

Unioncamere
Unione Italiana
delle Camere di
Commercio
Industria Artigianato
e Agricoltura

OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

LE VACANZE ITALIANE NELL'INVERNO 2001 E LE PREVISIONI DI VACANZA PER L'ESTATE

a cura di



SOMMARIO

PREMESSA	3
1. GLI ITALIANI IN VACANZA.....	6
2. LE DESTINAZIONI INVERNALI.....	14
3. I COMPORTAMENTI DI VACANZA	16
4. LE INFLUENZE NELLE SCELTE E LE MOTIVAZIONI DI VACANZA	25
5. LA SODDISFAZIONE DELLA VACANZA.....	29
6. UNA ANALISI DI CONFRONTO: ESTATE 2000 – INVERNO 2001	33
7. LE PREVISIONI DI VACANZA PER L’ESTATE 2001.....	42
8. CONCLUSIONI.....	48
9. METODOLOGIA.....	50
10. ALLEGATO STATISTICO	51

PREMESSA

Che la vacanza sia un comportamento sociale, è una considerazione ormai dimostrata dalla sempre più diffusa attitudine ai viaggi della domanda turistica italiana. La quota dei non vacanzieri dipende oggi non più dal desiderio di viaggio quanto dalle specifiche capacità di spesa.

Anche congiunture economiche sfavorevoli hanno comunque permesso in Italia quote di partenze crescenti, affermando il consumo turistico tra quelli difficilmente rinunciabili per gli italiani.

Che l'oggetto di questa indagine sia socialmente ed economicamente utile agli operatori del turismo così come alle amministrazioni ed alle istituzioni territoriali non necessita ulteriori conferme, mentre appare fondamentale sottolineare la necessità di indagare il settore turistico con strumenti di analisi certi ed al contempo flessibili per la natura stessa dell'oggetto.

E' difficile, infatti, per gli attori del turismo, trovare indicazioni specifiche che permettano analisi puntuali delle caratteristiche della domanda e dei suoi comportamenti, strumenti utili a pianificare le azioni di un'impresa, di un territorio, di una nazione.

Certo esistono in Italia Osservatori regionali e locali che indagano il fenomeno turistico per specifiche destinazioni o su specifici target. Ma ogni osservatorio ha impostazioni diverse, parte da premesse differenti, arriva a conclusioni specifiche ma parziali.

A livello nazionale l'Istat rileva dalle aziende di promozione turistica i dati relativi agli arrivi ed alle presenze negli esercizi ricettivi, dati e informazioni sull'offerta, sulla domanda e sull'economia del turismo, che tuttavia per la natura stessa dell'istituto sono quadri statistici di scenario generale.

Esistono poi istituti di ricerca che si occupano di monitorare il mercato prevalentemente negli aspetti congiunturali. Non esiste però a livello nazionale un Osservatorio che sappia leggere il fenomeno nella sua complessità e nelle sue continue mutazioni.

Questi dati purtroppo non bastano quindi a indagare un settore complesso come quello turistico, legato a variabili socioeconomiche, e sempre in trasformazione.

L'attività dell'Isnart per l'Unioncamere ha fino ad oggi apportato un contributo sostanziale sia in termini di analisi congiunturali che di definizione degli andamenti della domanda nei periodi di punta del turismo tramite il Sistema Informativo dell'Economia del Turismo.

Appare però ormai necessario sorpassare la logica della congiuntura per inserirla in un quadro di rilevazione e monitoraggio più complesso impiantando così una metodologia di analisi del settore che permetta di comprendere, e fornire così agli operatori ed alle Istituzioni, scenari di riferimento completi e in tempo reale sulla domanda nazionale, di cui si sente sempre più la necessità.

Inoltre, mentre molto è stato fatto per approfondire le dinamiche dei flussi in entrata dall'estero e per studiarne le migliori modalità di promo-commercializzazione, nonostante lo sviluppo della domanda turistica italiana si è troppo spesso dimenticato come questa costituisca circa l'80% dei movimenti di turismo nel nostro Paese.

E' per questo motivo che quest'anno, per volontà dell'Unioncamere, è stata siglata un accordo di collaborazione tra l'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche e la ACNielsen C.R.A., con lo scopo comune di diffondere a livello nazionale informazioni di dettaglio sulle caratteristiche e sui comportamenti della domanda turistica italiana.

Si intende così entrare nel merito delle dinamiche che influiscono sulla domanda di vacanza, specificandone le modalità di consumo, le motivazioni di scelta, i comportamenti turistici e la soddisfazione del cliente.

Una particolare attenzione sarà infatti data all'aspetto di rilevazione del fenomeno legato alle motivazioni della domanda, informazione la cui importanza è fondamentale sia per

individuare le strategie di sviluppo (delle istituzioni e delle imprese) sia per definire i reali prodotti turistici che il nostro paese è in grado di offrire.

Inoltre, analizzare il mercato turistico nella sua complessità vuol dire intervenire nello studio del fenomeno della vacanza in tutte le sue modalità, non solo sulla vacanza principale ma anche su tutti i fenomeni di mobilità legati al turismo leisure.

L'Osservatorio ha dunque impostato una rilevazione sistematica sulla domanda italiana attraverso l'analisi congiunta tra i due istituti di ricerca, con panel e focus sui consumatori di vacanza italiani.

Tale sinergia tra la specializzazione professionale dell'Isnart nella sua conoscenza del mercato e nella sua competenza metodologica nello studio dei fenomeni turistici, e la professionalità della ACNielsen C.R.A. nel campo della rilevazione dei consumi della popolazione, costituisce un polo di ricerca che vanta riconoscibilità a livello istituzionale e contemporaneamente una tradizione acquisita nella capillarità dell'informazione messa a punto nell'impianto metodologico per il monitoraggio costante dei comportamenti e consumi di vacanza della domanda italiana.

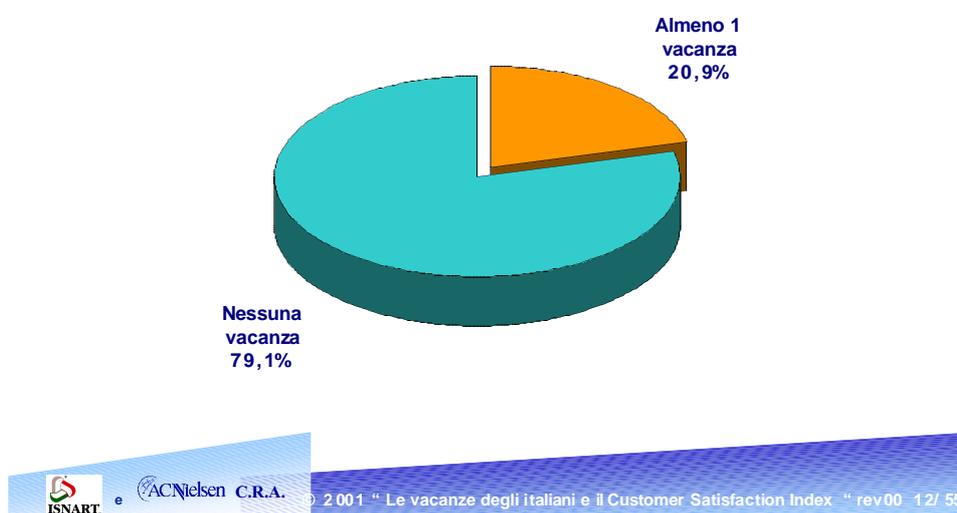
Nasce così l'Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano, di cui questo rapporto di indagine costituisce la prima uscita sulle vacanze italiane nella stagione invernale ottobre 2000 - marzo 2001 con le previsioni di vacanza per la prossima estate.

1. GLI ITALIANI IN VACANZA

Nella stagione invernale compresa tra ottobre 2000 e marzo 2001, si contano 10,4 milioni di italiani che hanno effettuato almeno un periodo di vacanza, pari al 20,9% della popolazione.

INDIVIDUI CHE HANNO FATTO ALMENO UNA VACANZA NEL PERIODO OTTOBRE 00/MARZO 2001

Base: 49.831.480 individui di età 14 anni



Si tratta di un dato molto interessante perché conferma il consolidamento della vacanza invernale nelle abitudini degli italiani che tra l'altro denota una ripresa rispetto alla stagione precedente.

Sono in particolare i vacanzieri più giovani residenti nel nord Italia coloro che effettuano vacanza in inverno, con numerosità superiori alla media:

- il 27% dei giovani fino ai 24 anni ed il 25,4% di quelli entro i 34 anni;
- il 27,9% dei residenti nel nord ovest ed il 25,1% nel nord est.

Ma il dato che più caratterizza il vacanziero italiano invernale è un livello economico piuttosto elevato. Infatti, tra la popolazione di livello socioeconomico alto ben il 35,3% è stato in vacanza.

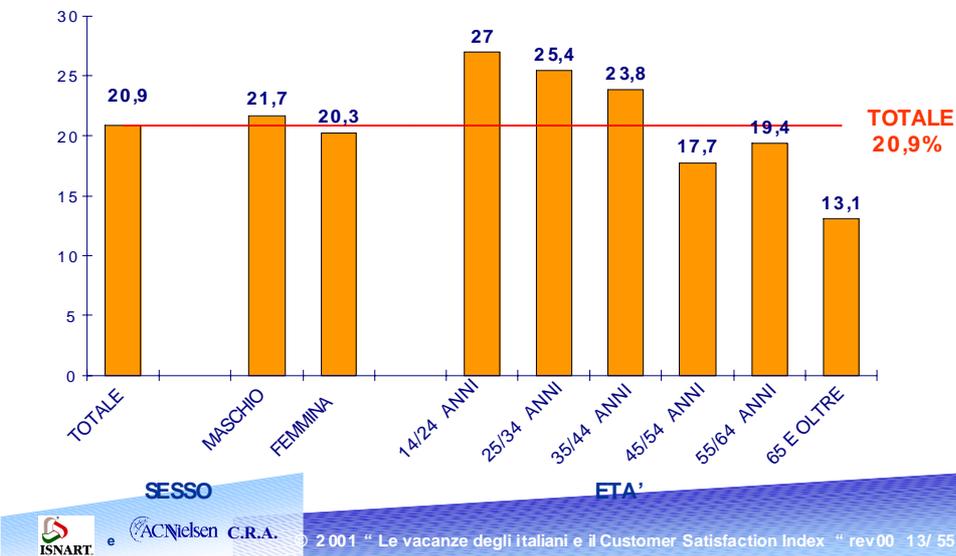
(Segue) INDIVIDUI CHE HANNO FATTO ALMENO UNA VACANZA NEL PERIODO OTTOBRE 00/MARZO 2001

Analisi per macroaree di residenza e livello socio economico (valori percentuali)
 Base: 49.831.480 individui di età 14 anni



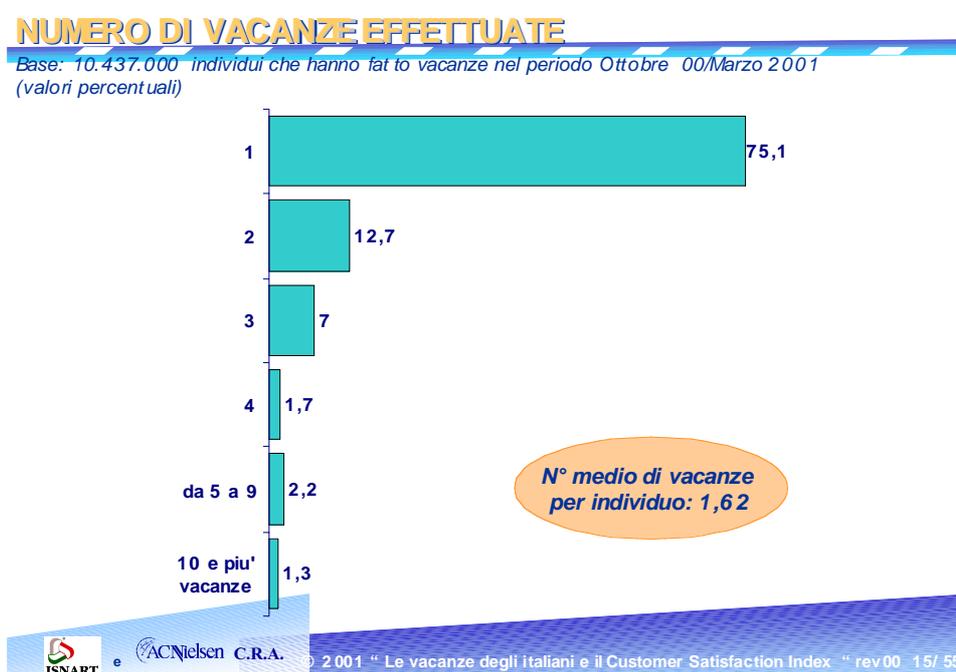
(Segue) INDIVIDUI CHE HANNO FATTO ALMENO UNA VACANZA NEL PERIODO OTTOBRE 00/MARZO 2001

Analisi per sesso e età (valori percentuali)
 Base: 49.831.480 individui di età 14 anni



Dei vacanzieri totali il 75,1% ha fatto in inverno un solo periodo di vacanza (pari a 7,8 milioni di italiani), ma il 12,7% (1,3 milioni di vacanzieri) ne ha effettuati due.

Del restante 12,2% di vacanzieri, il 7% si è concesso 3 periodi di vacanza, l'1,7% 4 periodi, il 2,2% da 5 a 9 periodi e l'1,3% oltre 10 vacanze, per un totale di circa 1,3 milioni di plurivacanzieri.



Le caratteristiche socioeconomiche dei fortunati fruitori di più periodi di vacanza vedono prevalere, a differenza del vacanziero invernale medio, la popolazione di età più elevata, dato fortemente correlato a quello del reddito. Infatti tra coloro che hanno effettuato tra i 5 ed i 9 periodi, si concentrano il 6,7% di individui di livello socio economico alto ed il 6,4% di vacanzieri tra i 45 ed i 54 anni.

In media, comunque, gli italiani che sono stati in vacanza quest'inverno hanno effettuato 1,6 periodi di vacanza a persona.

(Segue) NUMERO DI VACANZE EFFETTUATE

Analisi per sesso e età

Base: individui che hanno fatto vacanze nel periodo Ottobre 00 /Marzo 2001

Base = (.000)								
1 vacanza								
2 vacanze								
3 vacanze								
4 vacanze								
da 5 a 9								
10 e piu'								
N° medio vacanze per individuo								



e



© 2001 "Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index" rev00 16/55

(Segue) NUMERO DI VACANZE EFFETTUATE

Analisi per macroaree di residenza e livello socio economico

Base: individui che hanno fatto vacanze nel periodo Ottobre 00 /Marzo 2001

Base = (.000)								
1 vacanza								
2 vacanze								
3 vacanze								
4 vacanze								
da 5 a 9								
10 e piu'								
N° medio vacanze per individuo								



e



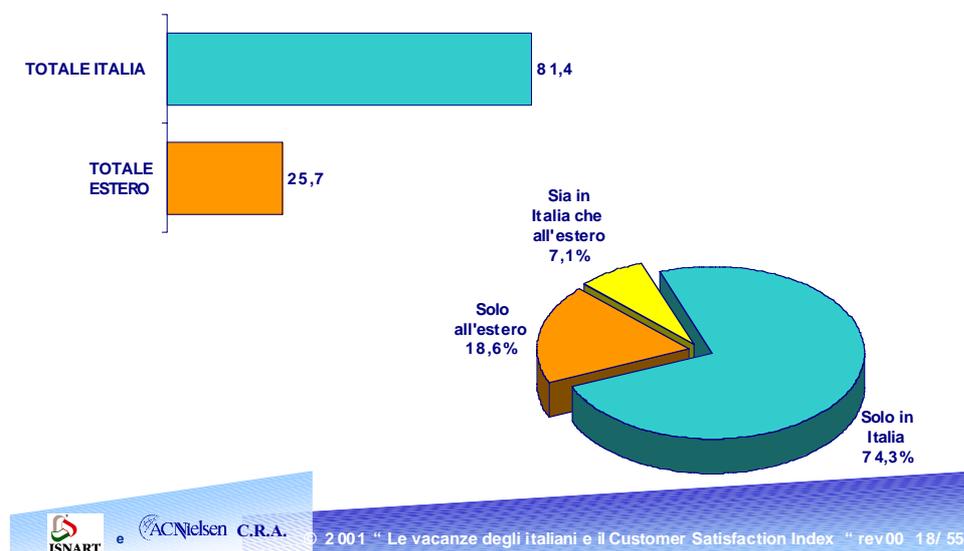
© 2001 "Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index" rev00 17/55

Le destinazioni delle vacanze dell'inverno 2001 sono state prevalentemente nazionali. Circa 7,8 milioni di vacanzieri sono infatti rimasti in Italia, mentre 739 mila italiani hanno scelto sia località nazionali che estere per la loro vacanza invernale.

