



OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

***LE VACANZE ITALIANE NEL 2005 E LE PREVISIONI PER L'INVERNO
2006***

***“TURISMO: RIPARTONO I CONSUMI CRESCE LA SPESA PER LA
VACANZA PRINCIPALE”***

2° Report - Indagine sui comportamenti turistici degli italiani

gennaio 2006

SOMMARIO

Premessa.....	3
1. Gli italiani in vacanza	4
2. La vacanza principale: modalità e destinazioni	11
3. Le tipologie dei prodotti turistici nel 2005.....	21
4. I comportamenti della vacanza	26
5. Le motivazioni della vacanza e i canali di influenza	29
6. La spesa per la vacanza	33
7. Le previsioni per l'inverno 2006.....	38
8. Conclusioni	42
9. Nota Metodologica.....	43

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.

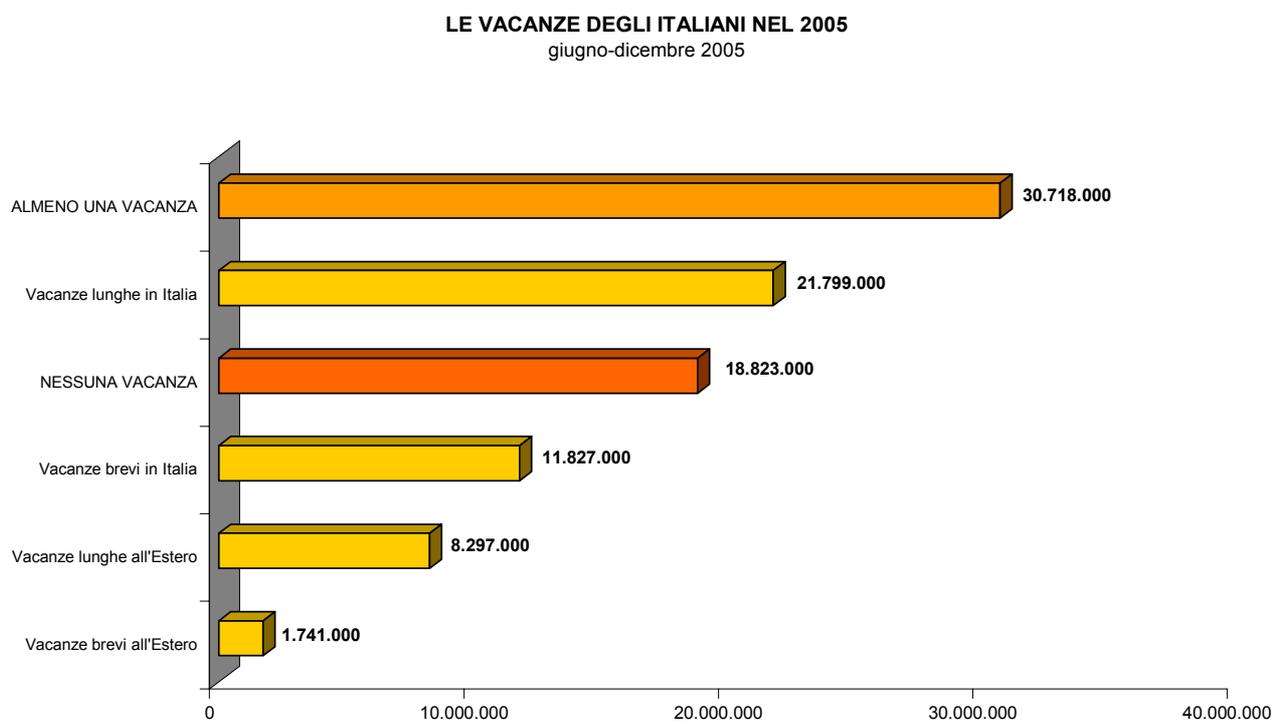
Questo rapporto, che costituisce il secondo Report del 2005, propone il consuntivo di fine anno, i risultati del secondo semestre 2005 e le previsioni per il 2006.

1. Gli italiani in vacanza

Nel secondo semestre del 2005 30,7 milioni di italiani hanno effettuato almeno un periodo di vacanza, si tratta del 62% della popolazione, 5% in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Anche il numero delle vacanze ha fatto registrare un progresso del + 3,0%, passando da 42,4 milioni dello stesso periodo del 2004 a 43,6 milioni nel 2005.

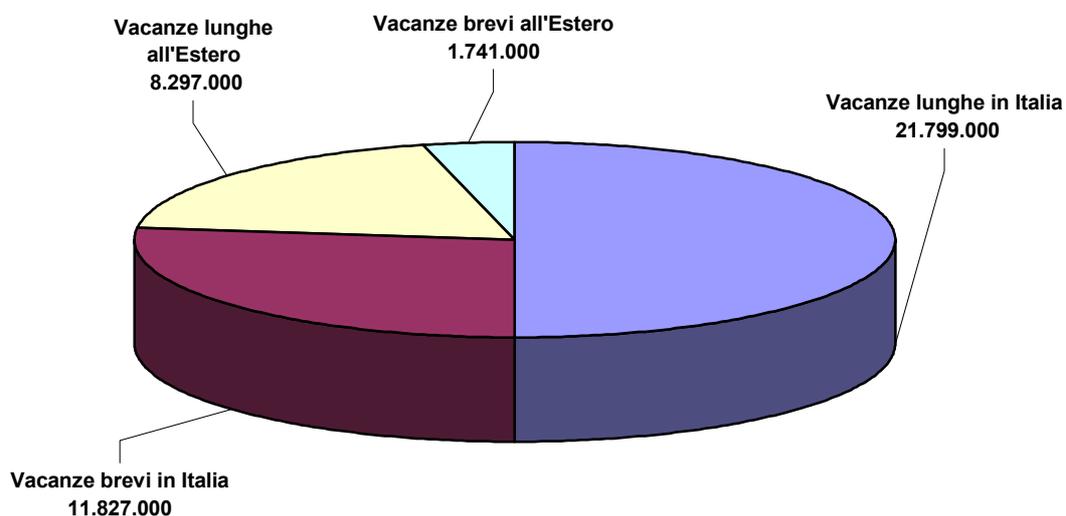
Da segnalare inoltre la diminuzione del 7% degli italiani rimasti a casa nel periodo giugno – dicembre 2005.



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

Netta la prevalenza per i soggiorni entro i confini nazionali, sia lunghi (21,8 milioni) che brevi (11,8 milioni).

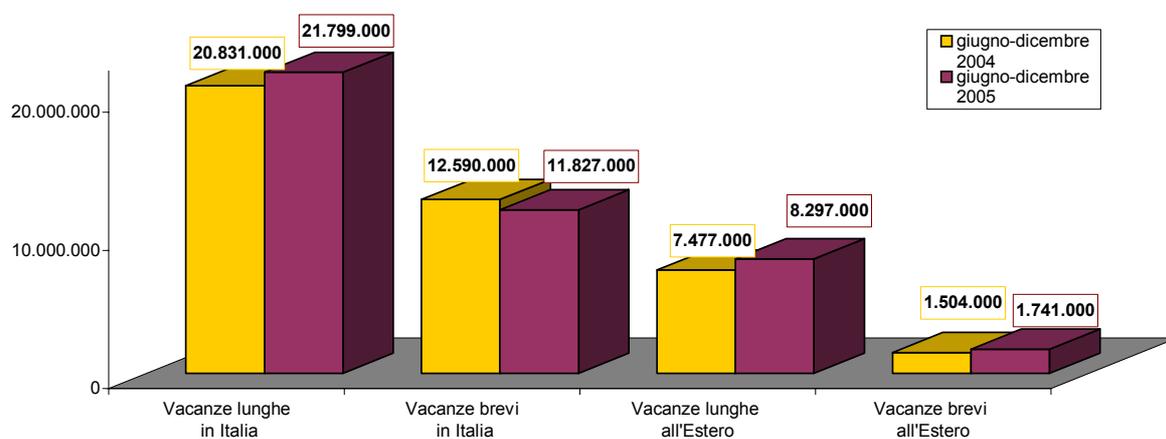
LE VACANZE DEGLI ITALIANI
giugno - dicembre 2005



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

Spicca comunque la significativa crescita delle vacanze all'estero (brevi + 15,8%) (lunghe + 11,0%).

LE VACANZE DEGLI ITALIANI
confronto giugno-dicembre 2004/2005



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

	giugno -dicembre 2004	giugno- dicembre 2005	variazione %
Vacanze lunghe in Italia	20.831.000	21.799.000	4,6
Vacanze brevi in Italia	12.590.000	11.827.000	-6,1
Vacanze lunghe all'Estero	7.477.000	8.297.000	11,0
Vacanze brevi all'Estero	1.504.000	1.741.000	15,8
ALMENO UNA VACANZA	29.268.000	30.718.000	5,0
NESSUNA VACANZA	20.272.000	18.823.000	-7,1

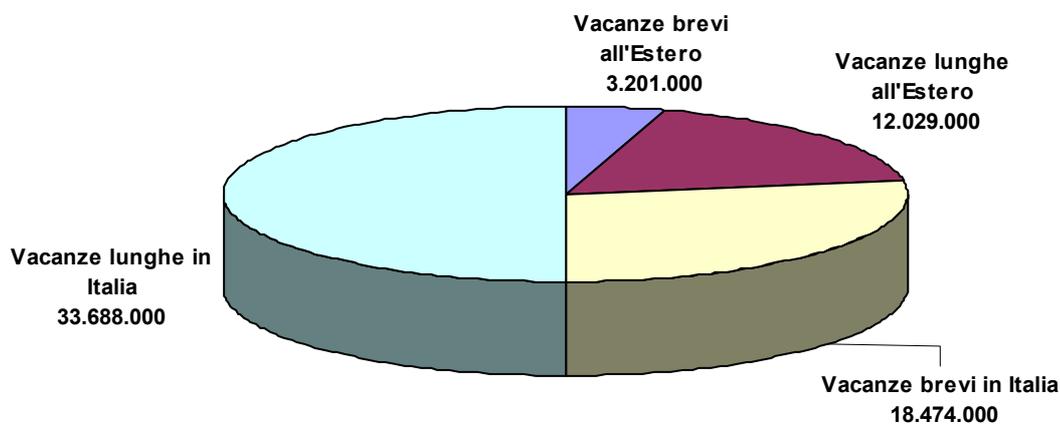
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Complessivamente in tutto il 2005 si sono registrate 67 milioni di vacanze contro i 66 milioni rilevati nel 2004. L'incremento registrato attesta quasi un milione di vacanze in più rispetto allo scorso anno, con un incremento percentuale dell'1,4%.

Ma a cambiare considerevolmente sono le modalità della vacanza:

- *i soggiorni brevi*: subiscono una vistosa flessione rispetto al 2004 in Italia (- 23,6%), mentre aumentano all'estero (+6,5%);
- *i soggiorni lunghi*: fanno registrare un deciso incremento nella penisola (+ 20,9%) e all'estero (+5,5%);

LE VACANZE DEGLI ITALIANI NEL 2005
gennaio - dicembre 2005



TOTALE VACANZE 2005: 67.392.000

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

	gennaio-maggio 2005	giugno- dicembre 2005	Totale atti di vacanza 2005
Vacanze brevi all'Estero	1.460.000	1.741.000	3.201.000
Vacanze lunghe all'Estero	3.732.000	8.297.000	12.029.000
Vacanze brevi in Italia	6.647.000	11.827.000	18.474.000
Vacanze lunghe in Italia	11.889.000	21.799.000	33.688.000
TOTALE VACANZE	23.728.000	43.664.000	67.392.000

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

	Totale atti di vacanza 2004	Totale atti di vacanza 2005	Variazione %
Vacanze brevi all'Estero	3.006.000	3.201.000	6,5
Vacanze lunghe all'Estero	11.405.000	12.029.000	5,5
Vacanze brevi in Italia	24.179.000	18.474.000	-23,6
Vacanze lunghe in Italia	27.871.000	33.688.000	20,9
TOTALE VACANZE	66.461.000	67.392.000	1,4

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

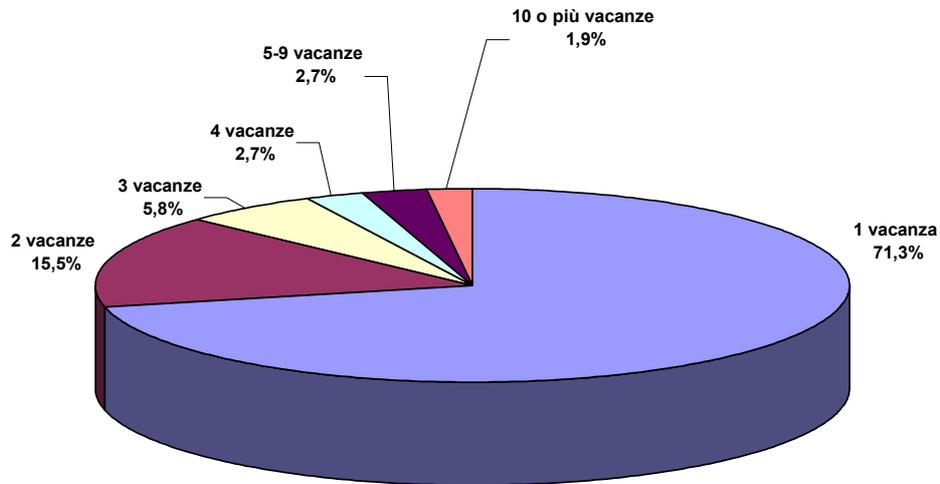
Molto interessante il dato dei turisti che, negli ultimi sette mesi del 2005, hanno effettuato una sola vacanza: ben il 71,3% degli italiani, con un incremento, rispetto al 2004, di quasi 22 punti percentuali.

