

L'ITALIA E IL TURISMO INTERNAZIONALE  
Risultati e tendenze per incoming e outgoing nel 2016  
Venezia, 5 Maggio 2017

# BOOKING ONLINE DA E VERSO L'ITALIA

## Le scelte di chi prenota l'alloggio via Web

Valeria Minghetti



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

CISET



REGIONE DEL VENETO

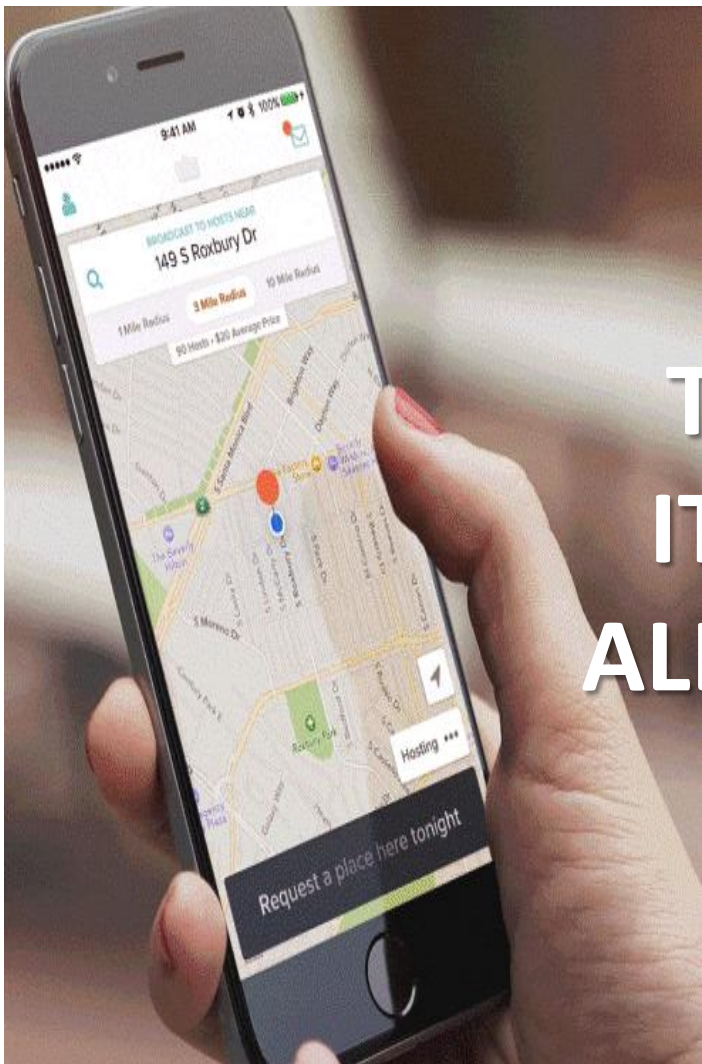


# BOOKING ONLINE NEL TURISMO: STATO DELL'ARTE E TENDENZE

- Secondo Eurostat, **55% dei turisti in EU28 prenota l'alloggio online** (52% per viaggi domestici, 59% per viaggi all'estero).
- In **Italia** sono il **45%**, di cui **41% per viaggi interni** e **58% per turismo all'estero**. In alcuni dei principali clienti del nostro Paese, come Germania, Francia e Olanda, la quota è superiore al 60%
- In **Italia l'e-commerce b2c sfiora 20 mld Euro** e **turismo primo comparto** con quota del **44% (8,6 mld Euro, +10%)**, alimentato soprattutto da acquisto di **biglietti di trasporto e servizi di alloggio** (Fonte: Osservatorio Polimi, 2016)
- **Crescita connessioni mobili** stimola ulteriormente questo fenomeno: **15-20% circa prenotazioni alberghiere** e **25-30% di quelle per appartamenti** transita attraverso smartphone e tablet (*m-commerce* e *mobile tourism*)
- **Uso dei canali e "billboard effect"**: OLTA spesso utilizzate come "motore di ricerca" nella scelta dell'alloggio, per poi concludere prenotazione con la struttura ricettiva (sul sito, via mail, via telefono)



Fonti: Eurostat., Statistics on ICT use in tourism; Politecnico Milano, Osservatorio ecommerce b2c; We Are Social, Digital Trends 2016, Skift, Criteo



# TURISTI ITALIANI ALL'ESTERO





# TURISTI OUTGOING: QUANTI SONO E QUANTO HANNO SPESO NEL 2016

TOTALE (migliaia)	Gennaio-Dicembre		
	2015	2016 (*)	Var. %
Viaggiatori pernottanti	27.858	29.275	+5,6%
Notti	272.628	272.573	0,0%
Spesa (milioni €)	20.173	20.531	+1,8%

(\*) A causa di recenti modifiche nella metodologia di indagine, i dati ad elevato dettaglio possono presentare una discontinuità tra 2015 e 2016

- **Andamento trainato da turismo leisure**, che rappresenta 48% turisti e 42% spesa outgoing
- **Stabile il turismo business** (27% turisti e 34% spesa), con un tendenziale aumento durata del soggiorno (destinazioni extra EU)
- **In crescita turisti che praticano altre tipologie di viaggi** (es. visite a parenti/amici e viaggi di nozze)