Una quota del 18,6% si è invece recata esclusivamente a l'etranger, pari a oltre 1,9 milioni di italiani.

INDIVIDUI CHE HANNO FATTO VACANZE IN ITALIA E/O ALL'ESTERO

Base: 10.437.000 individui che hanno fatto vacanze nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)



Vi è una differente caratterizzazione socioeconomica anche rispetto alla meta della vacanza. Infatti, coloro che hanno preferito le mete italiane prevalgono tra le categorie di età più alta con valori cioè superiori tra chi ha superato i 35 anni per raggiungere quote del 92% nel segmento della terza età. Si tratta poi particolarmente di residenti nel sud e nelle isole di livello economico medio alto e alto.

CHI HA FATTO ALMENO UNA VACANZA IN ITALIA E/O ALL'ESTERO

Analisi per sesso e età

Base: individui che hanno fatto vacanze nel periodo Ottobre 00 /Marzo 2001

Base = (.000)								
in Italia								
all'estero								



(Segue) CHI HA FATTO ALMENO UNA VACANZA IN ITALIA E/O ALL'ESTERO

Analisi per macroaree di residenza e livello socio economico

Base: individui che hanno fatto vacanze nel periodo Ottobre 00 /Marzo 2001

		EA								
Base (.000)										
in Italia										
all'estero										



Al contrario tra i vacanzieri che si sono recati all'estero prevale la popolazione giovane tra i 14 ed i 34 anni, soprattutto i residenti nel nord est. Il livello economico di questi vacanzieri è prevalentemente medio-basso a cui si affianca però anche una quota consistente di coloro che dichiarano un reddito elevato.

LE VACANZE NEL PERIODO OTTOBRE 00/MARZO 2001 - Tabella Riepilogativa

Analisi per sesso e età (individui di età 14 anni)

Individui che hanno fatto vacanze (.000)									
N° medio vacanze per individuo									
N° totale vacanze (.000)									
N° medio notti per singola vacanza									



(Segue) LE VACANZE NEL PERIODO OTTOBRE 00/MARZO 2001 - Tabella Riepilogativa

Analisi per macroaree di residenza e livello socio economico (individui di età 14 anni)

Individui che hanno fatto vacanze (.000)									
N° medio vacanze per individuo									
N° totale vacanze (.000)									
N° medio notti per singola vacanza									



Dal quadro sintetico sulle caratteristiche dei vacanzieri italiani invernali si evince allora in particolare come, in media

- siano stati coloro che appartengono alla fascia d'età tra i 45 ed i 54 anni ad aver effettuato più periodi di vacanza (2 periodi);
- la durata della vacanza invernale sia più lunga per i turisti della terza età e tra quelli residenti nel centro (entrambi in media 5,1 notti);
- il reddito influisce sulla durata di vacanza solo sulle fasce estreme, mostrando infatti una durata prolungata proprio tra le classi socioeconomiche o basse o alte.

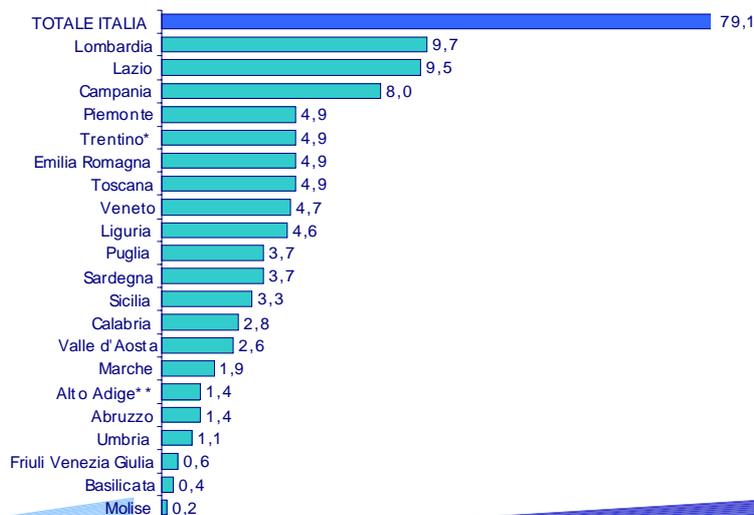
2. LE DESTINAZIONI INVERNALI

Le destinazioni italiane del turismo invernale vedono prevalere le vacanze effettuate in Lombardia (9,7% del totale vacanze), nel Lazio (9,5%) ed in Campania (8%).

Mentre le destinazioni lombarde si spiegano con la più tradizionale vacanza in montagna, la scelta di fare vacanza quest'inverno nelle località del Lazio raccoglie prevalentemente le volontà di visitazione di destinazioni culturali, con Roma in testa, rafforzate dall'evento della chiusura dell'anno giubilare e del capodanno. In Campania alla motivazione culturale si affianca inoltre una quota interessante di vacanzieri di ritorno per la visita ai parenti ed agli amici durante le festività natalizie.

QUOTE DI MERCATO DELLE PRINCIPALI AREE GEOGRAFICHE ITALIANE

Base: 16.887.000 - totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001 (valori percentuali)



* solo provincia Trento

** solo provincia Bolzano



© 2001 "Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index" rev 00 23/ 55

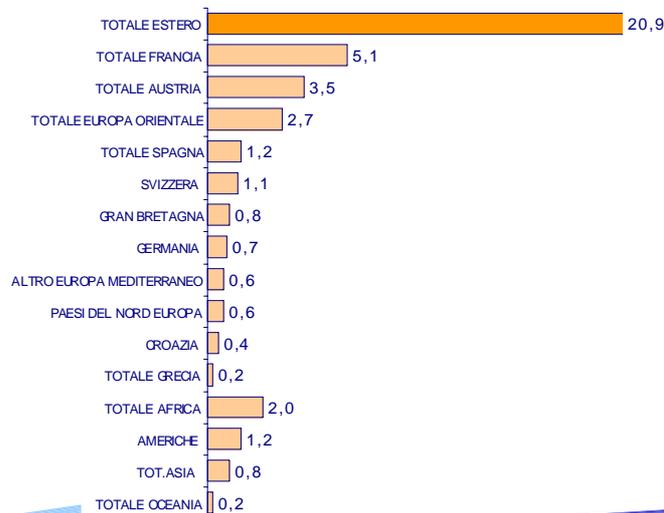
Le vacanze all'estero, invece, vedono una moltiplicazione di motivazioni da quella della ricerca di divertimento e di cultura nelle capitali europee, alle destinazioni montane internazionali, ed allo sport.

Non per nulla le destinazioni straniere dell'inverno 2001 vedono in testa la Francia e l'Austria che nella composizione della loro offerta turistica hanno realizzato un sistema a fruizione motivazionale di molteplice valenza. Seguono le località dell'Europa orientale sia per le città d'arte del capodanno che per la pratica di sport. La voglia di cultura e di divertimento poi si evince anche dalla numerosità delle vacanze in Spagna, in Gran Bretagna ed in Germania. Seguono il nord Europa, la Croazia e la Grecia.

La quota di coloro che si è recata in destinazioni extraeuropee vede una preferenza per le destinazioni africane (2%) e solo dopo per le località americane, asiatiche e oceaniche.

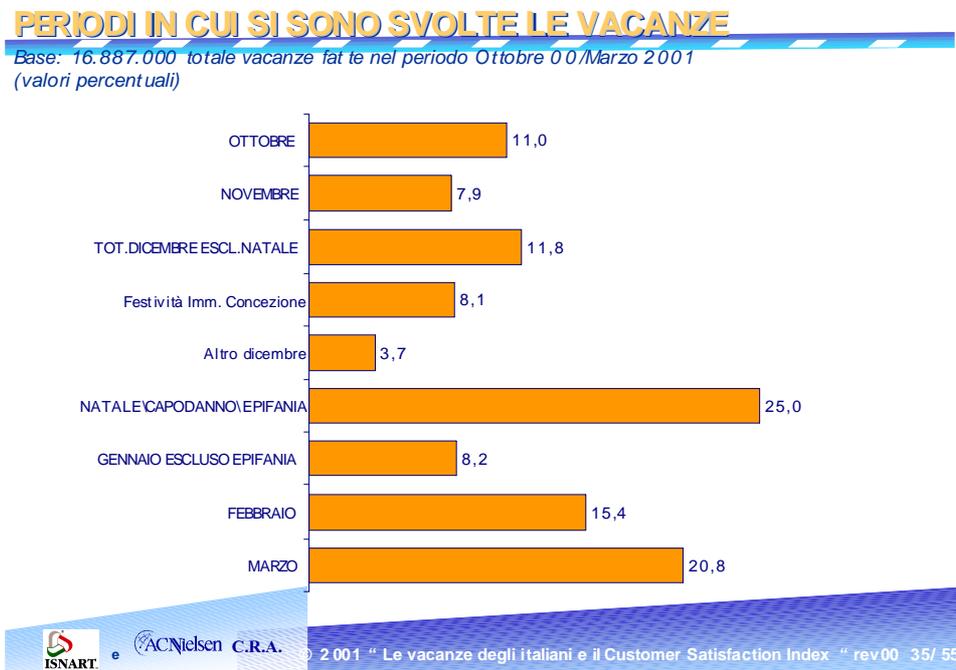
QUOTE DI MERCATO DELLE PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE ED EXTRAEUROPEE

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001 (valori percentuali)



3. I COMPORTAMENTI DI VACANZA

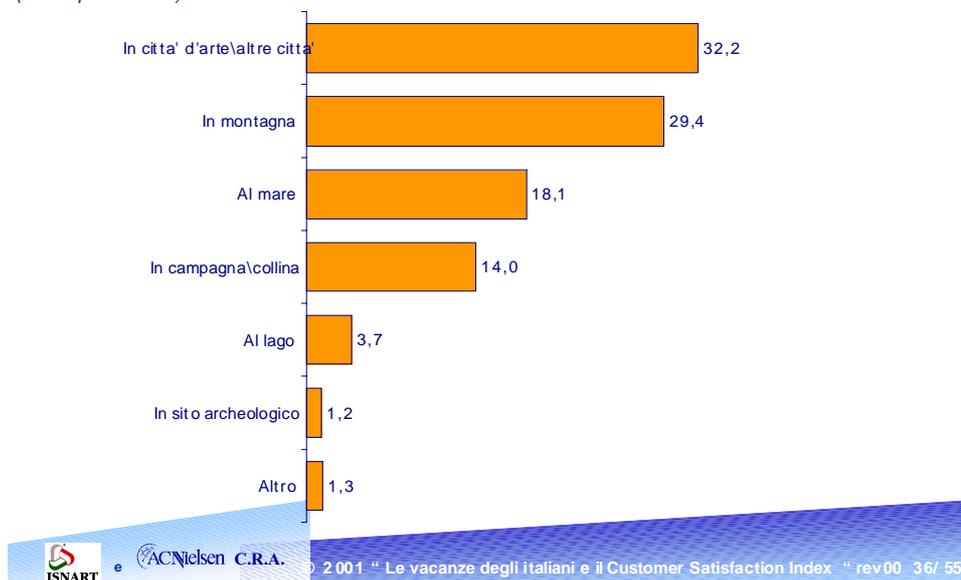
Le vacanze degli italiani si sono svolte questo inverno specialmente nel periodo natalizio (25%), e nei mesi di marzo (20,8%) e di febbraio (15,4%), questi ultimi più tradizionalmente legati ad una vacanza di tipo montano.



Si evince dunque una correlazione con la tipologia della località di vacanza che vede in testa le città d'arte, soprattutto per il periodo natalizio ed il Capodanno, e la montagna. Seguono le località di mare anche estero (specialmente in febbraio e marzo) e quelle di campagna per il turismo di ritorno alle famiglie durante le feste. Nonostante l'inverno anche le località lacuali accolgono il 3,7% delle vacanze, mentre una nicchia dell'1,2% ha scelto di visitare un sito archeologico.

LA VACANZA SI E' SVOLTA PREVALENTEMENTE . . .

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)

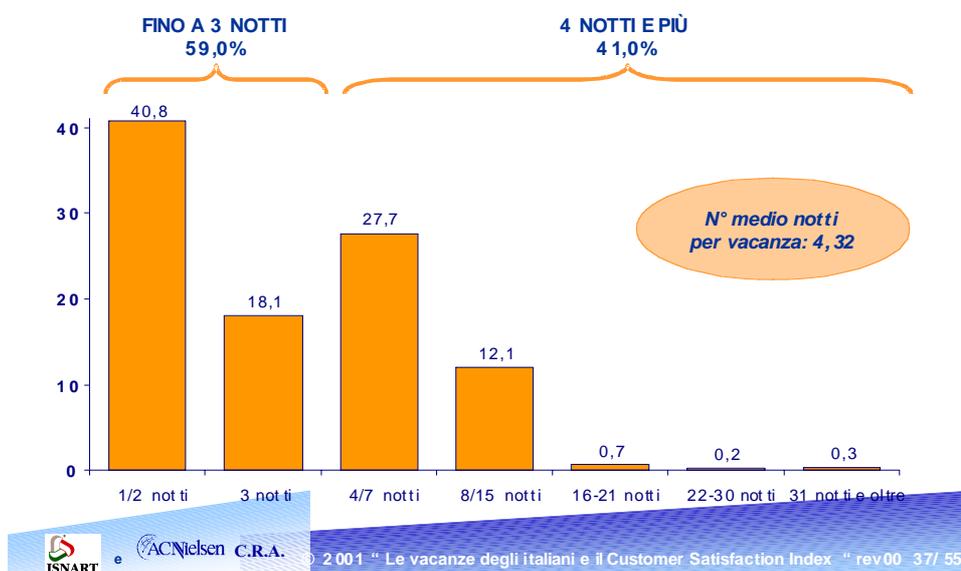


In inverno gli italiani hanno effettuato prevalentemente vacanze brevi fino a 3 notti (59%) sfruttando così i fine settimana per le loro vacanze.

Tra i soggiorni di durata più lunga prevale la vacanza di una settimana (27,7%) ma il 12,1% dei soggiorni ne ha previste due e l'1,2% ha superato le 15 notti.

DURATA DELLE VACANZE

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)



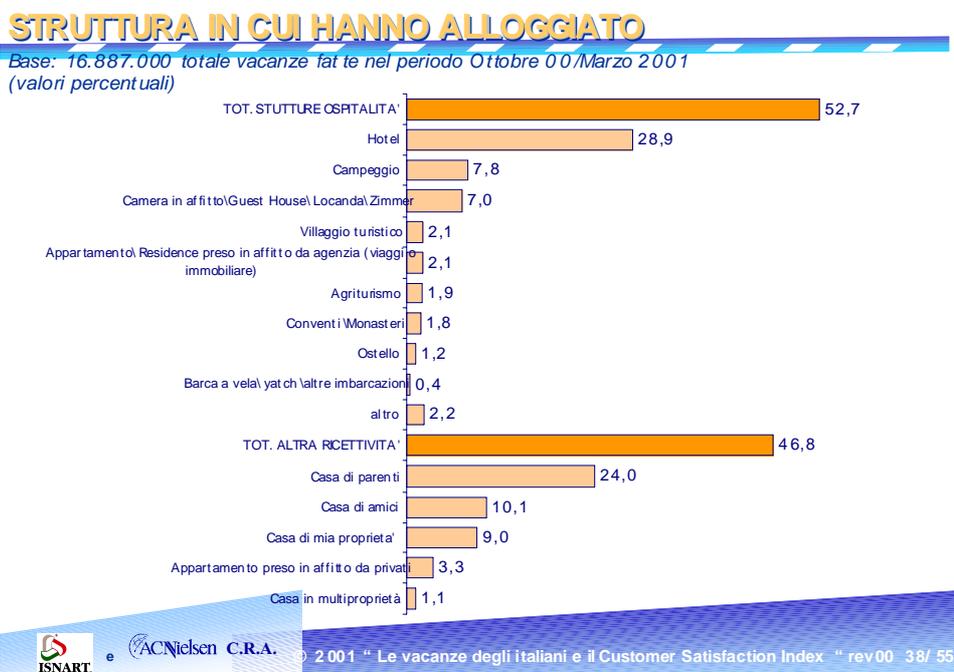
Per il soggiorno si è preferito alloggiare in strutture dell'industria dell'ospitalità nel 52,7% dei casi mentre il restante 46,8% delle vacanze ha trovato alloggio presso parenti e amici, o in casa di proprietà o in altre strutture come appartamenti in affitto da privati o in multiproprietà.

