



Unioncamere  
Unione Italiana  
delle Camere di Commercio  
Industria Artigianato  
e Agricoltura

# OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TURISMO ITALIANO

**LE VACANZE ITALIANE NEL 2005 E LE PREVISIONI PER L'ESTATE**

**1° Report - Indagine sui comportamenti turistici degli italiani**

luglio 2005

a cura di



## SOMMARIO

|   |    |
|---|----|
| Premessa.....   | 3  |
| 1. Gli italiani in vacanza .....                              | 4  |
| 2. La vacanza principale: modalità e destinazioni .....       | 9  |
| 3. Le tipologie dei prodotti turistici nel 2005.....          | 17 |
| 4. I comportamenti della vacanza .....                        | 22 |
| 5. Le motivazioni della vacanza e i canali di influenza ..... | 25 |
| 6. La spesa per la vacanza.....                               | 28 |
| 7. Le previsioni per l'estate 2005 .....                      | 31 |
| 8. Conclusioni .....  | 32 |
| 9. Nota Metodologica.....                                     | 34 |

## **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.

E' il quarto anno che l'Osservatorio Nazionale prosegue le sue analisi in modo ripetitivo e standardizzato. Tale approccio permette il confronto con le dinamiche degli anni passati e in modo particolare un approfondimento sostanziale in questi anni di congiuntura incerta e con andamenti poco prevedibili e in mutamento costante.

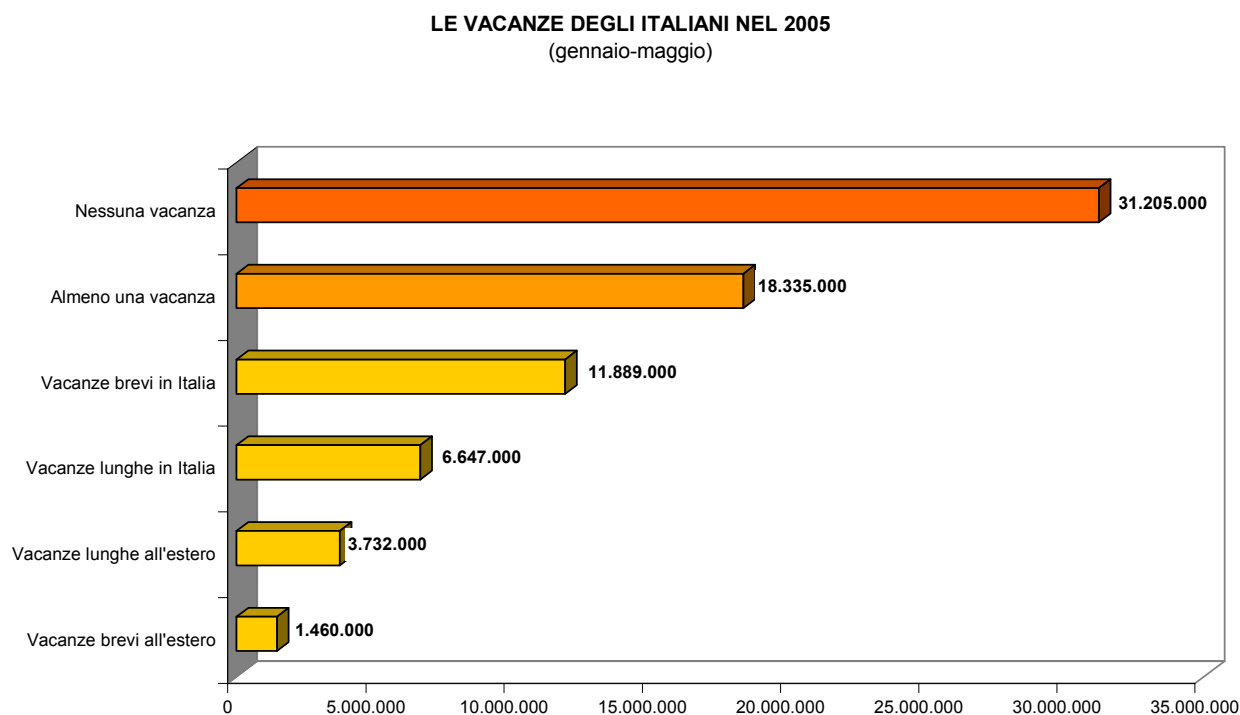
Questo rapporto, che costituisce il primo Report del 2005, propone l'andamento dei primi mesi dell'anno e le previsioni sull'estate.

## 1. Gli italiani in vacanza

Sono 18,3 milioni gli italiani che nel primo semestre del 2005, più esattamente da gennaio a maggio, hanno effettuato almeno un periodo di vacanza.

Questo anno dunque il 37% della popolazione ha svolto una vacanza nel periodo invernale/primaverile per un totale di 23,7 milioni di atti di vacanza.

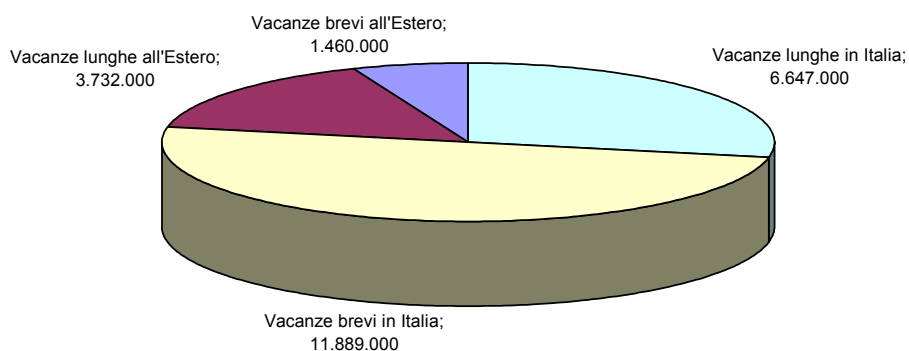
Negli stessi mesi del 2004 meno italiani (36,5% della popolazione) avevano svolto più periodi di vacanza (circa 24 milioni): nel 2005 pertanto si rileva un numero lievemente minore di vacanze effettuate però da più vacanzieri (240 mila in più).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

La metà di questi atti, esattamente il 50,1% sono stati vacanze brevi in destinazioni italiane, il 28% vacanze più lunghe ma sempre in Italia, il 15,7% vacanze lunghe in località straniere e per il 6,2% week-end all'estero.

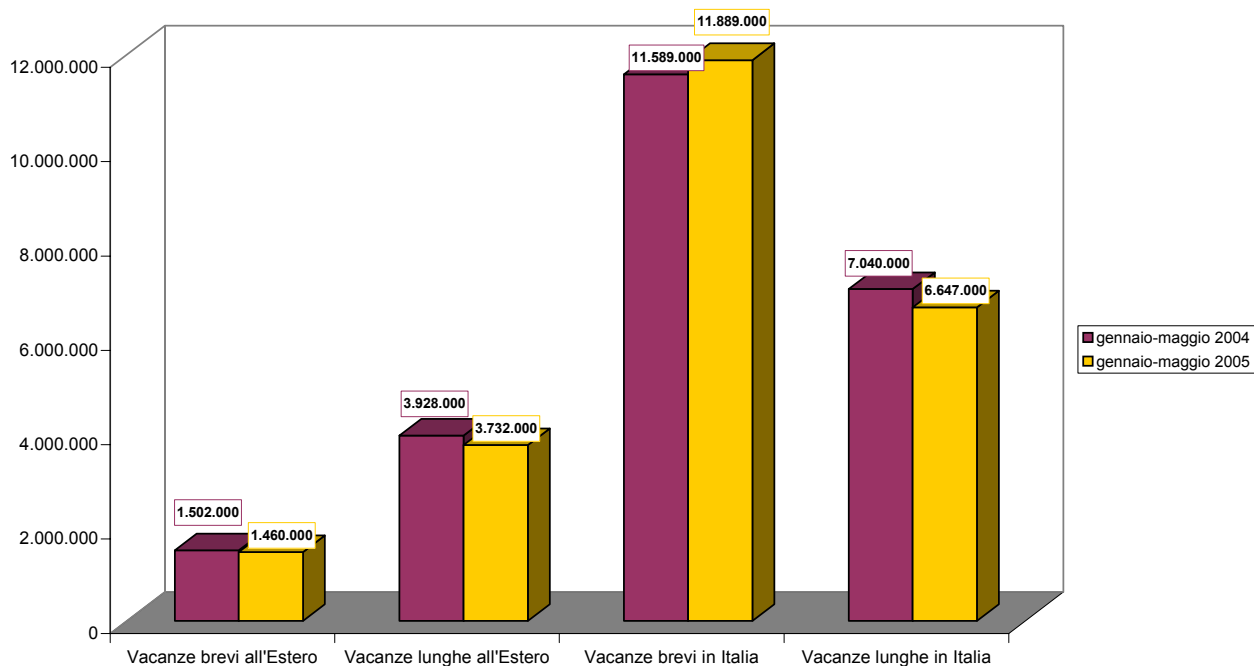
**LE VACANZE DEGLI ITALIANI**  
(gennaio - maggio 2005)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

Rispetto allo stesso periodo del 2004 cresce dunque il numero dei brevi soggiorni in Italia mentre si rilevano in lieve calo le altre modalità.

**LE VACANZE DEGLI ITALIANI**  
confronto gennaio-maggio 2004/2005



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

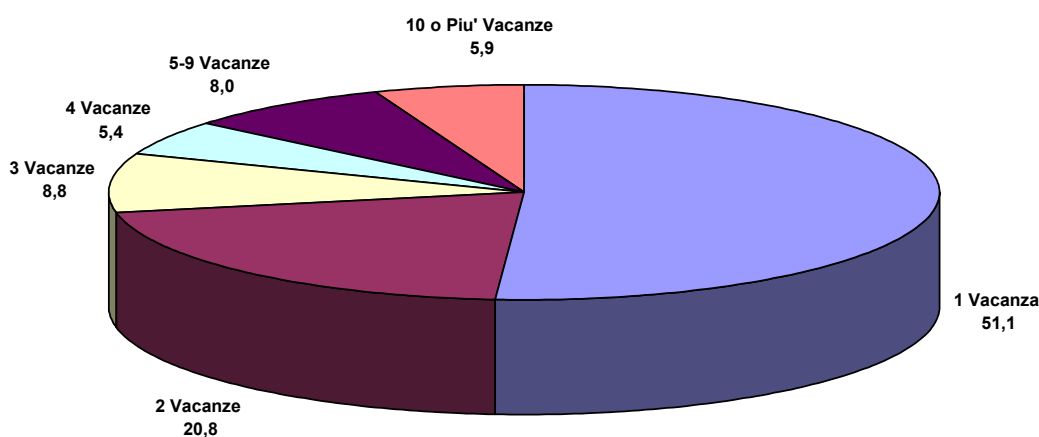
Nei primi mesi dell'anno gli italiani si sono concessi soprattutto vacanze di week-end fino a 3 notti mentre a diminuire sono state proprio le vacanze invernali più lunghe sia in Italia (-5,6%) che in destinazioni all'estero (-5%).

|                           | <b>VAR. %<br/>gen-mag 2005<br/>/gen-mag 2004</b> |
|---------------------------|--|
| Vacanze brevi all'Estero  | -2,8   |
| Vacanze lunghe all'Estero | -5,0   |
| Vacanze brevi in Italia   | +2,6   |
| Vacanze lunghe in Italia  | -5,6   |
| <b>TOTALE VACANZE</b>     | <b>-1,4</b>                                      |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

A fare una vacanza è stato il 51,1% dei vacanzieri (contro il 63,8% dello scorso anno) il 20,8% ne ha svolte 2 (16,8% nel 2004), l'8,8% addirittura 3 (7,2% nel 2004), ed il restante venti percento 4 vacanze o più. La diminuzione rilevata nelle vacanze lunghe sembra dunque potersi attribuire a coloro che svolgono un solo atto di vacanza in questo periodo cioè all'unica modalità in calo rispetto agli stessi mesi del 2004.