Mentre i plurivacanzieri, quelli che cioè trascorrono più vacanze nello stesso periodo di riferimento, hanno subito una netta flessione: passando dal 50,4% nel 2004 al 28,7% nel 2005.

Il dato, insieme a quello della netta preferenza degli italiani, che hanno trascorso una sola vacanza, per i soggiorni lunghi (17 milioni in mete italiane, 8 milioni nelle mete estere), testimonia come i nostri connazionali, in controtendenza rispetto al 2004, prediligano nel 2005 la vacanza unica ma prolungata nel tempo.

I PERIODI DI VACANZA IN ITALIA E ALL'ESTERO

giugno-dicembre 2005
(% sul totale dei periodi di vacanza)

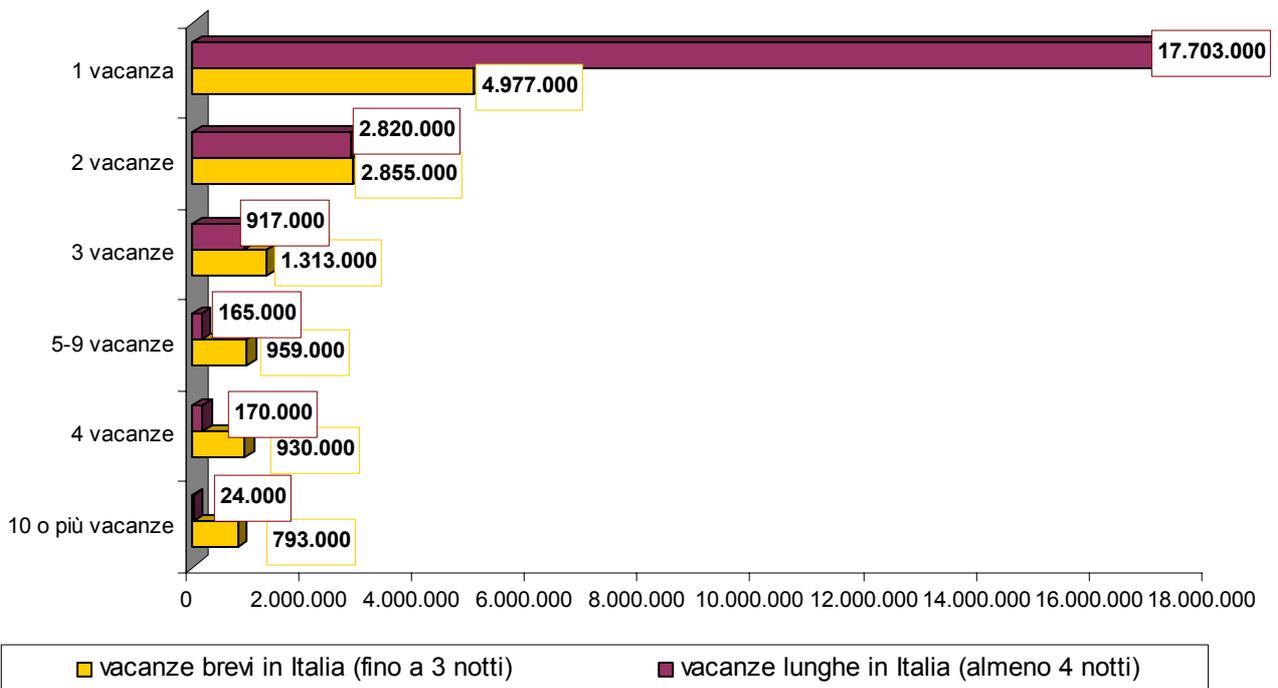


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Per quanto riguarda il turista che effettua più di due vacanze, invece, tende a farle brevi e soprattutto concentrate sul territorio nazionale.

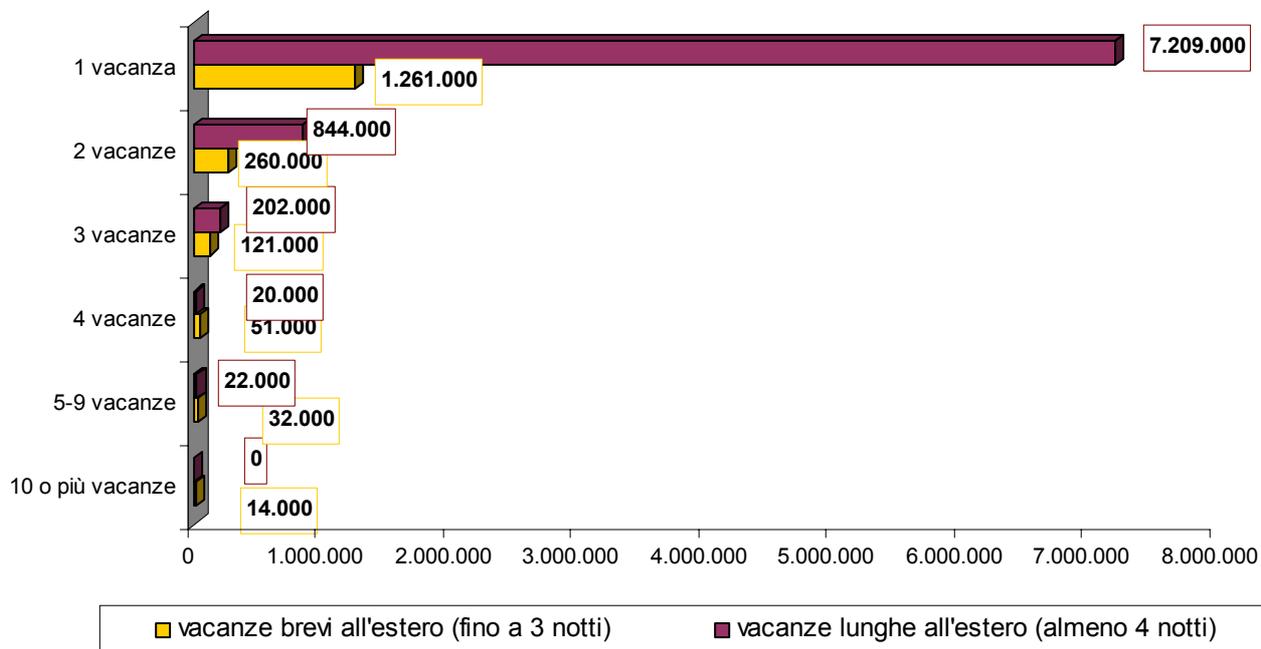
I PERIODI DI VACANZA IN ITALIA

giugno-dicembre 2005



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

I PERIODI DI VACANZA ALL'ESTERO
giugno-dicembre 2005



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

N. MEDIO DI PERIODI DI VACANZA EFFETTUATA PER INDIVIDUO

	giugno-dicembre 2003	giugno-dicembre 2004	giugno-dicembre 2005
Vacanze brevi all'Estero	1,7	1,4	1,6
Vacanze lunghe all'Estero	1,2	1,2	1,2
Vacanze brevi in Italia	3,1	3,3	3,0
Vacanze lunghe in Italia	1,3	1,4	1,3

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

2. La vacanza principale: modalità e destinazioni

Come emerso finora la distribuzione dei turisti italiani tra mete estere e nazionali parla di una capacità crescente, delle destinazioni internazionali, di attrarre flussi turistici. Tra giugno e dicembre, infatti, il 26,2% degli italiani ha scelto l'estero, contro il 24,3% del 2004.

	VACANZIERI 2003		VACANZIERI 2004		VACANZIERI 2005	
	Gennaio-Maggio	Giugno-Dicembre	Gennaio-Maggio	Giugno-Dicembre	Gennaio-Maggio	Giugno-Dicembre
Totale vacanzieri	17.046.000	29.496.000	18.095.000	29.268.000	18.335.000	30.720.000
Italia (%)	77,0	78,2	74,7	75,7	75,7	73,8
Esteri (%)	23,0	21,8	25,3	24,3	24,3	26,2

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

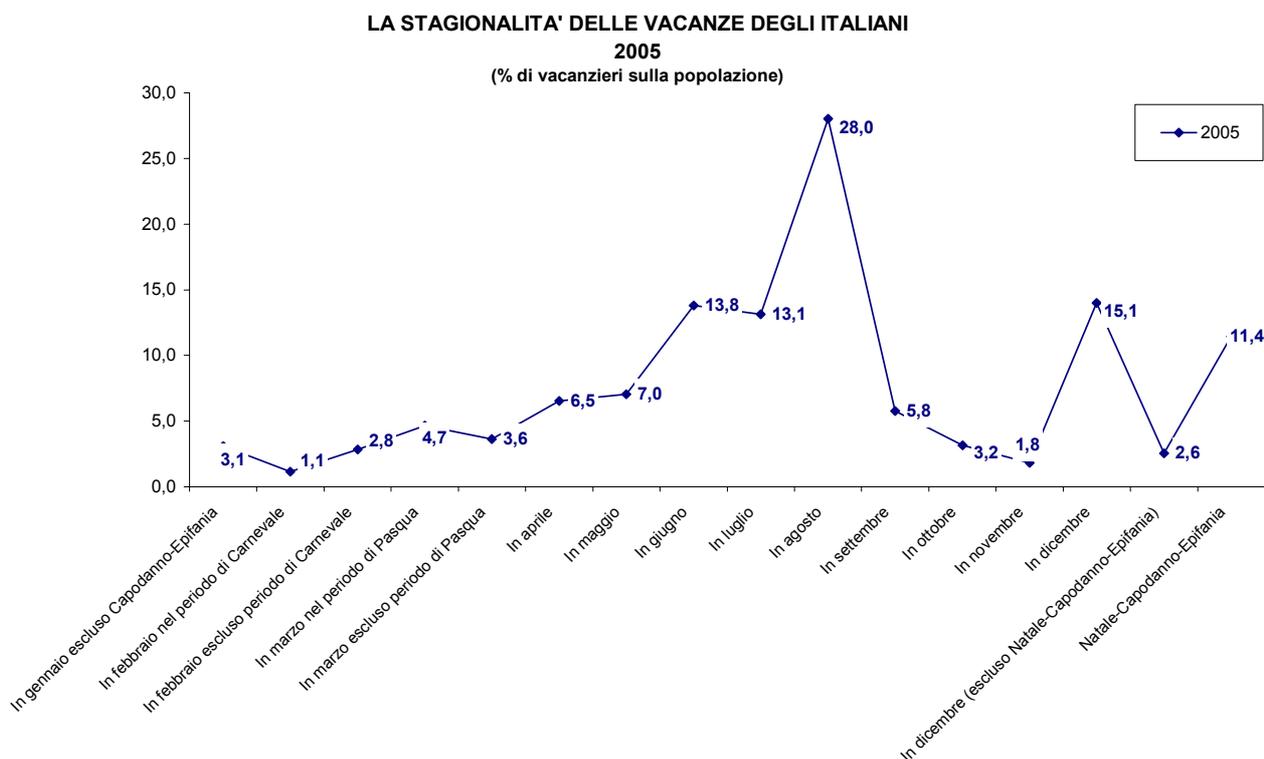
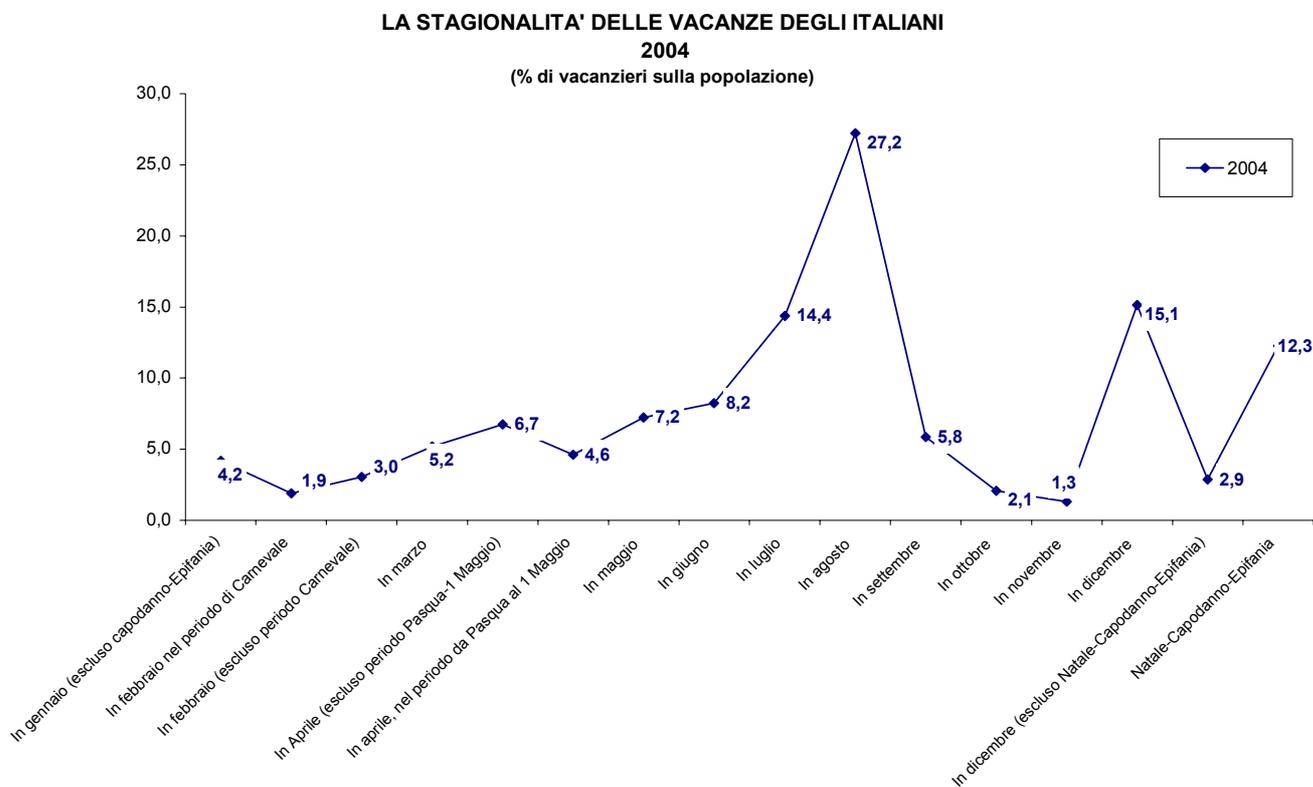
Nella classifica complessiva delle top 20 destinazioni delle vacanze degli italiani sono le mete nostrane a primeggiare nella graduatoria, mentre le destinazioni estere più gettonate si piazzano solo al 12° e al 13° posto con Spagna e Francia. Le altre mete estere presenti in classifica sono Grecia e Croazia, con il 15° e il 18° posto.

