

# Paesaggio, enogastronomia e cultura

## Il profilo dei turisti “del territorio”

Valeria Minghetti

*XIX Conferenza  
L'ITALIA E IL TURISMO INTERNAZIONALE  
Risultati e tendenze per incoming e outgoing nel 2018*



# Di che tipo di turismo parliamo?

- **Turismo “del paesaggio culturale”**: un turismo itinerante, di scoperta, interessato ad un mix di attrattive, dove spostamento e scelta dell'alloggio sono parti integranti dell'esperienza
- Difficile da definire e misurare, data la complessità del prodotto



**Turismo “del territorio”**,  
che ha come motivazione  
soggiorno verde ed  
enogastronomia  
(dati dati BI)



# I turisti “del territorio” in Italia: una nicchia di qualità

Incoming 2018	Turisti del territorio (*)	Turisti totali per vacanza	Incidenza % su tot. Incoming
Turisti pernottanti (migliaia)	1.900	40.192	4.7%
Notti (migliaia)	7.530	240.785	3.1%
Spesa (mln Euro)	749	27.499	2.7%

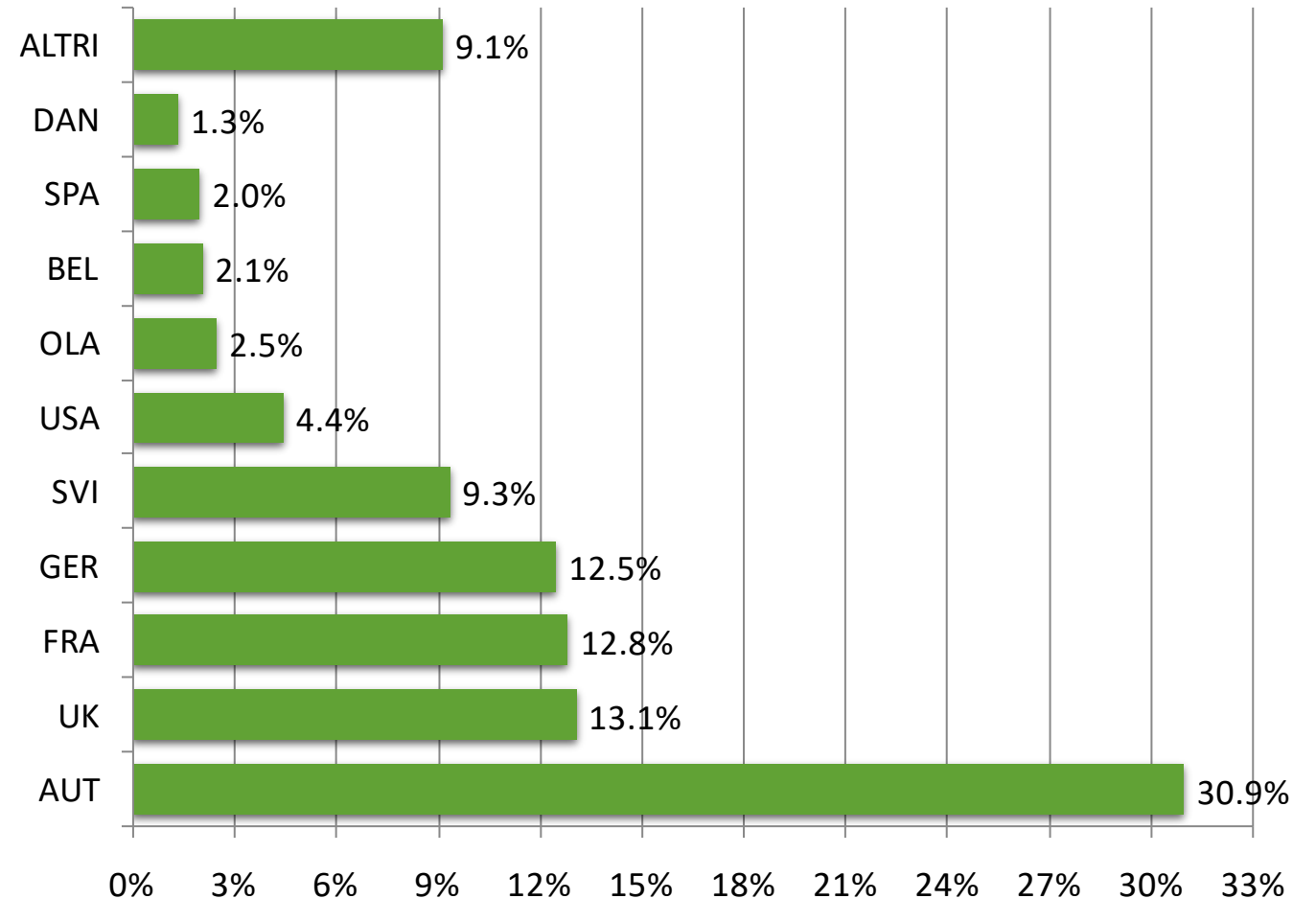
(\*) includono i turisti che hanno dato come motivazione principale della vacanza l'enogastronomia e il turismo verde