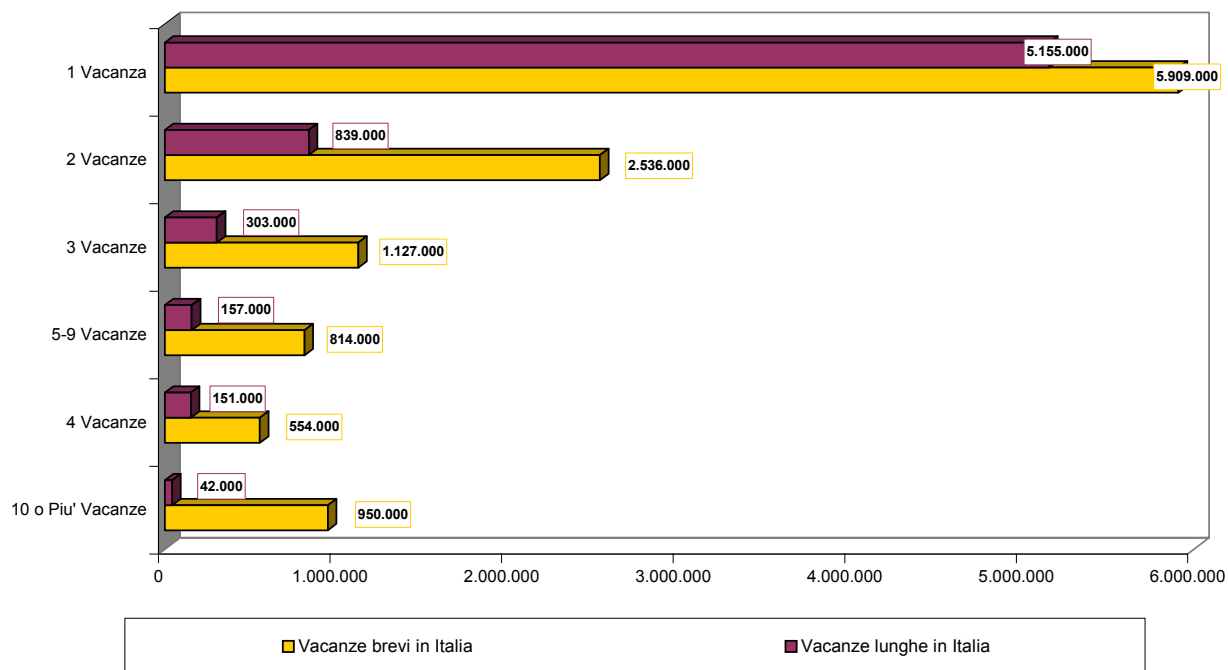
**I PERIODI DI VACANZA IN ITALIA E ALL'ESTERO**  
gennaio-maggio 2005  
(% sul totale dei periodi di vacanza)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

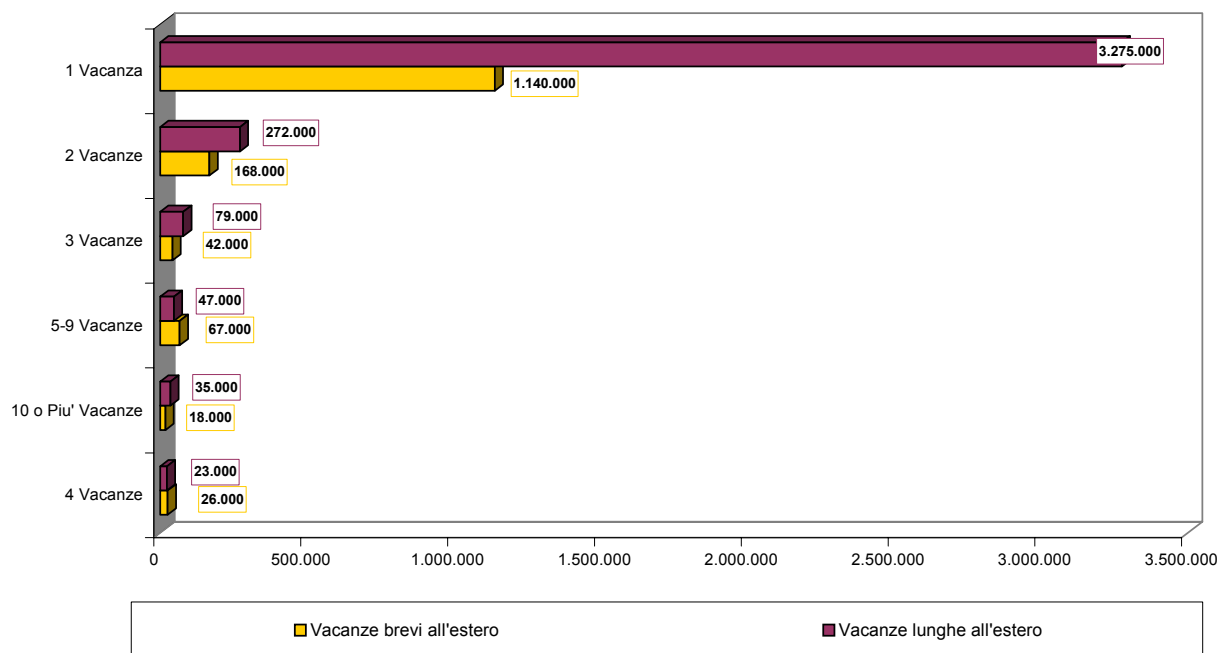
Tra le vacanze svolte in Italia prevalgono dunque le vacanze di breve durata sia tra chi ha potuto farne un solo periodo sia però anche per i plurivacanzieri. All'estero, invece, sono state più numerose le vacanze lunghe ad eccezione di chi ha potuto effettuare dai 5 ai 9 atti di vacanza.

### I PERIODI DI VACANZA IN ITALIA gennaio-maggio 2005



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

### I PERIODI DI VACANZA ALL'ESTERO gennaio-maggio 2005



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

Considerando inoltre il numero medio di vacanze svolte da ciascun vacanziere italiano, risulta evidente come siano diminuite proprio le vacanze lunghe in Italia da 1,7 a 1,5 periodi pro-capite.

|                           | N. MEDIO DI<br>PERIODI DI<br>VACANZA<br>EFFETTUATA PER<br>INDIVIDUO |                                     |
|---------------------------|---|-------------------------------------|
|                           | <b>gennaio-<br/>maggio<br/>2004</b>                                 | <b>gennaio-<br/>maggio<br/>2005</b> |
| Vacanze brevi all'Estero  | 1,3   | 1,6                                 |
| Vacanze lunghe all'Estero | 1,4   | 1,4                                 |
| Vacanze brevi in Italia   | 2,9   | 3,0                                 |
| Vacanze lunghe in Italia  | 1,7   | 1,5                                 |

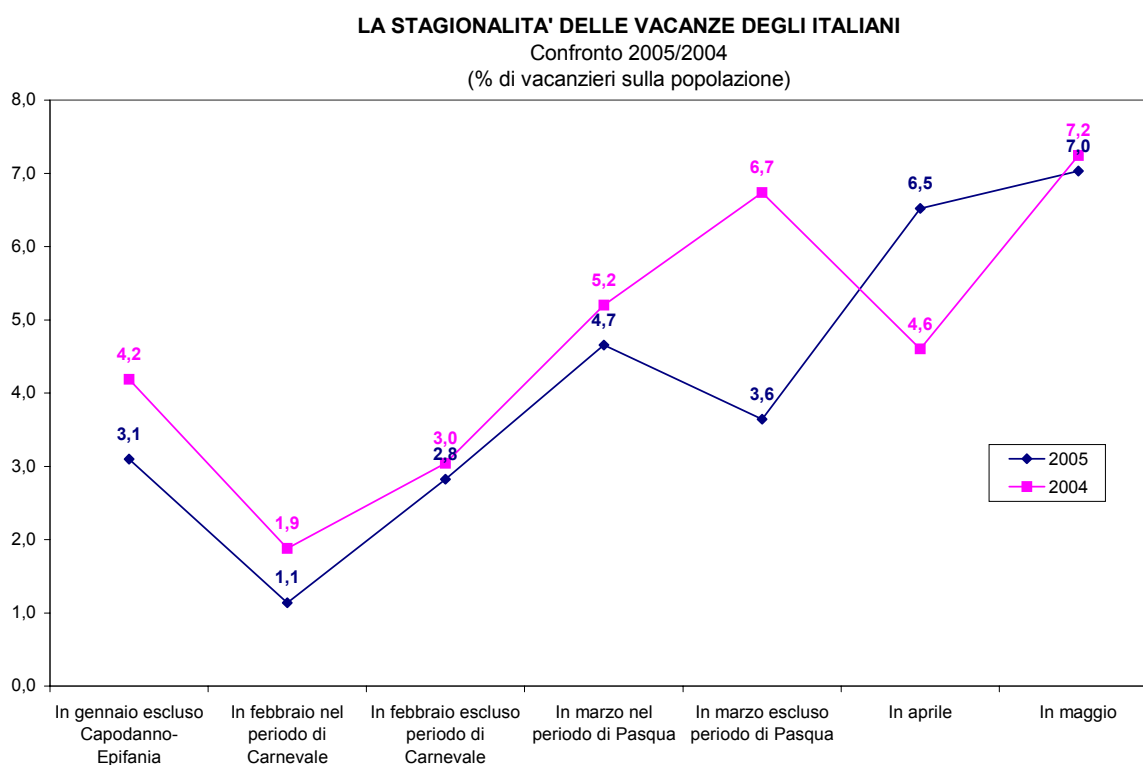
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

In sintesi, rispetto allo scorso anno, in questi primi mesi del 2005 si è rilevata una maggiore numerosità delle vacanze brevi a scapito di chi, nel 2004, in inverno/primavera poteva permettersi un solo lungo periodo di vacanza in Italia.



## 2. La vacanza principale: modalità e destinazioni

Per quanto riguarda la vacanza principale, da gennaio a maggio 2005 l'andamento stagionale delle vacanze italiane mostra una sostanziale coerenza con lo scorso anno, con valori lievemente inferiori fino a Pasqua, un calo più evidente nel mese di marzo ed una ripresa altrettanto sostanziale in aprile.