TOP 20	Destinazioni nazionali e internazionali dei vacanzieri italiani	% sul totale vacanze giugno-dicembre 2005
1	Toscana	5,9
2	Emilia Romagna	5,2
3	Sardegna	4,2
4	Puglia	4,1
5	Sicilia	4,0
6	Calabria	3,9
	Trentino Alto	
7	Adige	3,2
8	Veneto	2,9
9	Liguria	2,9
10	Campania	2,9
11	Lazio	2,8
12	Spagna	2,6
13	Francia+Corsica	2,3
14	Marche	2,3
15	Grecia	1,7
16	Lombardia	1,7
17	Abruzzo	1,7
18	Croazia	1,1
19	Umbria	1,0
20	Piemonte	0,9

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

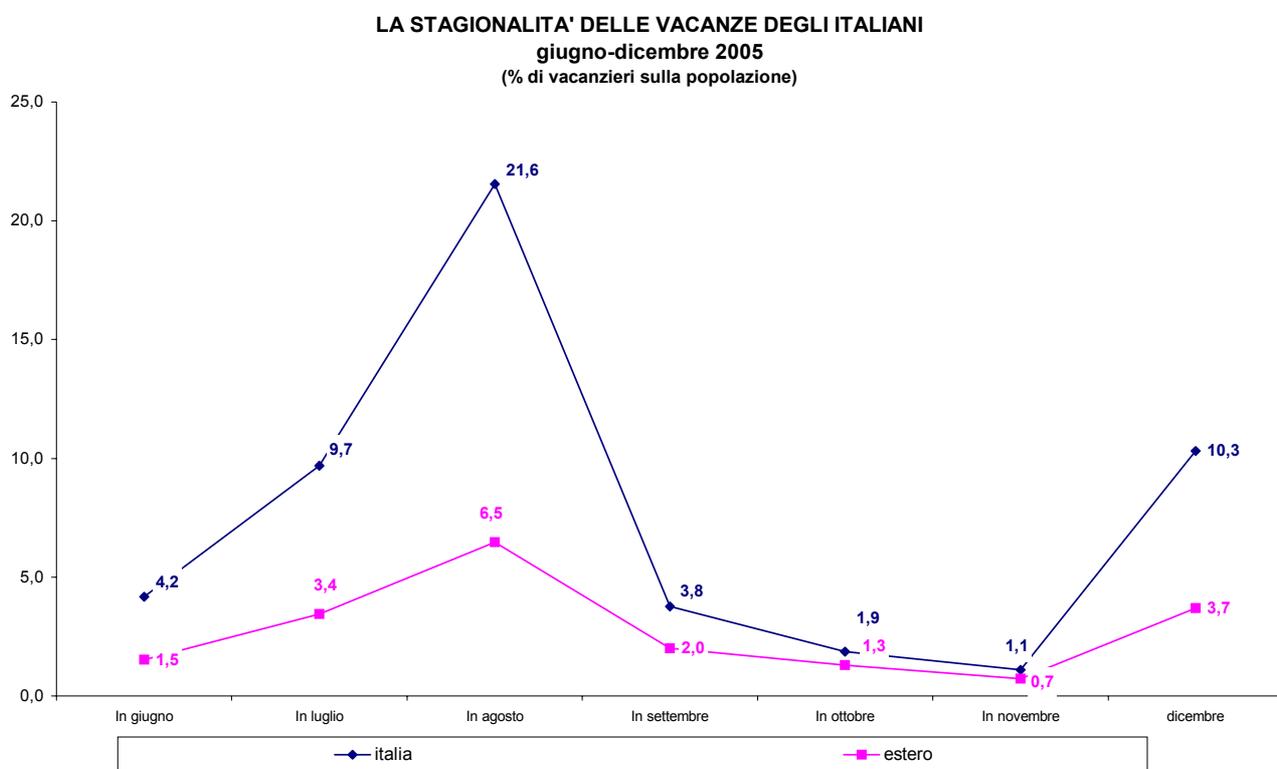
Relativamente alla stagionalità della vacanza (in linea con quella del 2004), si segnala una destagionalizzazione del turismo, soprattutto per i mesi a margine delle vacanze estive.

Il mese di giugno ha fatto registrare un buon incremento passando dall'8,2% del 2004 al 13,8 del 2005. Anche ad ottobre c'è stata una leggera crescita.



Da giugno ad agosto gli italiani hanno scelto il Bel paese. Il distacco tra turismo di casa nostra e soggiorni all'estero si è assottigliato però, a favore di quest'ultimo, durante i mesi di settembre, ottobre e novembre, mentre a dicembre l'Italia è ritornata ad essere la meta più gettonata dai nostri connazionali in vacanza.

Il mese di agosto rimane comunque il periodo preferito per la vacanza: mese in cui il 21,6% della popolazione si è recato in mete italiane e il 6,5% all'estero.

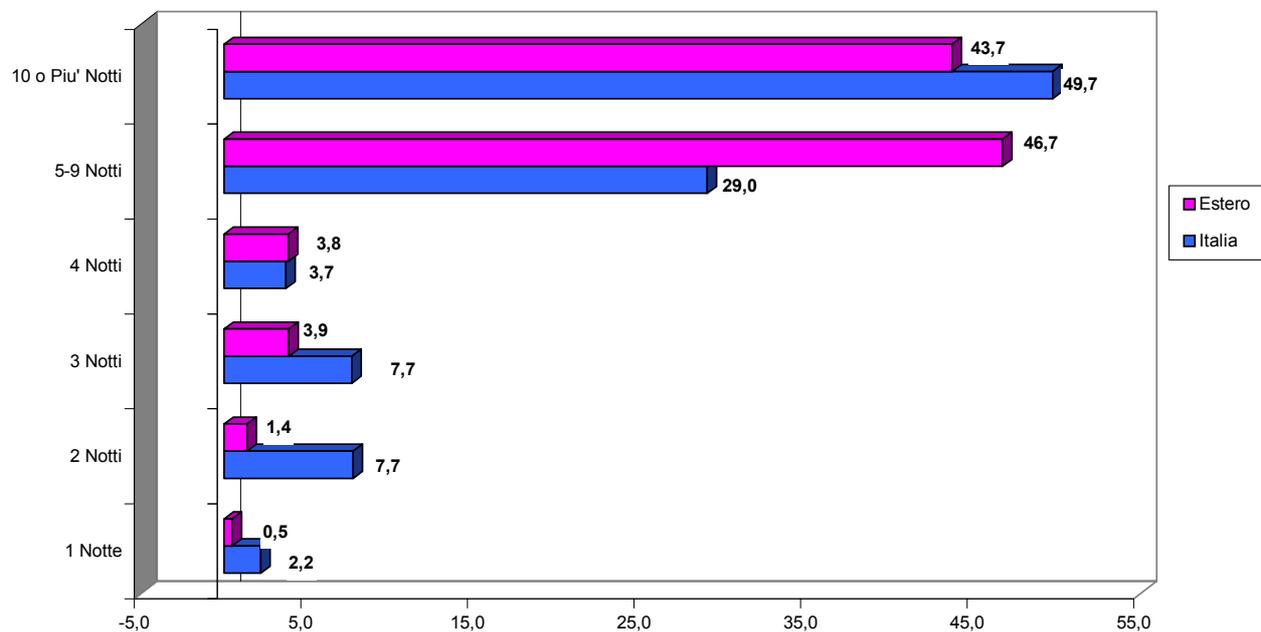


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

La durata media della vacanza principale degli italiani è stata di 13,6 notti lievemente superiore a quello dello scorso anno (13 notti).

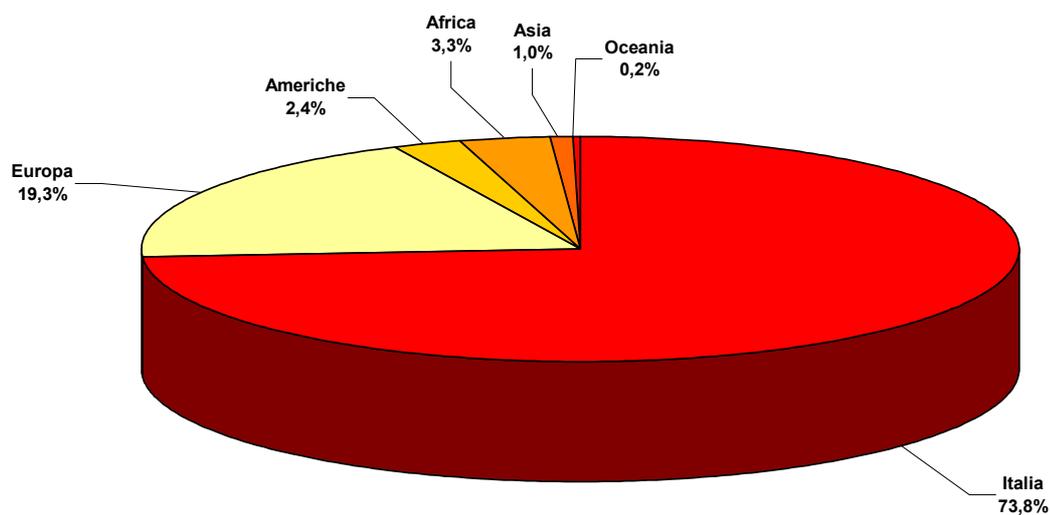
LA DURATA DELLA VACANZA PRINCIPALE

giugno-dicembre 2005
(% sul totale vacanzieri)



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

Le destinazioni delle vacanze degli italiani (giugno - dicembre 2005)



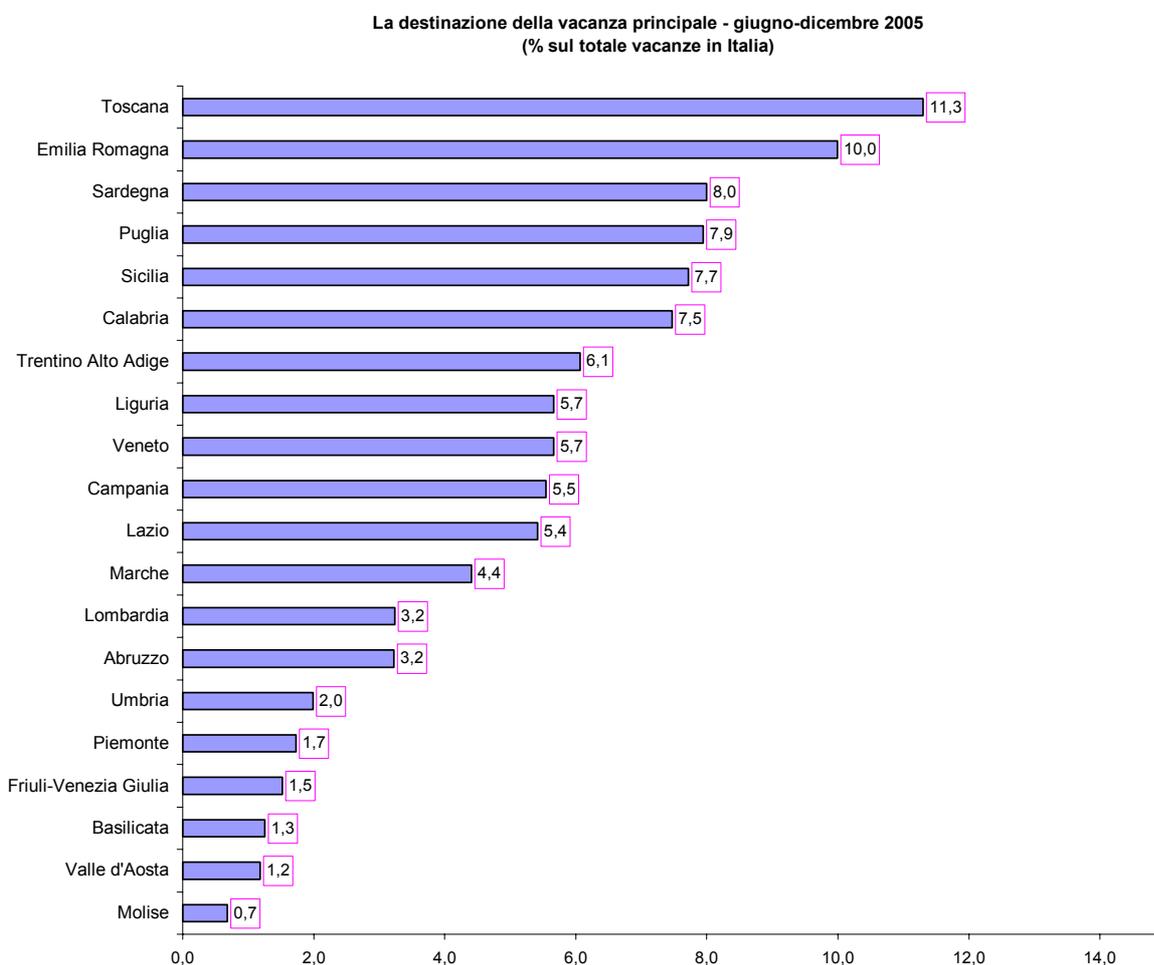
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Se l'Italia viene scelta dal 73,8% degli italiani, l'estero cresce rispetto allo scorso anno. Il dato emerge abbastanza nettamente, se si considera che tutte le mete estere, dall'Europa alle Americhe, dall'Africa all'Asia, fino all'Oceania, hanno avuto una maggiore capacità di attrarre turismo interno.

