



UNIONCAMERE



Foto Canva: Arseniy Rogov (Getty images)

IL TURISTA IN ITALIA NEL 2022

Iniziativa di sistema

Linea 1 "Osservatorio sull'economia del turismo"

Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio





UNIONCAMERE

Premessa

Il presente documento si inserisce all'interno del rapporto di collaborazione tra Isnart e Unioncamere per la realizzazione delle attività previste dal progetto “Iniziativa di sistema - Potenziamento delle piattaforme di big data (IS 4/2022)” relativamente alla linea di attività 1 “Osservatorio sull'economia del turismo”.

Si illustrano i principali trend in atto sul mercato turistico italiano, dalle indagini dirette svolte nel 2022 da Isnart per l'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio, in modalità *face to face* ai turisti italiani e stranieri, un campione rappresentativo di oltre 10.000 turisti che abbiano soggiornato almeno due notti nella regione dell'intervista. L'indagine ha coinvolto sia coloro che pernottano in strutture ricettive (alberghiere e complementari) che i turisti in abitazioni private (seconde case di proprietà o in affitto, abitazioni di amici e parenti).



Presenze e spese dei turisti in Italia

stima delle presenze turistiche e spese sostenute dai turisti in Italia, tra pernotti in strutture ricettive e alloggi in abitazioni private



Impatto economico del turismo: 77 miliardi di euro

- ❑ Aumentano i turisti in Italia (+17,5% le presenze rispetto al 2021).
- ❑ Si torna a spendere (+18,5% sul 2021), nonostante carovita e tensioni geopolitiche.
- ❑ Rispetto al 2019 (ultimo anno pre pandemia), si registra ancora un gap, sia nelle presenze (-16,4%) che nell'impatto economico del turismo sui territori (-8,1%).
- ❑ Fondamentale la ripresa della componente straniera, sia per presenze che in termini di spesa (+ 11 euro medio pro-capite al giorno).



2019
928 Mln



2021
660 Mln



2022
775,6 Mln

-16,4%
var 2019/2022

452,3 Mln italiani
(var. 2019/2022 -20,7%)

323,3 Mln stranieri
(var 2019/2022 -9,7%)



2019
84 Miliardi



2021
65 Miliardi



2022
77,4 Miliardi

-8,1%
var 2019/2022

39,7 Miliardi italiani
(var. 2019/2022 -13,2%)

37,7 Miliardi stranieri
(var 2019/2022 -2%)





Gli elementi che incidono sulle scelte

- ✓ rapporto qualità/prezzo 11,4% (3,4% nel 2019)
- ✓ invito di parenti o amici 14,7% (7% nel 2019)
- ✓ **1 turista su 10 lavora in vacanza** (italiani 12,3%, stranieri 9%)
- ✓ **1 turista su 10 torna nella struttura di fiducia** (italiani 8,9%, stranieri 11,4%)



Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio

Si torna a fare vacanza ma cambia il «modus operandi» del vacanziero

- ❑ In vacanza si, ma con un occhio al portafoglio
- ❑ Cresce il peso del turismo di ritorno
- ❑ La qualità premia: i vantaggi delle imprese che sanno fidelizzare la clientela
- ❑ *Smartworking*: sempre più turisti prolungano le vacanze



UNIONCAMERE

La spesa del turista in vacanza in Italia



Il turista straniero si concede qualcosa in più rispetto all'italiano

- ❑ La spesa media pro-capite è di 74 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi sul luogo di vacanza (+10 euro rispetto al 2019).
- ❑ Gli stranieri spendono più degli italiani, sia per l'alloggio (+11 euro) che per altre spese sul territorio (+14 euro), tra pasti consumati in ristoranti e pizzerie, abbigliamento, attività culturali e stabilimenti balneari.