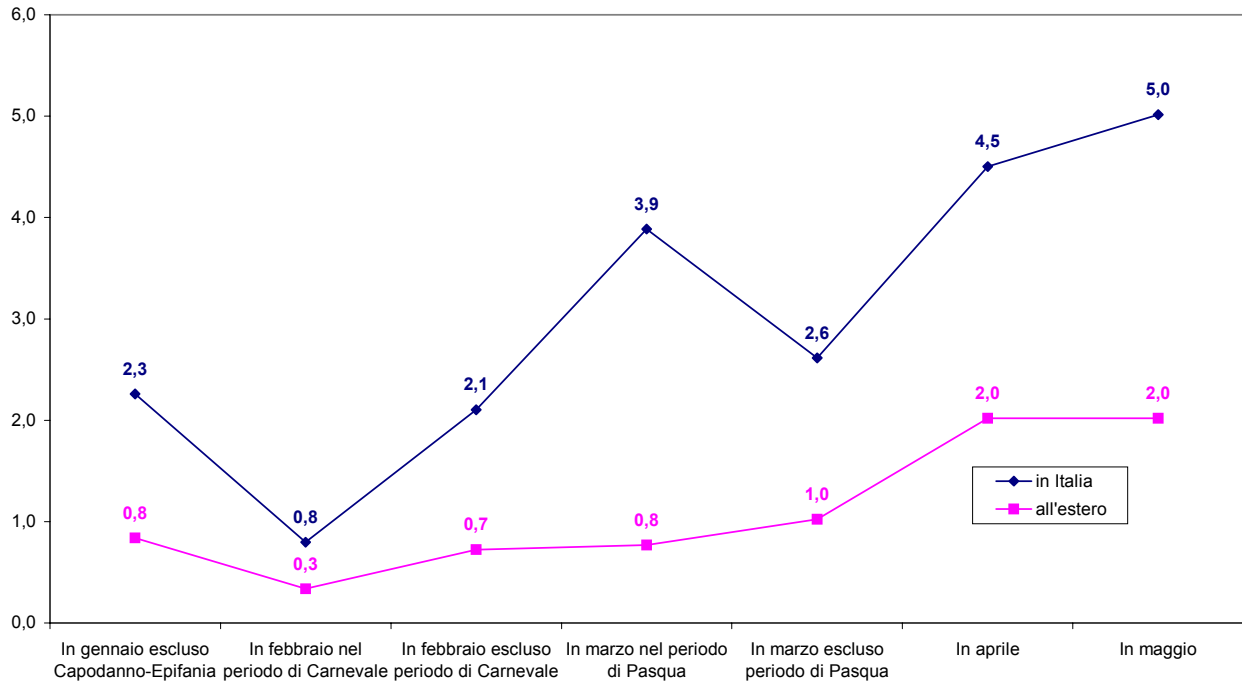


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

La massima concentrazione di italiani in vacanza si è avuta però nel mese di maggio quando il 7% della popolazione si è recata in vacanza, il 5% in Italia ed il restante 2% all'estero.

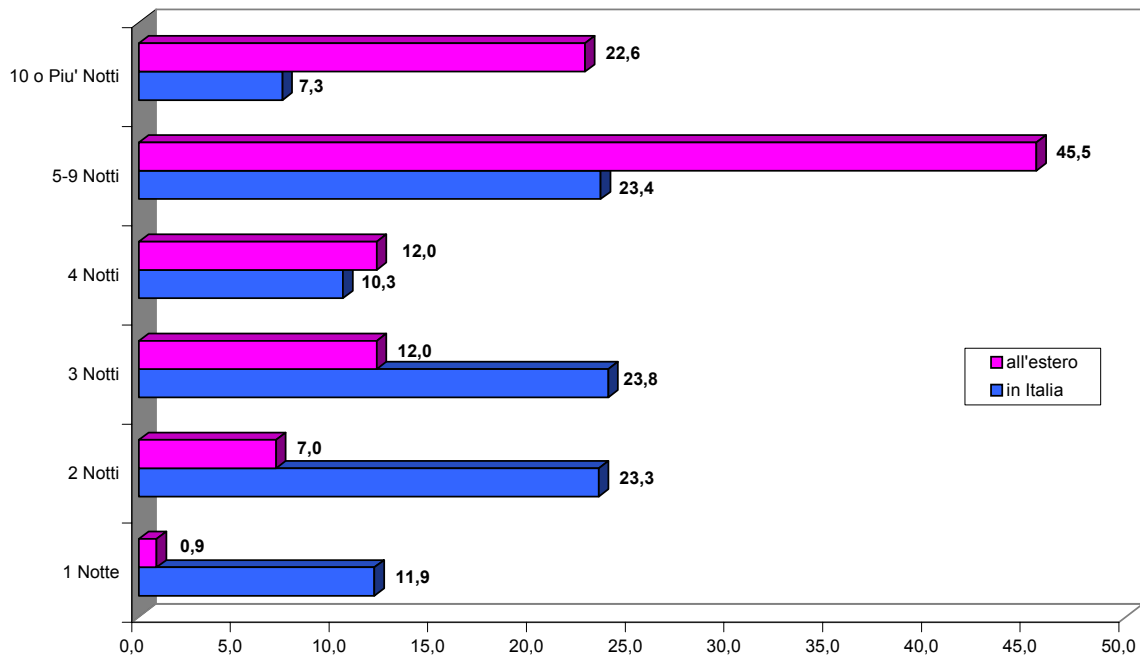
La durata media di queste vacanze si attesta in 5,3 notti: in media 4,5 per i soggiorni in Italia e 7,9 per quelli all'estero. La *moda* infatti vede per le vacanze principali in Italia prevalere quelle di durata di 2 e 3 notti (5-9 solo per la vacanza lunga) mentre all'estero le vacanze da 5 a 9 notti e quelle di oltre 10 sono state le più diffuse.

**LA STAGIONALITA' DELLE VACANZE DEGLI ITALIANI**  
**gennaio-maggio 2005**  
 (% di vacanzieri sulla popolazione)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

**LA DURATA DELLA VACANZA PRINCIPALE**  
 gennaio-maggio 2005  
 (% sul totale vacanzieri)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

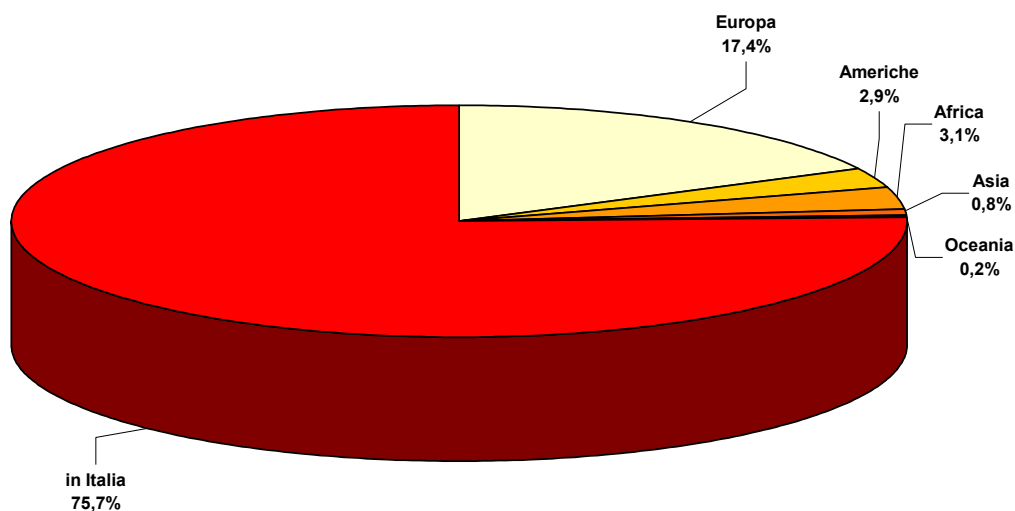
Per quanto riguarda la destinazione della vacanza principale dei 18,3 milioni di vacanzieri italiani del periodo il 75,7% si è recato in località nostrane mentre solo il 24,3% in mete straniere.

|                          | <b>Gennaio-<br/>Maggio 2004</b> | <b>Gennaio-<br/>Maggio 2005</b> |
|--------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <b>Totale vacanzieri</b> | 18.095.000                      | 18.335.000                      |
| <b>Italia (%)</b>        | 74,7                            | 75,7                            |
| <b>Estero (%)</b>        | 25,3                            | 24,3                            |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

L'Europa rimane la meta estera più frequentata (17,4%) ma un po' meno dello scorso anno (18%) a favore, oltre che delle destinazioni italiane anche delle americane (2,9% contro il 2,3% del 2004) e delle mete asiatiche (0,8% contro lo 0,6% del 2004). Diminuiscono invece lievemente le mete africane visitate nel 3,1% delle vacanze principali (4,3% nel 2004).

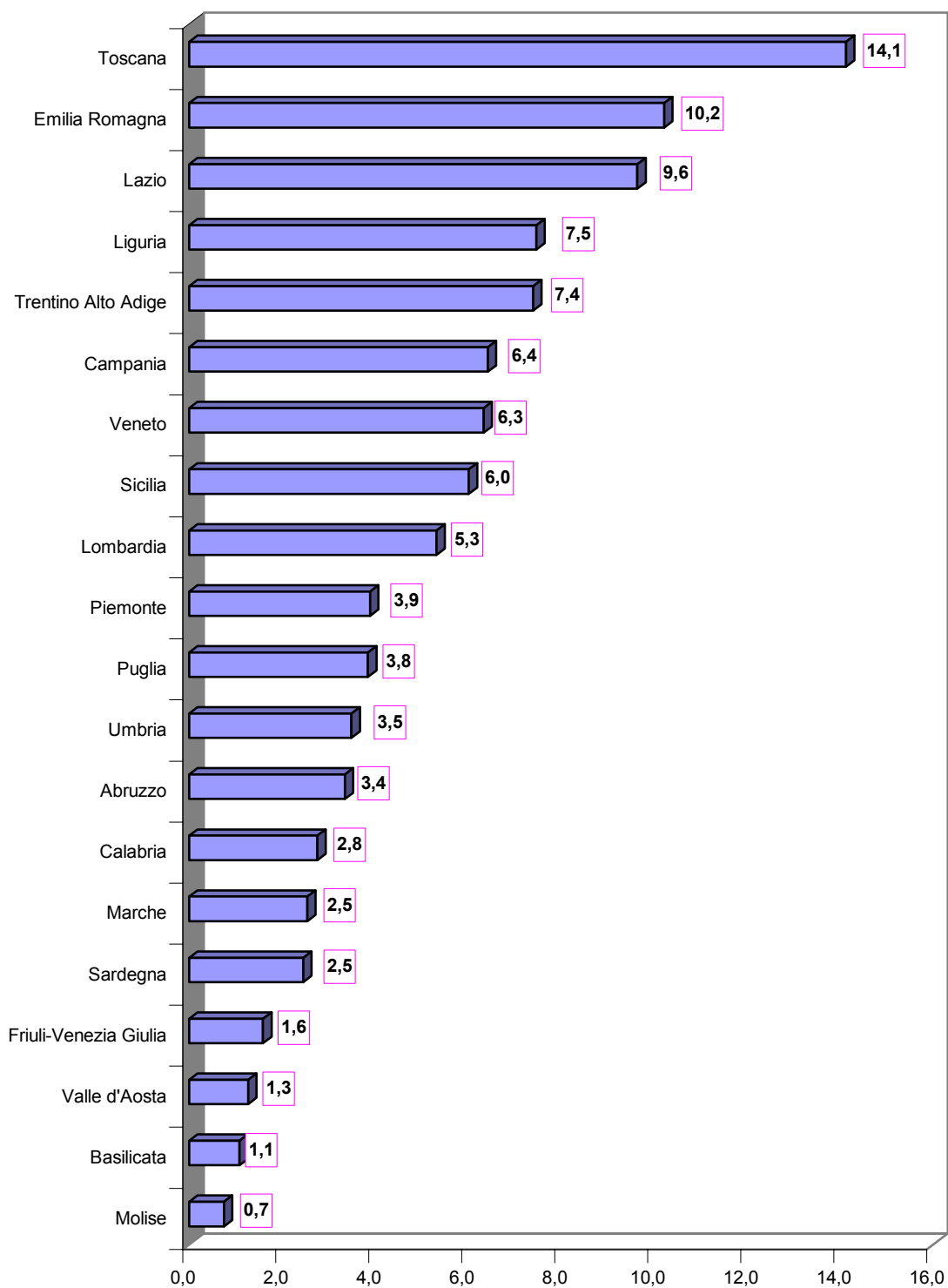
**Le destinazioni delle vacanze degli italiani**  
(gennaio-maggio 2005)



