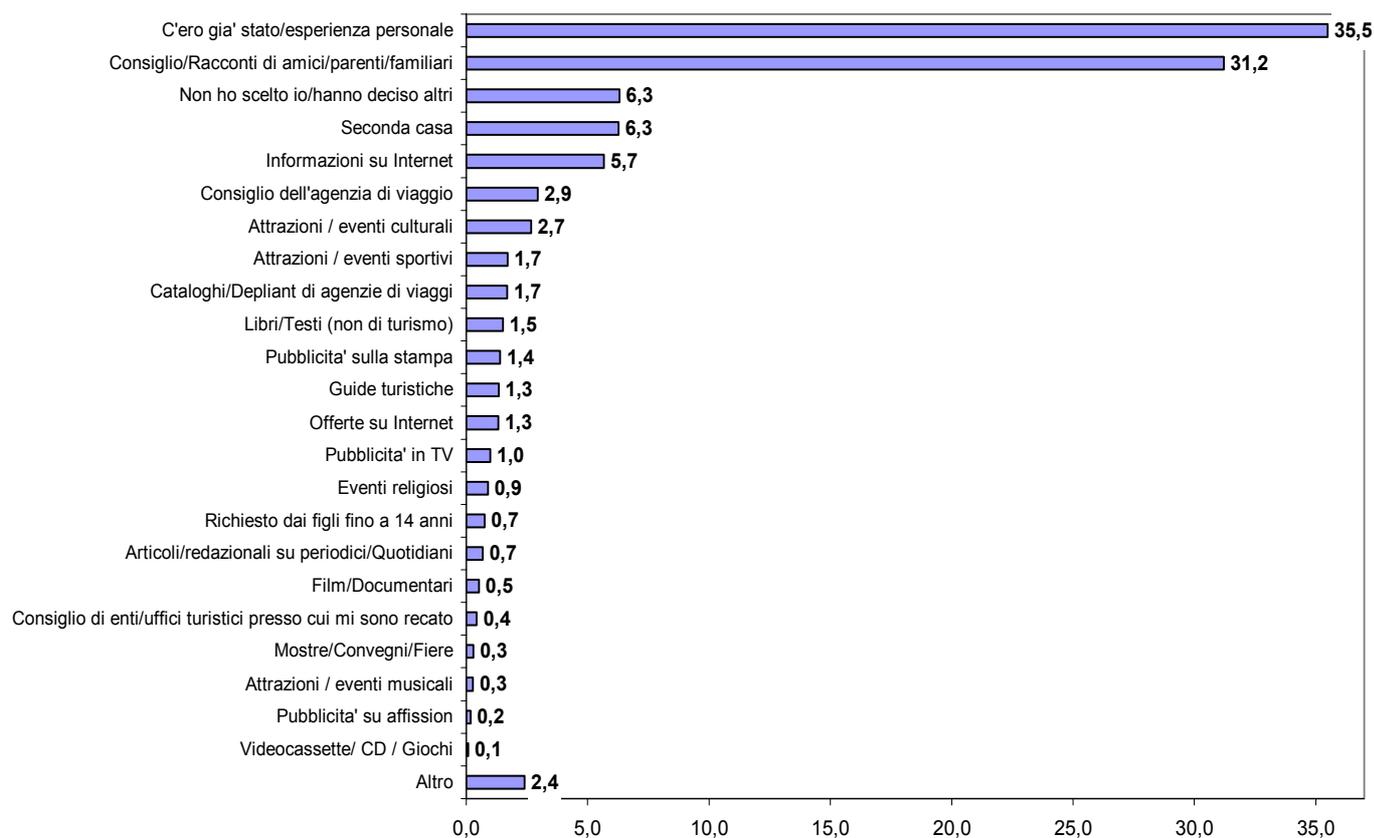
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

I canali di influenza sulla scelta della località indicano una quota di repeaters pari al 35,5% (31,3% lo scorso anno). Se l'esperienza personale balza in testa ai canali di influenza, l'ascendente del passaparola crolla dal 44,8% delle scelte al 31,2%, con una perdita di *fiducia* del -13,6%.

Se a ciò si aggiunge una quota crescente di vacanze motivate dal possesso della seconda casa, in questa stagione gli italiani hanno guardato veramente poco oltre il loro naso.

Solo Internet, con il 5,7% delle vacanze influenzate per le informazioni fornite e l'1,3% per le proposte offerte, o la presenza di avvenimenti ed eventi culturali (2,7%) e sportivi (1,7%) hanno saputo smuovere maggiormente rispetto allo scorso anno le intenzioni di vacanza direzionandole verso mete alternative.

