



Il turismo in Italia: analisi e tendenze

Paolo Bulleri

Dirigente Area per la valorizzazione degli ecosistemi turistici e culturali
Istituto Nazionale Ricerche Turistiche



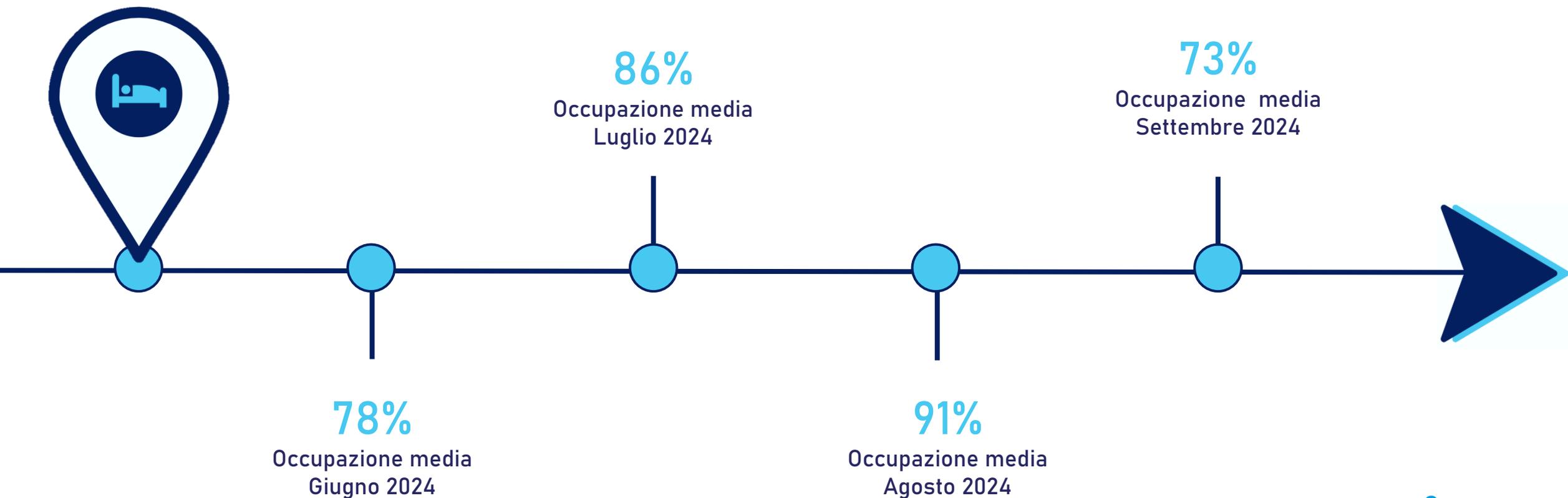
ISNART

Paestum, 31 ottobre 2024

📍 Sala Cerere

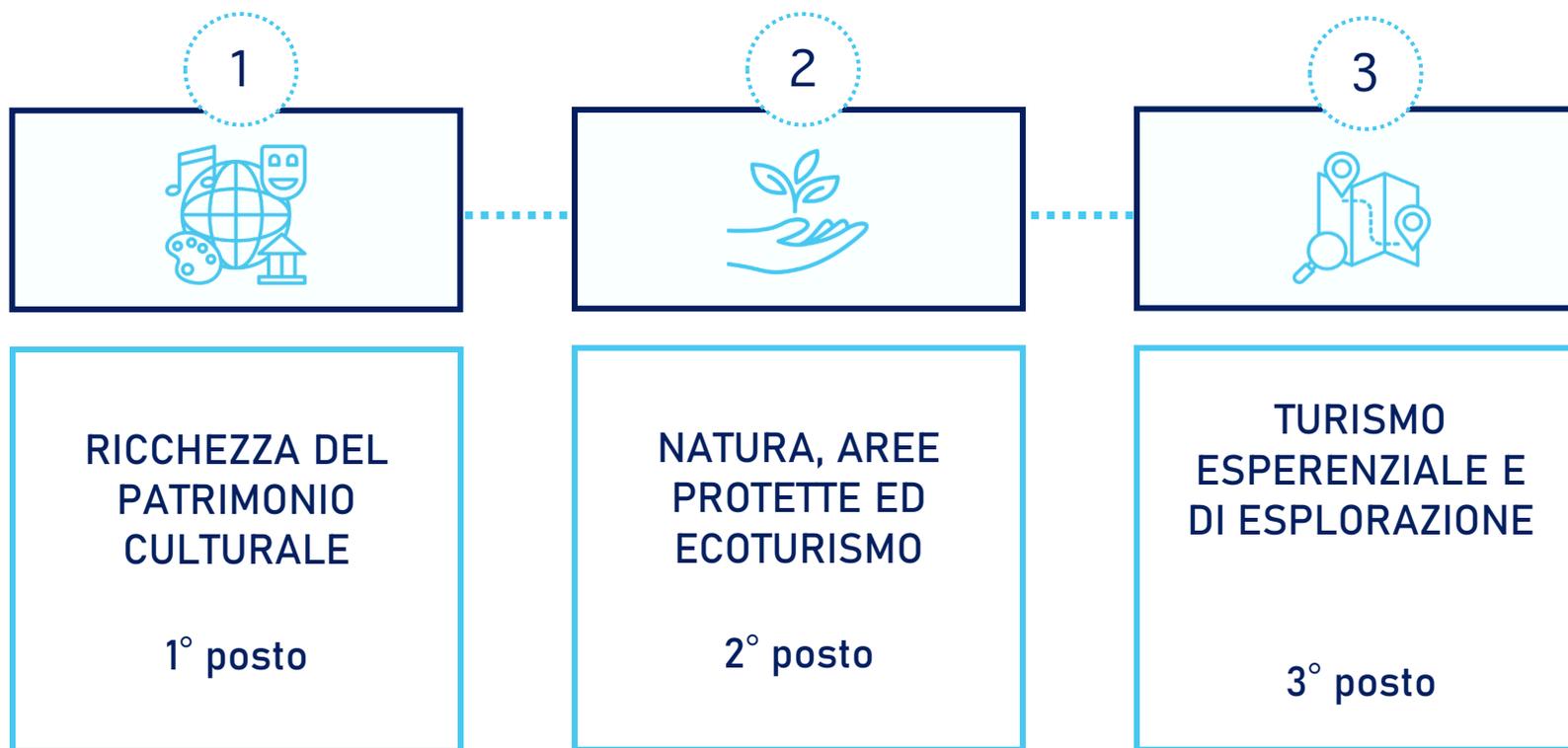
Estate 2024: un primo bilancio

Secondo l'indagine alle imprese, le strutture ricettive nazionali, nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre hanno raggiunto un'occupazione media dell'82%, con i picchi maggiori nel mese di agosto, nelle località di mare (94%) e al Sud e isole (95%).



Cultura al top delle motivazioni di viaggio

La motivazione legata alla fruizione del patrimonio artistico e culturale del Paese, che 10 anni fa risultava al 7° posto, negli ultimi 3 anni è stabilmente al 1°.



Estate 2024 all'insegna della cultura

Il **43,9%** dei turisti in Italia ha segnalato come motivazione principale di viaggio la **ricchezza del patrimonio artistico e monumentale**.
(possibili più risposte)