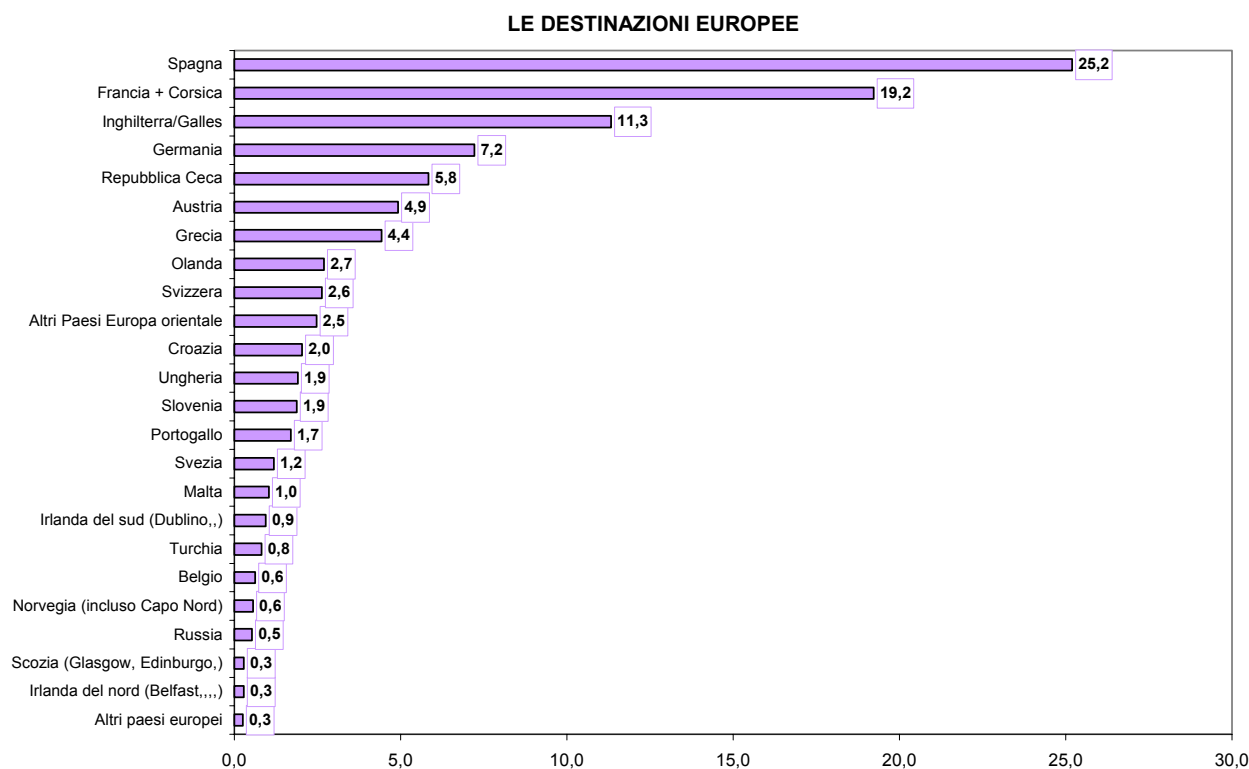
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

In Italia la Toscana (14,1%), l'Emilia Romagna (10,2%) ed il Lazio (9,6%) hanno visto nel complesso circa un terzo delle vacanze principali italiane del periodo, seguite da Liguria (7,5%) e Trentino A.A. (7,4%).

**La destinazione della vacanza principale - gennaio-maggio 2005**  
(% sul totale vacanze in Italia)



In Europa le destinazioni della vacanza principale hanno visto tra gennaio e maggio 2005 il sorpasso delle mete spagnole (25,2%) su quelle francesi (19,2%) che invece lo scorso anno guidavano la scelta di estero degli italiani. Ferme nelle stesse posizioni invece le mete inglesi e tedesche mentre salgono nel favore dei vacanzieri italiani la Repubblica Ceca e l'Olanda.



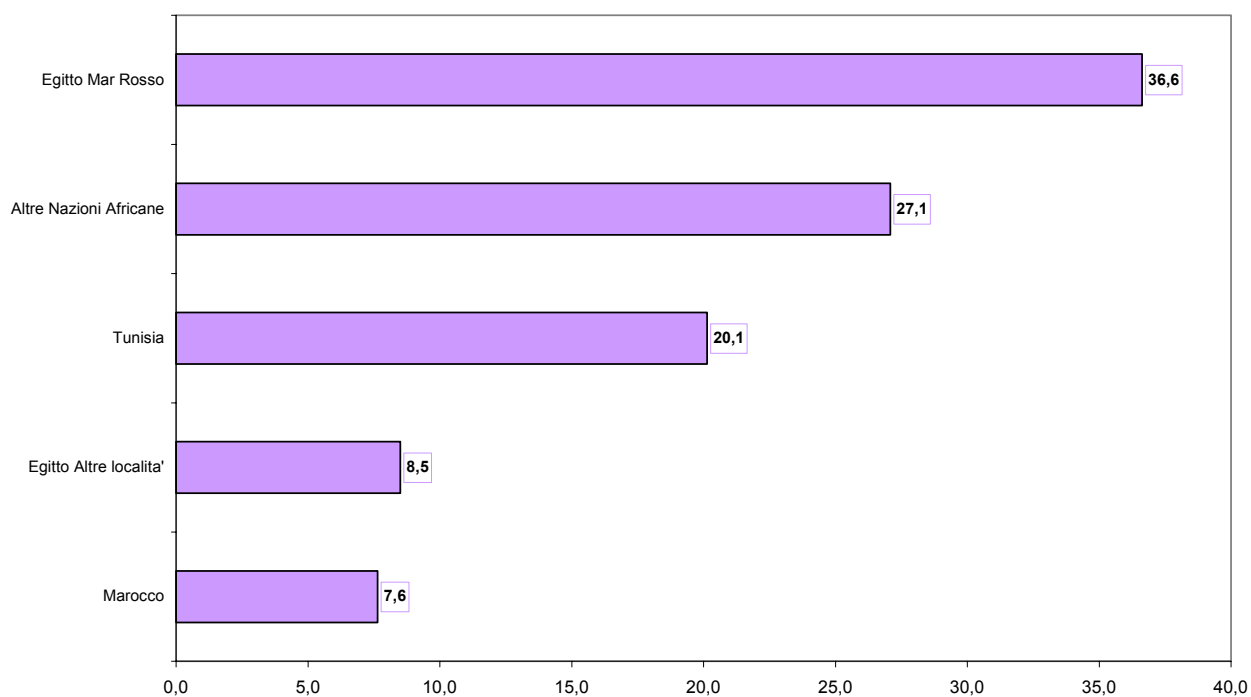
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

In Africa è ancora il Mar Rosso egiziano ad aver raccolto nell'inverno/primavera 2005 la quota maggiore di vacanze principali del continente (36,6%) ma con concentrazioni decisamente inferiori a quelle del 2004 (67,6%) a favore di altre località africane.

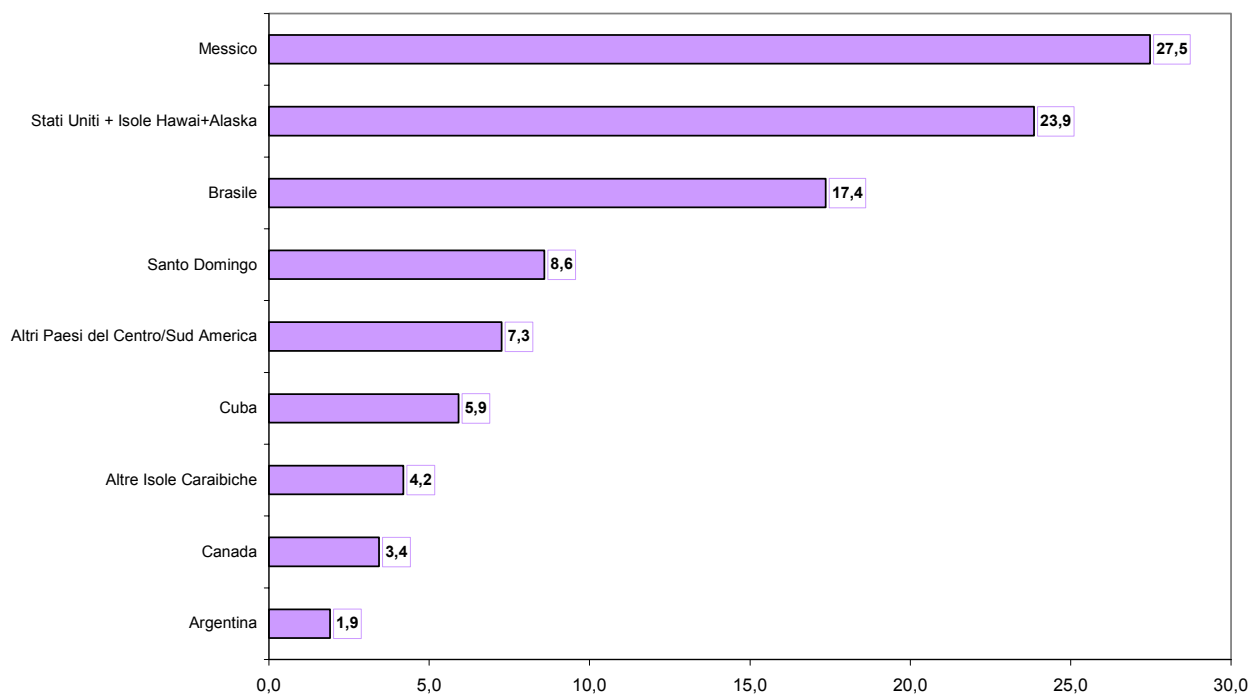
Cresce la Tunisia che raddoppia la quota passando dal 9,9% del 2004 al 20,1% nel 2005; lo stesso per il Marocco che passa dal 3,5% al 7,6%.

In America è il Messico (27,5% contro il 12,9% del 2004) la meta vincente dell'inverno primavera 2005 che supera anche gli States (23,9%) anche questi in crescita rispetto allo scorso anno (22,8%). Tutto ciò a scapito delle scelte verso Santo Domingo e Cuba che risultano ora in lieve calo.