Soprattutto crescono le mete europee che nel periodo giugno-dicembre del 2004 erano state premiate dal 18,3% degli italiani, nel 2005 dal 19,3%. Questo testimonia la sempre più forte competitività delle città d'arte europee nei confronti delle mete italiane.

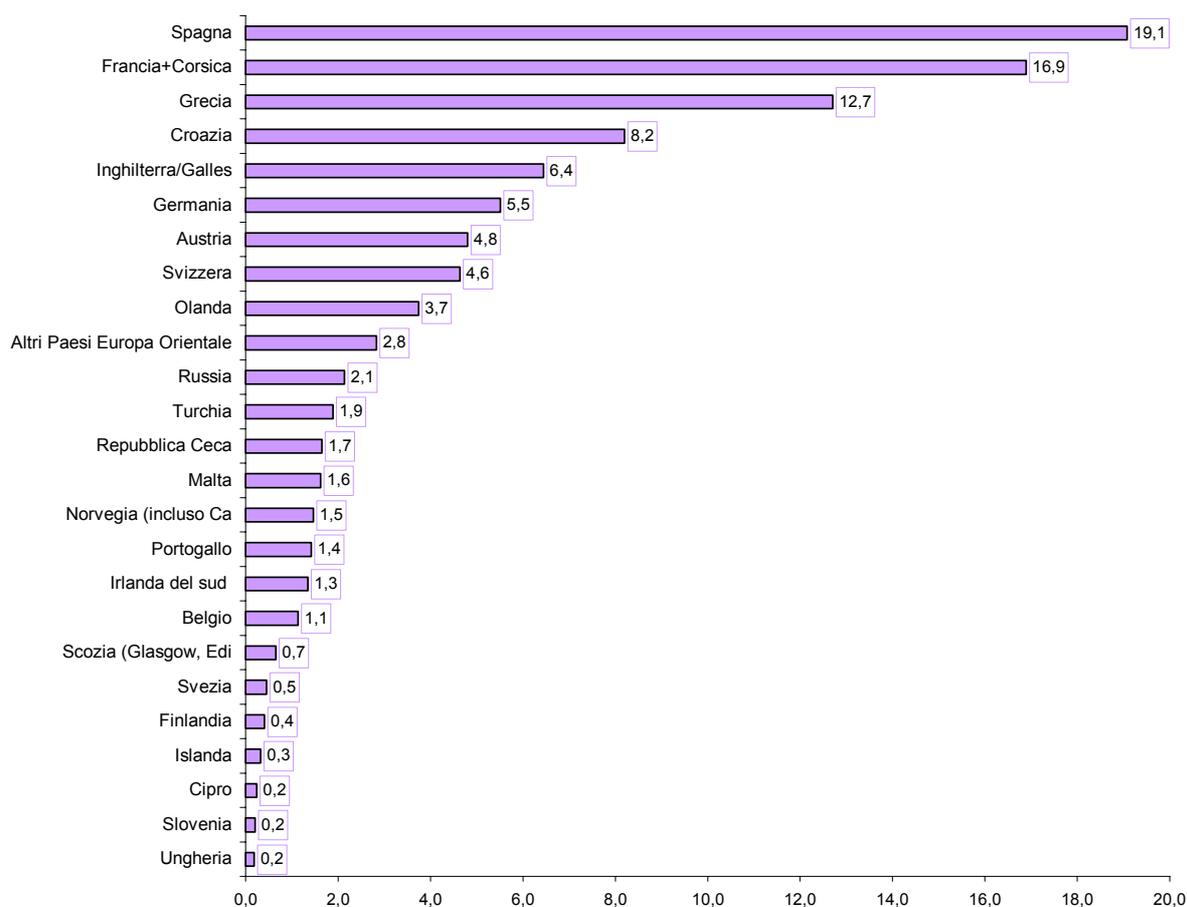
Per chi ha trascorso le vacanze nel Bel Paese, (73,8%), le regioni preferite si confermano sostanzialmente le stesse dello scorso anno:

- la Toscana si posiziona al primo posto nell'indice di gradimento attirando nelle sue località ben l'11,3% dei turisti italiani;
- l'Emilia Romagna si piazza al secondo posto raccogliendo un ottimo 10,0% perdendo, comunque, il primato dello scorso anno;
- la Sardegna si aggiudica il terzo posto con l'8,0% superando la Puglia (7,9%);
- da segnalare, dopo Sicilia (7,7%) e Calabria (7,5%), l'ottimo risultato raggiunto dal Trentino Alto Adige (6,1%).



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

LE DESTINAZIONI EUROPEE

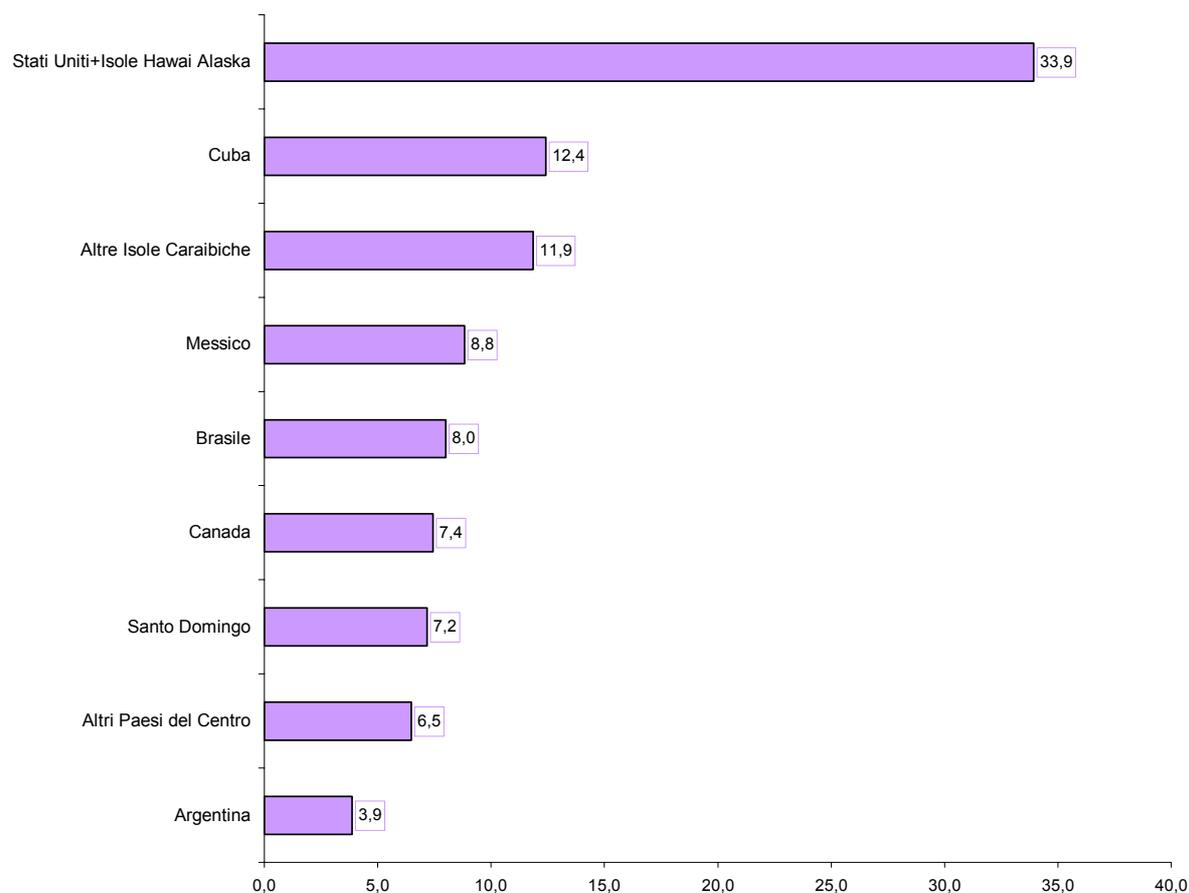


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Spostandoci in Europa, emerge il primato, sempre più consolidato, della Spagna che si mantiene al primo posto del gradimento italiano, con una percentuale del 19,1% (18,4% nel 2004). Di contro c'è il calo della Francia, che già spodestata dal suo primato l'anno scorso, perde terreno anche nel 2005, passando dal 18,1% al 16,9%.

Seguono gli ottimi risultati di Grecia (12,7%) e Croazia (8,2%). Tra le altre destinazioni europee spicca il balzo in avanti della Svizzera che raddoppia la percentuale de 2004 attestandosi al 4,6%. Si fa segnalare anche la Turchia (1,9%) che guadagna un punto percentuale rispetto all'anno passato.

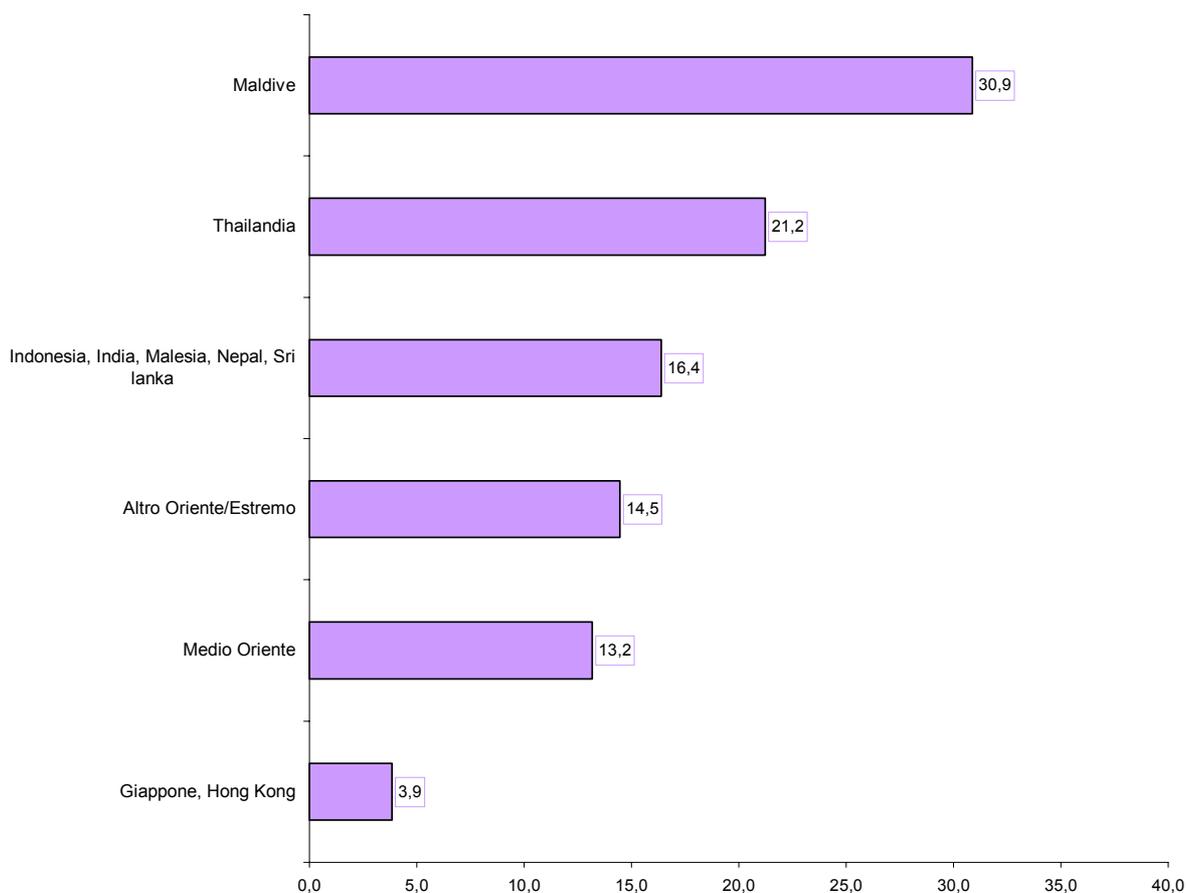
LE DESTINAZIONI AMERICANE



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

Per quanto riguarda le mete del continente americano emergono due dati molto significativi. Il primo è il vero e proprio boom delle destinazioni degli Stati Uniti. Le località U.S.A. hanno attratto il 33,9% dei turisti italiani nelle Americhe, contro il 21,3% del 2004.