Il 28,9% delle vacanze si è svolto in hotel (pari a 4,88 milioni di vacanze). In particolare sono gli hotel di categoria medio alta quelli più utilizzati per le vacanze invernali, soprattutto 3 e 4 stelle.

Tra la ricettività turistica extralberghiera gli italiani hanno premiato i campeggi ed i Bed & Breakfast.

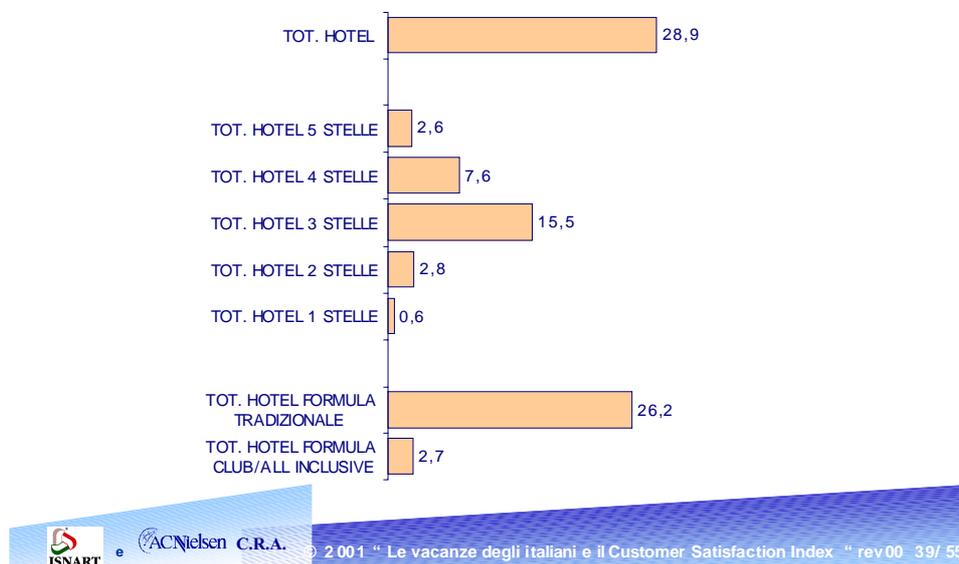
In misura minore ma ugualmente interessante, una quota del 2,1% delle vacanze si è svolta in villaggi turistici o in residence, l'1,9% in agriturismi e l'1,8% in conventi o monasteri.

Inoltre, anche in inverno 71 mila vacanze sono salpate in barca a vela o con lo yacht.



(Segue) **STRUTTURA IN CUI HANNO ALLOGGIATO:
analisi per categoria**

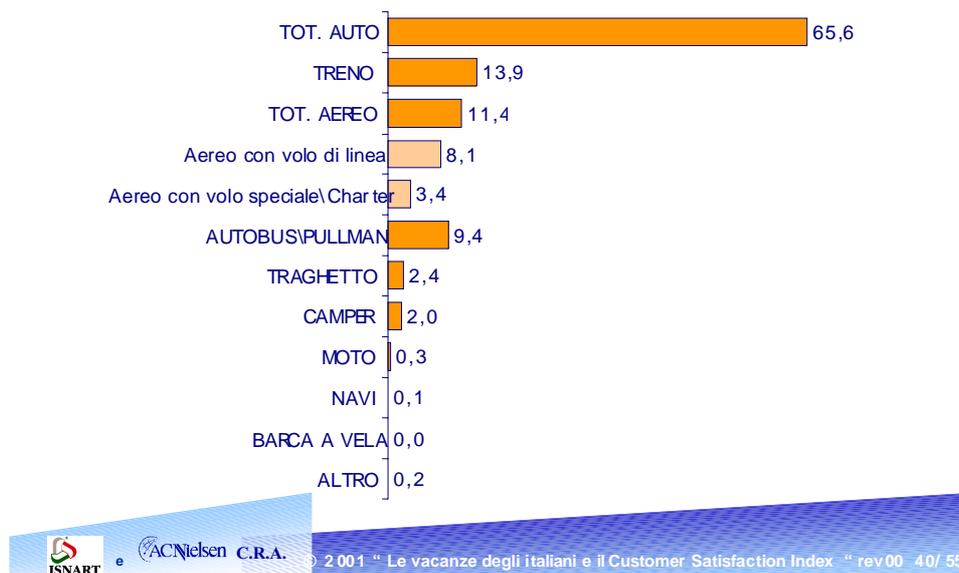
Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)



Anche in inverno il mezzo di trasporto più utilizzato è l'automobile (65,6% delle vacanze), seguita dal treno (13,9%) e dal vettore aereo (11,4%). Per il 9,4% delle vacanze poi è stato utilizzato il pullman, per il 2,4% il traghetto ed per il 2% il camper.

**MEZZI DI TRASPORTO UTILIZZATI
PER RAGGIUNGERE LA DESTINAZIONE**

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)



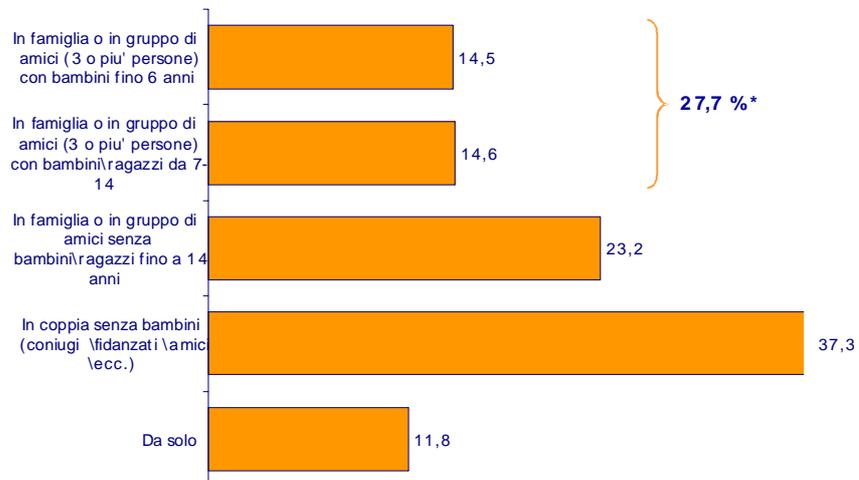
La compagnia della vacanza è per il 50% di gruppo: la partenza in famiglia e con gli costituisce la modalità prevalente di vacanza.

Tra questi il 23,2% è riferito a gruppi senza bambini o ragazzi, mentre il 14,6% delle vacanze è stato effettuato da gruppi con ragazzi dai 7 ai 14 anni ed il 14,5% con bambini fino ai sei anni.

La vacanza in coppia costituisce il 37,3% mentre ben l'11,8% delle vacanze gli italiani le hanno passate da soli.

CON CHI HANNO TRASCORSO LA VACANZA

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)



* Possibili più risposte per presenza bambini



AC Nielsen C.R.A.

© 2001 "Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index" rev00 41/55

L'organizzazione della vacanza è un fatto individuale nel 79,6% dei casi contro chi si affida ai tour operator nel 3,2% dei casi ed all'agenzia di viaggio nel 2,9%, senza cioè acquistare pacchetti di T.O.

L'intermediazione parallela a quella del circuito aziendale vede le vacanze organizzate dalle scuole (4,2%) superare in inverno le proposte dei CRAL aziendali (2,9%) e delle parrocchie (2,8%).

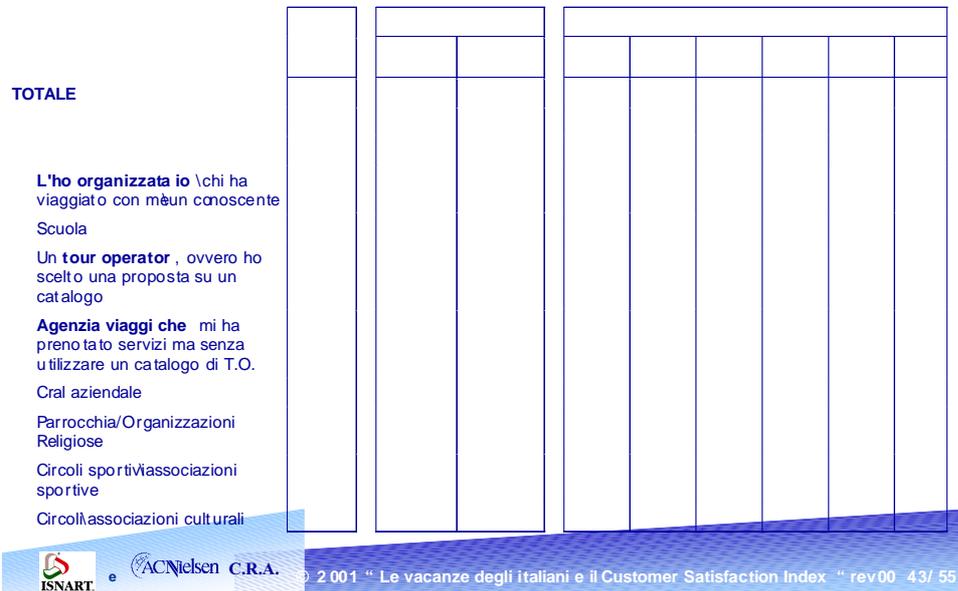
Quote sempre crescenti sono da attribuirsi ai circoli sportivi (1,8%) e culturali (1,7%).

Nel complesso, dunque, una vacanza che, se non si organizza in proprio, da maggiore fiducia all'organizzazione dell'intermediazione parallela che non a quella tradizionale dei circuiti commerciali agenziali.



(Segue) DA CHI E' STATA ORGANIZZATA LA VACANZA

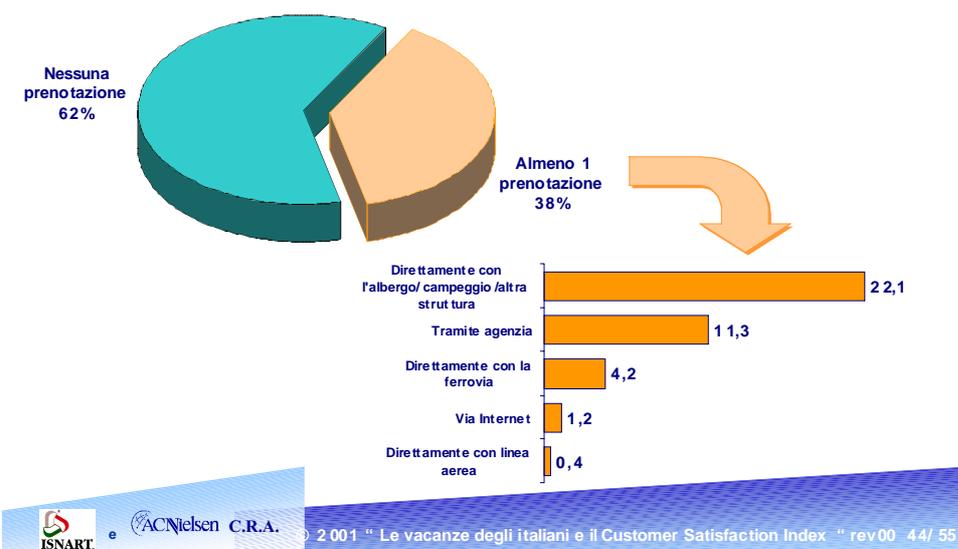
Base: totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001



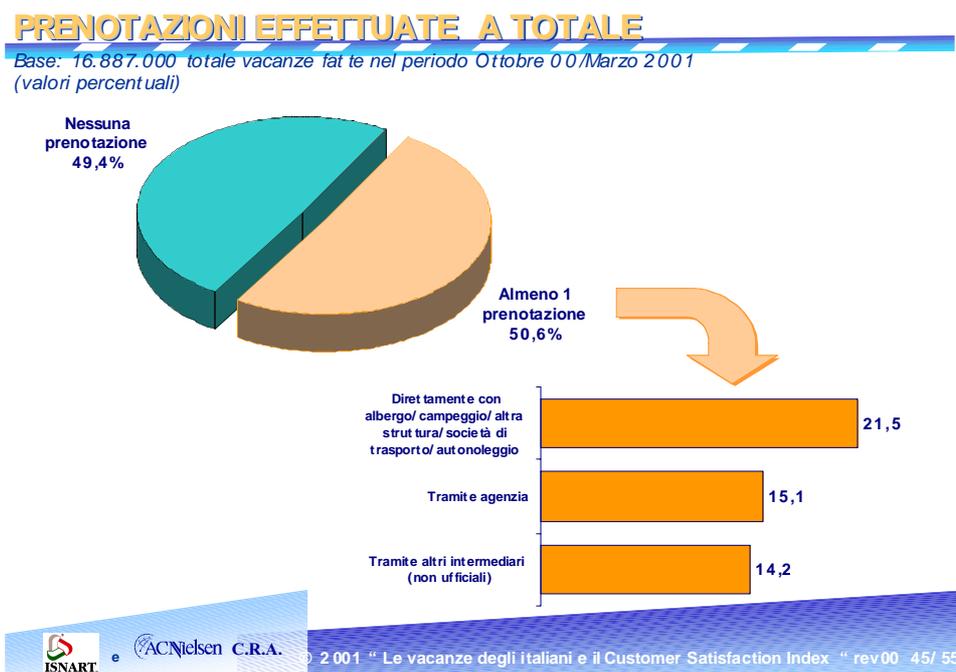
Sul fronte delle prenotazioni si conferma poi l'autonomia del vacanziere italiano che nel 62% dei casi di vacanza che organizza in proprio non prenota alcun servizio.

PRENOTAZIONI FATTE PER LE VACANZE ORGANIZZATE PER CONTO PROPRIO

Base: 13.444.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001, organizzate per conto proprio (valori percentuali)



Sul totale delle vacanze però la quota di prenotazioni sale al 50,6% di cui il 21,5% di vacanze prenotate direttamente con il fornitore del servizio in maniera individuale, il 15,1% prenotate in agenzia ed il 14,2% tramite altri intermediari.



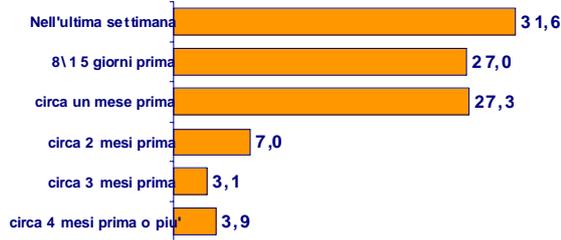
Se la quota di prenotazioni nella vacanza sta lentamente aumentando rispetto al passato, questo risulta dunque più evidente in inverno quando si fa più riferimento al sistema dell'industria dell'ospitalità (si alloggia di più in hotel, si utilizza di più l'aereo).

Anche la tendenza a prenotare last minute vede questo inverno il 31,6% dei periodi di vacanza prenotati nell'ultima settimana precedente la partenza, soprattutto quando si prenotano individualmente i servizi.

I tempi di prenotazione si allungano quando ci si rivolge agli agenti di viaggio (più frequentemente 15 giorni prima della partenza) ma soprattutto se ci si affida ad intermediari non tradizionali dove il comportamento abituale vede prenotare la vacanza da 1 mese a 4 mesi prima.