Cosa hanno visitato durante il soggiorno in Italia?

Siti Unesco
37%



Grandi città
31,3%



Centri storici
27,9%



Borghi
24,3%

Cattedrali,
chiese e conventi
22,3%



Palazzi storici
e castelli
15,7%



Monumenti
15%

Musei e
pinacoteche
14,6%



L'impatto dei turisti culturali



5,8 mld €

spesa dei turisti in Italia per attività culturali (musei, monumenti, visite guidate e audioguide, teatri, concerti, bookshop, cinema, ecc.)



+31,5%

rispetto alla spesa dei turisti, crescita ancor più marcata per il turista straniero (+45,8%)



344 mln

le presenze turistiche nelle città d'arte, 40,4% dei flussi stimati in Italia tra pernottanti in strutture ricettive e alloggi privati

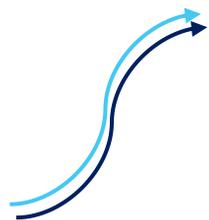


40,7 mld €

impatto economico dei turisti nelle città d'arte (48% dell'impatto complessivo del turismo in Italia)

Turismo archeologico nell'estate 2024

L'**8,5%** dei turisti ha scelto l'Italia nell'estate 2024 motivato dalla presenza di siti archeologici a destinazione (5,1% nell'estate 2023).