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



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Una valutazione interessante riguarda le attività svolte durante la vacanza.

All'estero, dove è diminuita la vacanza culturale, gli italiani hanno ricercato la visita a monumenti, siti archeologici e musei ancor più che in Italia.

In Italia (15,6%), invece, più che all'estero (11,4%), gli italiani hanno praticato attività sportiva, magari proprio perché hanno degustato maggiormente i prodotti enogastronomici locali (6,6% in Italia, 6,2% all'estero).

Attività svolte durante la vacanza principale I sem 2006

<i>%sul totale vacanzieri</i>	italia	estero	totale
Ho visitato le bellezze naturalistiche del luogo	43,9	48,1	45,0
Ho visitato i monumenti e siti di interesse archeologico	27,1	51,3	33,4
Ho visitato mostre e musei	14,0	36,6	19,9
Ho praticato attività sportiva	15,6	11,4	14,5
<i>di cui in % sul totale motivazione per destinazione:</i>			
<i>Sci</i>	63,3	14,8	53,4
<i>Sub/Immersioni/Snorkeling</i>	2,1	25,5	6,9
<i>Mountain bike , ciclismo</i>	6,7	4,8	6,3
<i>Trekking</i>	5,9	7,6	6,3
<i>Golf</i>	0,0	3,6	0,7
<i>caccia/pesca</i>	1,9	4,6	2,5
<i>Surf/Wind surf</i>	0,4	1,9	0,7
<i>Cavallo</i>	0,4	1,7	0,7
<i>Vela</i>	0,9	0,0	0,7
<i>Tennis</i>	1,9	10,5	3,6
<i>Altri sport</i>	18,7	25,9	20,2
Ho fatto shopping	9,3	10,5	9,6
Ho degustato i prodotti enogastronomici locali	6,6	6,2	6,5
Ho assistito a spettacoli musicali	2,1	3,4	2,4
Ho partecipato a eventi folcloristici e della cultura locale	2,1	3,2	2,4
Ho assistito a spettacoli sportivi	1,9	1,5	1,8
Ho acquistato prodotti tipici dell'artigianato locale	1,4	2,2	1,6
Ho assistito a spettacoli teatrali e cinematografici	1,2	1,6	1,3
Ho visitato fiere e manifestazioni espositive	1,0	0,3	0,9

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

6. La spesa per la vacanza

Nonostante i primi mesi del 2006 abbiano visto una contrazione del numero di vacanzieri e di vacanze, le conseguenze sulla spesa turistica non sono altrettanto incidenti.

Infatti, rispetto al 2005 la spesa per la vacanza principale è stabile con una crescita del +0,2% mentre la contrazione di spesa per le altre vacanze è del -3,9%. Nel complesso, dunque, gli italiani hanno speso nel primo semestre 13,3 miliardi di euro contro i 13,5 dello scorso anno (-1,5%).

	Spesa per la vacanza principale	Spesa per le altre vacanze	Spesa TOTALE vacanze
2005 – I sem	8.173.777.000	5.335.408.000	13.509.185.000
2006 – I sem	8.187.663.000	5.124.861.001	13.312.524.001
Var. % 2005/2006	0,2	-3,9	-1,5

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Complessivamente gli italiani hanno speso per la vacanza principale oltre 8 miliardi di euro. Circa 4 sono rimasti in Italia, con una differenza rispetto al 2005 del -3,8%. All'estero, invece, hanno speso oltre 4,1 miliardi di euro cioè +4,3% rispetto allo scorso anno.

La quote relative della spesa per la vacanza principale, infatti, vedono i consumi all'estero superare quelli in Italia.