QUANTO TEMPO PRIMA DELLA PARTENZA E' STATA EFFETTUATA LA PRENOTAZIONE IMPEGNATIVA

Base: 8.546.000 totale vacanze prenotate
(valori percentuali)



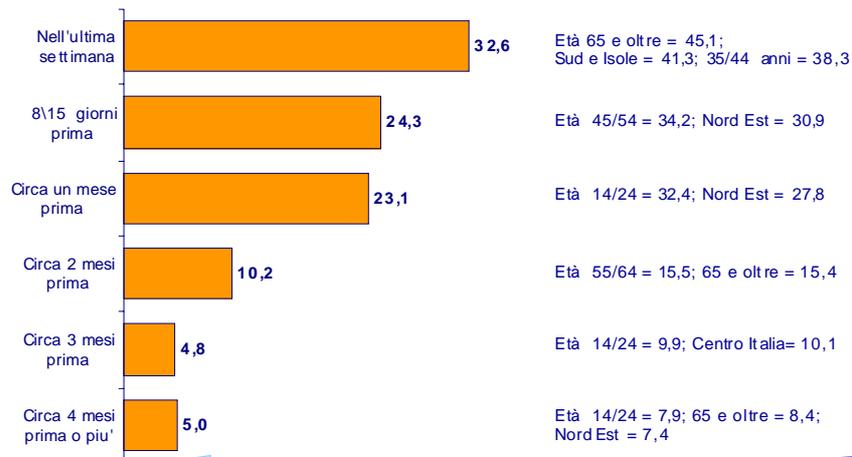
TOTALE (.000)	DI VIAGGI	Prenot. in ADV di singoli servizi	Prenotazioni in	CON INTERMEDIARI NON UFFICIALI	
85 46 %	255 6 %	151 4 %	1 04 2 %	24 01 %	36 35 %

ISNART e ACNielsen C.R.A. © 2001 " Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index " rev00 46/55

Appare interessante infine descrivere la diversa tipizzazione di vacanzieri che vede curiosamente gli adulti decidere la destinazione last minute mentre i ragazzi si assicurano la località di vacanza almeno un mese prima.

QUANTO TEMPO PRIMA DELLA PARTENZA E' STATA DECISA LA DESTINAZIONE

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)

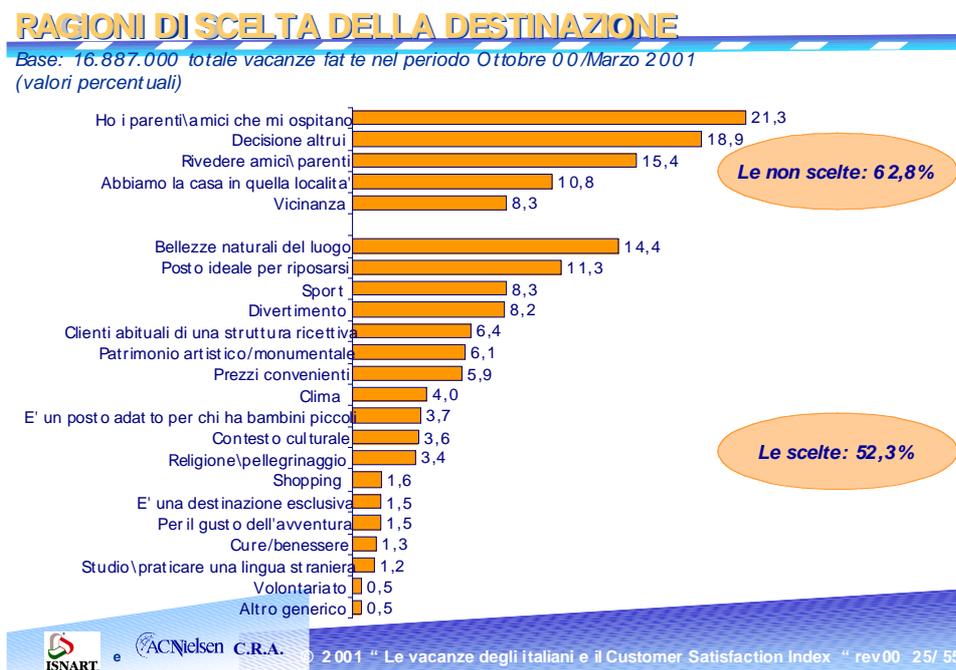


ISNART e ACNielsen C.R.A. © 2001 " Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index " rev00 47/55

4. LE INFLUENZE NELLE SCELTE E LE MOTIVAZIONI DI VACANZA

Il processo di moltiplicazione delle destinazioni è ormai saldamente legato alla pluralizzazione delle motivazioni di vacanza.

A questo processo di scelta della tipologia e della località di vacanza si affiancano spesso inoltre motivazioni quasi forzate, che abbiamo volutamente chiamato le “non scelte”, e che pesano sulle ragioni di scelta per una quota complessivamente molto elevata. Si tratta da un lato di motivazioni legate alle relazioni sociali tra cui l’ospitalità dei parenti e degli amici assume un ruolo primario, aggiunto al piacere di rivedere i propri cari. D’altro canto poi vi sono tra queste anche ragioni logistiche come il possesso della casa e la vicinanza della destinazione scelta.



Tra le ragioni di vacanza che comportano una vera e propria scelta, invece, sono in primo luogo le bellezze naturali della destinazione e la ricerca di un luogo ideale per riposarsi le motivazioni più evidenti.

La ricerca di un luogo dove poter praticare attività sportiva mostra valori evidentemente in crescita tanto da superare la ricerca del divertimento. Seguono la fedeltà alla struttura ricettiva (che motiva addirittura il 6,4% delle vacanze), la presenza di patrimonio artistico/monumentale di pregio e solo dopo la convenienza dei prezzi.

Ma in questo propagarsi di motivazioni alla vacanza anche la specificità delle necessità assume valori consistenti, come la ricerca di un luogo adatto a chi ha bambini piccoli, un certo contesto culturale o religioso, la possibilità di fare shopping.

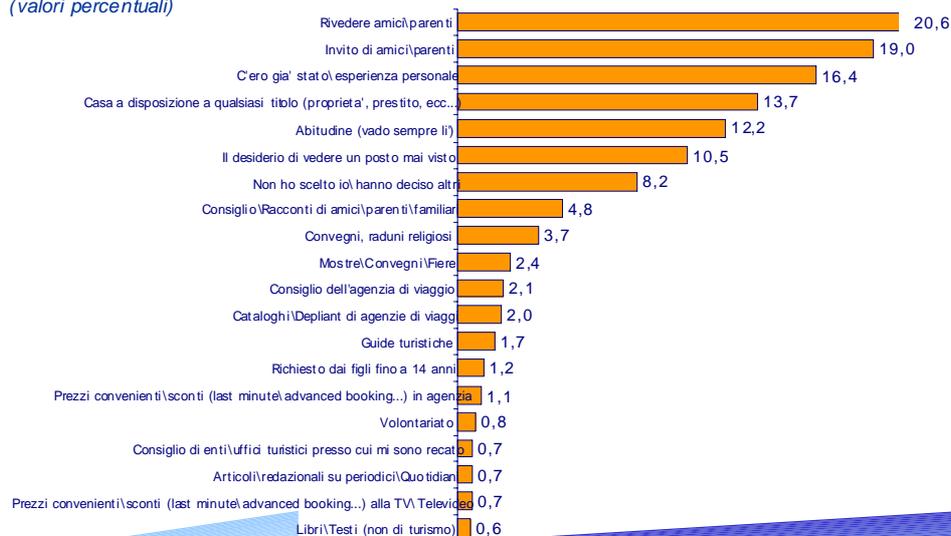
Tra le ultime nicchie motivazionali l'esclusività della località di vacanza, il gusto dell'avventura, il benessere, lo studio ed il volontariato.

I fattori che hanno influito sulla scelta di questa destinazione di vacanza risultano prevalentemente legati alla sfera affettiva e sociale con la riscoperta dei rapporti familiari e tra amici.

Un ruolo fondamentale poi è giocato da una precedente esperienza personale di vacanza che vede una quota del 16,4% di repeaters.

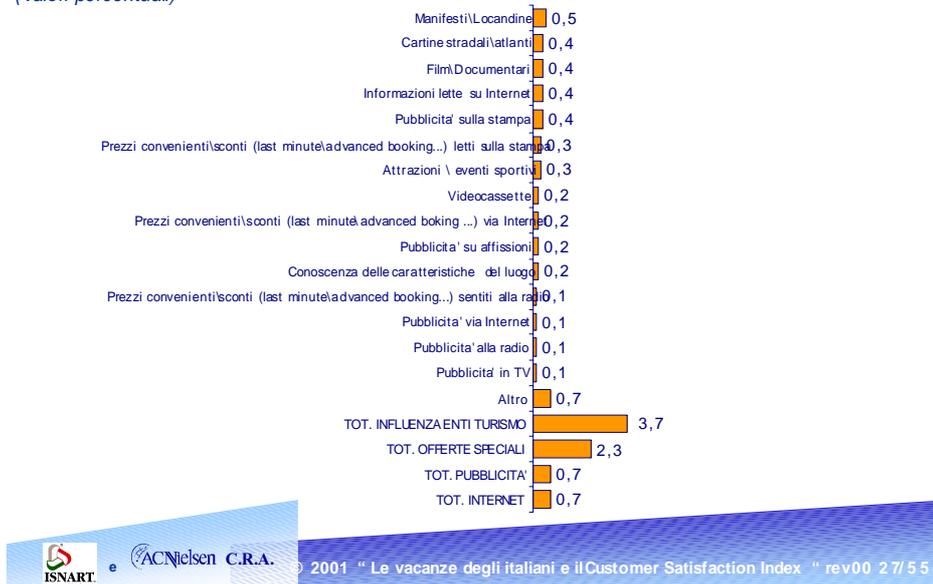
FATTORI INFLUENTI NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)



(Segue) FATTORI INFLUENTI NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)



Il possesso della casa e l'abitudine, spesso correlati, superano dunque il desiderio di vedere posti nuovi che influenza comunque il 10,5% delle scelte di destinazione della vacanza.

Il passaparola poi funziona sempre attestandosi come uno strumento di comunicazione tra i più efficaci. Infatti, il 4,8% delle vacanze è influenzato dal consiglio di parenti e amici.

Tra questi fattori decisionali, segue la presenza di un evento (un raduno religioso, una mostra, una fiera) mentre il consiglio delle agenzie di viaggio pesa solo sul 2,1% delle vacanze, poco più di un catalogo ben fatto di un tour operator.

I consigli degli enti per il turismo influenzano nel complesso il 3,7% delle vacanze di questo inverno, più delle offerte speciali (2,3%), mentre la comunicazione su Internet ha ormai acquisito una capacità di convincimento pari a quella della pubblicità.

Il retrogusto della vacanza invernale assume un carattere prevalentemente legato al gusto delle relazioni sociali, dell'affettività e della ricerca di sensazioni.

Per i vacanzieri italiani, infatti, la vacanza questo inverno ha significato soprattutto famiglia e socialità, e solo dopo i concetti di natura, cultura e riposo.

Prevalgono le percezioni e le sensazioni sui pragmatismi: divertimento vs. comodità, esclusività, romanticismo, trasgressione, sicurezza o avventura e rischio a fronte di un buon rapporto qualità prezzo, della buona cucina, del rimettersi in forma.

CHE COSA E' RIMASTO DELLA VACANZA NELLA DESTINAZIONE SCELTA

Base: 16.887.000 totale vacanze fatte nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali)



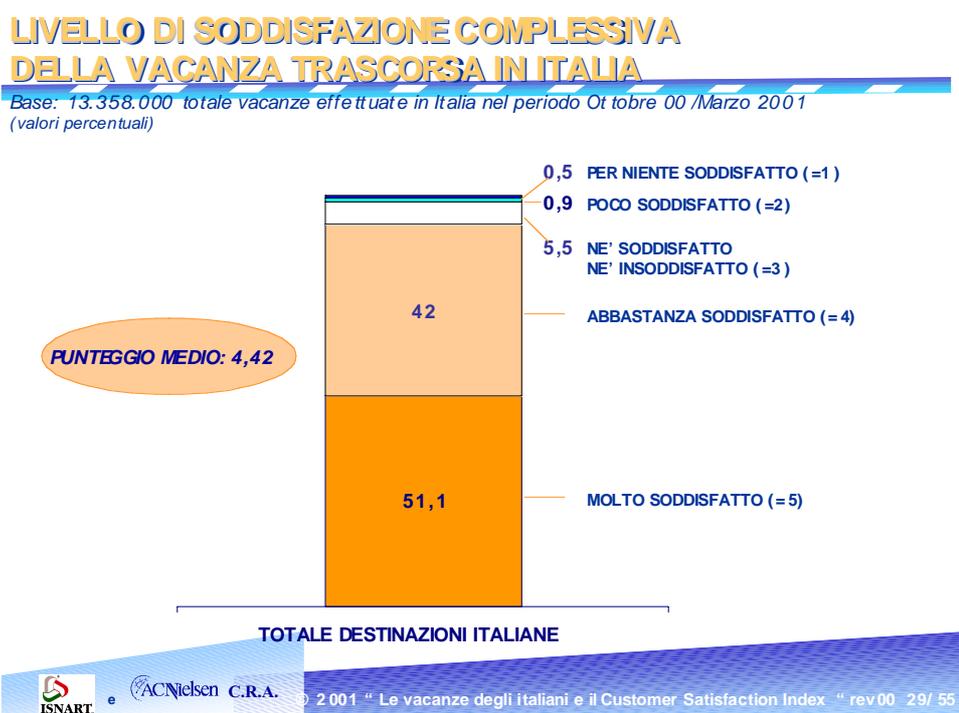
AC Nielsen C.R.A.

© 2001 "Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index" rev00 28/55

5. LA SODDISFAZIONE DELLA VACANZA

Nel complesso il livello di soddisfazione della vacanza invernale risulta molto (51,1%) o abbastanza soddisfacente (42%).

Solo una piccola quota delle vacanze è stata per niente (0,5%) o poco soddisfacente (0,9%), mentre nel 5,5% dei casi ci si dichiara indifferenti.

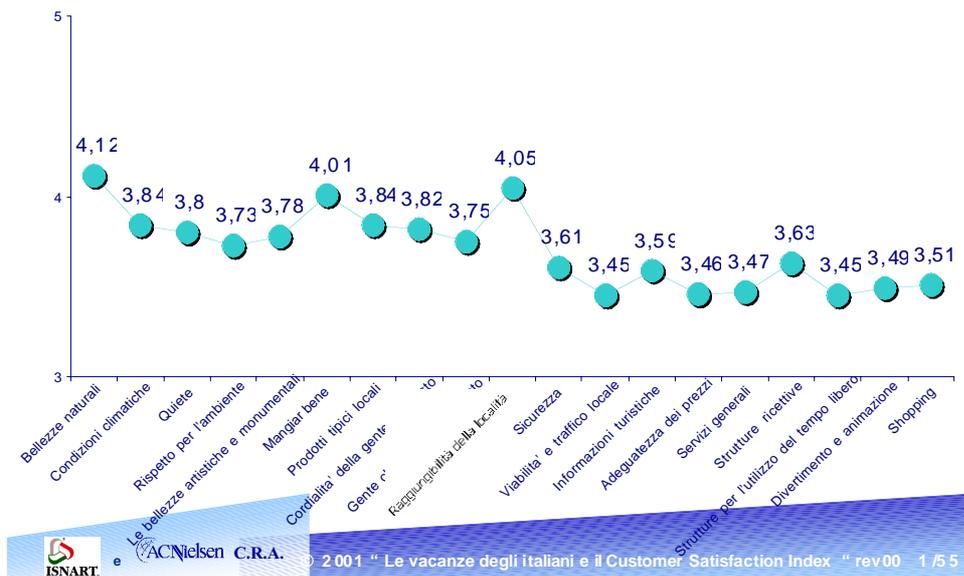


A soddisfare i vacanzieri italiani sono state in primo luogo le bellezze naturali, la raggiungibilità delle destinazioni ed il mangiar bene.

Per contro, motivo di insoddisfazione sono stati nella vacanza la viabilità ed il traffico nelle località turistiche, l'adeguatezza delle strutture per il tempo libero, il livello dei prezzi ed i servizi in generale.