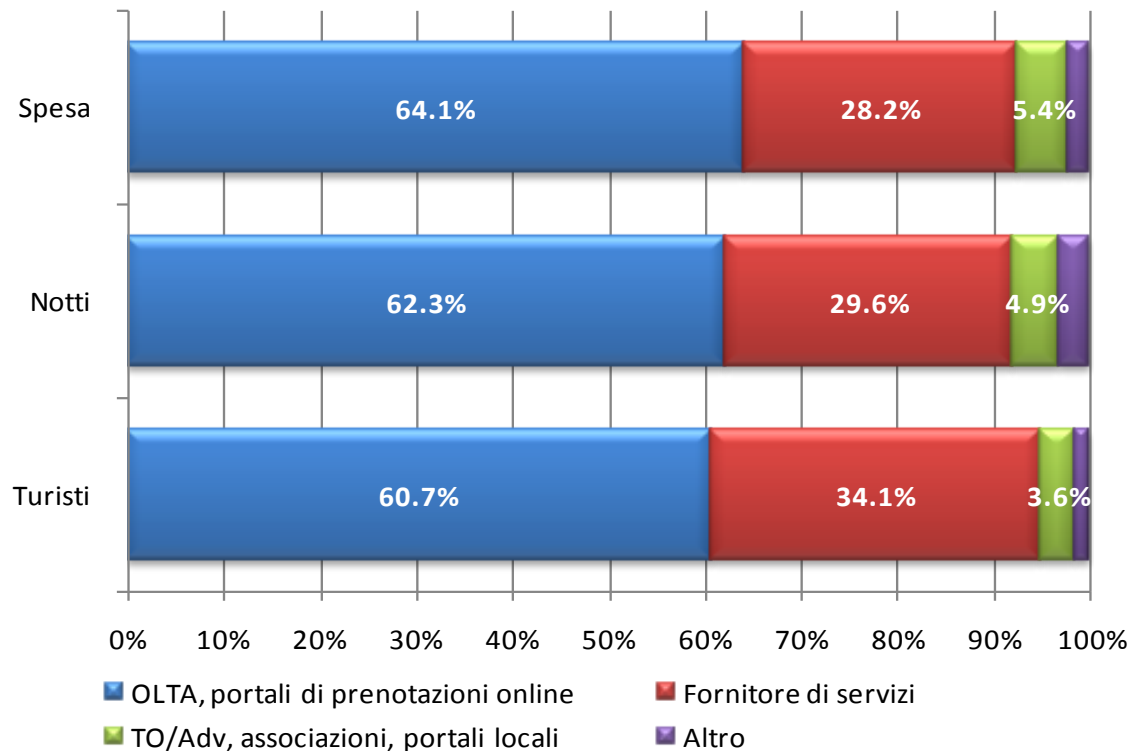
Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia





# TURISTI OUTGOING: QUANTI PRENOTANO L'ALLOGGIO ONLINE

- ➔ Internet principale fonte di informazioni per la scelta dell'alloggio: 82% dichiara di utilizzarlo
- ➔ 47,6% ha prenotato l'alloggio sul Web, 30,8% ha usato canali offline, mentre 21,6% non sa indicare (non ha prenotato in prima persona)
- ➔ Dei primi, 61% utilizza **OLTA e piattaforme/ booking engine**, mentre 34% **contatta fornitore di servizi**, via Web o email. Meno del 5% si serve di sito TO/Adv, associazioni o portali di destinazione
- ➔ **Chi opta per OLTA e altre piattaforme genera il 62% delle notti ed il 64% della spesa online**

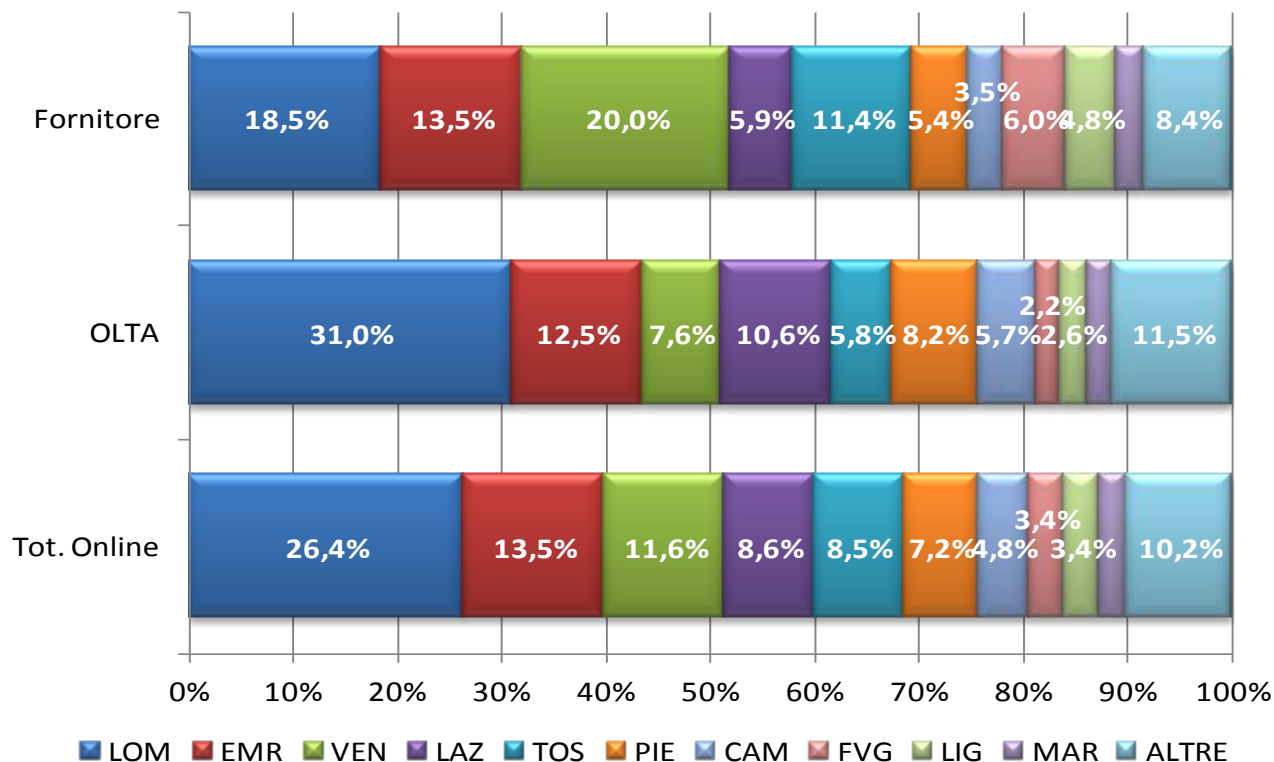


Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia



# BOOKING ONLINE: LOMBARDI, EMILIANO-ROMAGNOLI E VENETI I PIU' PROPENSI

*Distribuzione turisti outgoing, per canali online di prenotazione e regione di origine*