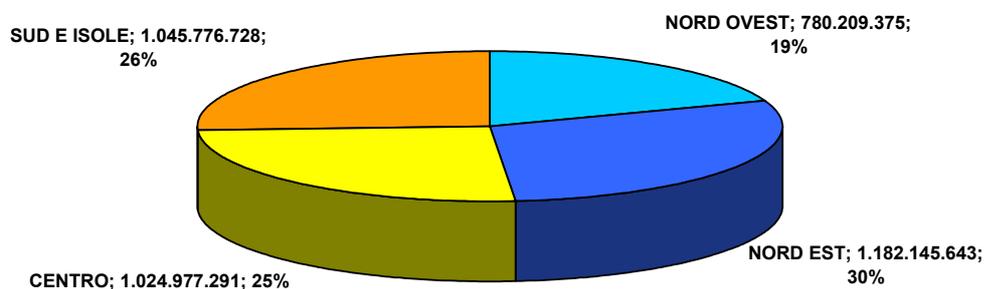
	Spesa per la vacanza principale	% spesa I sem 2006	% spesa I sem 2005
In Italia	4.033.109.000	49,3	51,3
All'Estero	4.154.554.000	50,7	48,7
totale	8.187.663.000	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Dei 4 miliardi di euro spesi per la vacanza principale in Italia, le destinazioni del nord est ne hanno raccolto il 30%, quasi 1,2 miliardi. Seguono i consumi nel sud e nelle isole (26%), al centro (25%) e

in ultimo nel nord ovest (19%). Rispetto al 2005 il nord est ha acquistato quota dei consumi a discapito delle mete del centro Italia.

**LA SPESA TURISTICA PER AREA GEOGRAFICA DI DESTINAZIONE
DELLA VACANZE PRINCIPALE IN ITALIA**
(I sem 2006)

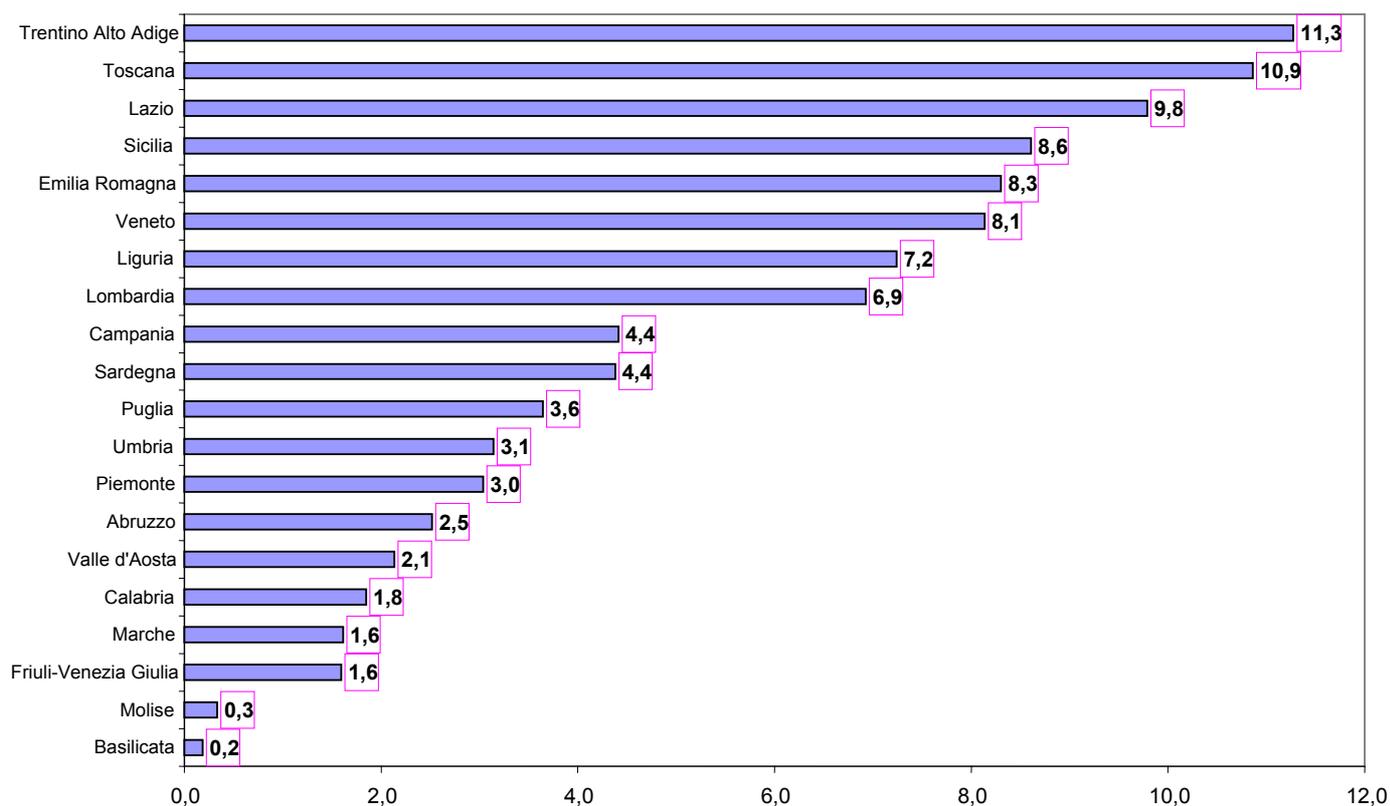


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Infatti, la graduatoria delle regioni vincenti in termini di spesa consumata sui loro territori vede il Trentino Alto Adige che, seppur al 6° posto per numero di vacanzieri, con l'11,3% della spesa in Italia prevale sulla Toscana (10,9%) e sul Lazio (9,8%).