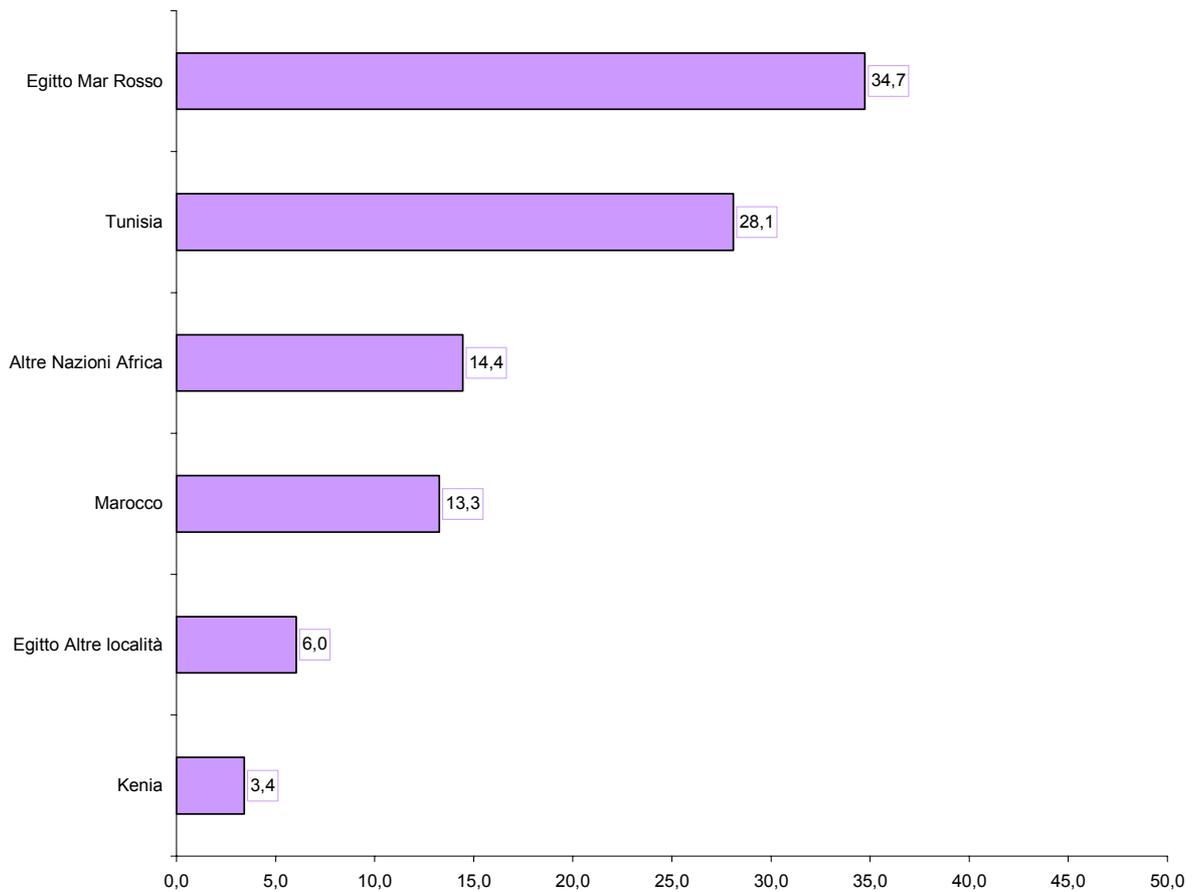
LE DESTINAZIONI ASIATICHE



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

Le vacanze da giugno a dicembre nelle località asiatiche vedono in testa le Maldive (30,9%), che recuperano così flussi di turismo italiano rispetto allo scorso anno (21,6%). Cala l'interesse degli italiani per la Thailandia, la nazione asiatica passa dal 28,8% del 2004 al 21,2% del 2005.

LE DESTINAZIONI AFRICANE

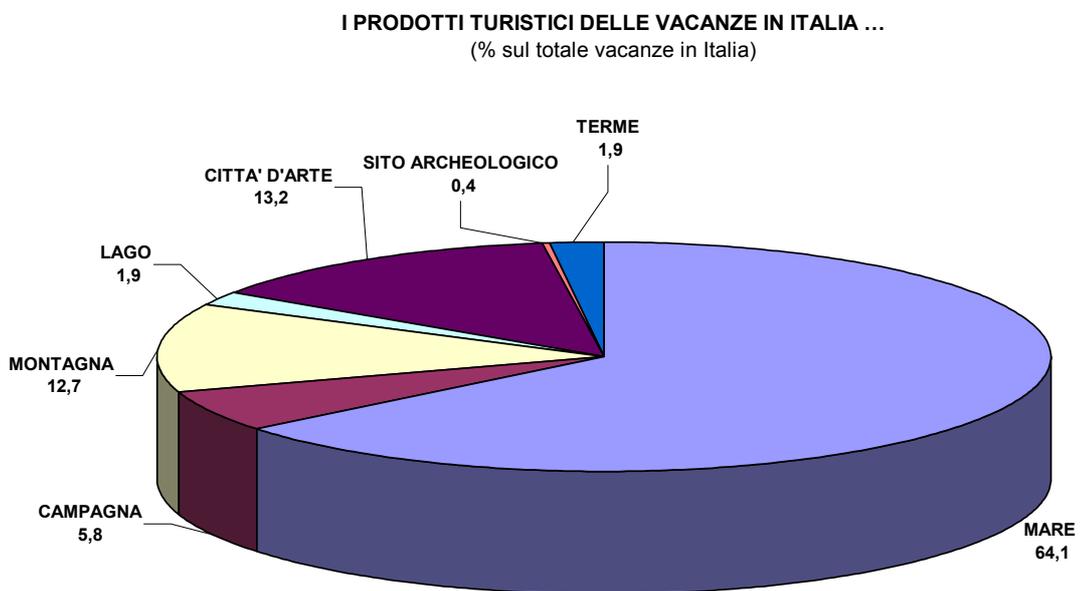


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Passando alle mete africane, sono state, come l'anno scorso, le destinazioni egiziane del Mar Rosso le più gettonate dagli italiani con una quota del 34,7%. Più staccata la Tunisia, che ha attirato il 28,1% dei nostri connazionali che hanno scelto l'Africa per le loro vacanze. Il Marocco, infine, recupera quote di flussi turistici rispetto allo scorso anno, passando dal 7,8% al 13,3%.

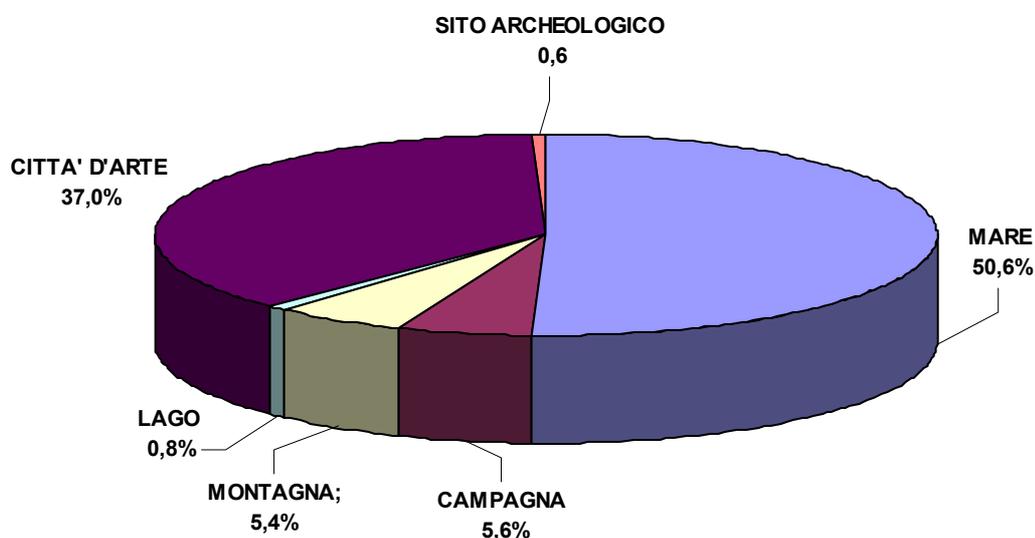
3. Le tipologie dei prodotti turistici nel 2005

Nelle vacanze del secondo semestre del 2005 è il mare, in coerenza con le logiche di prodotto, ad essere in cima alle preferenze dei vacanzieri italiani (64,1%), anche se in leggera flessione rispetto allo scorso anno (65,3%). Le città d'arte (13,2%), registrano un incremento rispetto al 2004 (12,3%).



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

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



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

Da decenni ormai è, infatti, noto che l'attrattiva dell'Italia è legata al suo patrimonio culturale, ma la ricchezza e l'unicità delle risorse non possono, da sole, garantire la continuità del mercato di questo prodotto, infatti gli italiani sono sempre più affascinati dalle città d'arte internazionali, nel 2004 queste destinazioni avevano raccolto una quota del 31,4%, quest'anno il 37,0%, realizzando una crescita del +5,5%.

Sempre all'estero si è registrata una prevalenza del turismo balneare (50,6%), ma in decisa flessione rispetto allo scorso anno (54,7%).

I PRODOTTI VINCENTI NELLE REGIONI ITALIANE...

% sul totale dei vacanzieri per regione - giugno/dicembre 2005

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Citta' d'arte	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						

fino al 25% 

fino al 50% 

fino al 75% 

fino al 100% 

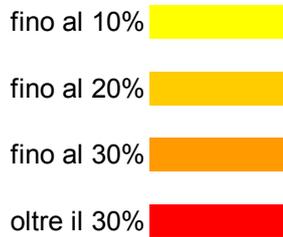
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

I prodotti vincenti di questo periodo sono stati il mare in Liguria, Emilia Romagna, Puglia, Calabria e Sardegna, e la montagna in Valle d'Aosta e Trentino Alto Adige.

... E LE REGIONI VINCENTI DEI PRODOTTI TURISTICI ITALIANI

% sul totale dei vacanzieri per prodotto - giugno/dicembre 2005

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Citta' d'arte	Localita' termale
Piemonte	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Valle d'Aosta	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Lombardia	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	oltre il 30%	fino al 20%	fino al 10%
Trentino Alto Adige	fino al 10%	fino al 10%	oltre il 30%	fino al 20%	fino al 10%	fino al 10%
Veneto	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 20%	fino al 20%	fino al 30%
Friuli-Venezia Giulia	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Liguria	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Emilia Romagna	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 30%
Toscana	fino al 10%	fino al 20%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 20%	fino al 30%
Umbria	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Marche	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Lazio	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 20%	fino al 10%
Abruzzo	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Molise	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Campania	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 20%
Puglia	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Basilicata	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Calabria	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Sicilia	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%
Sardegna	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%	fino al 10%



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

I vacanzieri italiani hanno premiato, in assoluto, i laghi della Lombardia, la montagna del Trentino Alto Adige e le terme del Veneto, Toscana ed Emilia Romagna.

I prodotti turistici e le destinazioni esteregiugno-dicembre 2005

	Mare	Campagna	Montagna	Lago	Citta' d'arte	Sito archeologico
EUROPA	65,3	82,8	93,6	74,6	82,2	60,8
AMERICHE	8,8	6,0	6,4	0,0	10,7	0,0
AFRICA	21,7	0,0	0,0	25,4	2,2	39,2
ASIA	4,1	6,7	0,0	0,0	3,9	0,0
OCEANIA	0,0	4,5	0,0	0,0	1,0	0,0
Totale Estero	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Per quanto riguarda le vacanze all'estero è stata l'Europa la destinazione prevalente per ogni tipologia di prodotto, da segnalare, comunque, l'ottimo risultato raggiunto dalle mete dell'Africa per i siti archeologici e il balneare, e il 10,7% registrato nelle città d'arte americane.

4. I comportamenti della vacanza

La tipologia di alloggio preferita dai vacanzieri italiani, nel periodo giugno-dicembre 2005, è stato l'hotel con una quota del 36,2%, in aumento rispetto al 2004 (33,8%). Cresce, in rapporto allo scorso anno, la percentuale di vacanzieri che hanno alloggiato presso parenti o amici, (dal 15,9% nel 2004 al 19,0% nel 2005). L'agriturismo aumenta di un punto percentuale nel 2005 attestandosi ad una quota del 2,5%.