### LE DESTINAZIONI AFRICANE



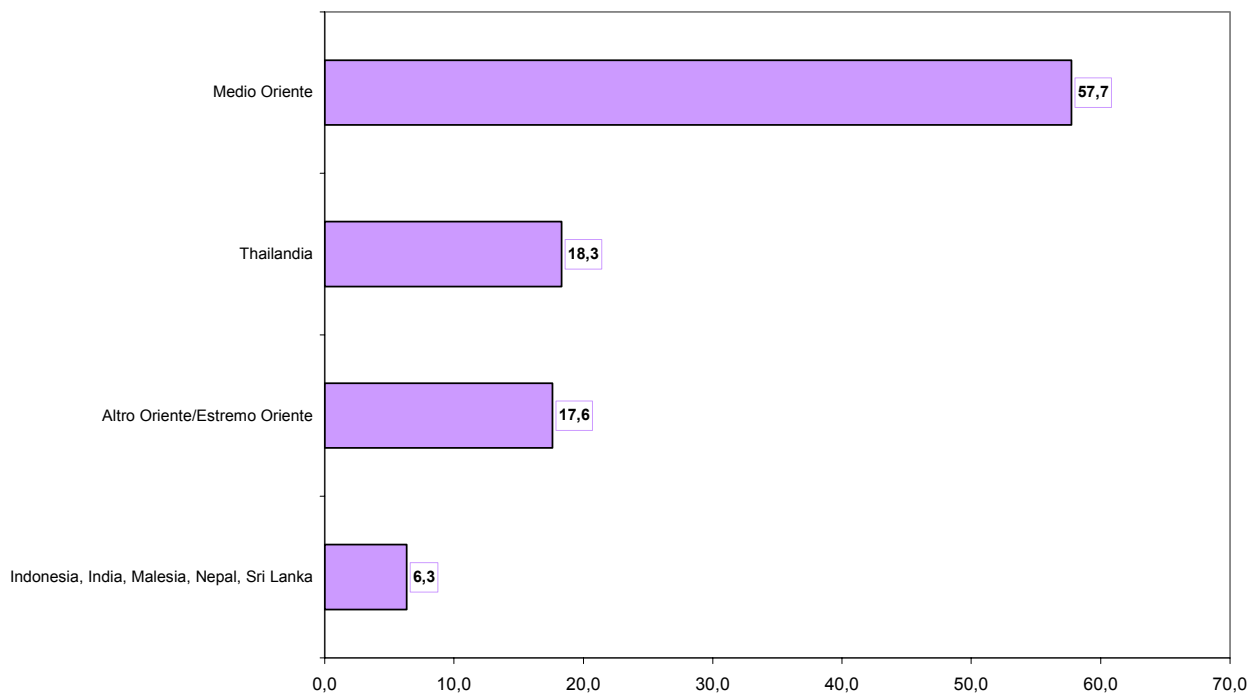
### LE DESTINAZIONI AMERICANE



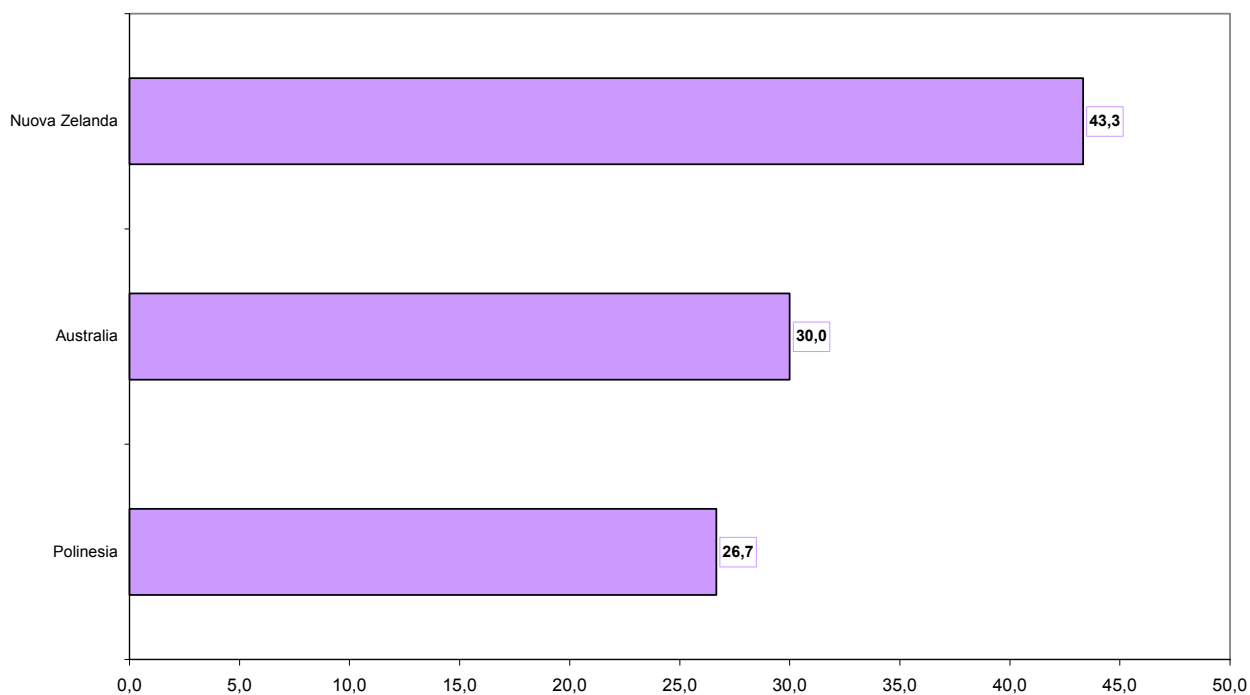
Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

In Asia gli italiani hanno scelto le mete del Medio Oriente (57,7%) e della Thailandia (18,3%) mentre la Nuova Zelanda (43,3%) risulta emergente in Oceania, superando anche l'Australia e la più esotica Polinesia.

#### LE DESTINAZIONI ASIATICHE



#### LE DESTINAZIONI OCEANICHE



Le destinazioni italiane nel complesso coprono ben 8 posizioni nella top 10 delle destinazioni della vacanza principale del periodo: Toscana, Emilia Romagna, Lazio e Liguria proprio come lo scorso anno si posizionano in assoluto in testa alle destinazioni dei vacanzieri. Tra le new entry dei primi posti il Trentino A.A. e la Campania seguite da Veneto e Sicilia.

All'estero, al 9° posto la Spagna, all'11° la Francia poi l'Inghilterra al 17° e la Germania che chiude la top 20.

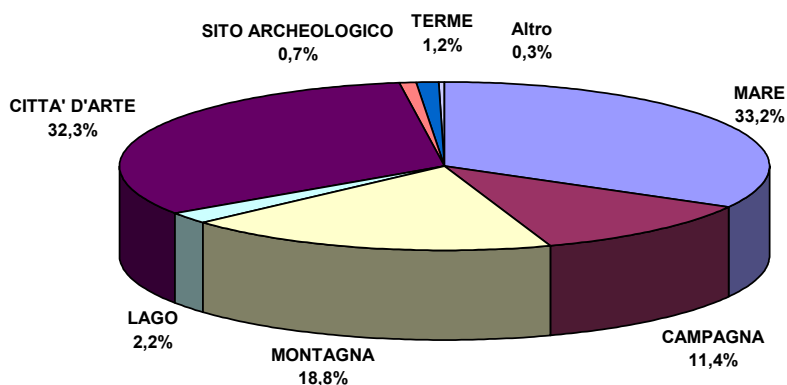
| <b>TOP 20</b> | <b>Destinazioni nazionali e internazionali dei vacanzieri italiani</b> | <b>% sul totale vacanze gennaio-maggio 2005</b> |
|---------------|--|---|
| 1             | Toscana  | 10,7  |
| 2             | Emilia Romagna   | 7,7   |
| 3             | Lazio  | 7,3   |
| 4             |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

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005



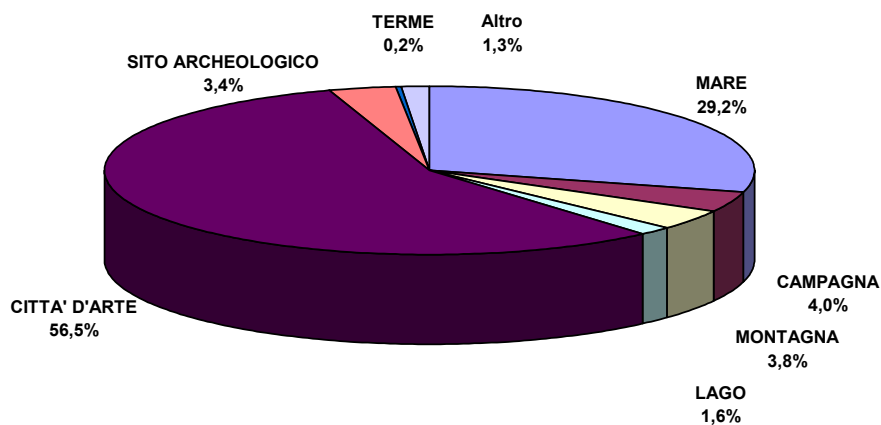
### 3. Le tipologie dei prodotti turistici nel 2005

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



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano– Unioncamere/Isnart, luglio 2005

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



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

Se nel 2004 il mare si confermava il prodotto di punta anche in inverno/primavera, nel 2005 gli italiani hanno scelto maggiormente le città d'arte che se in Italia (32,3%) inseguono le mete balneari (33,2%), all'estero le superano con una quota del 56,5%.

In Italia, dunque, dopo le località balneari (33,2%) e le città d'arte (32,3%) il prodotto più interessante è stata la montagna con il 18,8% delle scelte, seguita a breve dalle mete del turismo verde (11,4%). Di nicchia invece il turismo del lago (2,2%), delle terme (1,2%) e quello archeologico (0,7%).

Considerando la vocazione delle regioni ai prodotti turistici, i flussi rilevati mostrano come alcune regioni siano scelte fondamentalmente per un unico prodotto mentre altre per un offerta più composita:

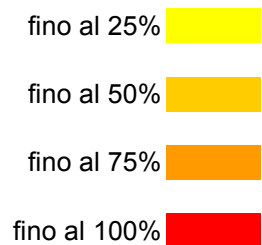
- Valle d'Aosta e Trentino A.A. sono state scelte per la montagna, così come Liguria e Sardegna quasi esclusivamente per il mare;
- una minore concentrazione si rileva in Emilia Romagna, Molise, Sicilia e Calabria per il prodotto balneare, in Abruzzo per la montagna e nel Lazio per le città d'arte;
- le altre regioni mostrano una dedica di prodotto meno identificata.

Analizzando le destinazioni preferite per prodotto si evince come la concentrazione dei prodotti veda come destinazioni di punta del prodotto per il *mare* le mete in Liguria, Emilia Romagna e Toscana, per la *campagna* la Toscana, per la *montagna* il Trentino A.A. e per il *lago* la Lombardia. Per le *città d'arte* emerge il Lazio mentre per *l'archeologia* la Campania e la Calabria, infine, per le *terme* la Toscana.

## I PRODOTTI VINCENTI NELLE REGIONI ITALIANE...

% sul totale dei vacanzieri per regione - gennaio/maggio 2005

|                       | Mare | Campagna | Montagna | Lago | Citta' d'arte | Sito archeologico | 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              |      |          |          |      |               |                   |                   |





Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005


### ... E LE REGIONI VINCENTI DEI PRODOTTI TURISTICI ITALIANI


% sul totale dei vacanzieri per prodotto - gennaio/maggio 2005

|                       | Mare | Campagna | Montagna | Lago | Citta' d'arte | Sito archeologico | 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 10% 

fino al 20% 

fino al 30% 

oltre il 30% 

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

All'estero, dopo le città d'arte (56,5%) ed il mare (29,2%) che costituiscono oltre l'85% delle vacanze, non restano che quote di nicchia per il turismo rurale (4%), montano (3,8%), archeologico (3,4%), lacuale e termale.