LIVELLO DI SODDISFAZIONE VERSO ALCUNI ASPETTI DELLA VACANZA TRASCORSA IN ITALIA

Base: 13.358.000 vacanze effettuate in Italia nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(Punteggio medio su scala a 5 punti)

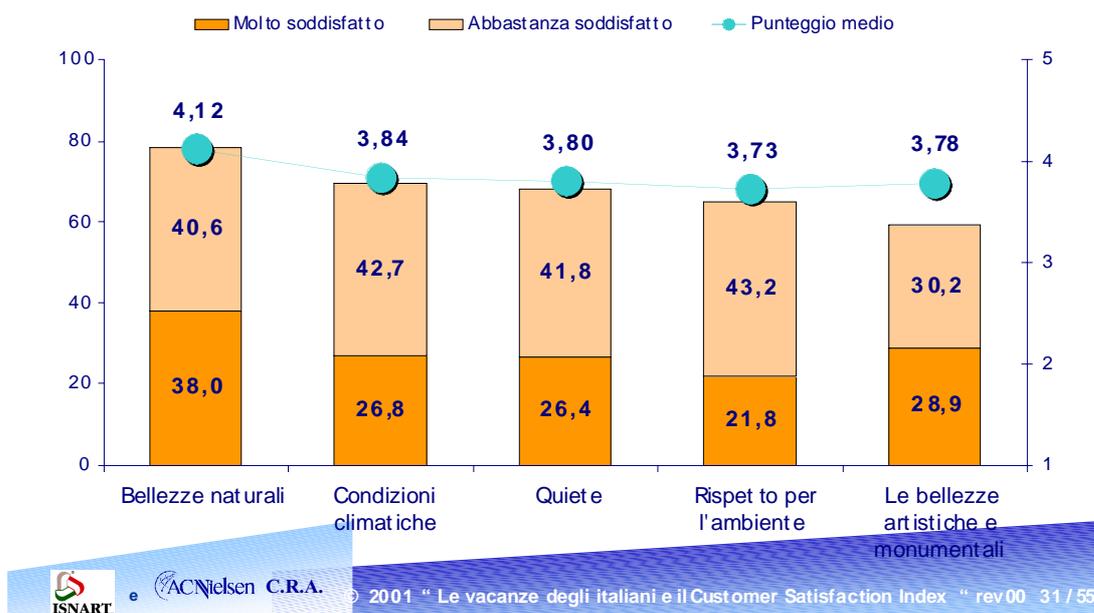


Pertanto, mentre le valutazioni sulle variabili legate ai contesti ambientali e culturali hanno ottenuto punteggi soddisfacenti, alcuni fattori della struttura dell'offerta ma soprattutto i servizi e le strutture risultano quelli di peggior riscontro da parte degli ospiti.

(Segue) LIVELLO DI SODDISFAZIONE VERSO ALCUNI ASPETTI DELLA VACANZA TRASCORSA IN ITALIA

Base: 13.358.000 vacanze effettuate in Italia nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali e punteggio medio: scala 5 punti)

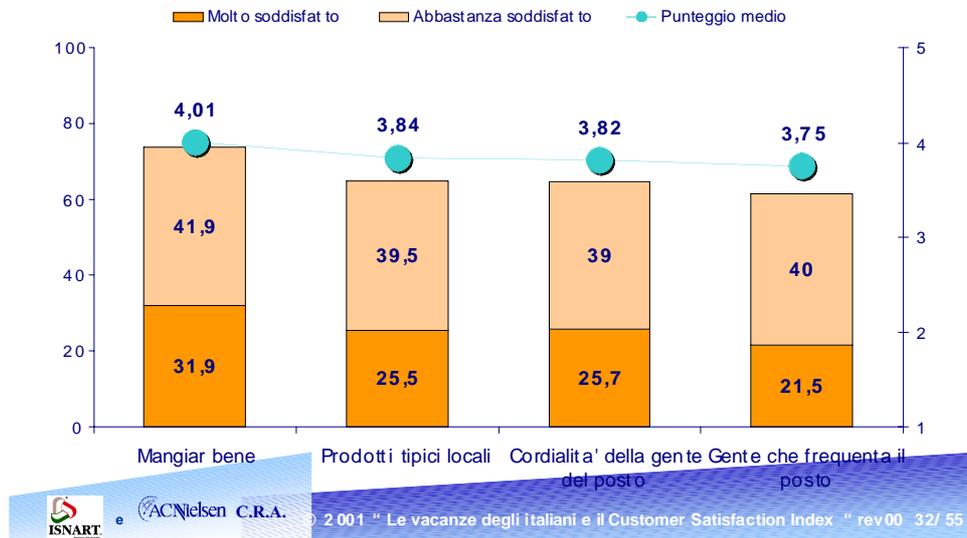
CONTESTO AMBIENTALE



(Segue) **LIVELLO DI SODDISFAZIONE VERSO ALCUNI ASPETTI DELLA VACANZA TRASCORSA IN ITALIA**

Base: 13.358.000 vacanze effettuate in Italia nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali e punteggio medio: scala 5 punti)

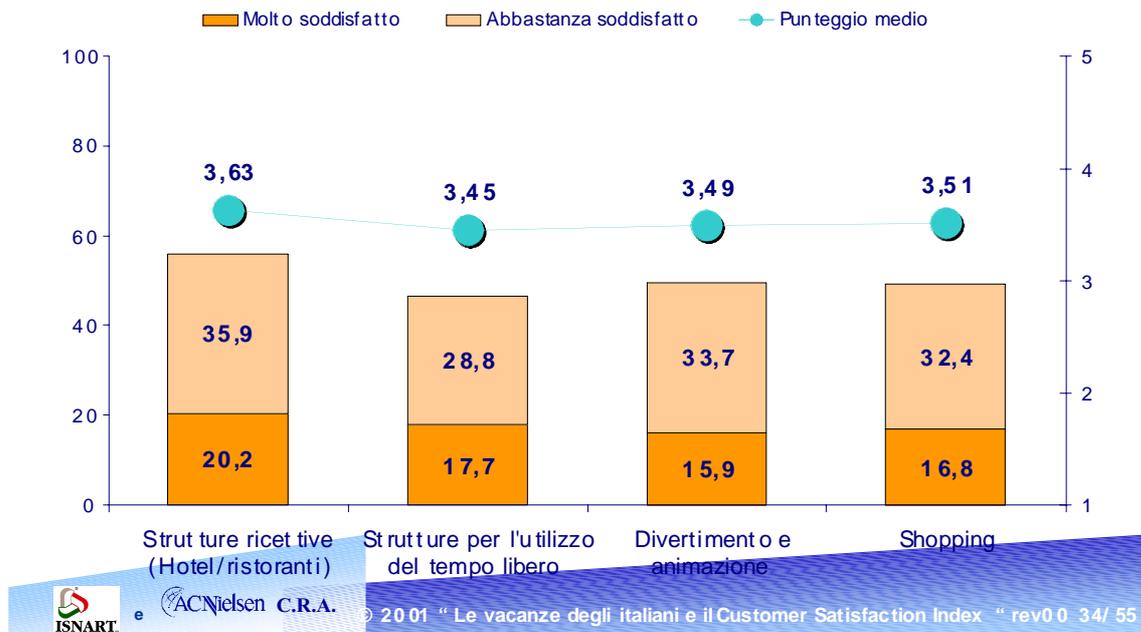
CONTESTO CULTURALE



(Segue) **LIVELLO DI SODDISFAZIONE VERSO ALCUNI ASPETTI DELLA VACANZA TRASCORSA IN ITALIA**

Base: 13.358.000 vacanze effettuate in Italia nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali e punteggio medio: scala 5 punti)

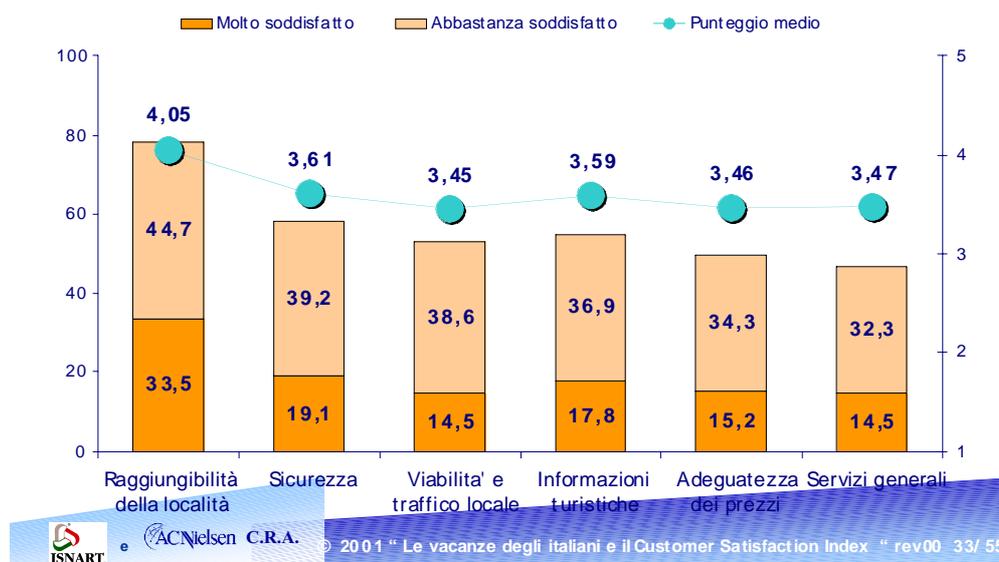
SERVIZI E STRUTTURE



(Segue) LIVELLO DI SODDISFAZIONE VERSO ALCUNI ASPETTI DELLA VACANZA TRASCORSA IN ITALIA

Base: 13.358.000 vacanze effettuate in Italia nel periodo Ottobre 00/Marzo 2001
(valori percentuali e punteggio medio: scala 5 punti)

STRUTTURA DELL'OFFERTA



Questi risultati mettono nuovamente in luce il nodo della problematica dei sistemi turistici di offerta dove ancora troppo spesso la presenza di risorse naturalistiche o di eccellenze culturali non bastano a controbilanciare la carenza di infrastrutture di servizio, sia nel senso più ampio legato al territorio come alle viabilità locali che in quello più specificamente turistico connesso alla possibilità di godere del tempo libero per il divertimento.

Una conferma dunque di come una risorsa seppur eccellente ma non gestita non fa di un territorio una destinazione turistica, di come lo sviluppo territoriale diretto all'ospitalità turistica debba contemplare la necessità dell'ospite di utilizzare servizi non tipicamente turistici, di come cioè debbano essere compiuti passi decisivi per l'integrazione tra sviluppo territoriale e turistico.

Tutto ciò a maggior ragione per una domanda di turismo ormai svezzata come quella italiana che pretende di trovarsi in vacanza meglio che in casa propria.

6. UNA ANALISI DI CONFRONTO: ESTATE 2000 – INVERNO 2001

Dai dati di confronto sui vacanzieri italiani in estate e quelli in inverno, si possono mettere a fuoco le differenze di comportamento, tipologia di vacanza, le caratteristiche socio-economiche dei vacanzieri, ecc. nei due diversi semestri.

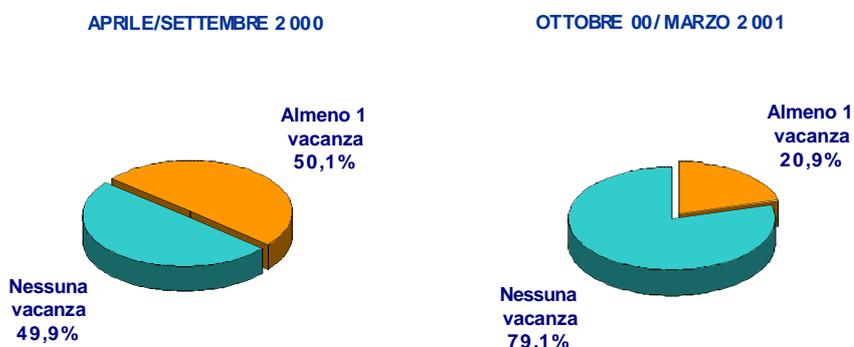
Il periodo che va da ottobre a marzo è diventato negli ultimi anni un influente periodo di consumo di vacanza.

Infatti, gli italiani che si recano in vacanza in questo periodo sono il 21% pari a circa la metà di quelli estivi (10 milioni vs. 25 milioni). Si tratta pertanto di numeri assolutamente significativi, anche perché la maggior parte degli individui che vanno in vacanza in questo periodo fanno un solo viaggio, contrariamente a ciò che si fa in estate quando un più prolungato periodo di ferie permette una maggiore frammentazione delle scelte di vacanza (il 59,9% infatti, fa solo un periodo di vacanza estiva, contro il 75% del periodo invernale).

Si tratta di una fetta di popolazione sicuramente più abbiente, infatti se confrontato il dato con quello dell'estate, il livello socio economico dei vacanzieri italiani è nettamente sbilanciato verso l'alto, confermando una diversa tipologia di consumatori tra l'estate e l'inverno.

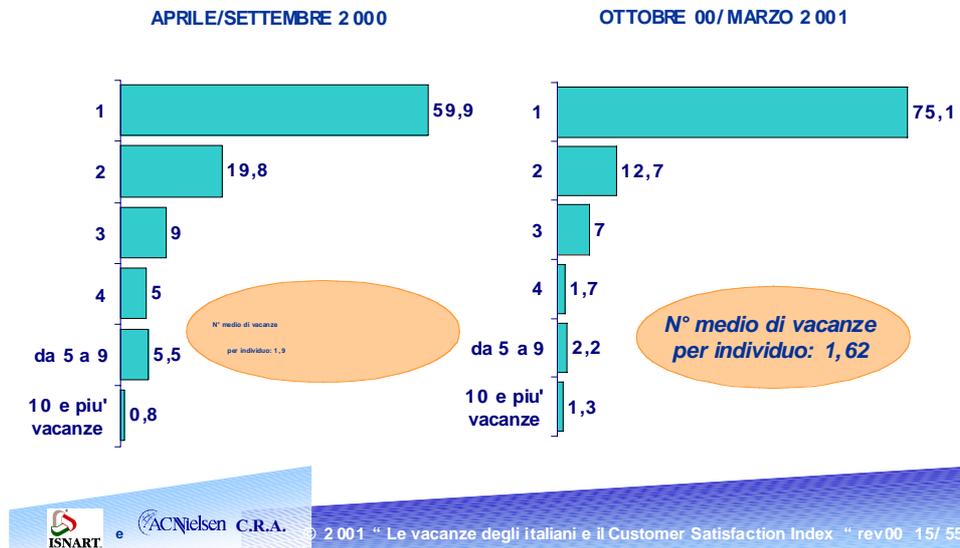
INDIVIDUI CHE HANNO FATTO ALMENO UNA VACANZA NEL PERIODO

Base: 49.831.480 Individui di età 14 anni



NUMERO DI VACANZE EFFETTUATE

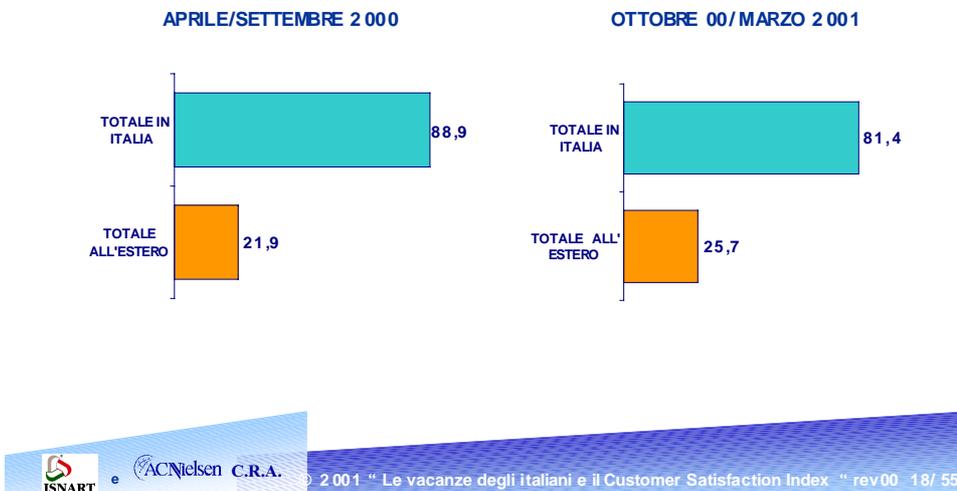
Base: individui che hanno fatto vacanze nel periodo ...
(valori percentuali)



Infatti, anche le destinazioni subiscono delle variazioni significative e si evince più voglia di estero (il 25,7% nel semestre ottobre-marzo va all'estero in vacanza contro il 21,9% del semestre primavera-estate).