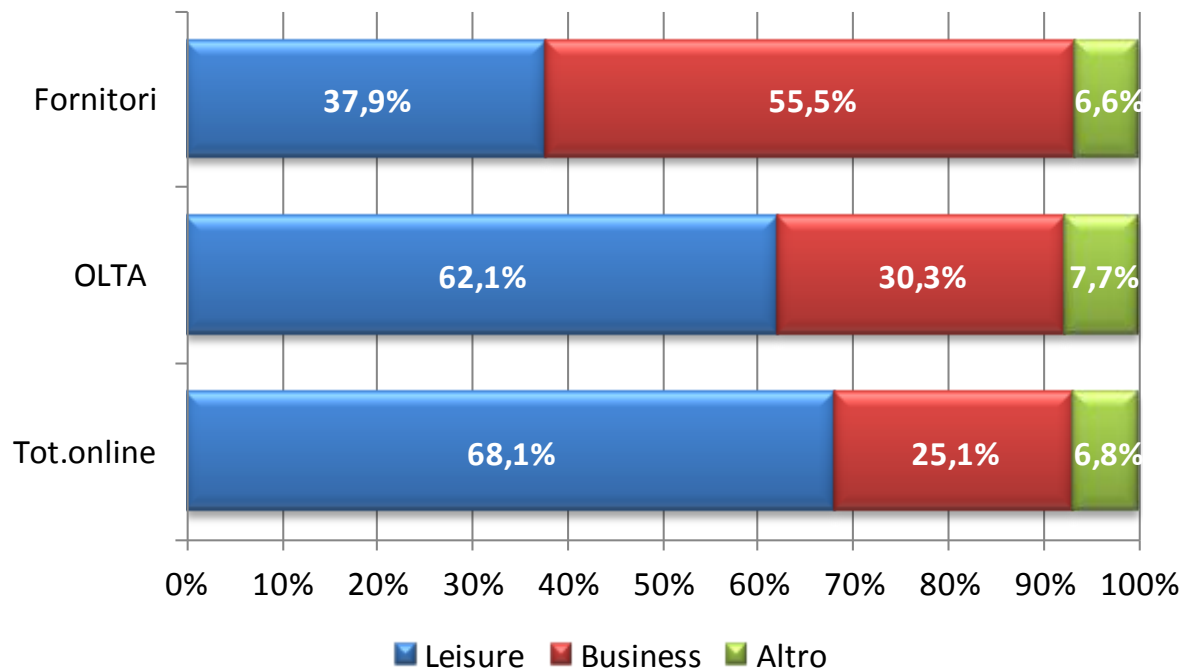


- Di coloro che prenotano l'alloggio online, **oltre un quarto vive in Lombardia, 13,5% in EMR, 11,6% in Veneto e 8,6% in Lazio**
- **Tipo di viaggio/vacanza e destinazioni influenzano canale: lombardi e laziali più presenti su OLTA (31% e 10,6%), veneti e toscani su siti dei fornitori (20% e 11,4%)**



# ALLOGGIO ONLINE: OLTA PREDILETTE DAI VACANZIERI, FORNITORI DIRETTI DAI TURISTI BUSINESS

*Distribuzione turisti outgoing, per principali canali online e motivo del viaggio*

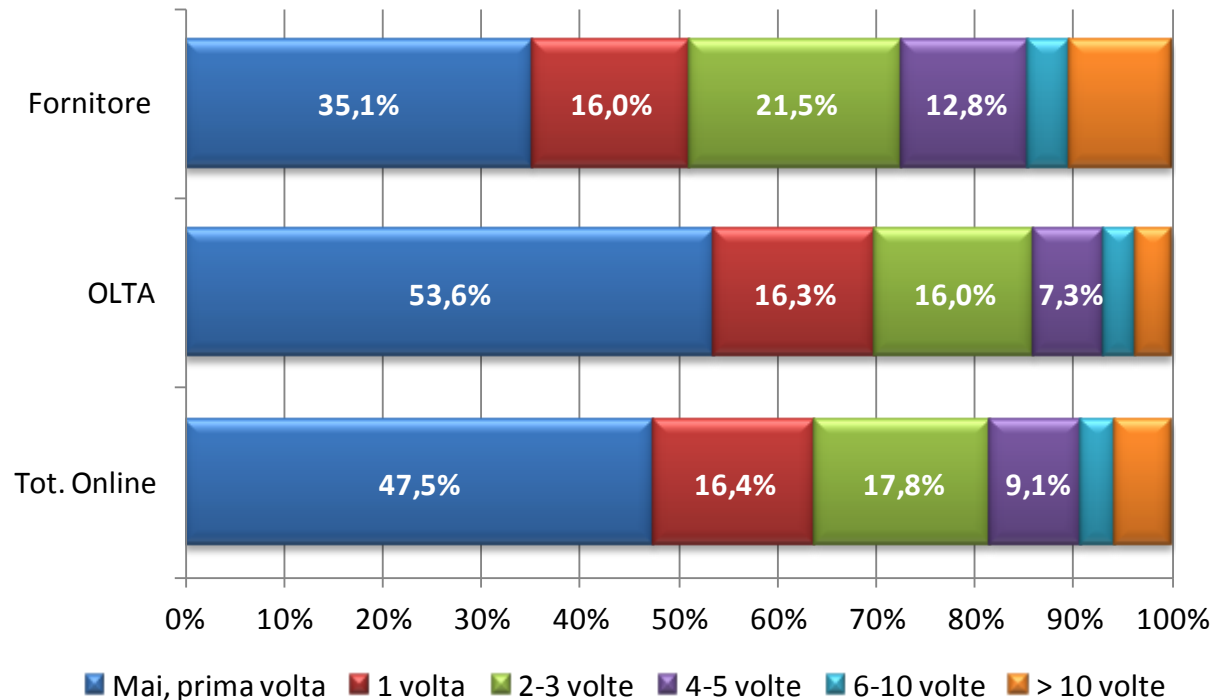


- Tra chi prenota l'alloggio online, **68% si sposta per leisure** (soprattutto turismo culturale e balneare), mentre il **25%** per **business**
- **OLTA e piattaforme** predilette dai **turisti leisure** (62% vs. 30% business, in particolare culturali), mentre il **fornitore** dai **turisti business** (55% vs. 38% leisure)
- **"Billboard effect"**: OLTA spesso usate come "motore di ricerca" dedicato, per poi prenotare sul sito del fornitore, **soprattutto quando la destinazione è conosciuta**



# CONOSCENZA DELLA DESTINAZIONE INFLUENZA IL CANALE SCELTO

*Distribuzione turisti outgoing, per principali canali online e frequenza di visita della destinazione*