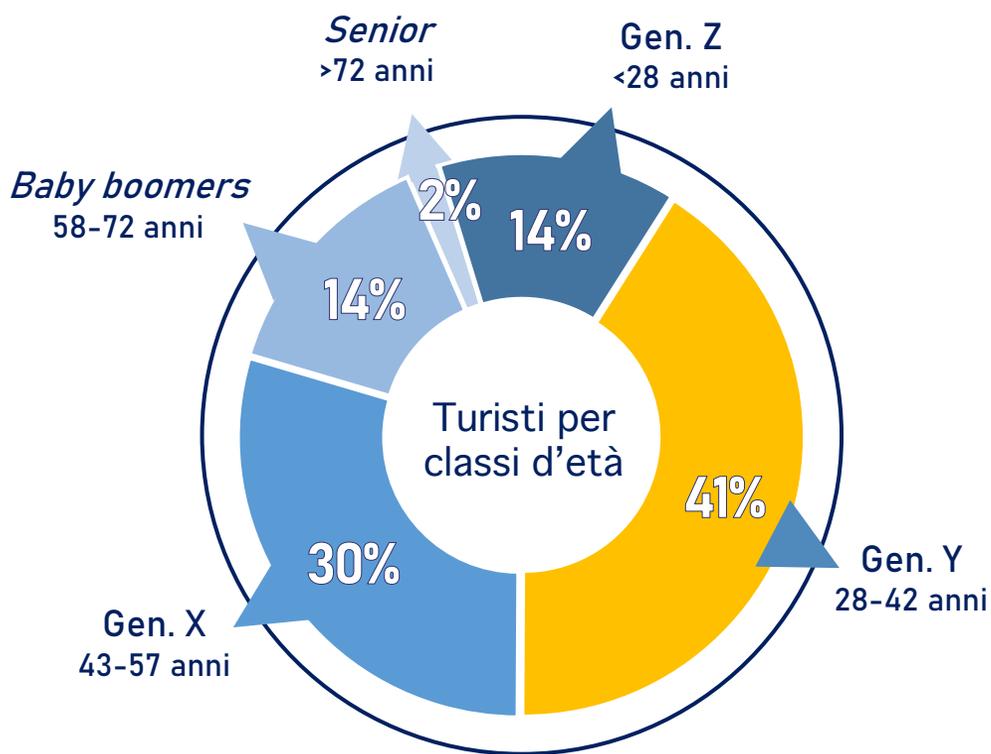
Il **9,2%** dei turisti ha visitato monumenti e siti di interesse archeologico, percentuale che sale all'**11%** per i turisti stranieri.



Il **6,7%** dei turisti ha fatto escursioni e gite in aree archeologiche (4,9% nell'estate 2023).