Segue la Sicilia (8,6%), l'Emilia Romagna (8,3%) ed il Veneto (8,1%).

LA SPESA TURISTICA PER REGIONE DI DESTINAZIONE DELLA VACANZA PRINCIPALE
(I sem 2006 - % sul totale Italia)



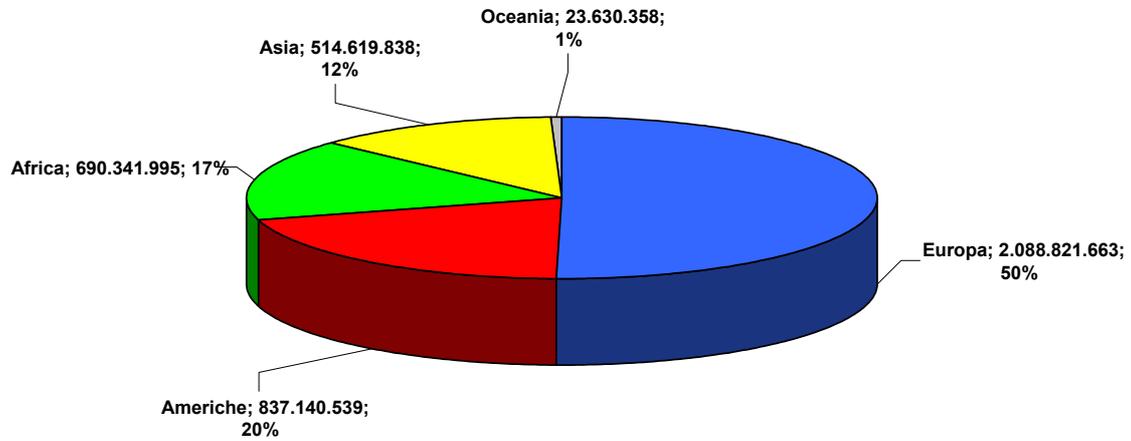
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Della spesa consumata all'estero, il 50% è stato speso in Europa (49% lo scorso anno), mentre l'America che nel 2005 raccoglieva il 26% della spesa all'estero ne coglie quest'anno solo il 20%. La quota di consumi spesi in Africa è stabile ma è verso l'Asia che sono raddoppiati i consumi turistici degli italiani.

Nel complesso dei consumi turistici della stagione, oltre la metà si è così distribuito

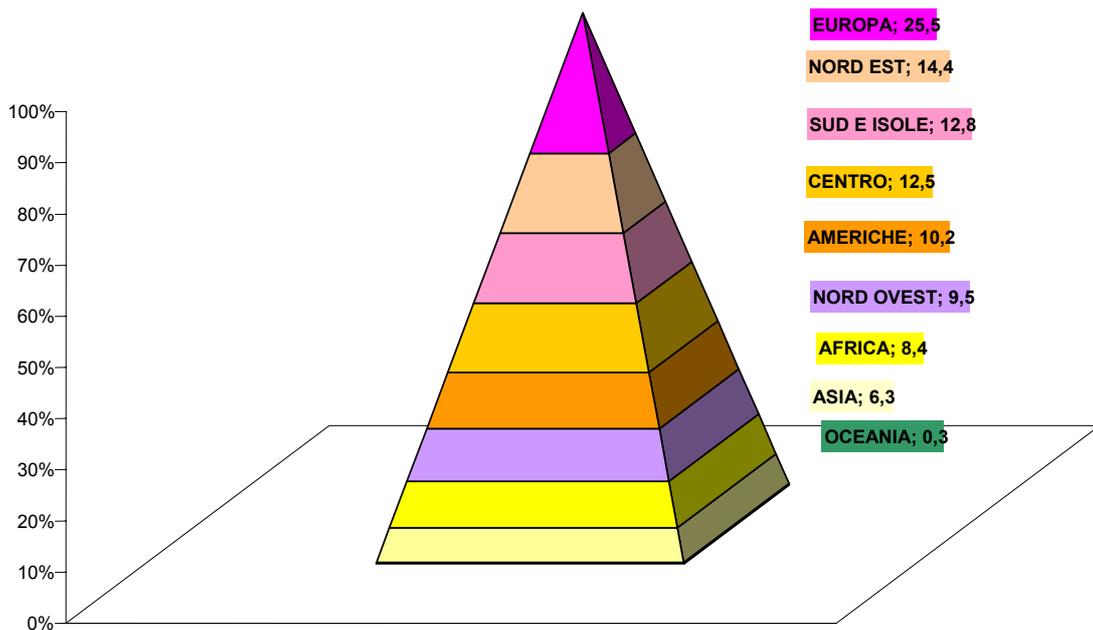
- il 25,5% è stato speso in Europa,
- il 14,4% nel nord est italiano,
- il 12,8% nel sud e isole.