Le tipologie di alloggio delle vacanze italiane 2005

(giugno-dicembre 2005 - più risposte possibili)

	% SUL TOTALE VACANZE
Totale Hotel	36,2
<i>Hotel 1 stella</i>	0,5
<i>Hotel 2 stelle</i>	2,0
<i>Hotel 3 stelle</i>	20,8
<i>Hotel 4 stelle</i>	9,6
<i>Hotel 5 stelle</i>	2,3
Totale Campeggio	8,3
<i>Roulotte/Camper</i>	4,0
<i>Tenda</i>	2,3
<i>Boungalow/Appartamenti/Maxicaravan</i>	2,0
Appartamento residence in affitto	17,1
Seconda casa-Casa di Proprietà/multiproprietà	11,1
Ospite in casa di amici/parenti/altri familiari che non vivono in famiglia	19,0
Bed&Breakfast presso abitazioni private/Camera in affitto/Guest House/Locanda/Zimmer	2,4
Villaggio turistico	7,6
Agriturismo	2,5
Nave da crociera marittima/fluviale	0,8
Barca a vela/yatch/altre imbarcazioni	0,3
Conventi/Monasteri/Casa parrocchiale/Istituto religioso	0,5
Ostello	0,4
College/famiglia	0,7
Rifugio/Baita	0,1
Altro	0,2

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

Gli italiani sono andati in vacanza soprattutto in coppia (32,3%), tuttavia il dato decresce rispetto al 2004 (35,7%). Cresce, invece, la quota di vacanzieri che si sono organizzati in gruppi di familiari o amici senza bambini, (28,2% nel 2004, nel 2005 il 31,2%).

La compagnia ...della vacanza			
<i>(più risposte possibili)</i>			
% SUL TOTALE VACANZE	Italia	Estero	Totale
Da solo	7,6	9,6	8,1
In coppia senza bambini (coniugi-fidanzati-amici-ecc,,)	30,9	36,5	32,3
In famiglia o in gruppo di amici (3 o piu' persone) con bambini fino a 6 anni	18,1	8,0	15,5
In famiglia o in gruppo di amici (3 o piu' persone) con bambini-ragazzi da 7-14 anni	18,6	12,9	17,1
In famiglia o in gruppo di amici (3 o piu' persone) senza bambini-ragazzi fino a 14 anni	29,7	35,5	31,2

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

Si consolida l'abitudine degli italiani ad organizzare la vacanza. Diminuisce, infatti, la quota di vacanze senza prenotazione (31,5% contro il 32,7% del 2004). Ma a segnare il passo è anche la modalità di prenotazione tramite agenzia (25,4% nel 2004, 23,8% nel 2005). Aumenta, di contro, la percentuale di vacanze prenotate tramite internet, che raggiungono l'11,6% (6,1% nel 2004).

Le modalità di organizzazione della vacanza	
<i>Possibili più risposte</i>	% SUL TOTALE VACANZE
No, nessuna prenotazione	31,5
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio,ostello)	23,5
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale,ferrovia,,)	5,6
Direttamente tramite Internet	11,6
L'agenzia di viaggi, scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	12,8
L'agenzia viaggi che però non ha utilizzato proposte da catalogo (prenotaz, singoli servizi)	11,0
La parrocchia	0,4
L'organizzazione religiosa	0,4
La scuola	0,4
Il CRAL aziendale	0,4
Circoli/associazioni culturali	0,9
Circoli sportivi/associazioni sportive	0,1
Agenzia immobiliare	1,4
Tramite il Comune	0,8
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	4,4
Altro	0,4

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

Tempi di prenotazione della vacanza	
	% SUL TOTALE VACANZE PRENOTATE
Nell'ultima settimana	14,4
8/15 giorni prima	20,8
circa un mese prima	27,2
circa 2 mesi prima	15,8
circa 3 mesi prima	7,9
circa 4 mesi prima o piu'	13,9
Totale	100,0

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

La vacanza è stata prenotata, generalmente, un mese prima (27,2% del totale vacanze). Diminuisce rispetto al 2004 la quota di turisti che hanno prenotato nell'ultima settimana passando dal 17,4 al 14,4%, ciò dovuto probabilmente alle attuali politiche promozionali delle compagnie aeree low cost che forniscono tariffe agevolate per prenotazioni a lunga scadenza.

5. Le motivazioni della vacanza e i canali di influenza

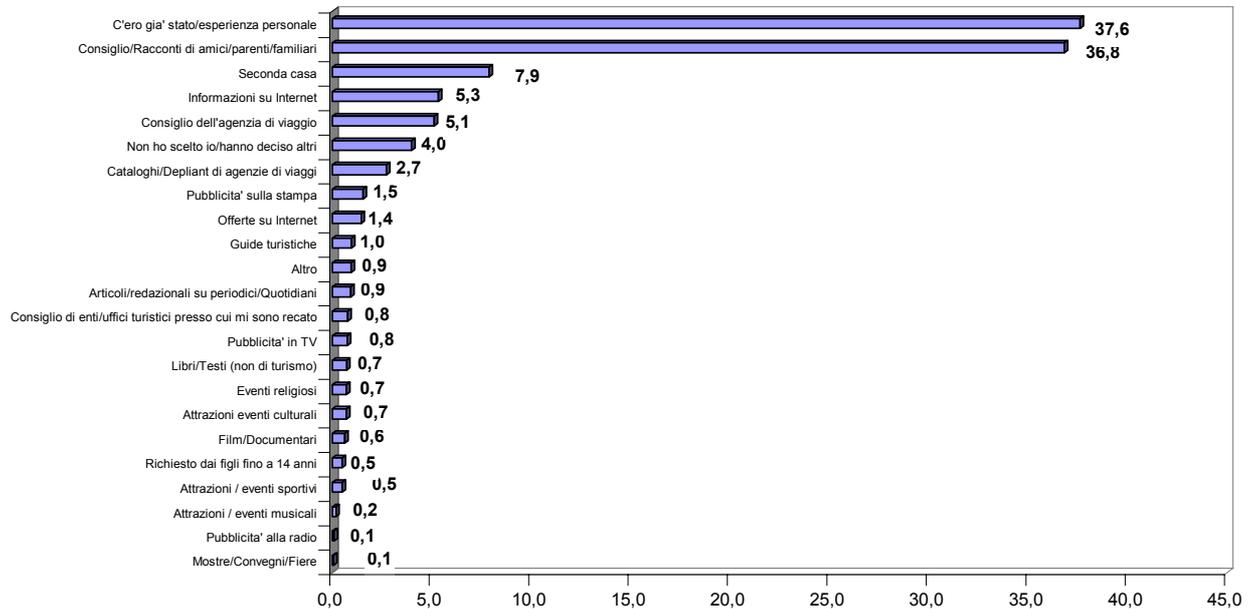
Nel rispetto di un trend ormai consolidato, le motivazioni della scelta della destinazione di vacanza riguardano principalmente le bellezze naturali del luogo (34,7%), segue il desiderio di rivedere amici e parenti (13,8%) che raccoglie la stessa percentuale delle motivazioni legate alla voglia di scoprire posti nuovi.

Dunque una graduatoria legata principalmente a motivazioni indirettamente turistiche cioè non legate alla destinazione, quale il desiderio di rivedere parenti e amici o la vicinanza, mentre le motivazioni turistiche quali ricchezze del patrimonio artistico, divertimenti che offre la località, non superano il 5%, da segnalare un ottimo 4,1% che si sposta perché considera la destinazione adatta ai bambini.

Ciò a testimoniare di come sia sempre più necessaria una pianificazione territoriale in grado di diversificare l'offerta per rendere fruibile l'area sia che si tratti di una destinazione turistica che non.



I CANALI DI INFLUENZA SULLA SCELTA DELLA LOCALITA' DI VACANZA
(% sul totale vacanzieri giugno-dicembre 2005)

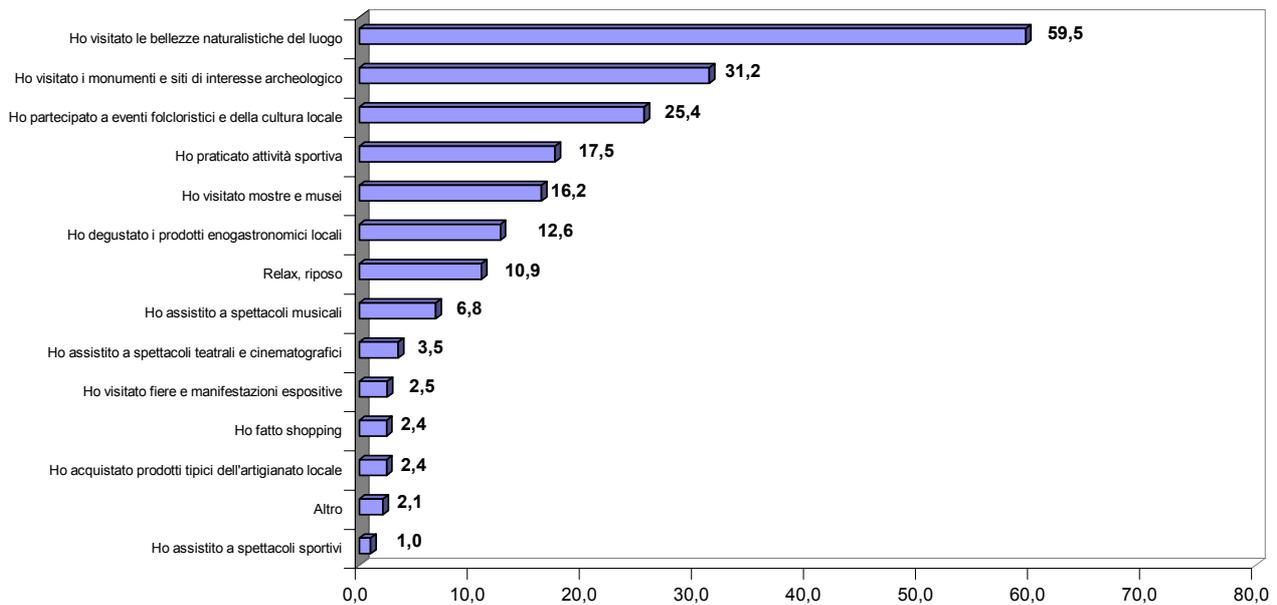


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Tra i canali di influenza sulla scelta della vacanza è forte l'incidenza dell'esperienza personale (37,6%) ed il passaparola di parenti e amici (36,8%) confermando come sia proprio la soddisfazione del cliente l'elemento più importante, che influenza la scelta di un turista su tre.

Da segnalare l'importanza dei canali di intermediazione quali le agenzie di viaggio, i cataloghi e internet, quest'ultimo, coerentemente con le modalità di prenotazione della vacanza, vede aumentare la quota dei turisti che lo utilizzano per reperire informazioni (dal 4,7% del 2004 al 5,3% del 2005).

ATTIVITA' SVOLTE
(% sul totale vacanzieri giugno-dicembre 2005)



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

Relativamente alle attività svolte durante la vacanza, in testa con il 59,5% si posiziona visitare le bellezze turistiche del luogo, al secondo posto c'è l'interesse per i monumenti e i siti archeologici con una quota del 31,2%, segue la partecipazione ad eventi folcloristici e della cultura locale (25,4%). Altre attività preferite dai turisti italiani sono lo sport (17,5%), mostre e musei (16,2%) e la degustazione di prodotti enogastronomici locali (12,6%).

**Sport praticati nelle vacanze italiane
giugno-dicembre 2005**

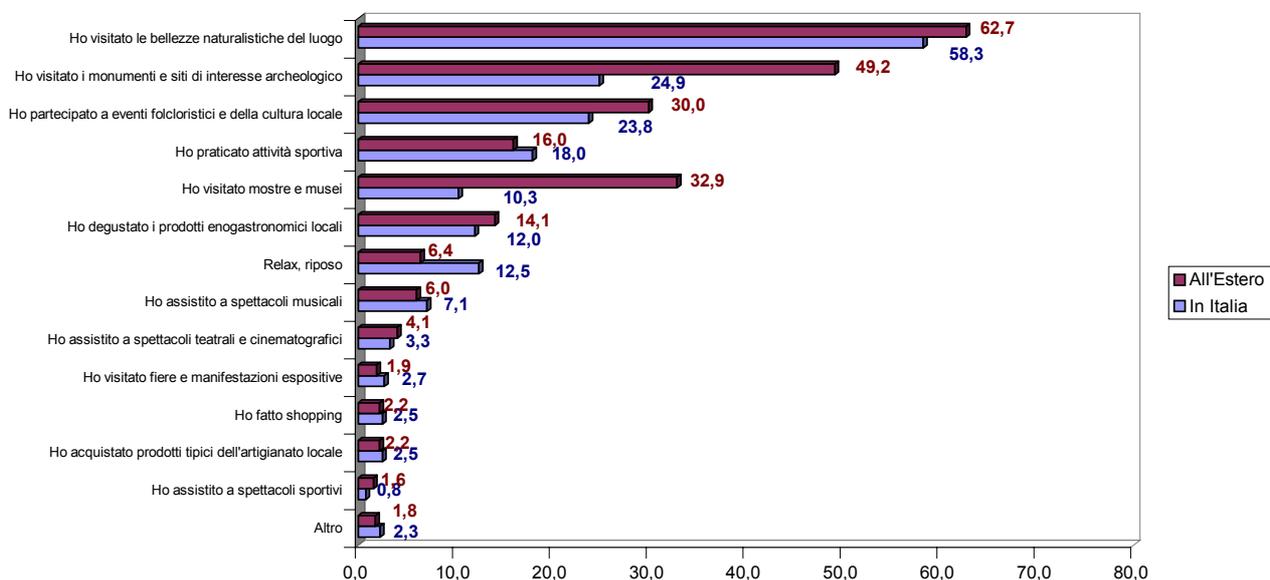
possibili più risposte

% sul totale dei vacanzieri
che hanno indicato come
motivazione lo sport

sub	36,6
Sci	26,7
Altri sport	16,3
Caccia, pesca	13,4
Alpinismo	7,9
TrekKing	7,9
Surf	5,9

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

ATTIVITA' SVOLTE PER DESTINAZIONE
 (% sul totale vacanzieri giugno-dicembre 2005 per destinazione)



Relativamente alle attività svolte nelle destinazioni nazionali e estere si segnalano importanti differenze:

- *in Italia*: nelle località nostrane prevale la voglia di relax rispetto all'estero, seguono le attività sportive praticate dal 18% dei vacanzieri e assistere a spettacoli musicali;
- *all'estero*: visitare monumenti e musei è una delle attività più praticate e distanzia maggiormente le mete italiane, dato che conferma la capacità delle mete europee di saper diversificare l'offerta attraverso iniziative e promozioni quali le note card che permettono di visitare più musei e monumenti nella stessa capitale e di usufruire anche dei mezzi di trasporto facilitando la fruizione del territorio al turista.