I nuovi target della domanda turistica



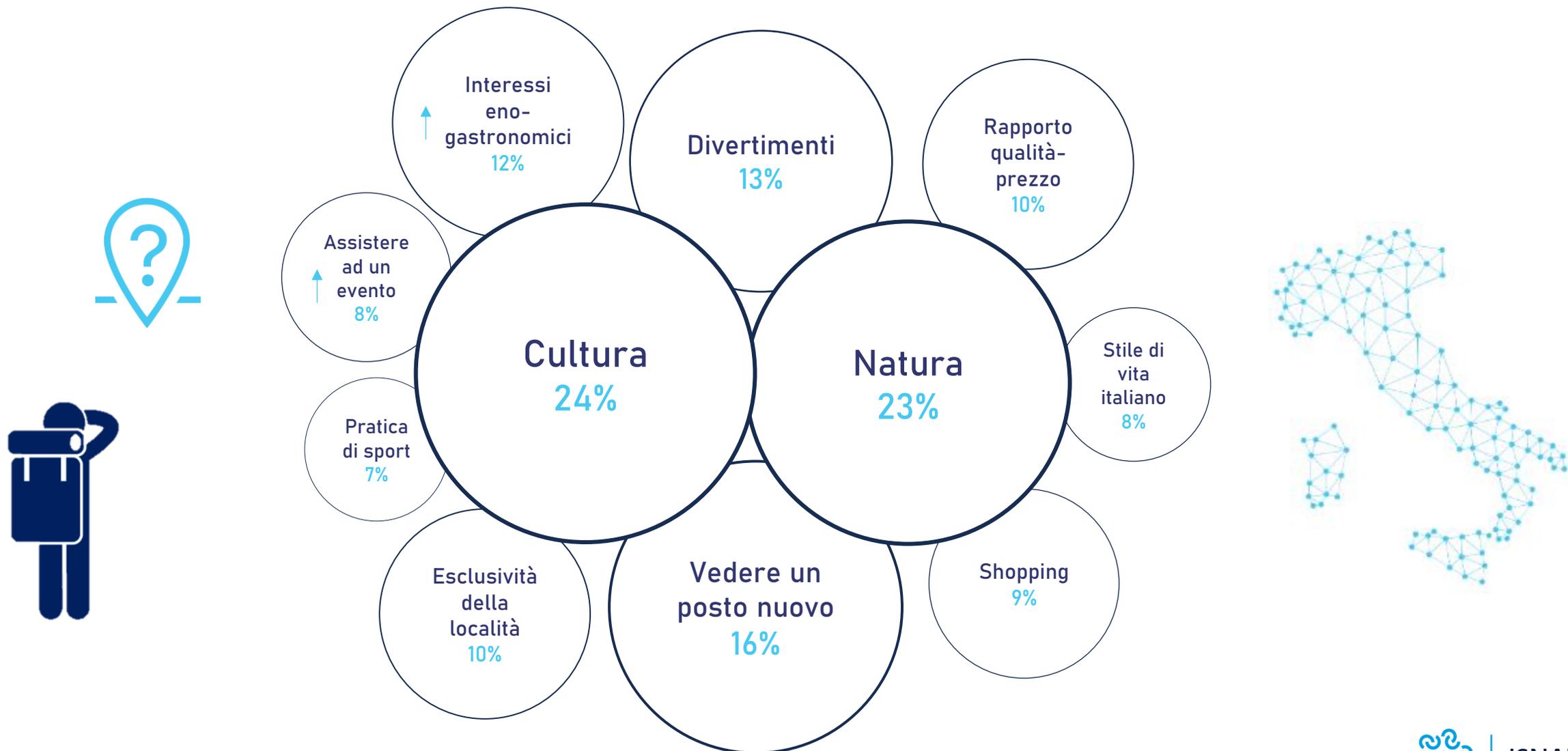
Nel 2023, in Italia si sono registrate 852 milioni di presenze turistiche.

I Millennial (tra i 28 ed i 42 anni) sono il 41%.

Chi sono i turisti della cosiddetta Generazione Y?

- Persone di **elevata scolarizzazione**;
- viaggiano alla ricerca di **esperienze emozionali**;
- mostrano particolare sensibilità ai temi della **sostenibilità**;
- utilizzano il **web** per informarsi, pianificare e recensire la propria vacanza.

Le motivazioni di viaggio in Italia dei Millennial



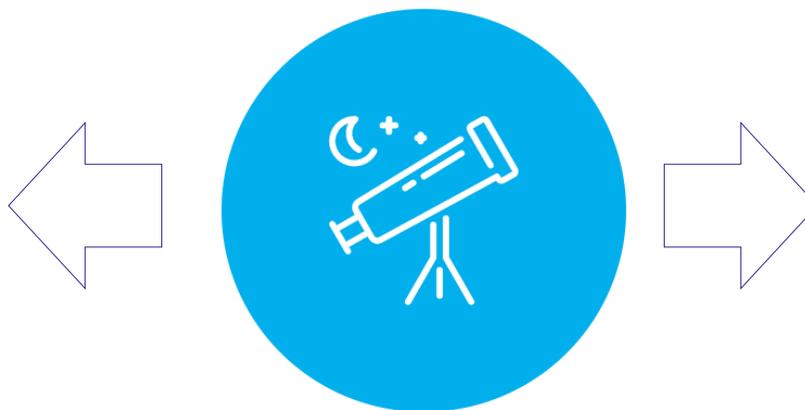
L'osservazione statistica con campionamenti

I dati presentati sinora rientrano nell'osservazione statistica «tradizionale» basata su campionamenti: ISNART da 30 anni raccoglie ed analizza i **dati di domanda ed offerta turistica**, attraverso campionamenti in più periodi dell'anno. Una **memoria storica** raccolta nell'**Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio**, per dare supporto alla definizione delle strategie di sviluppo e promozione turistica della PA centrale e locale.