LA SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE ALL'ESTERO
(I sem 2006)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

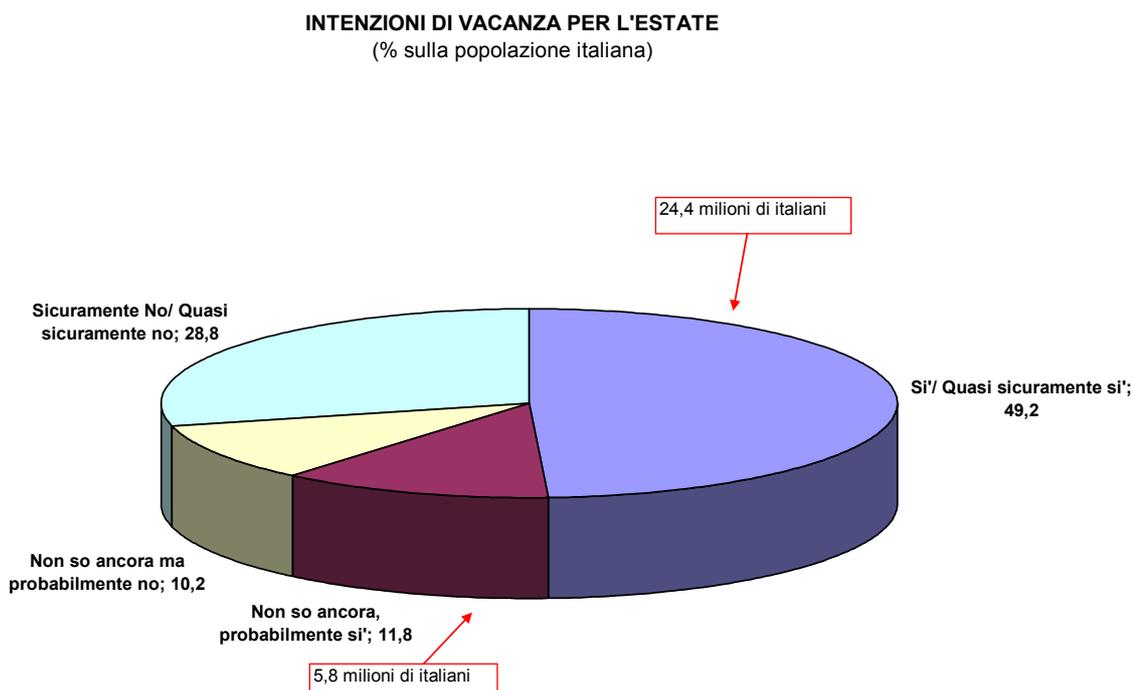
LA SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE
I sem 2006



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

7. Le previsioni per l'estate 2006

Oltre 24 milioni di italiani stanno partendo o andranno in vacanza quest'estate a cui si aggiungono circa 6 milioni di altri probabili vacanzieri estivi: il 60,3% della popolazione italiana cioè 30,2 milioni di individui faranno vacanza nell'estate 2006. Si tratta di una quota crescente rispetto al 57,8% dell'estate 2005 quando 28,8 milioni di italiani dichiaravano le loro intenzioni di vacanza.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Il 66,7% di questi vacanzieri si recherà in mete italiane (21,6 milioni) il 23,3% (cioè 7,5 milioni) all'estero, mentre 5 milioni di futuri vacanzieri decideranno all'ultimo momento.