INDIVIDUI CHE HANNO FATTO VACANZE IN ITALIA E/O ALL'ESTERO

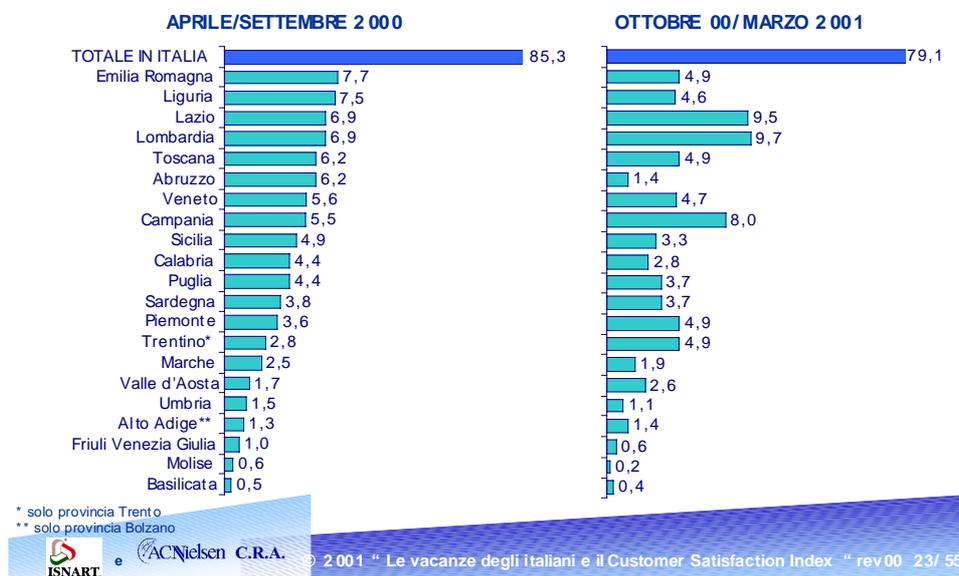
Base: individui che hanno fatto vacanze nel periodo ...
(valori percentuali)



Per quanto riguarda l'Italia, oltre alle regioni tradizionalmente legate al pianeta neve (quelle del nord est e nord ovest), salgono sul podio delle più scelte dagli italiani anche le regioni legate all'arte (Lazio 9,5 contro il 6,9 del semestre estivo e la Campania 8,0% contro il 5,5%).

QUOTE DI MERCATO DELLE PRINCIPALI AREE GEOGRAFICHE ITALIANE

Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)

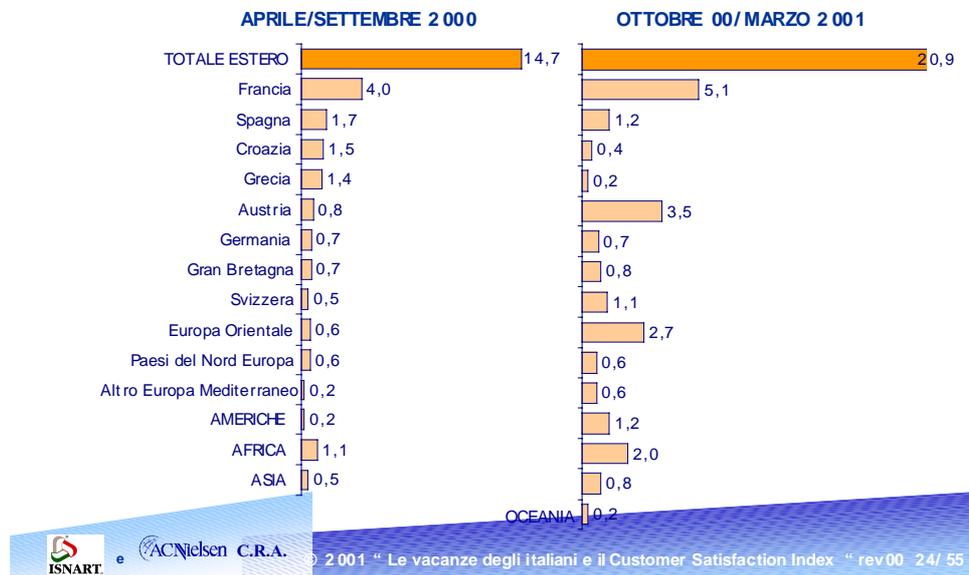


Anche per quanto riguarda l'estero, la geografia delle destinazioni muta considerevolmente la sua morfologia.

Infatti salgono prepotentemente rispetto al semestre precedente le destinazioni legate all'arte e al divertimento/svago (Francia), alla cultura e allo sport (Europa Orientale, Austria) al mare e/o alla vacanza esotica (Africa, Americhe, Asia), e si affacciano alla ribalta le destinazioni del continente australiano. Senza dimenticare inoltre i Paesi che offrono turismo bianco (Svizzera).

QUOTE DI MERCATO DELLE PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE ED EXTRAEUROPEE

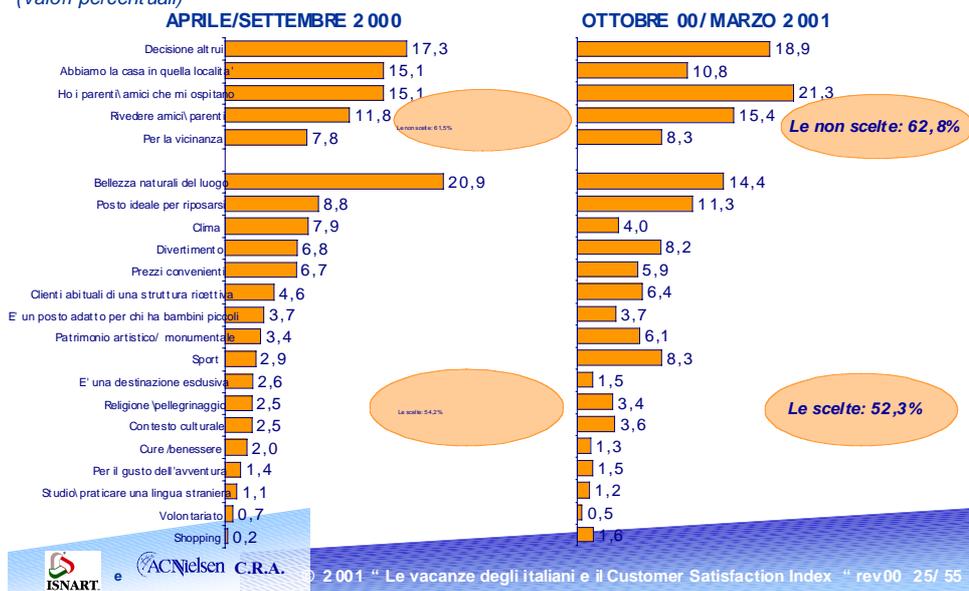
Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



In questo periodo, infatti, gli italiani hanno scelto le loro vacanze in base a quattro direttrici principali, la bellezza ambientale, il riposo, il divertimento e lo sport. In particolare il divertimento, il riposo, e lo sport assumono un peso particolarmente significativo rispetto alle scelte del periodo estivo.

RAGIONI DI SCELTA DELLA DESTINAZIONE

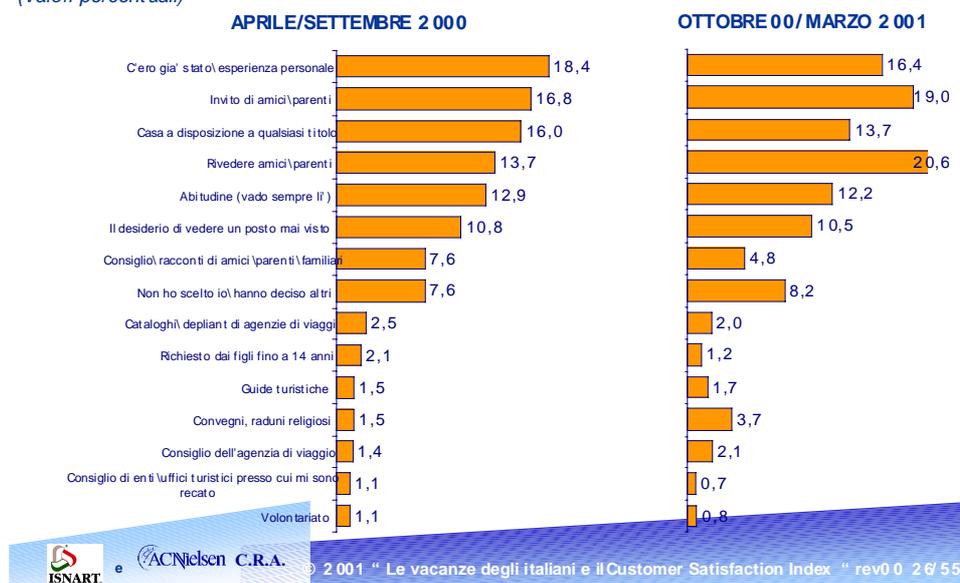
Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



Il fattore prezzo assume in questo semestre una importanza relativamente più alta rispetto all'estate. Infatti vengono vagliate maggiormente dai vacanzieri le offerte speciali in agenzia, le proposte su Internet, e la pubblicità di sconti e offerte promozionali in Tv. Anche gli eventi e le mostre in questo periodo hanno influito sulla scelta di una destinazione, in modo più evidente rispetto alle vacanze del semestre precedente.

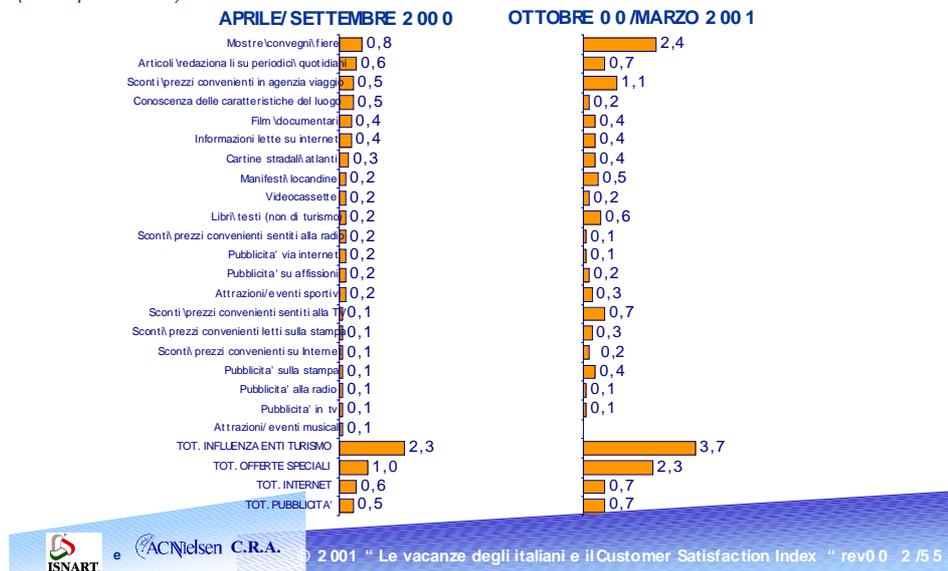
FATTORI INFLUENTI NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE

Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



(Segue) INFLUENTI NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE

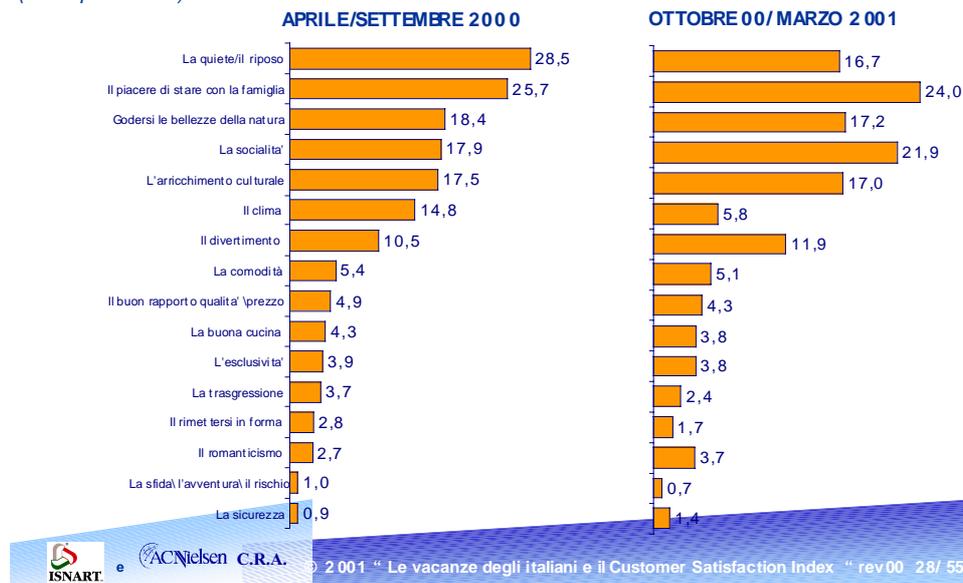
Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



Ma se in estate si cerca una vacanza riposante, in inverno lo stimolo del divertimento e della socialità prende il sopravvento. Infatti gli italiani che sono andati in vacanza in questo periodo, sottolineano che il sentimento e la percezione del godimento della destinazione di vacanza appartiene più alla sfera del recupero dei rapporti sociali.

CHE COSA E' RIMASTO DELLA VACANZA NELLA DESTINAZIONE SCELTA

Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)

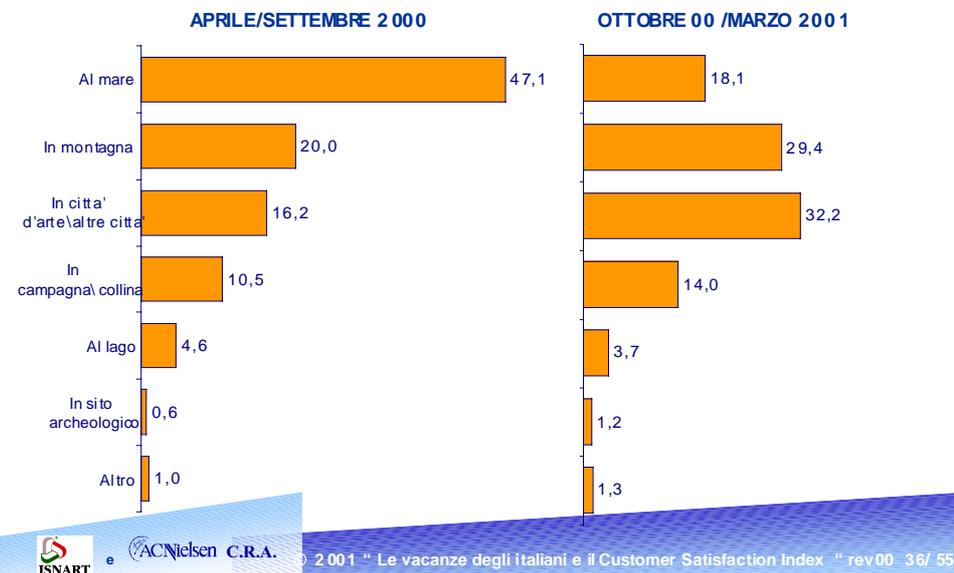


E la montagna e le città d'arte sembrano rappresentare di più questo desiderio di socialità degli italiani. Infatti salgono rispetto all'estate i soggiorni nelle città d'arte, in montagna e anche in campagna, sempre con un occhio sul portafoglio.

Infatti, se una parte degli italiani, il 28,9%, preferisce l'alloggio in albergo (dato comunque significativo perché più alto rispetto all'estate 20,5%), la maggioranza va in casa di parenti e amici rispettando il tradizionale viaggio di Natale che vede la vacanza come un'occasione per ritornare in famiglia.