Osservatorio sull'Economia del Turismo

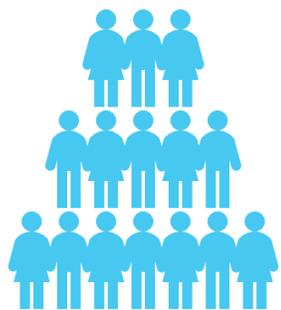
studia i fenomeni turistici
per
intercettare le esigenze del mercato



prevede i trend turistici
per
anticipare le tendenze del mercato e
delle nuove professioni

Nuovi strumenti: Location Intelligence


dati strutturali che costituiscono la base anagrafica



sexo, età, nazionalità



caratteristiche comportamentali nell'ambito dell'utilizzo quotidiano e in viaggio del browser e di app mobile

Ricerche online, download, attivazione e utilizzo di app, carrelli d'acquisto



interessi, preferenze, abitudini

green / natura



sport



enogastronomico



culturale



business



cicloturistico



family



spirituale



pets



LOCATION INTELLIGENCE

La Location Intelligence restituisce una profilazione anagrafica dei turisti (sexo, fascia d'età e provenienza) e una profilazione comportamentale. L'analisi permette di capire che tipologia di turisti frequenta una determinata area e cosa attira maggiormente la loro attenzione.



Location Intelligence e interessi culturali

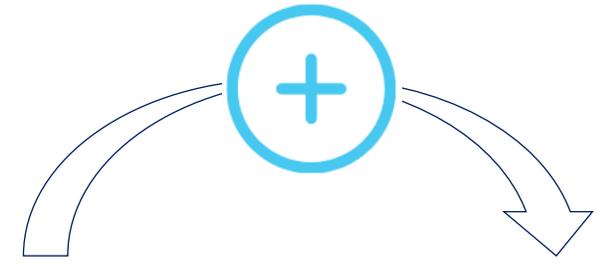
Dal focus sul turismo culturale, secondo le ultime analisi* di Location Intelligence:

Considerando il cluster dei “**turisti culturali**” emerge una maggiore concentrazione dei flussi nei comuni che hanno **siti Unesco**; l’incidenza degli **stranieri** è del **64,4%** nei comuni sede di siti Unesco (vs 48% non Unesco)



Siena, Pompei, Pienza, Bergamo, Urbino e Pisa: i primi cinque comuni in assoluto più attrattivi per i turisti con **profilo culturale** (escludendo le grandi città d’arte) sono tutti legati a siti Unesco.

Includendo anche le grandi città, **Pompei** mantiene un ottimo piazzamento nella classifica dei comuni italiani, raggiungendo il **terzo posto** per interesse da parte dei turisti del **cluster culturale**.



Estate 2024/2023
Cluster culturale
Campania: +1,9 p.p.
Lazio: +1,5 p.p.
Puglia: +1,5 p.p.
Basilicata: -2,3 p.p.



* Periodo di rilevazione: estate 2024.

Fonte: Elaborazioni Isnart su dati Location Intelligence (IOL)

Location Intelligence in Campania

Estate 2024: 1,3 milioni di turisti in Campania, il 22% dei quali ha visitato la città di Napoli.

Pollica (UNESCO) e Sessa Aurunca, rispettivamente, ottavo e nono comune a livello nazionale per incremento di turisti del cluster culturale.



La penisola sorrentina presenta incidenza >70% di turisti stranieri:
Positano, Sant'Agnello, Sorrento, Praiano e Amalfi.

Castellammare di Stabia è il comune campano over 10mila con la quota più alta di turisti nella fascia d'età 18-24 anni (12,2%).



I 5 comuni campani con la maggior variazione % sul 2023, di turisti rilevati, sono:
Capaccio Paestum, Pompei, Capri, Casal Velino e Amalfi.



Location Intelligence in Basilicata

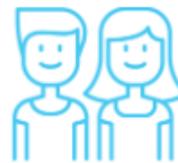
Estate 2024: oltre 222mila turisti in Basilicata, il 50% ca dei quali ha visitato la città di Matera.

Calo del 3,3% del cluster culturale a Matera; in regione, solo Policoro mostra un aumento.



Ancora più ampi i margini di sviluppo della domanda turistica straniera: a Matera il valore più alto (30% ca), comunque inferiore alla media nazionale.