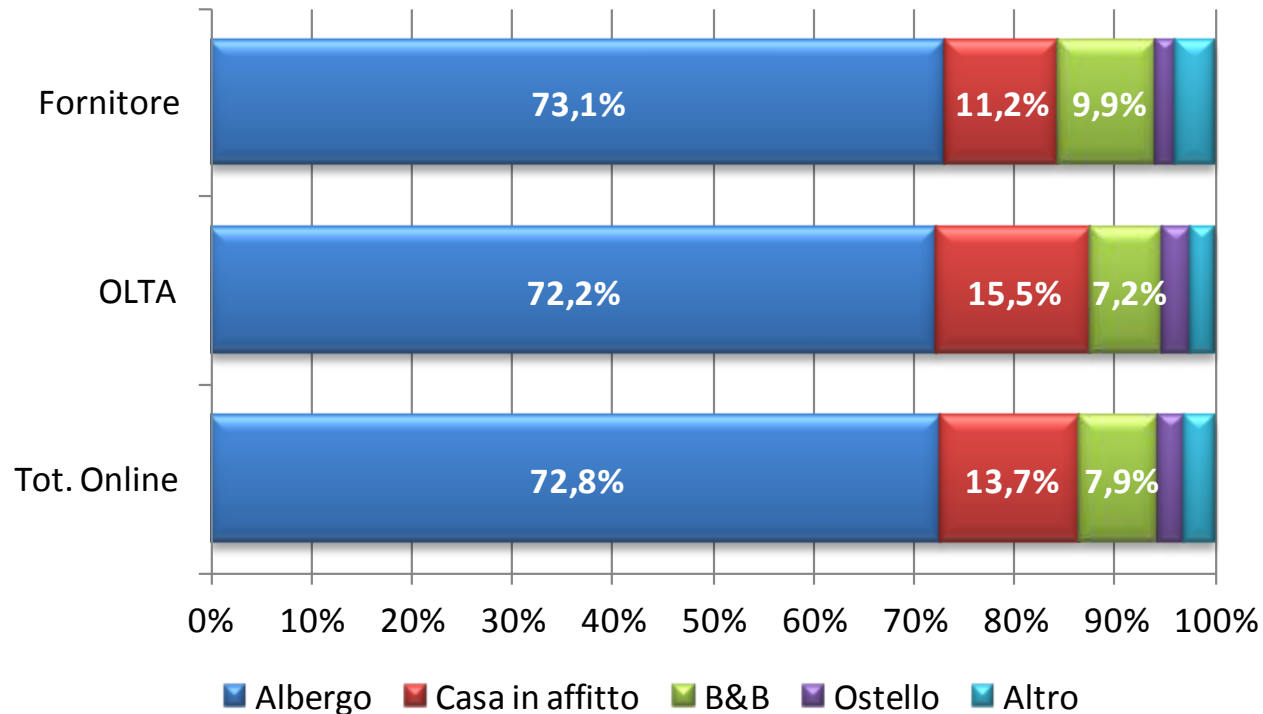
- **47,5% dei turisti** che prenotano online l'alloggio è **alla prima visita nella destinazione**, mentre il 52,5% c'è stato almeno una volta
- **OLTA e piattaforme** preferite da chi è **alla prima esperienza (53,6%)**, **fornitore di servizi** da chi è già **stato almeno 2 volte nella destinazione (49% contro 36% in media)**





# CANALI DI PRENOTAZIONE ONLINE E TIPO DI ALLOGGIO SCELTO

*Distribuzione turisti outgoing, per principali canali online e tipo di alloggio*



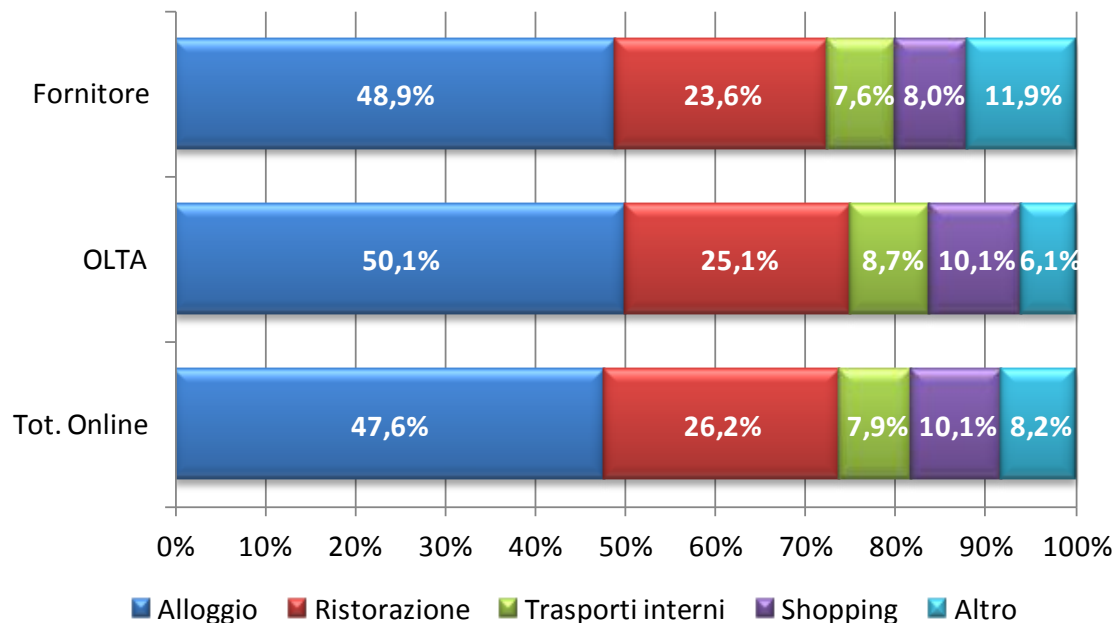
- **Quasi 3 turisti su 4 italiani online dormono in hotel**, indipendentemente dal canale utilizzato
- **OLTA e piattaforme online** in proporzione utilizzate di più da chi sceglie la **casa in affitto (15,5%)**, il **fornitore** da chi preferisce il **b&b (9,9%)**