Se le vacanze al mare si sono distribuite con minore concentrazione in Europa (44,1%), Africa (33,1%) e Americhe (20,1%), le città d'arte internazionali della vacanza sono tutte europee (88,3%). Interessante come in Asia il peso delle vacanze all'insegna dell'archeologia ne faccia una specializzazione di prodotto (35,9%) così come in Oceania avviene per le destinazioni di montagna (43,3%).

#### LE DESTINAZIONI ESTERE E I PRODOTTI TURISTICI

|          | TOTALE | MARE  | CAMPAGNA | MONTAGNA | LAGO  | CITTA'<br>D'ARTE | SITO<br>ARCHEOLOGICO | TERME | Altro |
|----------|--------|-------|----------|----------|-------|------------------|----------------------|-------|-------|
| EUROPA   | 71,5   | 44,1  | 80,7     | 73,4     | 87,3  | 88,3             | 27,8                 | 100,0 | 18,3  |
| AMERICHE | 11,7   | 20,1  | 19,3     | 0,0      | 12,7  | 8,0              | 10,6                 | 0,0   | 0,0   |
| AFRICA   | 12,9   | 33,1  | 0,0      | 10,7     | 0,0   | 1,8              | 27,8                 | 0,0   | 66,7  |
| ASIA     | 3,2    | 2,1   | 0,0      | 8,3      | 0,0   | 1,9              | 33,8                 | 0,0   | 0,0   |
| OCEANIA  | 0,7    | 0,6   | 0,0      | 7,7      | 0,0   | 0,0              | 0,0                  | 0,0   | 15,0  |
| Totale   | 100,0  | 100,0 | 100,0    | 100,0    | 100,0 | 100,0            | 100,0                | 100,0 | 100,0 |

|          | TOTALE | MARE | CAMPAGNA | MONTAGNA | LAGO | CITTA'<br>D'ARTE | SITO<br>ARCHEOLOGICO | TERME | Altro |
|----------|--------|------|----------|----------|------|------------------|----------------------|-------|-------|
| EUROPA   | 100,0  | 18,0 | 4,5      | 3,9      | 1,9  | 69,8             | 1,3                  | 0,3   | 0,3   |
| AMERICHE | 100,0  | 50,0 | 6,5      | 0,0      | 1,7  | 38,7             | 3,1                  | 0,0   | 0,0   |
| AFRICA   | 100,0  | 74,8 | 0,0      | 3,1      | 0,0  | 7,8              | 7,3                  | 0,0   | 6,9   |
| ASIA     | 100,0  | 19,7 | 0,0      | 9,9      | 0,0  | 33,8             | 35,9                 | 0,0   | 0,0   |
| OCEANIA  | 100,0  | 26,7 | 0,0      | 43,3     | 0,0  | 0,0              | 0,0                  | 0,0   | 30,0  |
| Totale   | 100,0  | 29,2 | 3,9      | 3,8      | 1,6  | 56,5             | 3,4                  | 0,2   | 1,3   |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

#### 4. I comportamenti della vacanza

Le vacanze di questi primi mesi del 2005 sono state svolte prevalentemente in hotel (42,6% in lieve diminuzione rispetto al 43,6% del 2004) specie a 3 stelle, o alloggiando presso amici e parenti (27,4%). Seguono le vacanze in seconda casa (8,8%), in appartamenti in affitto (6,5%), in campeggio (5,3%). Tendenzialmente stabili le vacanze in bed&breakfast ed in agriturismo mentre diminuiscono quelle in villaggio turistico passando dal 4,4% dello scorso anno al 2,5% del 2005.

##### Le tipologie di alloggio delle vacanze italiane 2005

(gennaio-maggio 2005 - più risposte possibili)

|  | <b>% SUL<br/>TOTALE<br/>VACANZE</b> |
|--|-------------------------------------|
| Totale Hotel   | 42,6                                |
| <i>Hotel 1 stella</i>  | 0,4                                 |
| <i>Hotel 2 stelle</i>  | 3,1                                 |
| <i>Hotel 3 stelle</i>  | 23,6                                |
| <i>Hotel 4 stelle</i>  | 13,2                                |
| <i>Hotel 5 stelle</i>  | 2,3                                 |
| Totale Campeggio   | 5,3                                 |
| <i>Roulotte/Camper</i>   | 2,2                                 |
| <i>Tenda</i>   | 1,2                                 |
| <i>Boungalow/Appartamenti/Maxicaravan</i>  | 1,9                                 |
| Appartamento residence in affitto  | 6,5                                 |
| Seconda casa-Casa di Proprietà/multiproprietà  | 8,8                                 |
| Ospite in casa di amici/parenti/altri familiari che non vivono in famiglia           | 27,4                                |
| Bed&Breakfast presso abitazioni private/Camera in affitto/Guest House/Locanda/Zimmer | 3,1                                 |
| Villaggio turistico  | 2,5                                 |
| Agriturismo  | 2,6                                 |
| Nave da crociera marittima/fluviale  | 0,7                                 |
| Barca a vela/yatch/altre imbarcazioni  | 0,2                                 |
| Conventi/Monasteri/Casa parrocchiale/Istituto religioso                              | 0,7                                 |
| Ostello  | 1,0                                 |
| College/famiglia   | 0,3                                 |
| Rifugio/Baita  | 0,1                                 |
| Altro  | 0,1                                 |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

La vacanza della stagione è prevalentemente una vacanza senza bambini: il 32,9% si è fatta in coppia, il 28,5% in gruppo ed il 12% da soli. Solo nel 26,3% si è viaggiato in famiglia con bambini o ragazzi. La vacanza adulta si conferma anche nel solo dato verso l'Italia che seppur sale al 30,7% è in calo rispetto al 40,4% dello scorso anno.

#### La compagnia ...della vacanza

(più risposte possibili)

| % SUL TOTALE VACANZE  | Italia | Estero | Totale |
|---|--------|--------|--------|
| Da solo   | 11,3   | 14,3   | 12,0   |
| In coppia senza bambini (coniugi, fidanzati, amici, ecc.,)                              | 31,2   | 38,4   | 32,9   |
| In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) con bambini fino a 6 anni            | 14,5   | 6,8    | 12,7   |
| In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) con bambini-ragazzi da 7-14 anni     | 16,2   | 6,6    | 13,9   |
| In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) senza bambini-ragazzi fino a 14 anni | 26,8   | 33,9   | 28,5   |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

Cresce la quota di vacanze prenotate: solo il 37,2% si svolgono senza alcuna prenotazione contro il 40,7% dello scorso anno. Se la modalità di prenotazione prevalente è quella di contattare direttamente la struttura ricettiva (22,9%) quasi raddoppia la quota di vacanze prenotate su Internet (11,3% contro il 6,4% del 2004). La prenotazione in agenzia pesa nel complesso il 19,8% (20,4% lo scorso anno).

#### Le modalità di organizzazione della vacanza

|   | % SUL TOTALE VACANZE |
|---|----------------------|
| No, nessuna prenotazione  | 37,2                 |
| Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello)                   | 22,9                 |
| Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia,,)        | 6,5                  |
| Direttamente tramite Internet   | 11,3                 |
| L'agenzia di viaggi, scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator               | 10,5                 |
| L'agenzia viaggi che però non ha utilizzato proposte da catalogo (prenotaz., singoli servizi) | 9,3                  |
| La parrocchia   | 0,3                  |
| L'organizzazione religiosa  | 0,3                  |
| La scuola   | 1,5                  |
| Il CRAL aziendale   | 0,4                  |
| Circoli/associazioni culturali  | 0,9                  |
| Circoli sportivi/associazioni sportive  | 0,4                  |
| Agenzia immobiliare   | 0,3                  |
| Tramite il Comune   | 0,3                  |
| Privati che mi hanno affittato l'appartamento   | 1,7                  |
| Altro   | 0,2                  |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

La vacanza invernale/primaverile si è prenotata con un mese di anticipo (28,5%) o due settimane prima (25%) mentre il last minute pesa per il 24,6% delle vacanze.

**Tempi di prenotazione della vacanza**

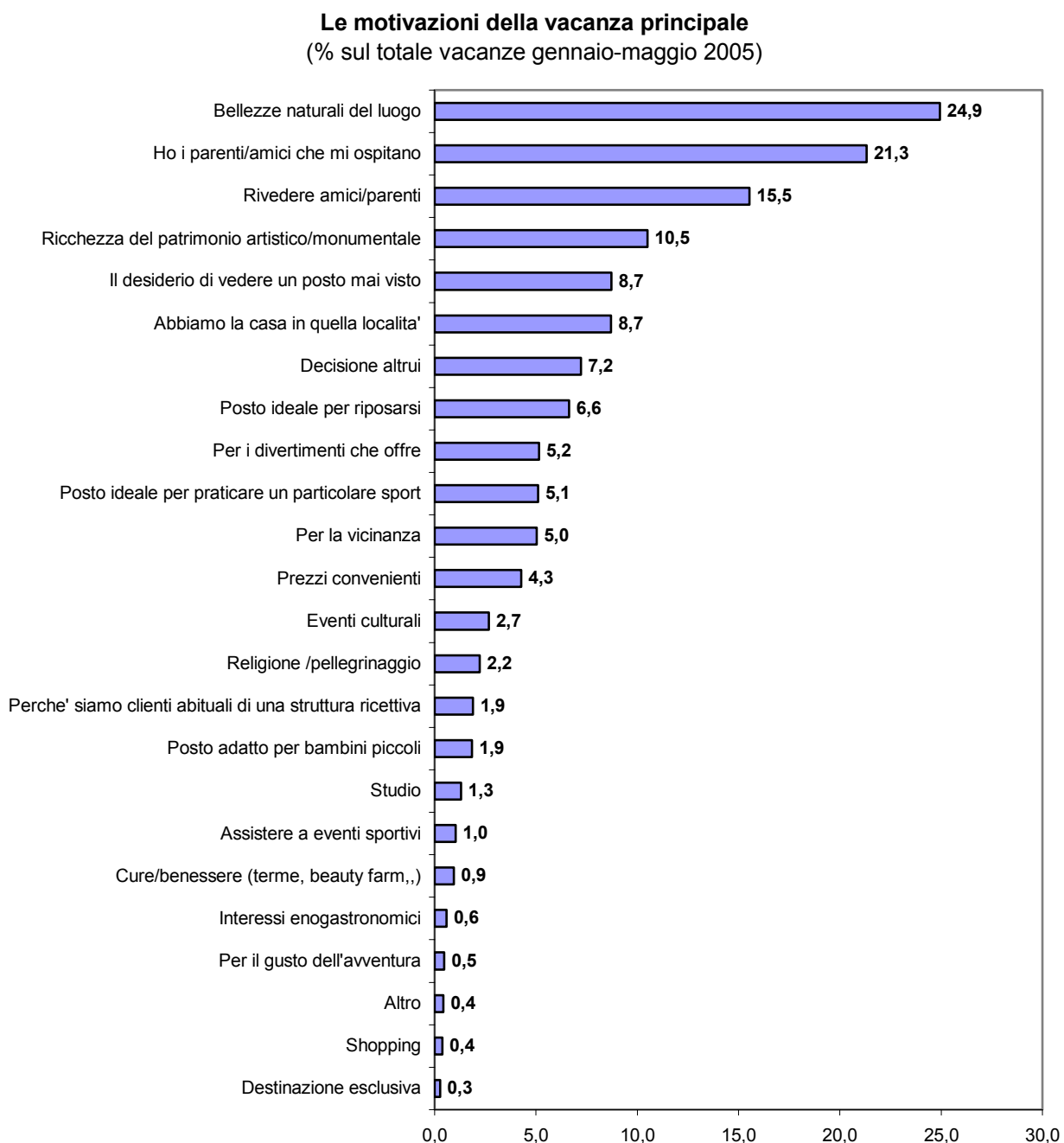
|                          | % SUL TOTALE<br>VACANZE<br>PRENOTATE |
|--------------------------|--------------------------------------|
| Nell'ultima settimana    | 24,6                                 |
| 8/15 giorni prima        | 25,0                                 |
| circa un mese prima      | 28,5                                 |
| circa 2 mesi prima       | 12,9                                 |
| circa 3 mesi prima       | 4,6                                  |
| circa 4 mesi prima o più | 4,3                                  |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005