A Policoro e Scanzano Jonico le quote più alte di turisti della fascia 18-24 anni (rispettivamente 12,1% e 11,5%) tra i comuni lucani over 10mila.



Sono 4 i comuni lucani over 10mila rilevazioni con aumento % sul 2023 di turisti rilevati: Scanzano Jonico, Maratea, Nova Siri e Bernalda.



Location Intelligence in Puglia

Estate 2024: 1,4 milioni di turisti in Puglia, il 30% ca dei quali ha visitato la provincia di Lecce.

Alberobello 12° comune UNESCO in Italia per incremento in p.p. di turisti del cluster culturale; tra i comuni senza siti UNESCO, decimo Ostuni.



Ancora margini di sviluppo della domanda turistica straniera: solo 2 i Comuni con incidenza sul totale superiore alla media nazionale: Bari e Polignano a Mare.

A San Giovanni Rotondo, Vieste e Trani le quote più alte di turisti della fascia 18-24 anni (rispettivamente 14,5%, 12,1% e 11,9%) tra i comuni pugliesi over 10mila.



5 i comuni pugliesi over 10mila rilev. con la maggior variazione % sul 2023, di turisti: Monopoli, Trani, Fasano, Alberobello e Polignano a Mare.

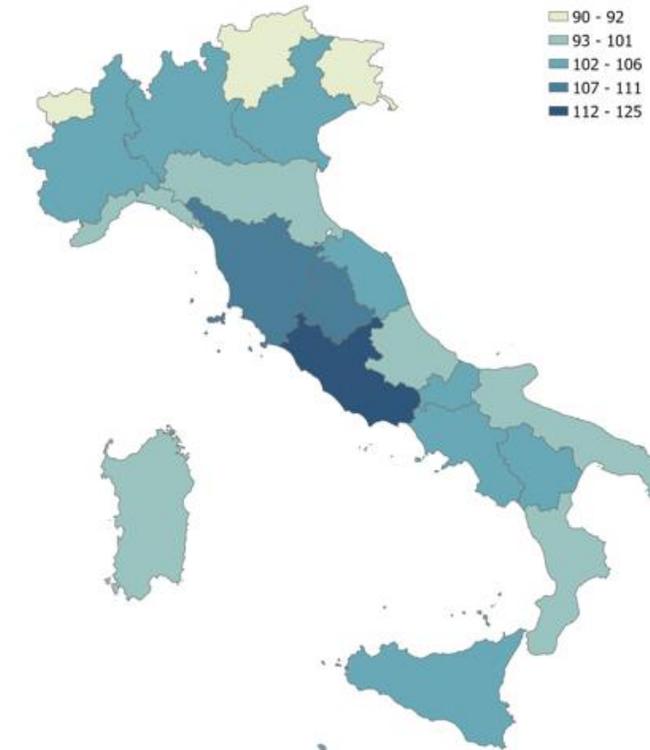


Turisti del cluster culturale secondo L.I.

- In media, nei comuni laziali, trainati dal dato del comune di Roma, si registra un peso della componente turistica culturale del 25% superiore a quello medio nazionale (prima posizione);
- i comuni campani mostrano una presenza di turisti con vocazione culturale il 5% circa superiore alla media dei comuni italiani, collocandosi in terza fascia**;
- +3,8% per la Basilicata (terza fascia);
- nessuno scostamento significativo dalla media per la Puglia (quarta fascia).



Indice culturale ponderato, per regione* – Estate 2024

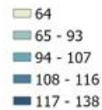


* Il dato include le grandi città (Milano, Napoli, Palermo, Roma e Torino).

** Suddivisione in fasce ottenuta mediante il metodo di ottimizzazione di Jenks, che minimizza la varianza all'interno delle fasce e massimizza quella tra fasce.