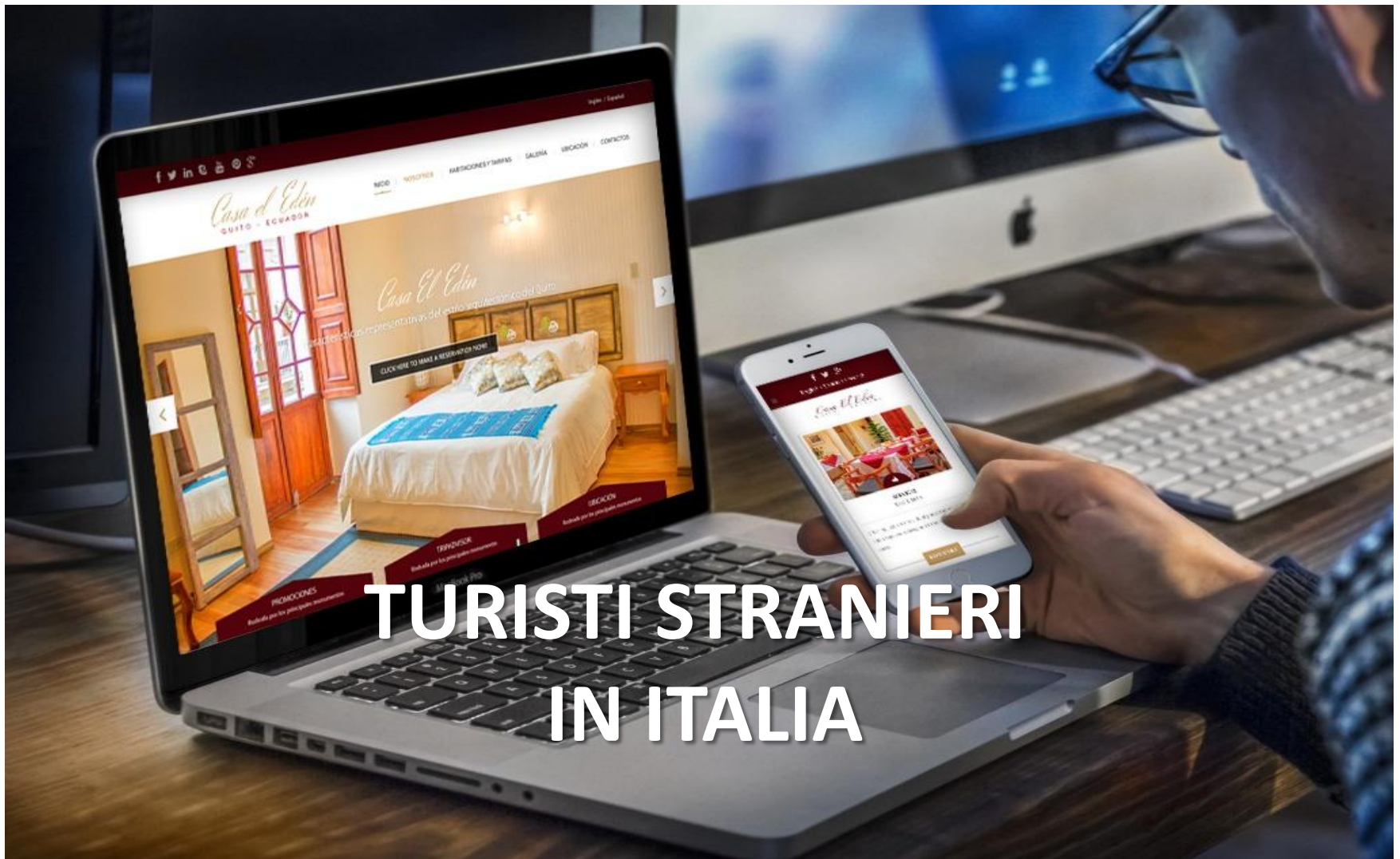
# TURISTI OUTGOING: CANALI DI PRENOTAZIONE ONLINE E SPESE SOSTENUTE

	OLTA e booking engine	Fornitore servizi	Totale online
<b>SPESE TOTALI PER L'ALLOGGIO</b>			
Spesa media per turista	<b>361,41</b>	<b>276,54</b>	<b>325,16</b>
Spesa media pro capite per notte	<b>50,41</b>	<b>45,46</b>	<b>46,51</b>
Permanenza media	7,2	6,1	7,0

- Spesa per alloggio: su OLTA +23,6% a testa e +10% pc per notte, rispetto a fornitore
- Guardando al **paniere di spesa complessivo** dei turisti online, l'alloggio pesa per il **48%**, mentre ristorazione per il 26%
- Tra coloro che prenotano su **OLTA e altri booking engine** l'incidenza dell'alloggio sale al 50%



Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia



# TURISTI STRANIERI IN ITALIA



# TURISTI INCOMING: QUANTI SONO E QUANTO HANNO SPESO NEL 2016

TOTALE (migliaia)	Gennaio-Dicembre		
	2015	2016 (*)	Var. %
Viaggiatori pernottanti	50.950	52.533	+3,1%
Notti	334.414	347.273	+3,8%
Spesa totale (milioni €)	336.682	34.110	+1,3%

(\*) A causa di recenti modifiche nella metodologia di indagine, i dati ad elevato dettaglio possono presentare una discontinuità tra 2015 e 2016

- **Andamento trainato dal turismo leisure** che rappresenta oltre 60% dei flussi e il 70% della spesa incoming
- **Calo per il turismo business** (20% turisti e 14% spesa), soprattutto in termini di spesa e durata del soggiorno
- **In crescita altre forme di turismo** (es. VFR e studio/corsi), sia in termini fisici che economici

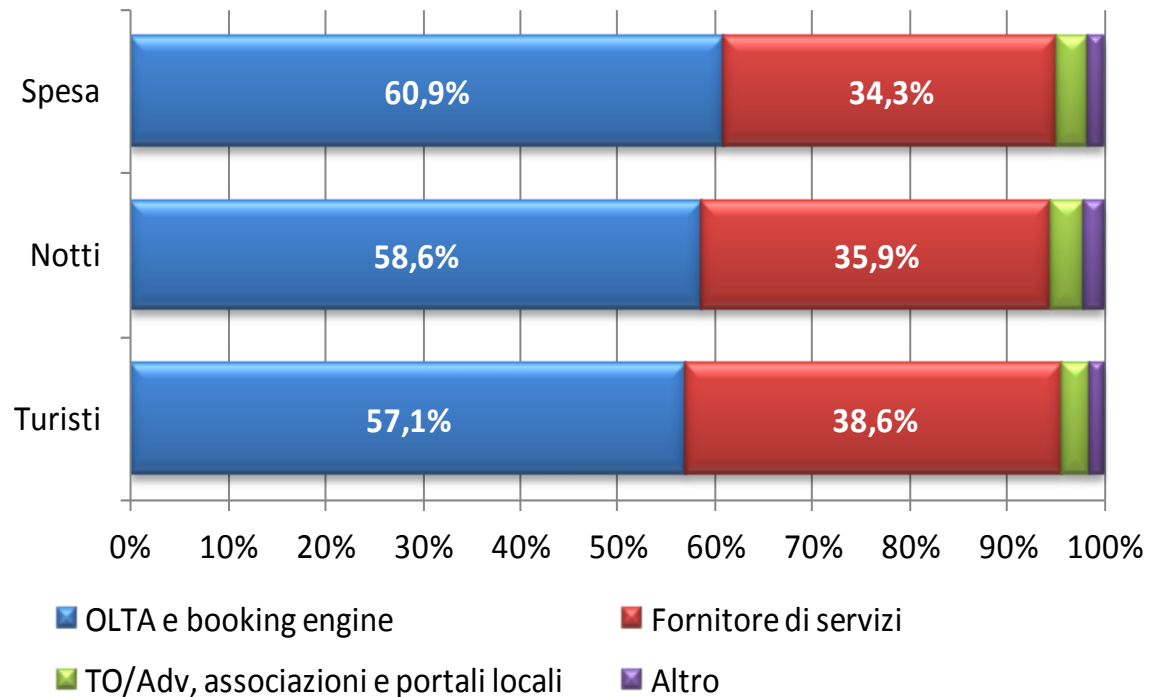
Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia