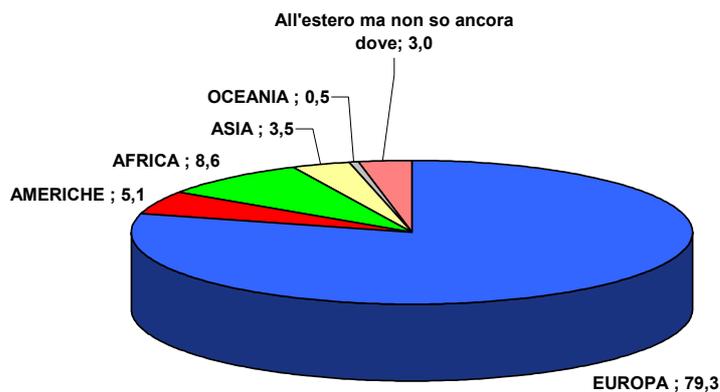
LA DESTINAZIONE DELLA VACANZA ESTIVA
(% sul totale intenzioni di vacanza)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

All'estero il 79,3% rimarrà in Europa, l'8,6% si recherà in Africa, il 5,1% in America, il 3,5% nelle destinazioni asiatiche.

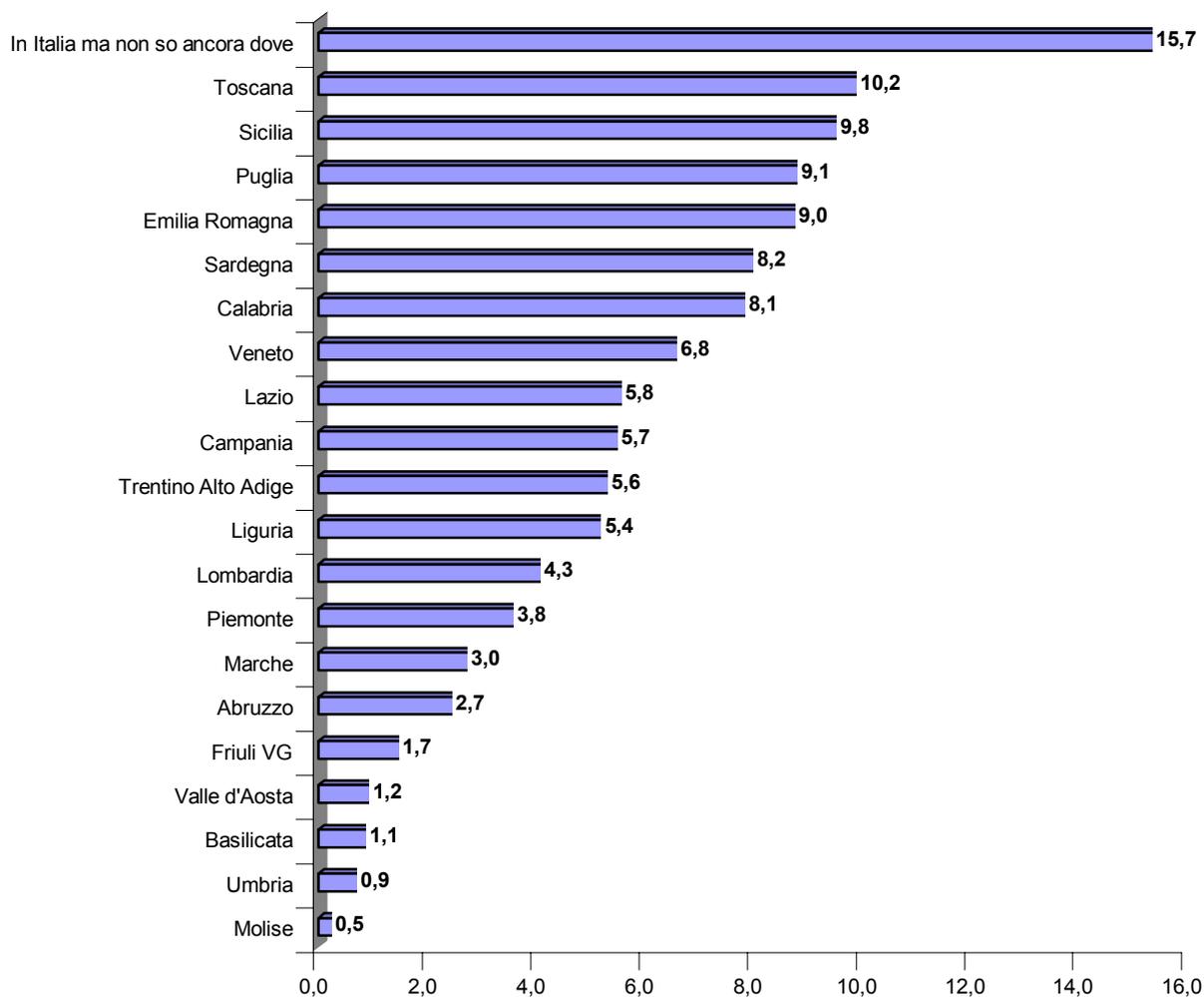
LE DESTINAZIONI ESTERE DELLA VACANZA ESTIVA
(% sul totale intenzioni per l'estero)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Le mete italiane delle vacanze estive vedono in testa quelle toscane, seguite dalle siciliane e dalle località pugliesi. Solo dopo le destinazioni emiliano romagnole, quelle sarde e quelle calabresi.