## 5. Le motivazioni della vacanza e i canali di influenza

Le ragioni che spingono alla scelta di una destinazione di vacanza sono divenute negli anni sempre più specifiche e individuali. Dal generico bisogno di riposo si è arrivati oggi a motivazioni sempre più sofisticate che variano da fattori sociali (rivedere la famiglia) a fattori legati alle risorse di un luogo (natura, cultura) fino a quelli identificabili con le possibili attività da praticare.

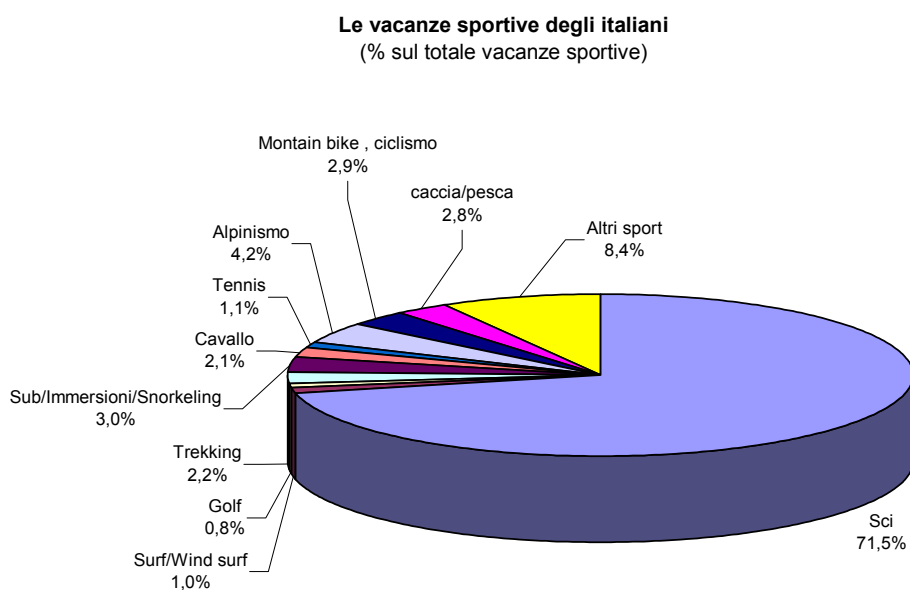


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

Le principali motivazioni rilevate per la vacanza di questo periodo mostrano infatti in testa le scelte motivate dalla presenza di bellezze naturalistiche (24,9%), poi dalla pratica ospitalità di parenti e amici (21,3%) e dal desiderio di riunirsi con parenti e amici (15,5%). La variabile economica incide in maniera decisiva sulla scelta della destinazione solo per il 4,3%.

Molte motivazioni, infatti, sono legate alle risorse di prodotto: la presenza di patrimonio artistico (10,5%) o di eventi culturali (2,7%), i motivi religiosi (2,2%), gli interessi enogastronomici (0,6%). La motivazione sportiva nel complesso raccoglie il 5,1% di vacanze in destinazioni dove si possa praticare lo sport e l'1% dove si possa assistere ad eventi sportivi.

In particolare in inverno è lo sci lo sport che motiva la scelta della località (71,5% di oltre 1,1 milioni di vacanze), segue l'alpinismo (4,2%), le immersioni (3%), ed i più classici ciclismo (2,9%) o caccia e pesca (2,8%).



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

L'influenza sulla decisione di vacanza è data in primis dal passaparola di amici e parenti che pesa addirittura nel 44,8% delle vacanze principali, questo a meno che non ci sia già una precedente esperienza personale (31,3%). I  $\frac{3}{4}$  delle scelte di vacanza, dunque, si basano sulla soddisfazione ottenuta per la vacanza in quel luogo, o personalmente o garantita da persone care.

A seguire due fattori *di necessità*, la presenza della seconda casa (5,5%) e la decisione altrui (5%).

Tra gli attori efficaci della comunicazione, Internet passa dal 2% del 2004 al 4,3% di questa stagione superando anche il consiglio delle agenzie di viaggio (3,6%). Anche l'influenza delle offerte commerciali su Internet cresce passando dall'1% all'1,8%.

Aumenta (seppur per un peso ancora relativo) anche l'influenza della pubblicità su stampa dall'1,3% al 2,1% del 2005.



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

## 6. La spesa per la vacanza<sup>1</sup>

In questi primi mesi del 2005 la spesa per le vacanze ammonta a 13,5 miliardi di euro di cui circa 8,2 per la vacanza principale (in crescita del +2,5% sul 2004).

Nel complesso la spesa per le vacanze di questa stagione aumenta del 21%, l'andamento positivo riguarda in particolar modo la spesa per le altre vacanze (+69%).

|                             | <b>Spesa per la<br/>vacanza principale</b> | <b>Spesa per le altre<br/>vacanze</b> | <b>Spesa TOTALE<br/>vacanze</b> |
|-----------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------|
| 2004- gennaio/maggio        | 7.972.191.000                              | 3.159.514.120                         | 11.131.705.120                  |
| <b>2005- gennaio/maggio</b> | <b>8.173.777.000</b>                       | <b>5.335.408.000</b>                  | <b>13.509.185.000</b>           |
| Var. % 2005/2004            | 2,5  | 68,9                                  | 21,4                            |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

E se in termini di destinazione la quota verso l'estero diminuisce del -1% rispetto al 2004, in termini di spesa l'estero (che pesa il 48,7% della spesa per la vacanza principale) aumenta del +1,7% rispetto allo scorso anno.

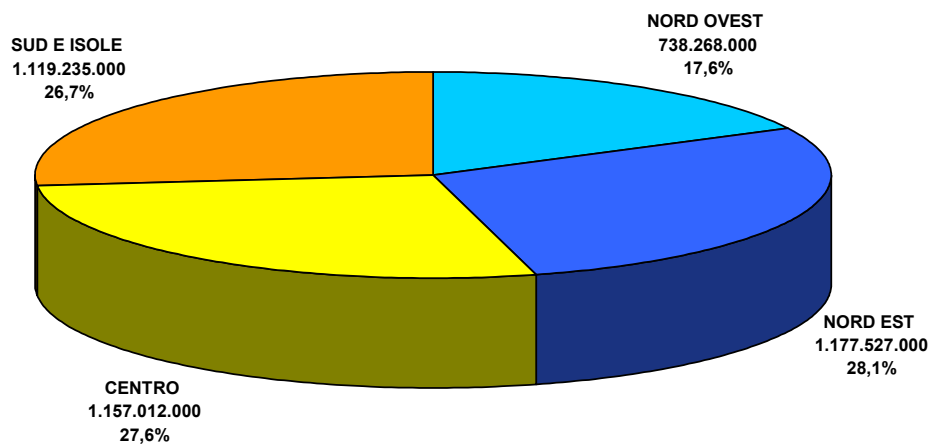
|               | <b>Spesa per la<br/>vacanza<br/>principale</b> | <b>% spesa<br/>gennaio-<br/>maggio 2005</b> | <b>% spesa<br/>gennaio-<br/>maggio 2004</b> |
|---------------|--|---|---|
| <b>ITALIA</b> | 4.192.042.000                                  | 51,3  | 53,0  |
| <b>ESTERO</b> | 3.981.735.000                                  | 48,7  | 47,0  |
| <b>totale</b> | <b>8.173.777.000</b>                           | <b>100,0</b>                                | <b>100,0</b>                                |

Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

La spesa per la vacanza principale in Italia, comunque, si è concentrata maggiormente nelle destinazioni del nord est (28%), poi del centro (27,6%) e del sud/isole (26,7%), mentre nel nord ovest si è speso il 17,6% di questi consumi. In particolare la spesa per la vacanza principale del periodo si è consumata maggiormente in Toscana (13%), in Trentino A.A. (10,8%) e nel Lazio (9,9%).

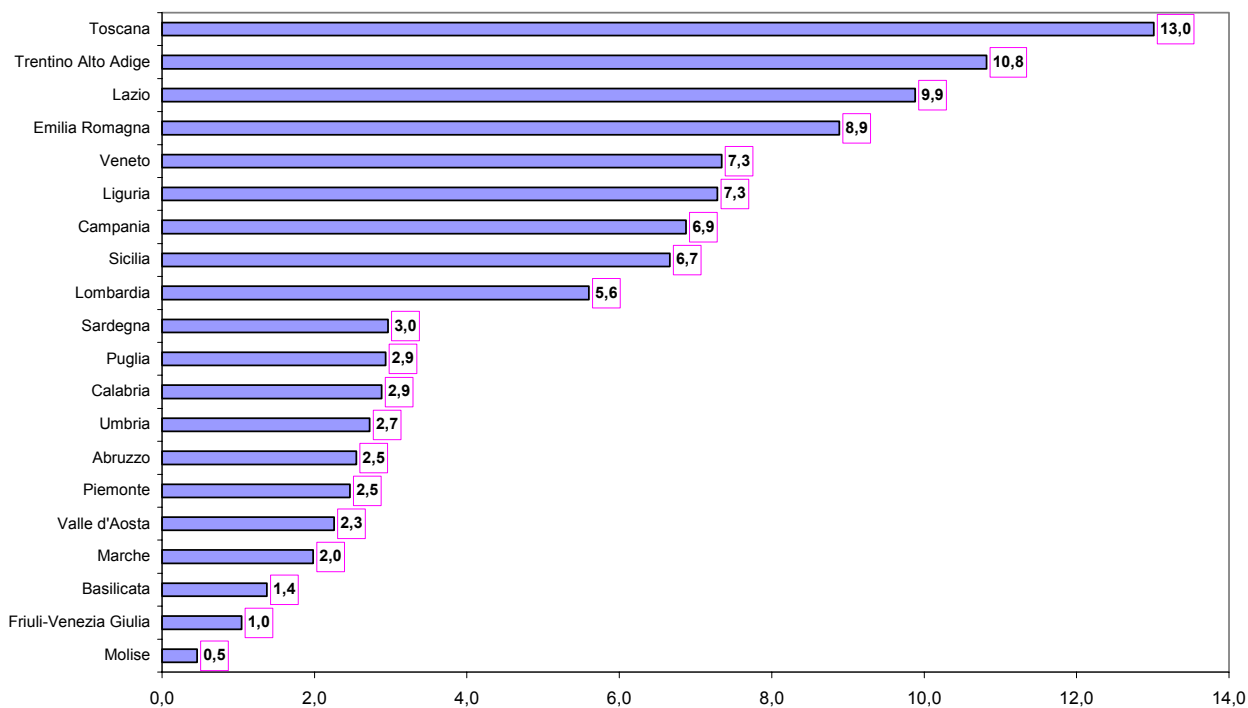
<sup>1</sup> Dati rettificati al 31 gennaio 2006