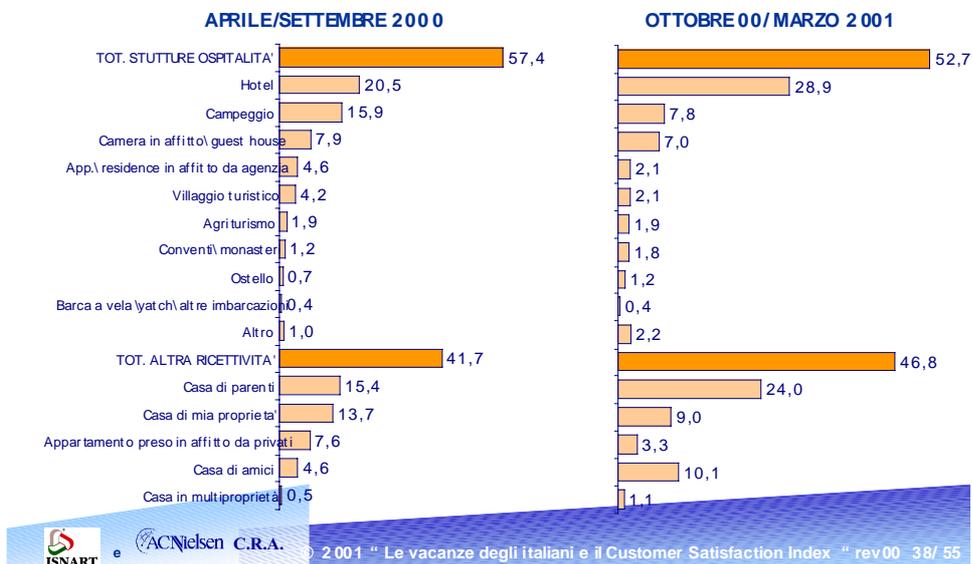
LA VACANZA SI E' SVOLTA PREVALENTEMENTE ...

Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



STRUTTURA IN CUI HANNO ALLOGGIATO

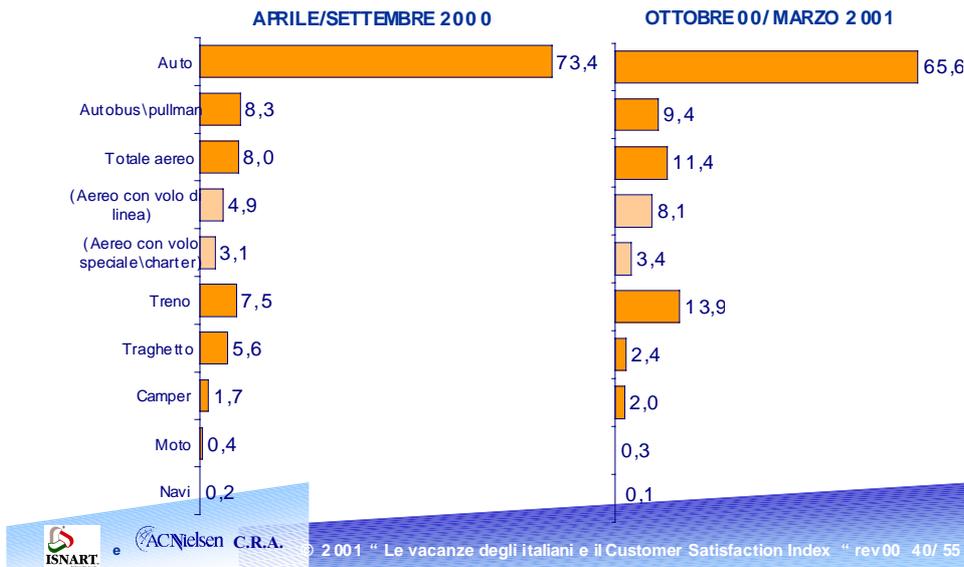
Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



D'inverno, inoltre, l'uso della propria auto cala rispetto all'estate, infatti salgono le quote dei trasferimenti in treno e in aereo, anche per la maggiore propensione ai viaggi all'estero (che rappresentano una quota significativa rispetto all'estate e in particolare proprio sui viaggi long haul).

MEZZI DI TRASPORTO UTILIZZATI PER RAGGIUNGERE LA DESTINAZIONE

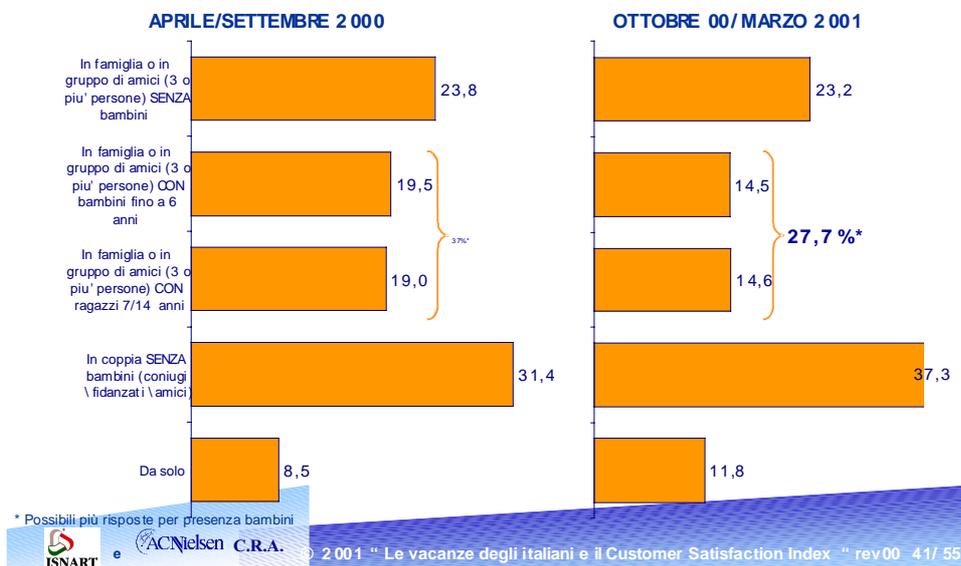
Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



Il maggiore utilizzo di vettori alternativi all'automobile, e la tipologia di viaggio-vacanza del periodo considerato, influenza anche la maggiore propensione rispetto all'estate della

CON CHI HANNO TRASCORSO LA VACANZA

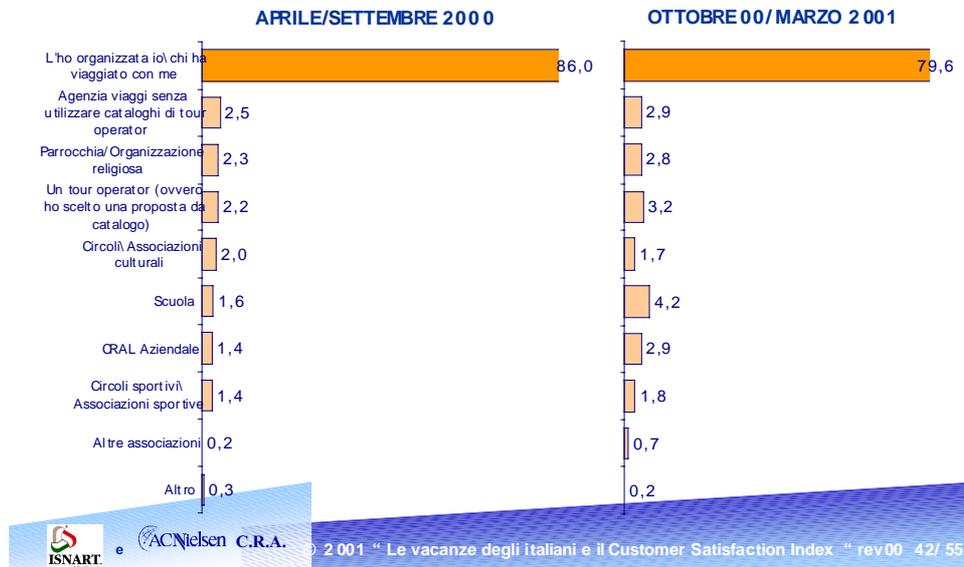
Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



prenotazione, infatti il 50,6% delle vacanze sono state prenotate, contro il 43,2% del periodo estivo.

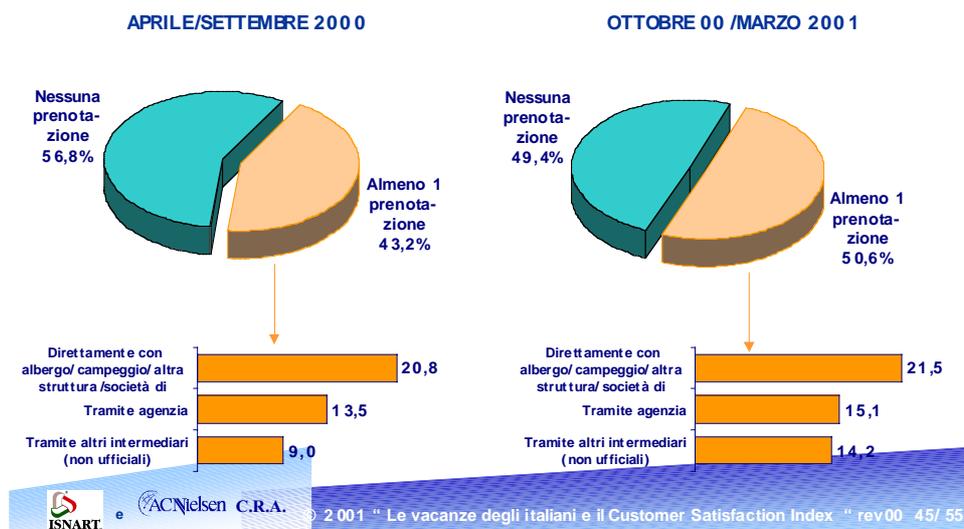
DA CHI E' STATA ORGANIZZATA LA VACANZA

Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



PRENOTAZIONI EFFETTUATE A TOTALE

Base: totale vacanze fatte nel periodo ...
(valori percentuali)



7. LE PREVISIONI DI VACANZA PER L'ESTATE 2001

Che la vacanza non sia un consumo di lusso è risaputo ormai da alcuni anni, nonostante alcune congiunture sfavorevoli abbiano modificato i comportamenti di vacanza seppur senza variarne sostanzialmente i volumi.

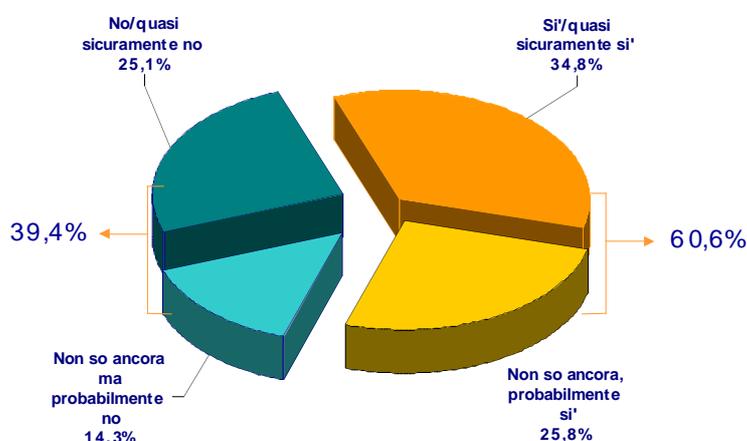
La voglia di vacanza è dunque diventato semplicemente un male di stagione che si attende ogni anno in forme e durate differenti, la febbre della partenza che ogni anno colpisce la popolazione italiana in alcuni periodi.

Non stupisce pertanto allora come nelle intenzioni degli italiani la percentuale di coloro che dichiarano di voler fare vacanza nella prossima stagione estiva sia superiore sia alle vacanze invernali che alle scorse vacanze estive.

Nel complesso dunque il 60,6% degli italiani (oltre 30 milioni) intende, o spera, andare in vacanza quest'estate, di cui i più certi (sicuramente sì) costituiscono il 34,8%, pari a 17,3 milioni di individui.

INTENZIONE AD EFFETTUARE ALMENO UNA VACANZA TRA IL 1 APRILE E IL 30 SETTEMBRE 2001

Base: 49.831.480 individui di età 14 anni

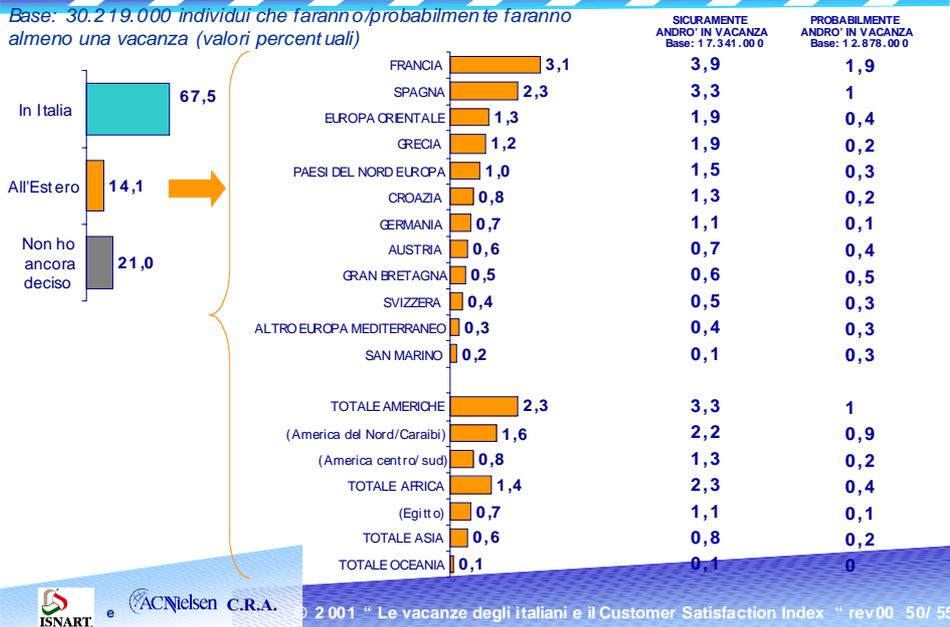


Dei 30 milioni di probabili vacanzieri il 67,5% dichiara di voler fare vacanza in una destinazione italiana mentre il 14,1% preferisce l'estero.

In Italia le mete più desiderate sono quelle emiliano romagnole, della Toscana, della Sardegna, del Lazio e della Sicilia.

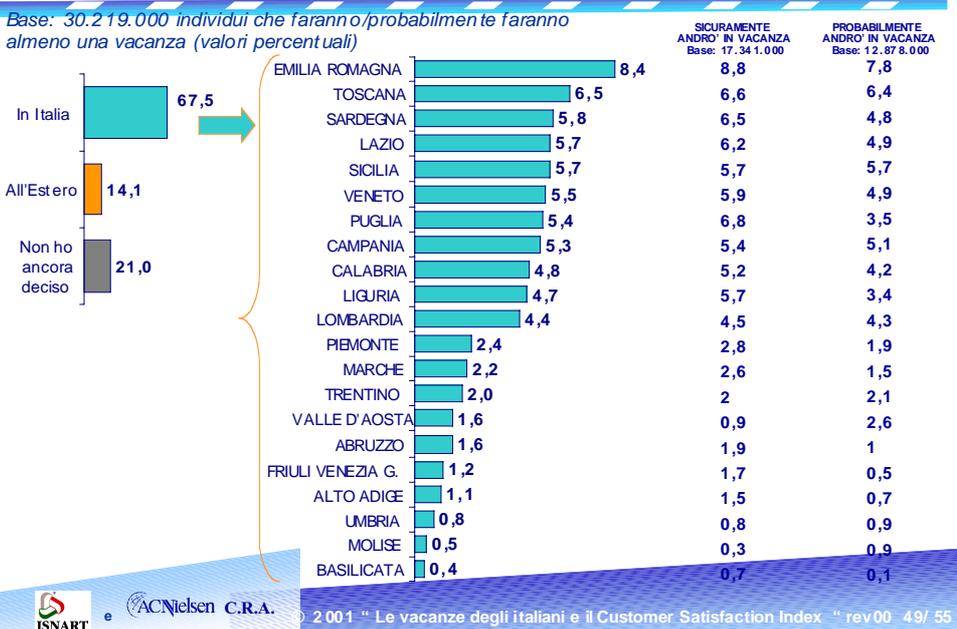
DESTINAZIONI

Base: 30.219.000 individui che faranno/probabilmente faranno almeno una vacanza (valori percentuali)



DESTINAZIONI

Base: 30.219.000 individui che faranno/probabilmente faranno almeno una vacanza (valori percentuali)

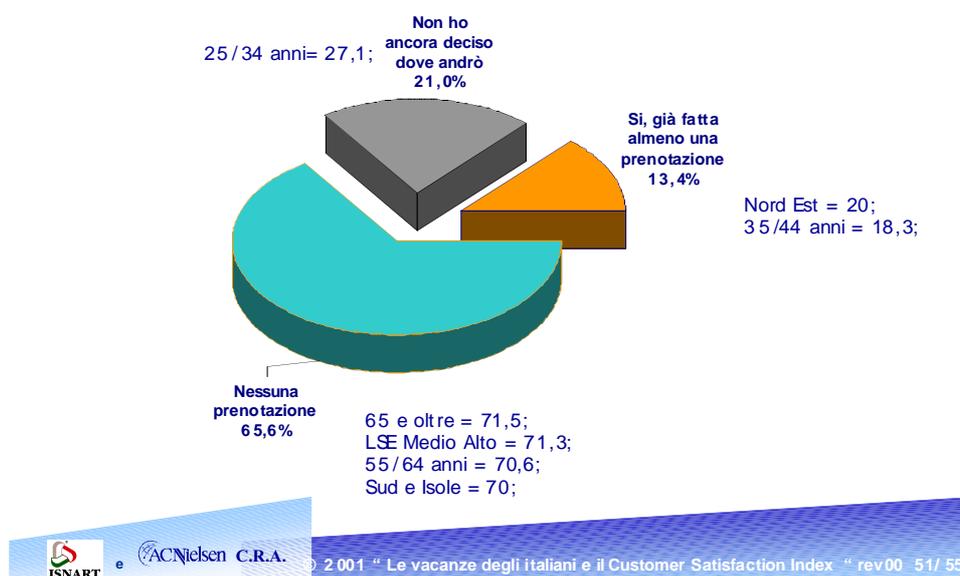


Tra le località straniere prevalgono la Francia, la Spagna e l'America. Seguono tra la più gettonate quelle dell'Africa, dell'Europa orientale, della Grecia e dell'Europa del Nord.