Destinazione italiana della vacanza estiva
% sul totale intenzioni per l'Italia



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Considerando però le singole località provinciali, le mete dichiarate dagli italiani come vacanza principale indicano in testa alla Top 10 la sempreverna marina di Rimini, seguita da Venezia, Lecce, Sassari e Cosenza. Solo dopo, Messina, Salerno e Roma, e le destinazioni montane del Trentino Alto Adige.

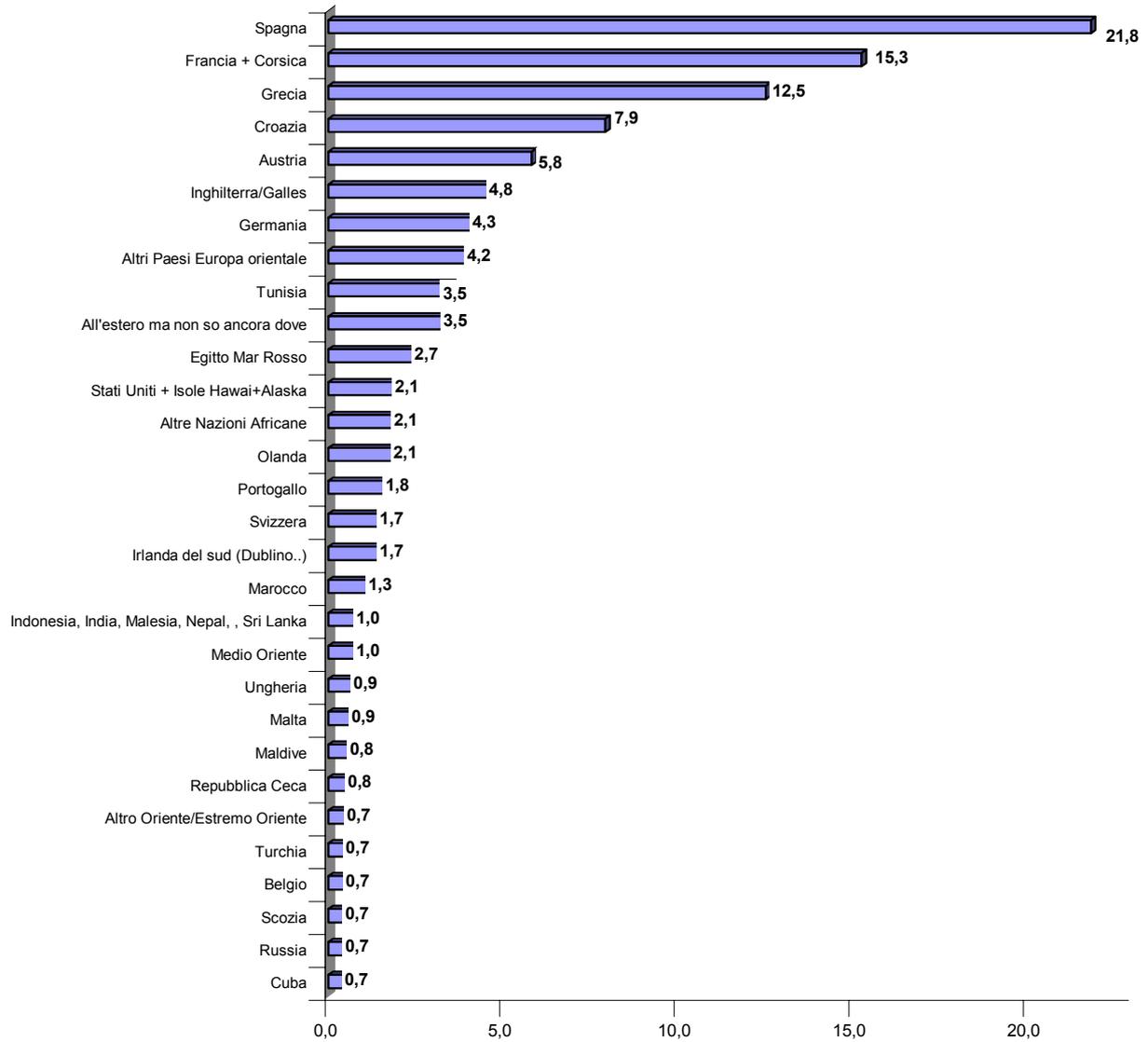
Classifica delle province più gettonate per l'estate 2006	
<i>prima citata</i>	
1	Rimini
2	Venezia
3	Lecce
4	Sassari
5	Cosenza
6	Messina
7	Salerno
8	Roma
9	Trento
10	Bolzano