**LA SPESA TURISTICA PER AREA GEOGRAFICA DI DESTINAZIONE  
DELLA VACANZE PRINCIPALE IN ITALIA**  
(gennaio-maggio 2005)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

**LA SPESA TURISTICA PER REGIONE DI DESTINAZIONE DELLA VACANZA PRINCIPALE**  
(gennaio-maggio 2005 - % sul totale Italia)

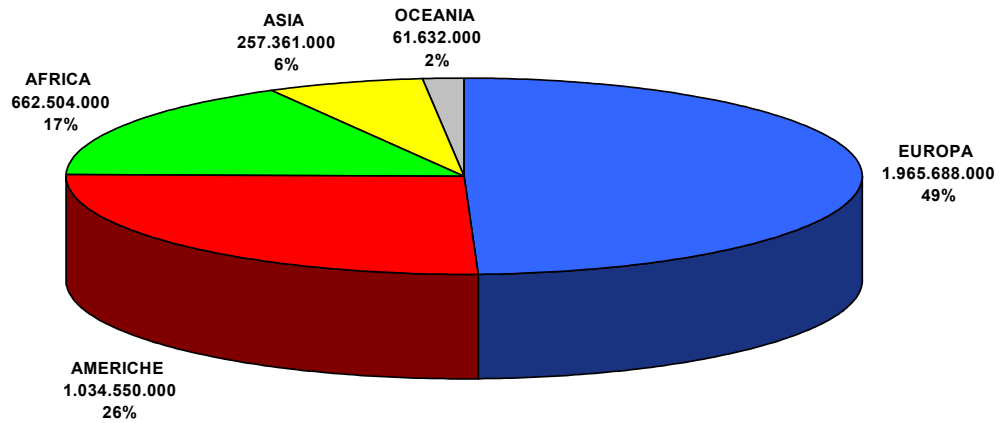


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

All'estero il 49% si è consumato in Europa (quasi 2 miliardi di euro), il 26% nelle americhe (oltre 1 miliardo di euro), il 17% in Africa (oltre 662 milioni di euro). Oltre la metà della spesa per la

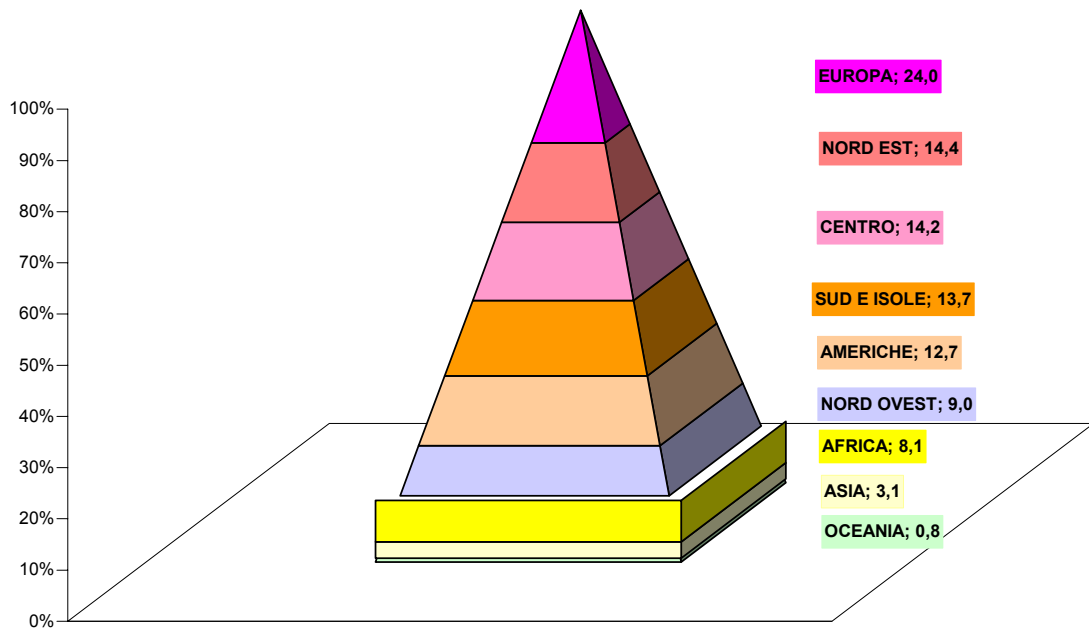
vacanza principale si è dunque distribuita tra Europa (24%), nord est (14,4%) e centro Italia (14,2%).

**LA SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE ALL'ESTERO**  
(gennaio-maggio 2005)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

**LA SPESA PER LA VACANZA PRINCIPALE**  
gennaio - maggio 2005

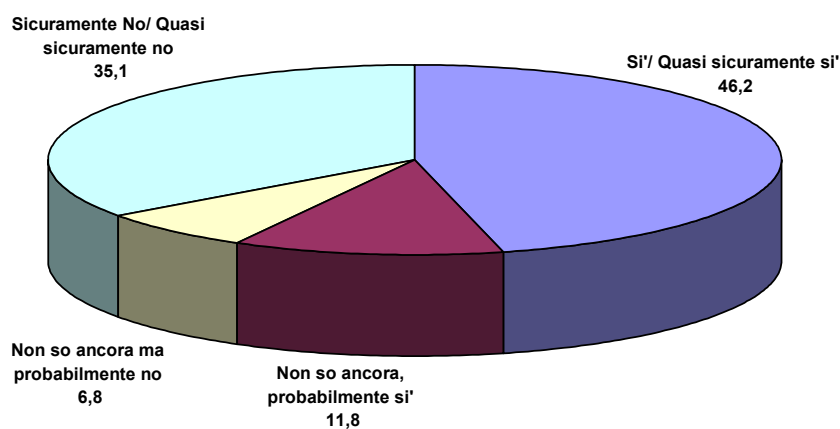


Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

## 7. Le previsioni per l'estate 2005

Il 57,8% degli italiani ha intenzione di fare vacanza nell'estate 2005 cioè 28,8 milioni di individui. Di questi il 46,2% ne è praticamente certo (22,8 milioni) mentre sono circa 5,9 milioni i turisti estivi, più incerti. Stimando quindi le partenze per questa estate si può affermare che saranno oltre 25 milioni le partenze definitive tra luglio e agosto. Rispetto allo scorso anno il numero delle partenze potrebbe subire una leggera flessione o rimanere stabile, avendo un numero maggiore di incerti rispetto al 2004.

**INTENZIONI DI VACANZA PER L'ESTATE**  
(% sulla popolazione italiana)



Fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo Italiano – Unioncamere/Isnart, luglio 2005

## 8. Conclusioni

I risultati del settore nei primi mesi del 2005 sembrano indicare una diversa capacità degli italiani di investire nelle vacanze, sia in termini di tempo che di spesa.

Aumentano i vacanzieri che si sono spostati per le vacanze tra gennaio e maggio (240 mila in più rispetto al 2004) ma diminuisce il numero degli atti di vacanza (circa 300 mila in meno), e la vacanza invernale/primaverile diventa più breve (5,3 notti contro le 5,8 dello scorso anno).

E sono le vacanze più lunghe quelle che nel primo semestre dell'anno hanno lasciato il posto o ai week-end o ad un bel sogno di vacanza rimandato all'estate, riducendo le settimane bianche.

Gli italiani allora sono andati un po' meno all'estero, meno in Europa, a favore delle mete italiane ma crescono anche le destinazioni americane e asiatiche.

In Europa sono state ancora Spagna e Francia ad attirare i nostri consumi turistici ma anche località in crescita come la Repubblica Ceca o l'Olanda. In America spopola la voglia di Messico mentre è in calo il sogno cubano. In Africa, poi, sono state le località del Mar Rosso a portare in vacanza gli italiani, prima che gli orrori terroristici del mese di luglio trasformassero in incubo anche queste destinazioni. E ancora tra le mete a lungo raggio nasce un nuovo interesse degli italiani per la Nuova Zelanda e per il Medio Oriente.

In Italia, come lo scorso anno in questa stagione sono state Toscana, Emilia Romagna, Lazio e Liguria le mete dei vacanzieri nostrani, con un balzo in avanti delle scelte verso il Trentino A.A. e la Campania.

Cresce in maniera evidente la vacanza culturale: in Italia raggiunge una quota del 32,3% delle scelte di vacanza, ma all'estero la vacanza culturale decide addirittura il 56,5% dei soggiorni.

All'insegna dell'oculatezza sulla spesa gli italiani hanno scelto un po' meno il soggiorno in hotel (42,6% rispetto al 43,6% del 2004) e i villaggi turistici (da 4,4% a 2,5%), a favore delle seconde case e dell'ospitalità di parenti e amici.

Raddoppiano le vacanze prenotate su Internet (11,3% contro il 6,4% del 2004), che influenza sempre più anche la scelta della destinazione sia per le informazioni (4,3%) che per le offerte commerciali (1,8%) evidentemente convincenti.



Si è speso di più per i soggiorni in particolare per le altre vacanze. I consumi per le vacanze all'estero crescono del +1,7% nonostante il calo del -1% delle vacanze rivelandosi un po' meno alla portata di tutti.

In Europa gli italiani hanno speso quasi 2 miliardi di euro, oltre 1 miliardo in America, mentre in Italia la spesa per la vacanza principale si è concentrata maggiormente nelle destinazioni del nord est (1,18 miliardi) del centro (1,16 miliardi) e del sud/isole (1,12 miliardi), mentre nel nord ovest si è speso circa il 18% di questi consumi (738 milioni di euro).

Toscana (13%), Trentino A.A. (10,8%) e Lazio (9,9%), comunque, raccolgono da sole un terzo della spesa turistica in Italia.

Ora per l'estate nel complesso si prevedono 28,8 milioni di vacanzieri italiani, di cui 22,8 milioni con sicurezza. Del totale 21 milioni hanno dichiarato che faranno vacanza in Italia mentre sono circa 7 milioni gli intenzionati per l'estero.

## 9. Nota Metodologica

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

Il campione finale utilizzato, stratificato per Regione di residenza, sesso, fasce di età e dimensione demografica del comune di residenza, è stato pari a 5.502 soggetti: detta numerosità determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 95%, un margine di errore pari a circa l' 1,3% (+/-).

La numerosità del sub-campione relativo alle persone che hanno effettuato almeno un viaggio per motivi di piacere nei sei mesi precedenti la rilevazione, è stato pari a 2.006 unità, numerosità che determina stime campionarie con un margine di errore inferiore a 2,2% (+/-), ad un livello di confidenza del 95%.

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

Le interviste hanno avuto luogo durante il periodo che va dal 17 giugno al 6 luglio, e sono state condotte dalla divisione Selectatel della società GfK CBI.

### 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