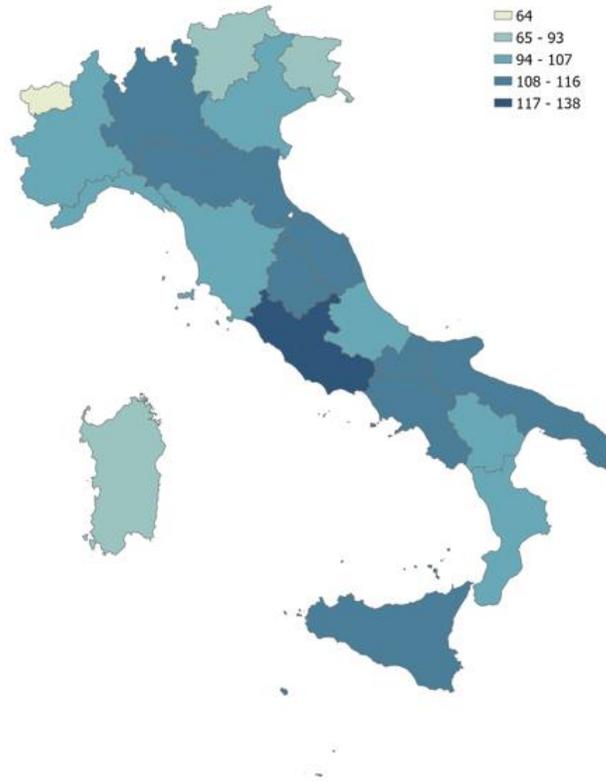
Turisti dei cluster spirituale e green secondo L.I.

Indice spirituale ponderato, per regione* – Estate 2024

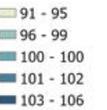


Ranking regionale:

- 1 Lazio (fascia 1)
- 4 Campania (fascia 2)
- 6 Puglia (fascia 2)
- 11 Basilicata (fascia 3)

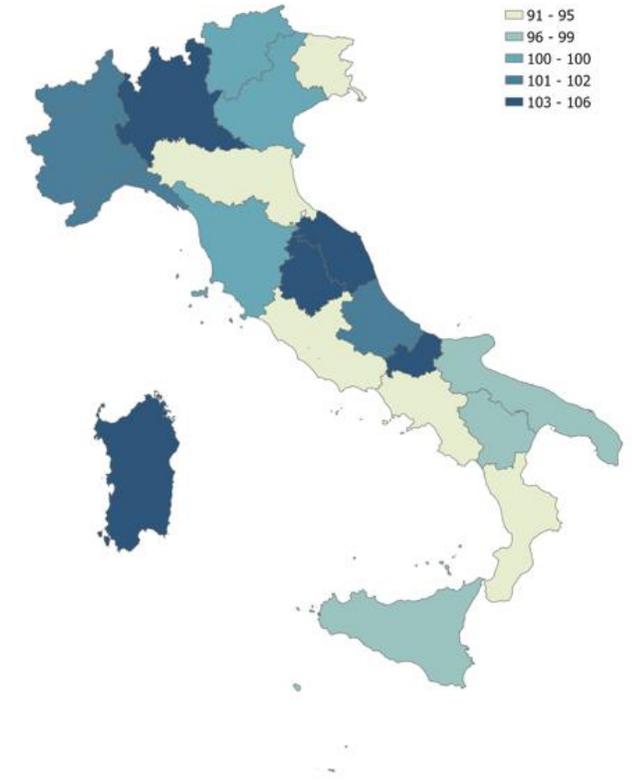


Indice green ponderato, per regione* – Estate 2024



Ranking regionale:

- 13 Puglia (fascia 4)
- 14 Basilicata (fascia 4)
- 19 Campania (fascia 5)
- 20 Lazio (fascia 5)



* Il dato include le grandi città (Milano, Napoli, Palermo, Roma e Torino).

** Suddivisione in fasce ottenuta mediante il metodo di ottimizzazione di Jenks, che minimizza la varianza all'interno delle fasce e massimizza quella tra fasce.

Fonte: Elaborazioni Isnart su dati Location Intelligence (IOL)

Location Intelligence lungo la Via Appia



Turisti nelle aree interne del Paese



+6,9%

Arrivi turistici nelle aree interne tra 2019 e 2023 (+1,3% nel resto del Paese)



4,1 notti vs 3

Permanenza media più lunga nelle aree interne del Paese

Quali i margini di miglioramento su cui lavorare?



- Crescita qualitativa dell'offerta



- Formazione degli operatori



- Maggiore visibilità sul web



**GRAZIE
PER
L'ATTENZIONE!**

Paolo Bulleri

**Dirigente Area per la valorizzazione degli ecosistemi turistici e culturali
Istituto Nazionale Ricerche Turistiche**



ISNART

www.isnart.it