# TURISTI INCOMING: QUANTI PRENOTANO L'ALLOGGIO ONLINE

- ❑ Come per Italiani, **Internet principale fonte di informazioni per la scelta dell'alloggio** : **82%** dichiara di utilizzarlo
- ❑ **57,6%** ha **prenotato sul Web** (in linea con dati Eurostat), **31%** ha usato **canali offline**, mentre il **7%** **non sa indicare** (non ha prenotato in prima persona)

- ➔ Dei primi, **57%** utilizza **OLTA e piattaforme/ booking engine**, mentre **39%** contatta **fornitore di servizi**, via Web o email. Meno del 3% si serve di sito TO/Adv, altri intermediari oppure portali di destinazione
- ➔ Chi opta per **OLTA e piattaforme** genera il **59%** delle notti ed il **61%** della spesa online



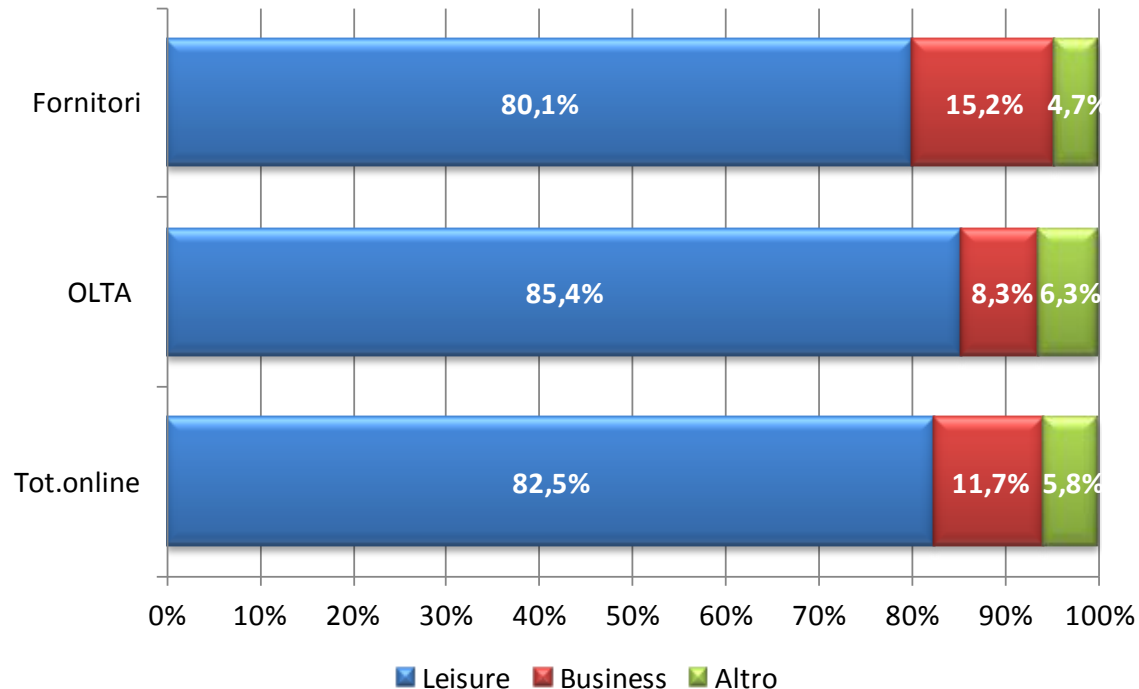
Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia





# PRENOTAZIONE ALLOGGIO ONLINE: PREVALGONO VACANZIERI INCOMING

*Distribuzione turisti incoming, per principali canali online e motivo del viaggio*