I canali di comunicazione



Le scelte del turista si formano sul web

INFO ON LINE



55%
(13,5% nel 2008)

OFFERTE ON LINE



41,8%
(37,4% italiani, 45,3% stranieri)

SOCIAL NETWORK



11,7%

RECENSIONI ON LINE



13,3%

PASSAPAROLA



29,9%

REPEATERS



43,5%
(47% italiani, stranieri 39,8%)



- ❑ Internet influenza più del classico «passaparola» ed agisce su due fronti dello «share of mind»:
 - consultato dagli indecisi;
 - ma anche da chi ha le idee chiare su dove andare e vuole organizzare «di persona» ogni particolare del viaggio.
- ❑ Il peso dei «repeaters»: quasi 1 turista su 2 torna sul luogo di vacanza.



Le recensioni on line



36,8%



Le recensioni, strumenti di visibilità

- 1 turista su 3 scrive recensioni sui social network nel corso della vacanza
- una vetrina on line per turisti, destinazioni ed operatori di filiera
- per informare, commentare, recensire luoghi ed esperienze vissute



Il turismo outdoor

Il patrimonio naturalistico è la prima motivazione di vacanza (18,1% italiani, 22,4% stranieri)



degustazioni (13,3%)



gite in bicicletta (8,3%) e in barca (4,7%)



sport (9,3%)

gite all'aria aperta in parchi e riserve naturali (14,3% italiani, 17,8% stranieri)



Internet influenza attraverso:

- informazioni (57,2%)
- offerte (39,2%)
- recensioni (15,9%)
- social network (14,7%)

La vacanza è sempre più «green» ed «attiva»

- ❑ Il patrimonio naturalistico è ora la prima motivazione di vacanza in Italia.
- ❑ Più attenzione alla sostenibilità, tanta voglia di natura, in estate e in inverno.
- ❑ La pandemia è stata un volano per il turismo outdoor: sport, escursionismo, gite in bicicletta e in barca raccontano della crescente attenzione per una modalità «attiva» di vacanza.



Il turismo culturale

Borghi antichi
(12,7%)



Musei e mostre
(13,2% italiani,
18,3% stranieri)



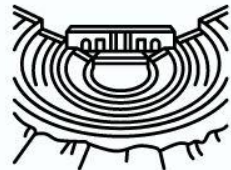
Monumenti e siti archeologici (12,2%)



Ristoranti d'eccellenza (8,6%)



Eventi (6,7%) e spettacoli (7,9%)



Shopping (21,9%)

Arte, storia e cultura: piccoli e grandi tesori d'Italia

- ❑ Torna la voglia di scoprire musei e monumenti, di partecipare a concerti ed eventi locali.
- ❑ Cresce l'interesse per le piccole eccellenze del territorio: tante le gite e le escursioni alla scoperta dell'Italia «minore».
- ❑ La riscoperta di Borghi e aree interne del Paese: un fattore importante nello sforzo di destagionalizzazione e decongestione dei flussi turistici.



Il turismo enogastronomico



Ristoranti d'eccellenza
(21,3% italiani, 25,7% stranieri)

**Destinazioni
esclusive 10,3%**



**degustazioni 35,3%,
borghi 18,1%,
bicycletta 16,4%,
shopping 27,5%
eventi 12,4%**



**Vedere luoghi e/o
fare attività
uniche 9,7%**



**Produzioni
enogastronomiche
d'eccellenza**
(19,9% italiani, 22,3% stranieri)

patrimonio naturalistico
23,6%



Degustazioni ma anche visite alla scoperta dei tesori locali

- ❑ Ristoranti d'eccellenza e produzioni enogastronomiche per le quali vale la pena di organizzare un viaggio

ma non solo....

- ❑ destinazioni esclusive, in linea con lo stile di vita italiano”, con la possibilità di vedere luoghi e/o fare attività uniche



UNIONCAMERE

IS.NA.R.T. Scpa

www.isnart.it

www.isnart.it/economia-del-turismo/indagini-nazionali/indagini-nazionali-e-focus-regionali/

www.10q.it

info@isnart.it

isnart@legalmail.it

Via Lucullo, 8 – Roma

Tel. [+39.06.20.39.891](tel:+39062039891)