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

Le destinazioni straniere dell'estate saranno anche quest'anno la Spagna (21,8%), la Francia (15,3%) e la Grecia (12,5%).

Rispetto allo scorso anno, saranno le destinazioni africane, con la Tunisia in testa, le novità delle vacanze italiane oltremare. Tra le mete di lungo raggio, l'India ed il Medio Oriente.

Destinazioni estere della vacanza estiva 2006
% sul totale intenzioni per l'estero



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2006

8. CONCLUSIONI

Le tendenze evidenziate per il turismo italiano dei primi mesi del 2006 mostrano nel complesso una contrazione delle vacanze nella stagione invernale e primaverile dovute solo in parte ad una contrazione dei consumi turistici che non sono diminuiti nella stessa proporzione.

Sia nella spesa che nel numero di vacanze sono state privilegiate le destinazioni straniere. In un certo senso questa tendenza sembra da ricondurre alla presenza di proposte economicamente allettanti da parte di mete balneari esotiche come il Mar Rosso e le Maldive che, o per la vantaggiosità dei pacchetti tutto compreso (es. villaggio+mare+sport) o per la caratteristica dell'offerta (esoticità+esclusività), hanno saputo guadagnare il favore dei vacanzieri italiani a discapito anche delle più tradizionali città d'arte, sia italiane che europee, solitamente mete della stagione.

D'altro canto, Internet e la vacanza fai da te on-line (magari attraverso voli low-cost) sono sempre più un fattore incontrollabile di influenza sulle scelte, che rende le mete italiane meno economiche e meno raggiungibili di tante nuove destinazioni internazionali che nascono già con infrastrutture mirate ai grandi flussi.

Per i vacanzieri italiani meno alternativi, però, l'esperienza di vacanza è sufficiente anche quando la vacanza principale (e spesso l'unica della stagione) si trascorre in seconda casa o ospite dai parenti, come occasione per tornare in località a lui note.

Più in generale, nel primo semestre 2006, chi solitamente svolge tanti periodi di vacanza ne ha svolti ancora di più (da 4 a 9) e magari all'estero, allungando il soggiorno (in hotel). Chi ne faceva una sola ha continuato a farne una o ha addirittura rimandato all'estate.

Per l'estate, infatti, ci si aspetta di saldare i conti di una stagione invernale e primaverile non proprio estatica sia per i vacanzieri che per gli operatori italiani: incoraggiati dalla calura, per i mesi estivi si attende un aumento dei vacanzieri che potrebbero superare i 30 milioni di partenze, di cui quasi 22 milioni dovrebbero affollare le nostre mete turistiche.

9. METODOLOGIA

La popolazione di riferimento dell'indagine è composta dalle persone residenti in Italia di età uguale o superiore a 15 anni (circa 49.500.000 persone).

Il campione finale utilizzato, stratificato per Regione di residenza, sesso, fasce di età e dimensione demografica del comune di residenza, è stato pari a 5.615 soggetti: detta numerosità determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 95%, un margine di errore pari a circa l' 1,3% (+/-).

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 2.000 unità, numerosità che determina stime campionarie con un margine di errore inferiore a 2,2% (+/-), ad un livello di confidenza del 95%.

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

Le interviste hanno avuto luogo durante il periodo che va dal 8 giugno al 28 giugno, e sono state condotte dalla divisione CATI di Roma della società GfK Eurisko.

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