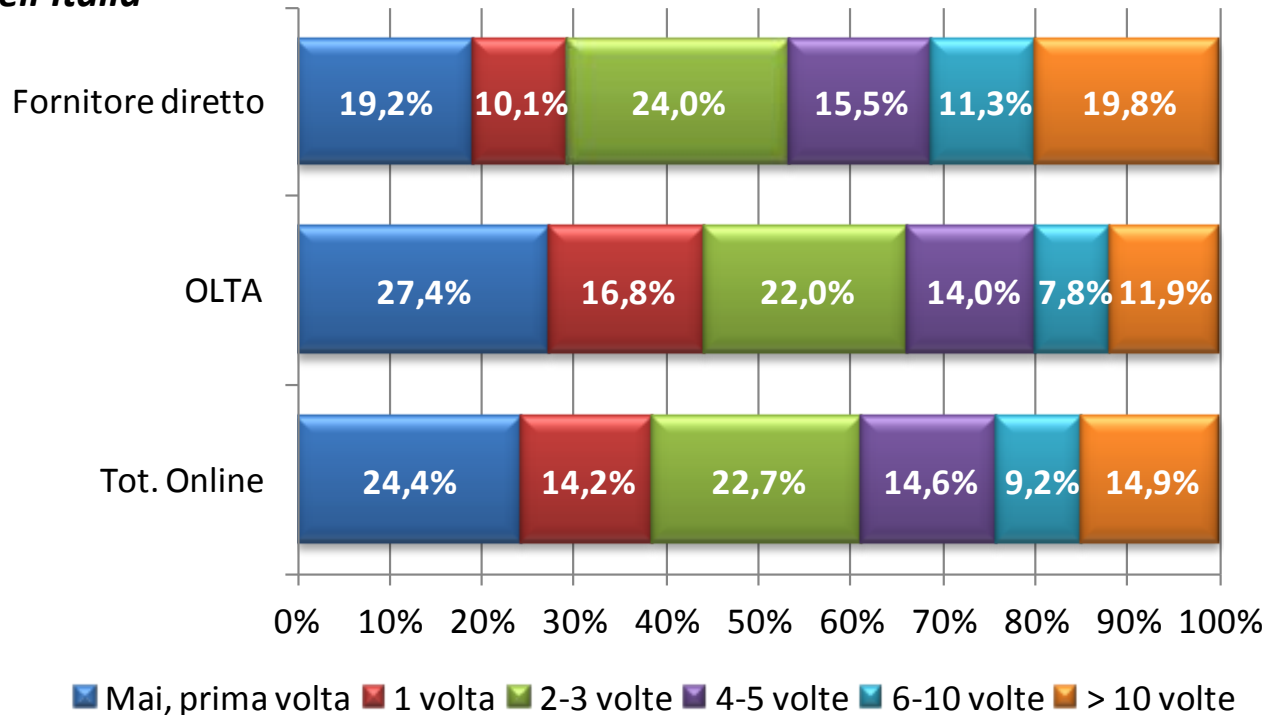


- **82,5%** turisti incoming che prenota alloggio online si muove per **leisure** (soprattutto motivi culturali e balneari), mentre il **12%** per **business**
- L'incidenza del **leisure** sale a **85%** tra chi prenota con **OLTA** e altre piattaforme, mentre tra coloro che utilizzano **sito web dei fornitori** il **15%** viaggia in Italia per **business**



# CONOSCENZA DELL'ITALIA INFLUENZA CANALE PRENOTAZIONE DELL'ALLOGGIO

*Distribuzione turisti incoming, per principali canali online e frequenza di visita dell'Italia*

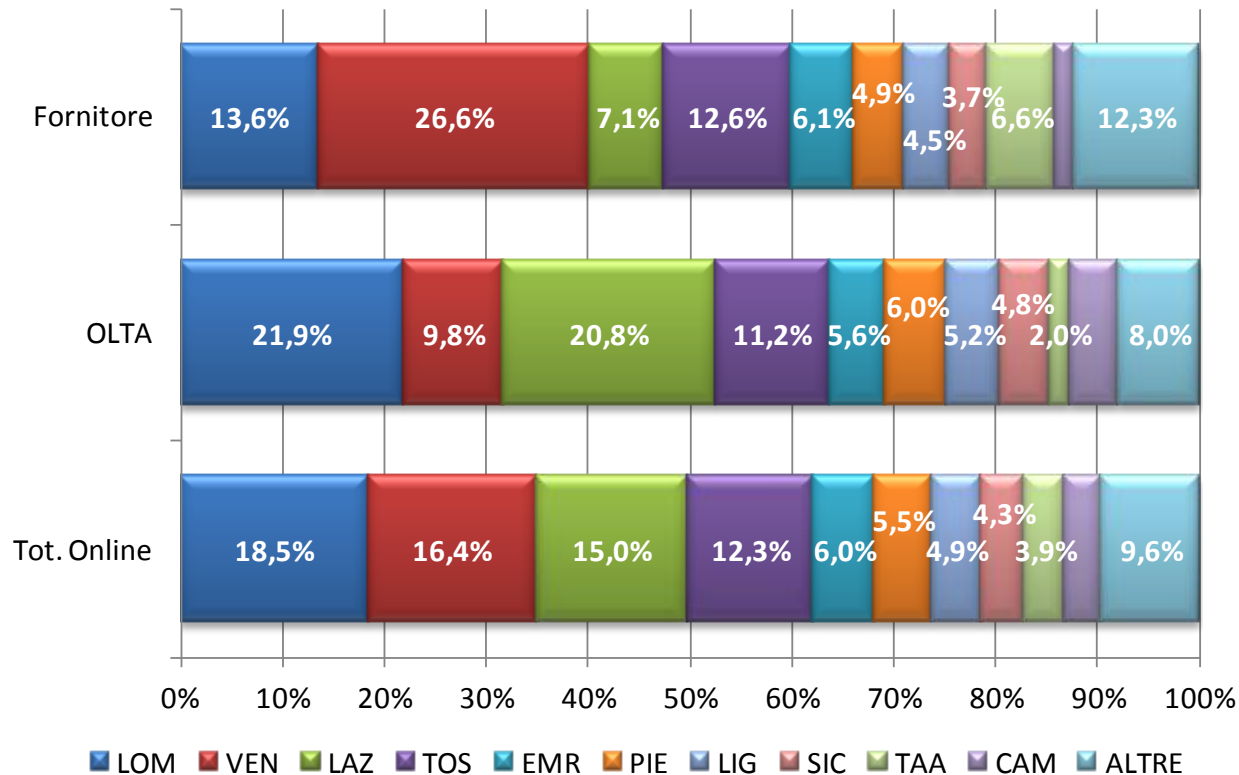


- **Turisti incoming online conoscono bene l'Italia:** 3 su 4 stati nel nostro Paese almeno 1 volta
- **OLTA e booking engine preferiti da chi visita l'Italia per prima/seconda volta (44,2 vs. 38,6% in media)**
- Fornitore da chi, invece, è **già stato in Italia più di 2 volte (70,6% vs. 62,4%)**



# DESTINAZIONI “TRADIZIONALI” FAVORISCONO BOOKING PRESSO IL FORNITORE

*Distribuzione turisti incoming, per principali canali di prenotazione e regione di destinazione*