6. La spesa per la vacanza

Il 2005 ha visto complessivamente una spesa totale per le vacanze degli italiani di più di 46 mila milioni di euro.

Tra giugno e dicembre 2005, gli italiani hanno speso per le loro vacanze oltre 33 mila milioni di euro, di questi il 68% per la sola vacanza principale, confermando la tendenza dei turisti a concentrare durata e spesa della vacanza in un unico atto durante l'intero periodo di riferimento.

	Spesa per la vacanza principale	Spesa per le altre vacanze	Spesa TOTALE vacanze
2005 – gennaio/maggio	8.173.777.000	5.335.408.000	13.509.185.000
2005 - giugno/dicembre	22.660.212.000	10.650.728.000	33.310.940.000
Totale 2005	30.833.989.000	15.986.136.000	46.820.125.000
Var. % 2005/2004	8,1	-12,2	0,2

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

Rispetto al 2004 il dato più rilevante è l'inversione di tendenza, cioè il contenimento nel 2005, della spesa per le altre vacanze (-12,2%). Di contro, invece, ad un notevole aumento della spesa per la vacanza principale (+8,1%).

	Spesa per la vacanza principale	Spesa per le altre vacanze	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

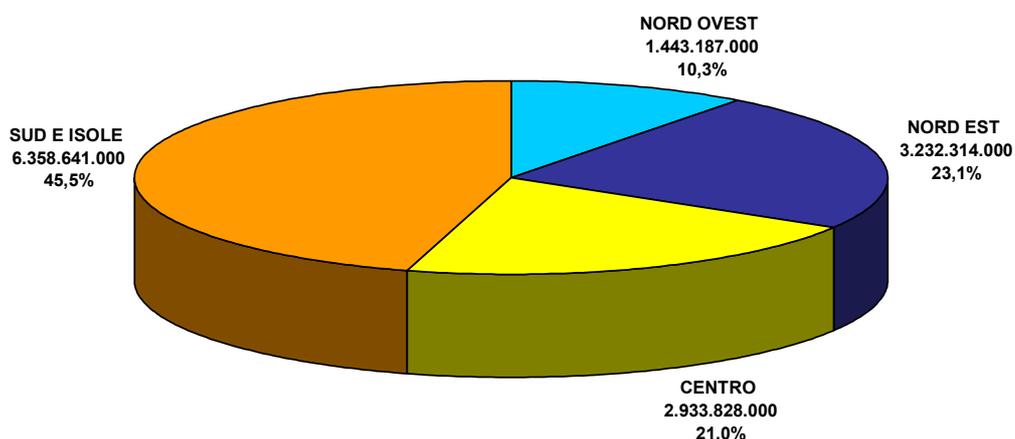
	Spesa per la vacanza principale	2005	
		giugno/dicembre	gennaio/maggio
in Italia	18.160.011.000	13.967.969.000	4.192.042.000
all'estero	12.673.978.000	8.692.243.000	3.981.735.000
Totale	30.833.989.000	22.660.212.000	8.173.777.000

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

Il 61,6% della spesa per la vacanza principale nel secondo semestre del 2005 ha riguardato le mete italiane, il 38,4% la vacanza all'estero.

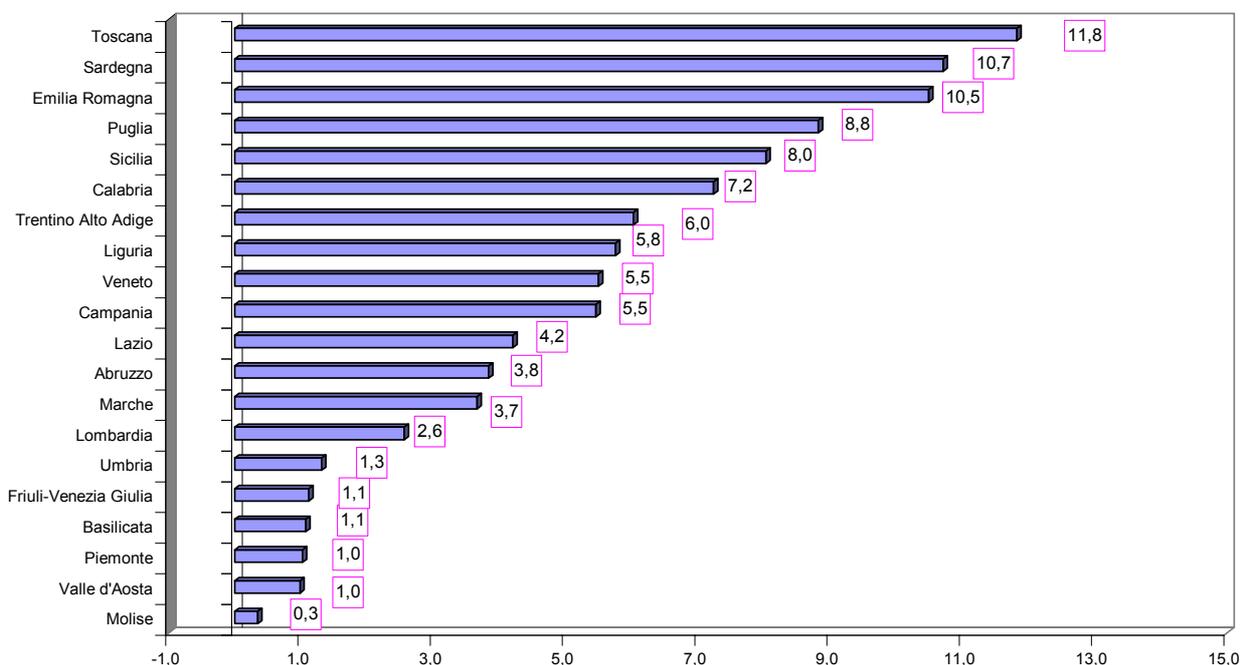
Della spesa effettuata in Italia, la quota principale (45,5%) è stata consumata nelle destinazioni del sud e delle isole, seguite da quelle del nord-est (23,1%). Il centro con una quota del 21,0% guadagna tre punti percentuali rispetto al 2004, segue il nord-ovest con il 10,3%.

LA SPESA TURISTICA PER AREA GEOGRAFICA DI DESTINAZIONE DELLA VACANZA PRINCIPALE IN ITALIA (giugno-dicembre 2005)



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

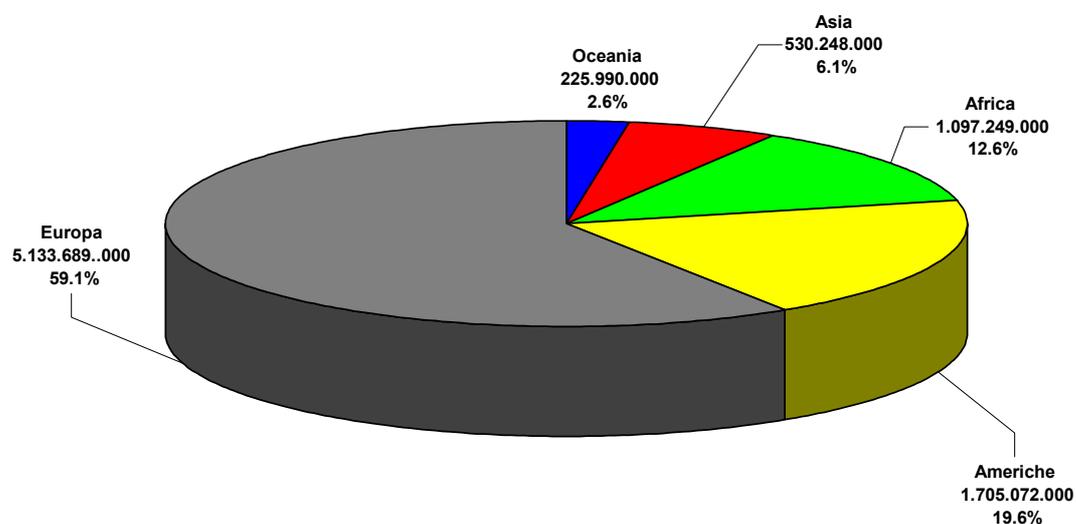
LA SPESA TURISTICA PER REGIONE DI DESTINAZIONE DELLA VACANZA PRINCIPALE
(giugno - dicembre 2005 - % sul totale Italia)



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

La regione dove si è concentrata maggiormente la spesa per queste vacanze è stata la Toscana (11,8%) che realizzando un + 2,6% nei confronti dell'anno scorso, ha sottratto il primato della spesa alle destinazioni della Sardegna (10,7%). Subito dopo si afferma l'Emilia Romagna con il 10,5%. Tre regioni del mezzogiorno Puglia (8,8%), Sicilia (8,0%) e Calabria (7,2%) sopravanzano il Trentino Alto Adige (6,0%) che perde tre punti e mezzo rispetto ad un anno fa.

LA SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE ALL'ESTERO
(giugno - dicembre 2005)

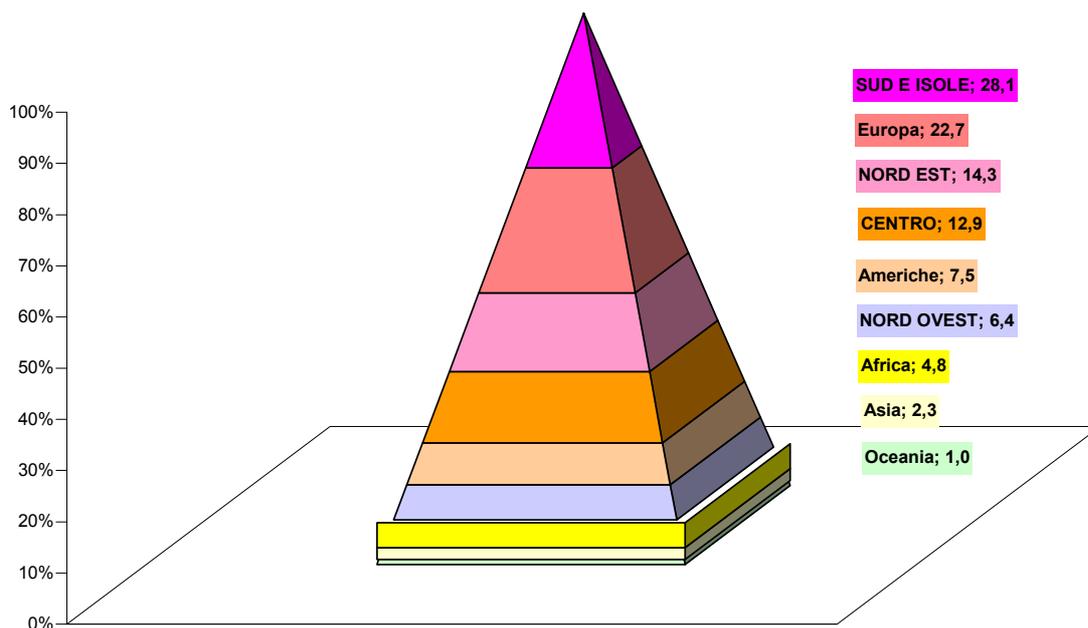


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Per quanto riguarda la spesa all'estero le mete europee non hanno avuto rivali totalizzando il 59,1% dei consumi dei vacanzieri italiani fuori dal bel paese. Seguono le Americhe con un ottimo 19,6% (+ 3,6% sul 2004).

L'Europa (22,7%) a prescindere dalla destinazione, è riuscita a piazzarsi nella classifica generale delle aree prodotto italiane ed estere al secondo posto subito dopo il sud e le isole (28,1%).