Delle intenzioni di vacanza al mese di marzo il 13,4% si è già tradotto in prenotazione, con valori anche più elevati tra i residenti nel nord est e nella fascia d'età tra i 35 ed i 44 anni.

QUANTI, ALLA DATA DEL 31/3/01, HANNO GIÀ FATTO ALMENO UNA PRENOTAZIONE PER LE VACANZE NEL PERIODO APRILE/SETTEMBRE 2001

Base: 30.219.000 individui che faranno o probabilmente faranno almeno una vacanza



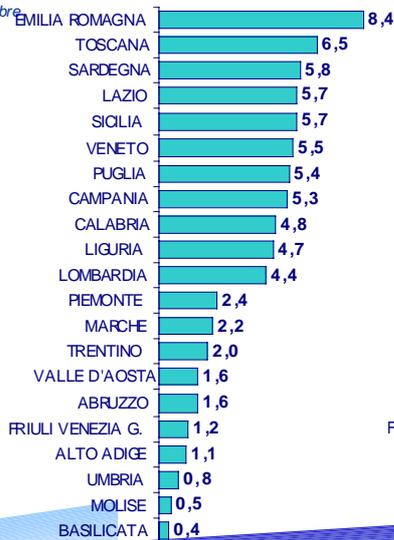
Nello specifico le destinazioni per le quali il desiderio di vacanza si è già tramutato in un atto di acquisto sono per l'Italia l'Emilia Romagna, la Sardegna e la Toscana.

Per quanto riguarda l'estero è oltre oceano che si sono effettuate più prenotazioni, verso le destinazioni americane, africane mentre in Europa le vacanze già prenotate prevalgono in Francia.

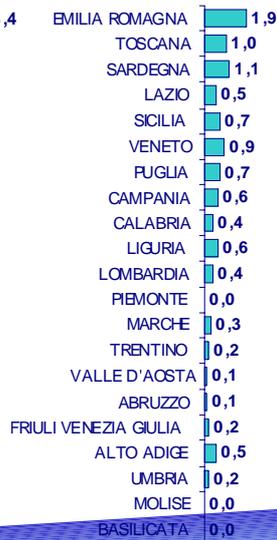
DESTINAZIONI ITALIANE NELLE QUALI SI RECHERANNO/PENSANO DI RECARSI PER LE VACANZE NEL PERIODO

Base: 30.219.000 individui che faranno/probabilmente faranno almeno una vacanza nel periodo aprile/settembre 2001 (valori percentuali)

DESTINAZIONI ITALIANE - TOTALE



DESTINAZIONI PER LE QUALI SONO STATE FATTE PRENOTAZIONI



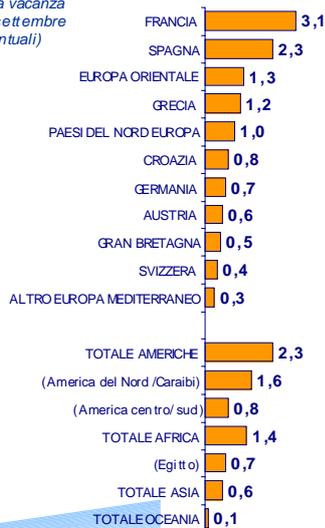
ACNielsen C.R.A.

© 2001 "Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index" rev00 5/2/55

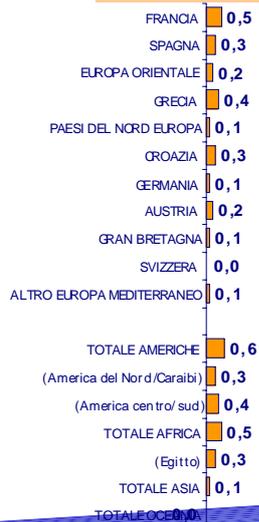
DESTINAZIONI STRANIERE NELLE QUALI SI RECHERANNO/PENSANO DI RECARSI PER LE VACANZE NEL PERIODO

Base: 30.219.000 individui che faranno/probabilmente faranno almeno una vacanza nel periodo aprile/settembre 2001 (valori percentuali)

DESTINAZIONI STRANIERE - TOTALE



DESTINAZIONE PER LE QUALI SONO STATE FATTE PRENOTAZIONI



ACNielsen C.R.A.

© 2001 "Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index" rev00 5/4/55

Da una ulteriore lettura di questi dati considerando il totale delle vacanze prenotate sui desideri di vacanza si evincono interessanti risultati.

In particolare si vede come le future vacanze in Alto Adige sono state già prenotate al 45,8%, quelle in Emilia Romagna al 23,3%, quelle in Sardegna al 19,4%, seguite dalle prenotazioni dei soggiorni in Veneto (16,8%) e nelle Marche (15,5%).

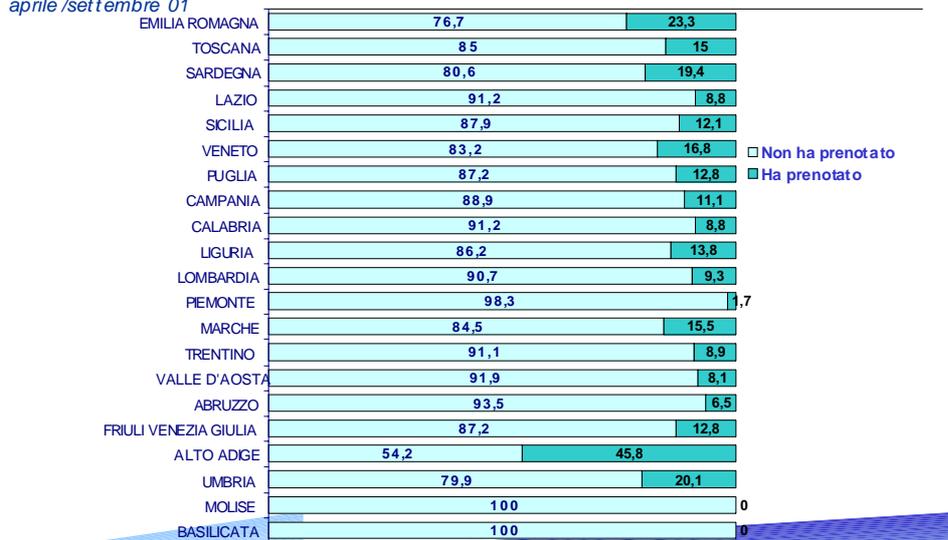
Allo stesso modo delle vacanze all'estero è già stato prenotato il 45,2% dei soggiorni in centro e sud America, il 44% delle vacanze in Egitto ed il 34,6% dei quelle in Africa.

In Europa è stato prenotato già un terzo delle vacanze in Grecia (32,4%), in Croazia (31,8%) ed in Austria (27,4%).

Seguono le quote di prenotazioni verso la Gran Bretagna (18,9%) e l'Europa orientale (18,1%), e solo il 15% delle future vacanze in Francia ed in Spagna.

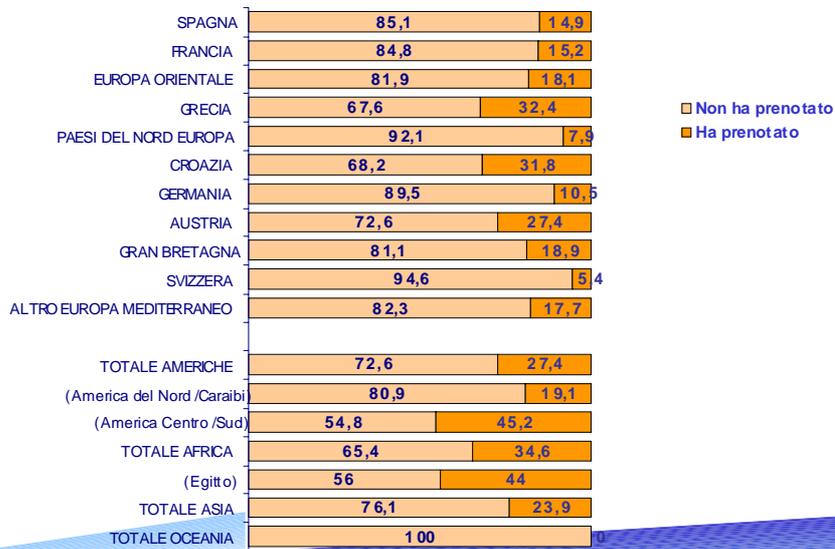
DESTINAZIONI ITALIANE PER LE QUALI SONO STATE FATTE PRENOTAZIONI AL 31/3/2001

Base: per ogni destinazione, la base è il totale di chi ha dichiarato propensione a recarsi nel periodo aprile/settembre 01



DESTINAZIONI ESTERE PER LE QUALI SONO STATE FATTE PRENOTAZIONI AL 31/3/2001

Base: per ogni destinazione la base è il totale di chi ha dichiarato propensione a recarvisi



AC Nielsen C.R.A.

© 2001 "Le vacanze degli italiani e il Customer Satisfaction Index" rev00 55/ 55

8. CONCLUSIONI

Non esiste più il monopolio dell'estate sulle vacanze italiane.

L'italiano è un plurivacanziero, ed è ormai diventato un bacino di domanda appetibile anche in inverno per tutte le destinazioni mondiali.

Infatti, non si è più fermi alla contrapposizione vacanza estiva vs. invernale ma si parla ormai dei molti periodi di turismo che vengono consumati tanto in estate quanto in inverno.

Anche in inverno dunque tutti i prodotti che offre il turismo: se si vuole il mare si salpa verso lidi lontani, se si vuole la montagna e la cultura si va in destinazioni vicine, se si cerca lo sport alternativo lo si cerca nella nuova Europa turistica, superando così le stagioni.

Certo, il livello del reddito influisce ancora in buona parte sulla frammentazione dei periodi di vacanza, ma la quota di vacanzieri con una minore capacità di spesa è sempre più crescente anche nel segmento invernale, con una ricerca più attenta a tutte le offerte speciali.

A questo proposito si sottolinea anche l'utilizzo sempre più frequente delle offerte proposte dal sistema dell'intermediazione parallela che supplisce alla carenza di proposte economiche del sistema agenziale.

Pertanto, ormai, esiste in Italia un sistema di intermediazione della vacanza a triplice entrata: da un lato le agenzie che offrono servizi o pacchetti di tour operator, da un altro tutto il mondo dell'organizzazione della vacanza da parte di CRAL aziendali, scuole, parrocchie e circoli, ed infine, ma con una crescita esponenziale nell'utilizzo il Web sia in termini di informazione ma sempre più come strumento commerciale.

Questa tendenza della domanda italiana a sovrapporre le modalità di consumo della vacanza invernale a quella estiva si evincono anche dalle caratteristiche dei comportamenti: il gruppo, come elemento centrale della socialità a cui si accompagna una ricerca di attività fisica e sportiva o di puro divertimento, non è più una caratteristica esclusiva dell'estate.

Il continuo bisogno di inter-relazionarsi per fuggire ad una società che obbliga ad una quotidianità individualistica si manifesta, quindi, anche nella vacanza invernale.

L'immagine, il gusto, ciò che ci si aspetta e che rimane della vacanza invernale rivela una percezione diversa del momento di viaggio rispetto ai significati della vacanza estiva. Infatti, in inverno prevalgono le percezioni sulle caratteristiche pratiche con motivazioni sempre più specifiche e sfuma il bisogno di riposo come pura interruzione dalla routine.

La vacanza invernale, più breve, vede la voglia degli italiani di concentrare il bisogno di socialità consumando a pieno e con i propri cari tutto il momento di loisir, con toni molto più marcati rispetto all'estate dove il tempo ferie fa percepire il tempo di vacanza come più dilazionato.

Più si fa vacanza e più se ne ha voglia. Il ripetersi dei periodi di vacanza in inverno sembra influenzare anche il desiderio di vacanza estiva. Infatti, non solo si pensa già alla prossima vacanza ma la si prenota: sono infatti, già 4 milioni gli italiani che hanno acquistato la vacanza estiva.

Regioni come l'Emilia Romagna, la Toscana e la Sardegna possono già contare su una quota consistente di sicura clientela turistica per la futura stagione, ma anche le destinazioni lontane sono già state acquistate in tempo.

In alcuni casi, però, va attribuito il merito di una anticipata prenotazione dei soggiorni, alla capacità organizzativa degli operatori delle destinazioni: è il caso dell'Alto Adige che vede già a marzo circa la metà di prenotazioni effettuate sul totale dei desideri di vacanza, o dell'Egitto che ha messo a punto una campagna di comunicazione che ha già prodotto sul mercato italiano 93 mila prenotazioni per la vacanze estive.

Una buona stagione, dunque, quella invernale ed una altrettanto ottima stagione si prevede anche per l'estate, con un 10% in più di italiani che non aspettano altro che partire verso nuove avventure.

9. METODOLOGIA

L'indagine sulle vacanze degli italiani, che Isnart e ACNielsen C.R.A. svolgono con cadenza semestrale, ha l'obiettivo di monitorare i comportamenti e gli atteggiamenti degli italiani nei confronti del turismo per svago.

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.

L'ultima edizione dell'indagine fa riferimento al periodo ottobre 2000/marzo 2001.

La rilevazione è stata condotta utilizzando un questionario con domande strutturate e semistrutturate, inviato per via telematica agli individui del **panel telematico**, utilizzato dalla ACNielsen C.R.A., collegati attraverso un personal computer ad un elaboratore centrale. E' stato intervistato un campione di 4.700 individui di età superiore ai 13 anni, rappresentativo della popolazione italiana e distribuito in 450 comuni italiani.

I dati raccolti sono stati espansi all'universo della popolazione italiana rappresentata, ovvero circa 49 milioni di individui.

Dall'edizione dell'estate 2000 è stato introdotto il Customer Satisfaction Index, ovvero la misurazione del livello di soddisfazione sulle destinazioni (regioni italiane e principali destinazioni estere) nelle quali gli italiani hanno trascorso le vacanze.

10. ALLEGATO STATISTICO

ALLEGATO A:

LE VACANZE DEGLI ITALIANI

Base di riferimento: individui con età ≥ 14 anni

ALLEGATO B:

LE VACANZE DEGLI ITALIANI

Base di riferimento: Vacanze fatte dagli individui con età ≥ 14 anni

Incrocio per sesso, età, macroarea, livello socio-economico

ALLEGATO C:

LE VACANZE DEGLI ITALIANI

Base di riferimento: Vacanze fatte dagli individui con età ≥ 14 anni

Incrocio per ampiezza centro di residenza, livello di istruzione, condizione professionale

ALLEGATO D:

LE VACANZE DEGLI ITALIANI: IL CUSTOMER SATISFACTION INDEX

Base di riferimento: Vacanze fatte dagli individui con età ≥ 14 anni

ALLEGATO E:

LE VACANZE DEGLI ITALIANI: ORIENTAMENTI PER LE VACANZE

Base di riferimento: individui con età ≥ 14 anni