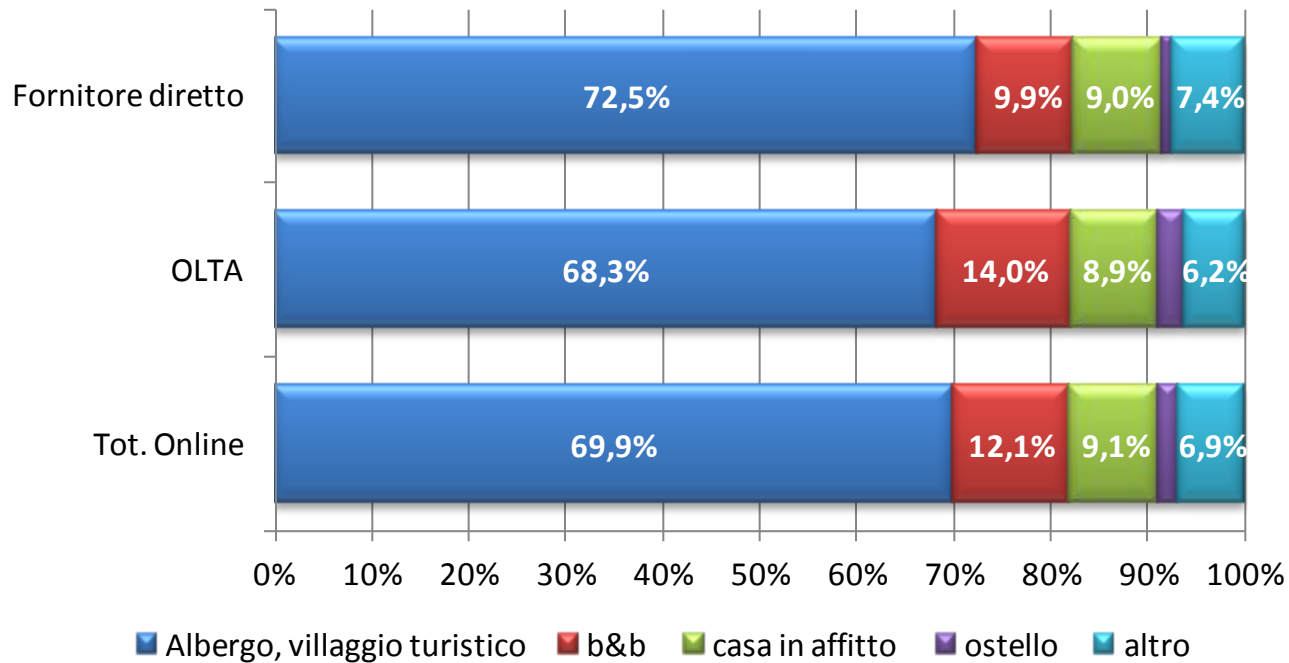


- Degli stranieri che prenotano alloggio online, **18% va in Lombardia, 16,4% in Veneto, 15% in Lazio e 12,3% in Toscana**
- **Tipo di viaggio/vacanza e destinazioni scelte influenzano il canale: chi sceglie Lombardia e Lazio predilige OLTA e altri portali (21,9% e 20,8%), chi Veneto e TAA il booking diretto presso fornitore (26,6% e 6,6%)**



# CANALI DI PRENOTAZIONE ONLINE E TIPO DI ALLOGGIO SCELTO

*Distribuzione turisti incoming, per canale di prenotazione online e tipo di alloggio*



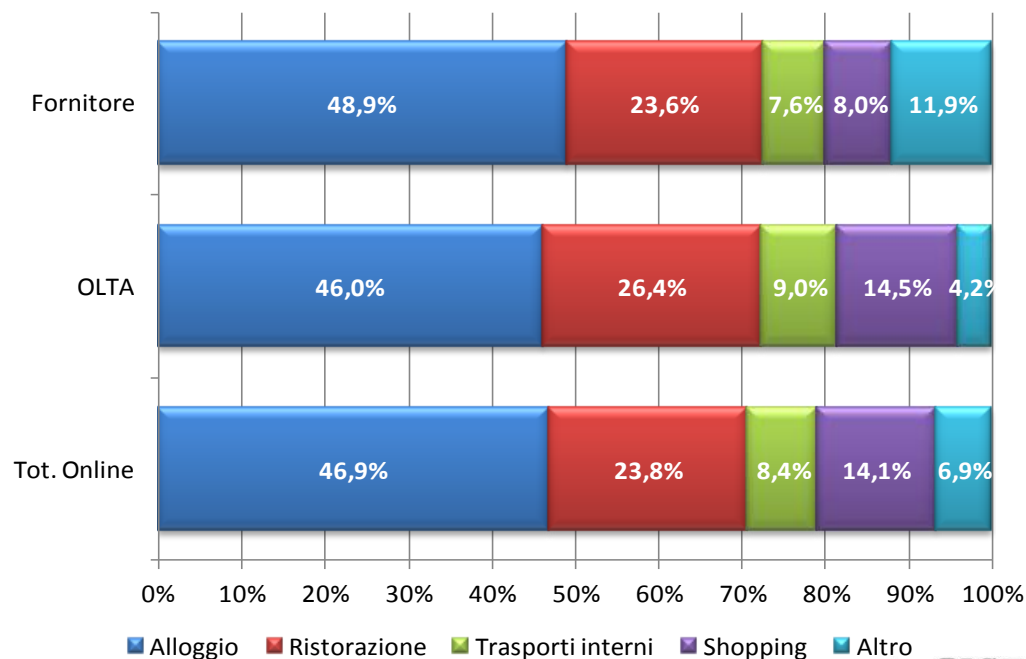
- **70% dei turisti incoming** che prenota online dorme in **hotel**, indipendentemente dal canale utilizzato, mentre 30% strutture extalberghiere (turisti outgoing :72% vs. 28%)
- Chi usa le **OLTA e altre piattaforme** privilegia di più, rispetto alla media, il **b&b (14,4%)**, mentre le case in affitto hanno un peso omogeneo sui principali canali (9% dei turisti totali)



# TURISTI INCOMING: CANALI DI PRENOTAZIONE ONLINE E SPESE SOSTENUTE

SPESE TOTALI PER L'ALLOGGIO	OLTA e booking engine	Fornitore servizi	Totale online
Spesa media per turista	332,21	295,14	317,43
Spesa media pro capite per notte	52,93	51,91	51,93
Permanenza media	6,3	5,7	6,1

- Spesa per alloggio abbastanza allineata sui diversi canali : “parity rate”?
- Guardando al **paniere di spesa complessivo** dei turisti incoming online, l'**alloggio** pesa per il **47%**, mentre la ristorazione per il 24%
- A differenza dell'outgoing, tra coloro che prenotano tramite **fornitore di servizi** l'incidenza dell'alloggio sale al **49%**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Alloggio Ristorazione Trasporti interni Shopping Altro





**L'ITALIA E IL TURISMO INTERNAZIONALE**  
**Risultati e tendenze per incoming e outgoing nel 2016**  
**Venezia, 5 Maggio 2017**

---

**GRAZIE PER L'ATTENZIONE**

**Valeria Minghetti**  
**Ciset - Università Ca' Foscari**  
**([ming@unive.it](mailto:ming@unive.it)**  
**<http://www.unive.it/ciset>**  
** [@valeming](https://twitter.com/valeming))**