LA SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE
giugno - dicembre 2005



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

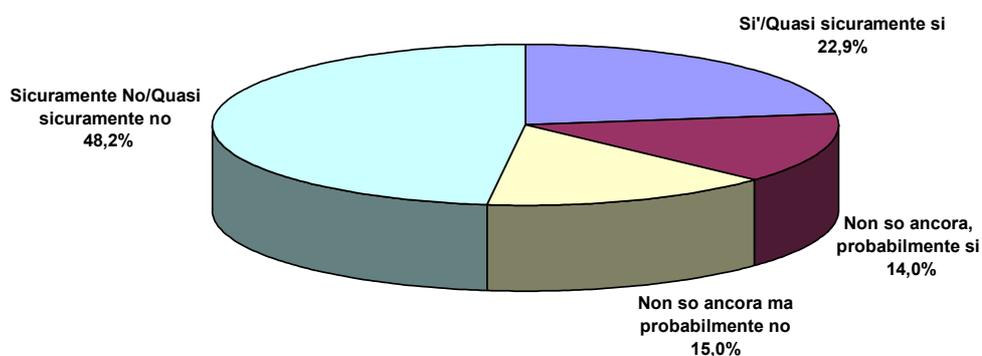
La spesa per la vacanza principale (giugno- dicembre 2005)		
	Totale	%
SUD E ISOLE	6.358.641.000	28,1
Europa	5.133.689.000	22,7
NORD EST	3.232.314.000	14,3
CENTRO	2.933.828.000	12,9
Americhe	1.705.072.000	7,5
NORD OVEST	1.443.187.000	6,4
Africa	1.097.249.000	4,8
Asia	530.248.000	2,3
Oceania	225.990.000	1,0
Spesa Totale	22.660.218.000	100,0

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

7. Le previsioni per l'inverno 2006

11,3 milioni di italiani hanno già programmato una vacanza per l'inverno 2006, pari al 22,9% della popolazione. A questi si aggiungono i quasi 7 milioni che dichiarano una probabile vacanza (14,0%). Considerati nel complesso, il 36,9% della popolazione prevede di andare in vacanza durante la stagione in corso.

INTENZIONI DI VACANZA PER L'INVERNO 2006
(gennaio - aprile 2006)
% sulla popolazione italiana



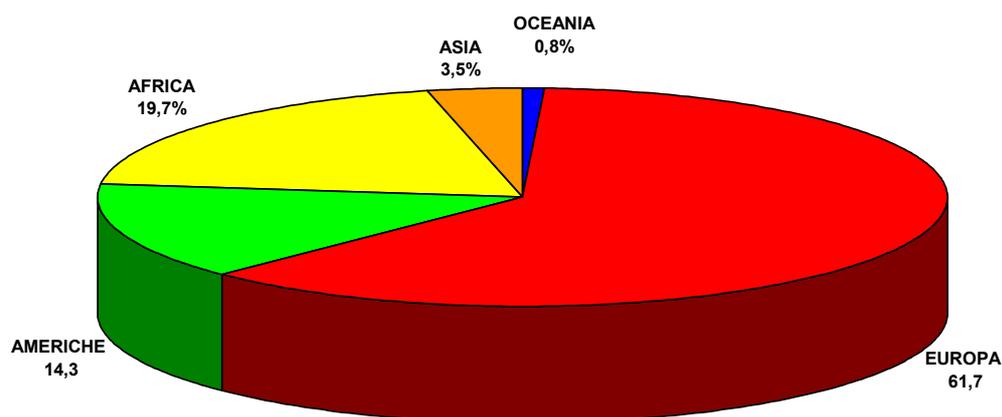
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Dei 18,2 milioni di italiani che intendono andare in vacanza, il 57,6% esprime l'intenzione di rimanere in Italia, mentre il 31,5% dichiara che andrà all'estero, il restante 11,0% non ha ancora deciso la destinazione.

La destinazione della vacanza invernale	
Totale turisti (sicuramente si/probabilmente si)	
	%
In Italia	57,5
All'estero	31,5
Non ho ancora deciso	11,0
Spesa Totale	100,0

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

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

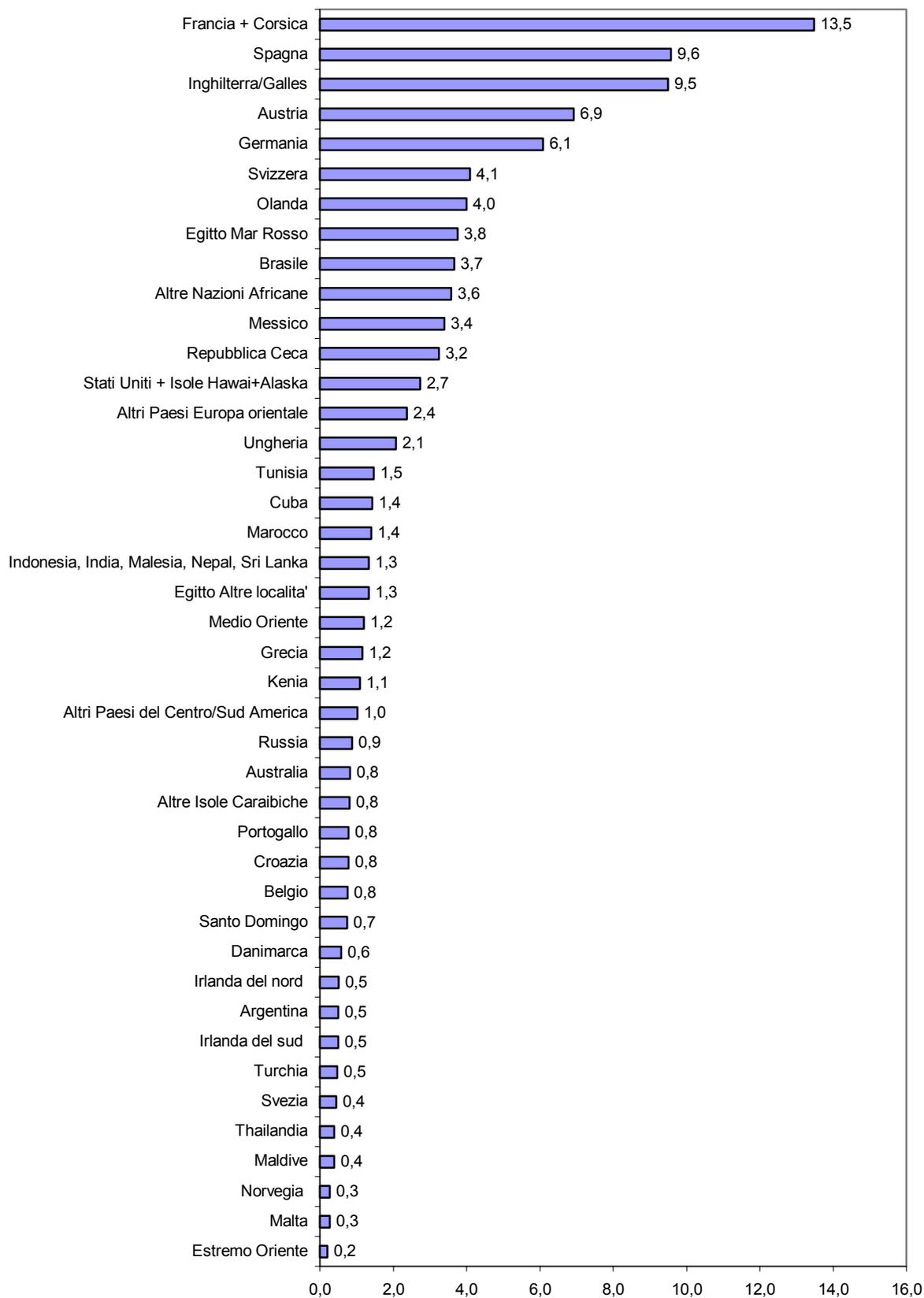


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, gennaio 2006

Il 61,7% dei turisti che andranno all'estero hanno scelto destinazioni europee, il 19,7% mete africane, il 14,3% le Americhe.

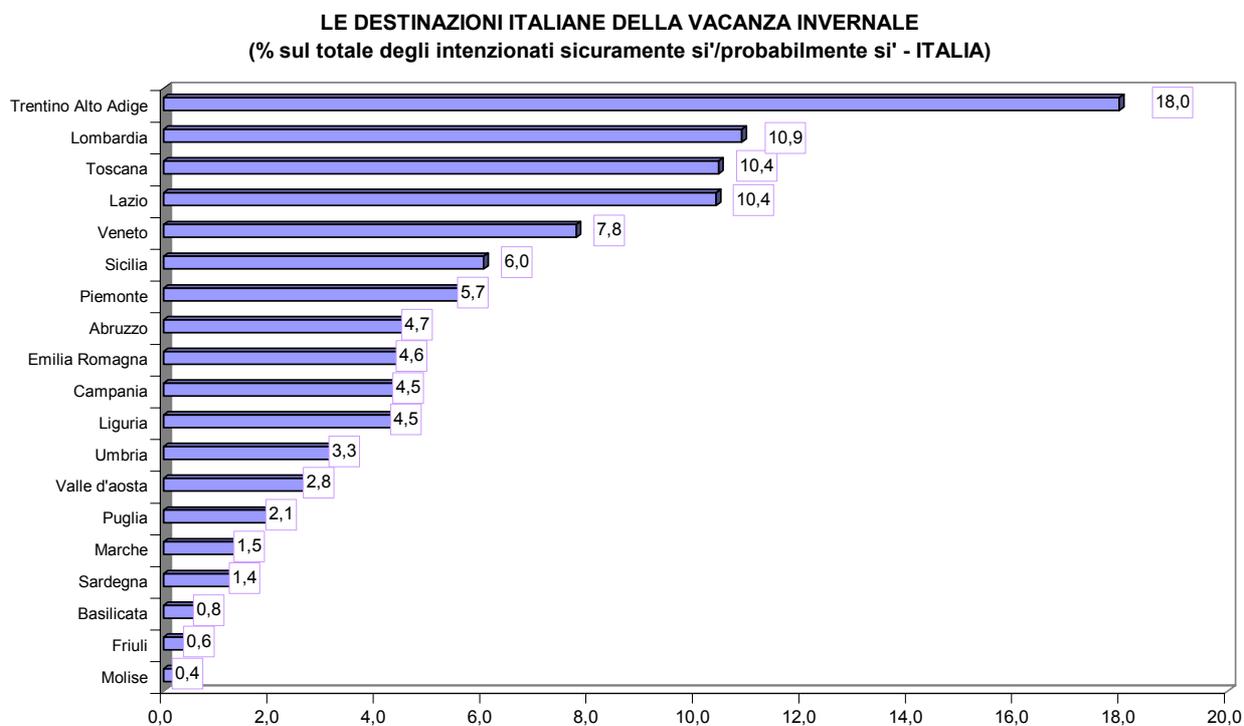
La Francia è, tra le destinazioni estere, la più gettonata per l'inverno 2006 con una percentuale del 13,5%. Sempre molto ricercata anche la Spagna con una quota del 9,6%, a seguire Inghilterra (9,5%), Austria (6,9%) e Germania (6,1%). Mar Rosso (3,8%) e Brasile (3,7%) le mete più richieste fuori dal continente europeo.

LE DESTINAZIONI ESTERE DELLA VACANZA INVERNALE
 (% sul totale degli intenzionati sicuramente sì/probabilmente sì - ESTERO)



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

In Italia i vacanzieri si recheranno soprattutto nelle località sciistiche del Trentino Alto Adige (18,0%) e della Lombardia (10,9%), senza trascurare però la Toscana (10,4%) il Lazio (10,4%) e il Veneto (7,8%), buono anche il posizionamento della Sicilia (6,0%).



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

8. Conclusioni

Nel secondo semestre del 2005 si è registrato un aumento delle vacanze, dei turisti italiani e della spesa. Si è tuttavia assistito ad un cambiamento nelle modalità e nei comportamenti dei vacanzieri nostrani.

La vacanza, in controtendenza con il 2004, si è concentrata in un unico atto, sono aumentate infatti le vacanze lunghe sia in Italia che all'estero e i turisti hanno prenotato con largo anticipo. Dunque da giugno a dicembre non più mordi e fuggi ma “una” vacanza e buona. Il tutto ha generato un aumento della spesa soprattutto per la vacanza principale.

Questo cambiamento di rotta è dovuto probabilmente a diversi fattori, da un lato una diversa politica dei prezzi dei vettori aerei low cost che applicano tariffe scontate non più last minute, dall'altro una razionalizzazione della vacanza da parte degli italiani che sembrano aver trovato una maggiore convenienza economica nel concentrare la vacanza in un unico atto.

Diminuiscono i turisti “fai da te”, forte l'influenza dei canali di intermediazione, da segnalare l'aumento di chi prenota direttamente tramite internet, dal 6% del 2004 all'11%. Si è assistito, inoltre, ad un incremento dei turisti nei mesi di maggio giugno e ottobre attestando così una certa destagionalizzazione dei flussi.

Dall'altra parte, gli italiani hanno preferito abbandonare le vacanze da week end per privilegiare quella più importante sia come durata che come spesa, scegliendo anche mete lontane, è aumentata infatti la capacità di attrazione dell'estero dei flussi turistici italiani sia per quanto riguarda le città d'arte europee, diventate sempre più competitive grazie ad una diversificazione dell'offerta e dei servizi, che le mete long haul, come gli Stati Uniti (che raddoppiano la quota dello scorso anno) le Maldive, e il Mar Rosso.

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 2005.

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