- Nel 2018 **1,9 mln di turisti stranieri** venuti in Italia con motivazione principale una **vacanza nel verde/in agriturismo ed enogastronomica**, generando oltre **7,5 mln di notti** ed una spesa di **749 mln di Euro**
- La propensione verso questo tipo di soggiorno è tipica di un **turismo di nicchia**: circa il 5% di tutti i turisti che scelgono il nostro Paese per una vacanza, rispetto al 48% di chi viene per turismo culturale, e 3% circa della spesa complessiva
- La dinamica recente mostra una **crescita molto vivace**, superiore a quella del turismo incoming per vacanza e al turismo culturale

Fonte: elaborazioni Ciset su dati BI

# L'età e il paese fanno il monaco...

- Sono **turisti adulti o "maturi"**: il 52% ha più di 45 anni (42% su media vacanzieri) e, di questi, il 19% 55 anni ed oltre (11% in media)
- Si tratta di un **turismo "di prossimità"**: la maggior parte (65,5%) proviene da paesi confinanti con l'Italia (Austria, Germania, Francia e Svizzera). In testa l'Austria (30,9%)
- Ma nella **top10** entrano anche il **Regno Unito (12,8%)** e gli **USA (4,4%)**

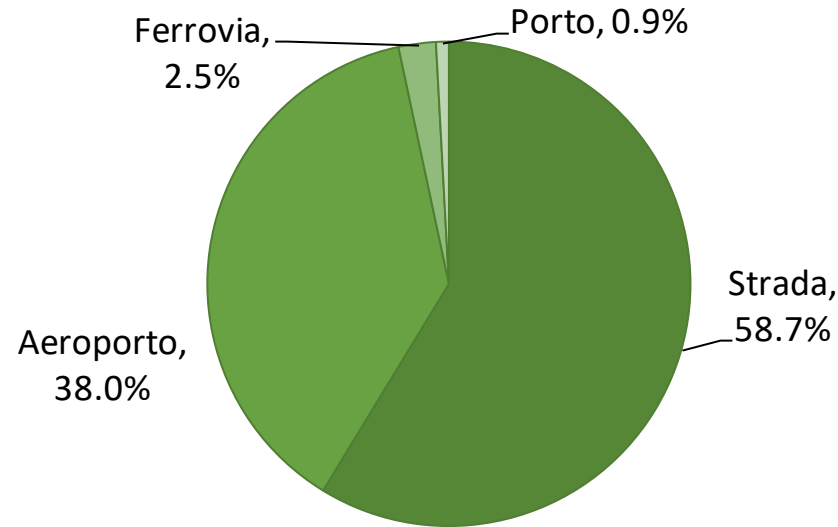


Fonte: elaborazioni Ciset su dati BI

## Propensione per paese (% turisti del territorio su vacanzieri incoming)

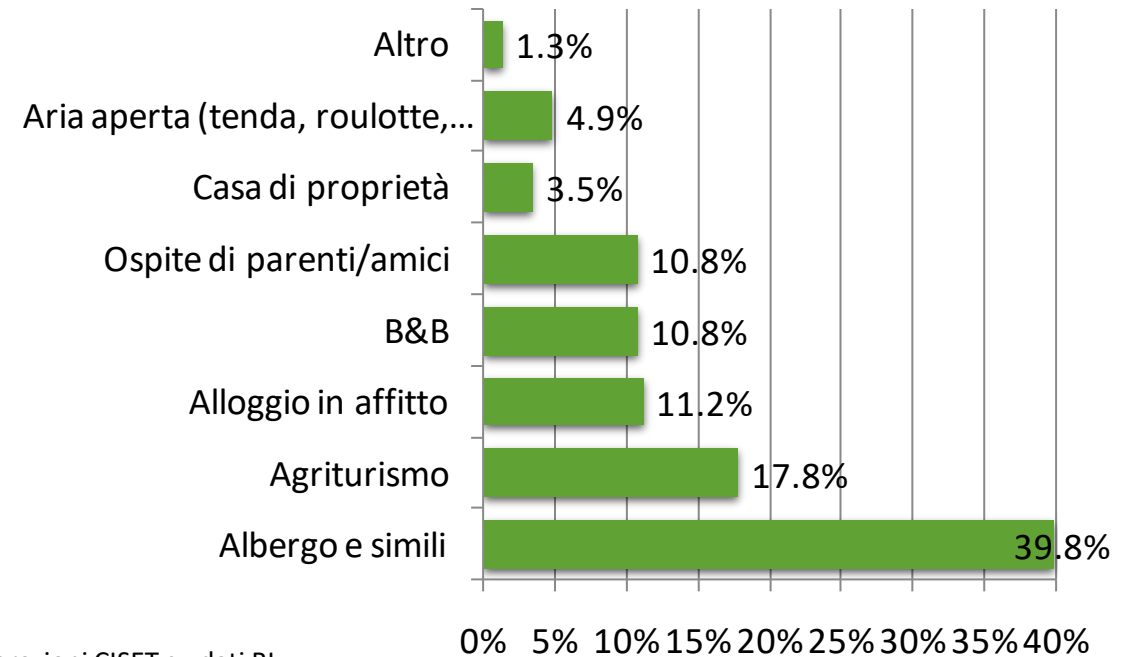
AUT	15.4%
SVI	7.2%
UK	6.3%
BEL	5.3%
FRA	4.8%

# Mezzo di trasporto e tipologia di alloggio



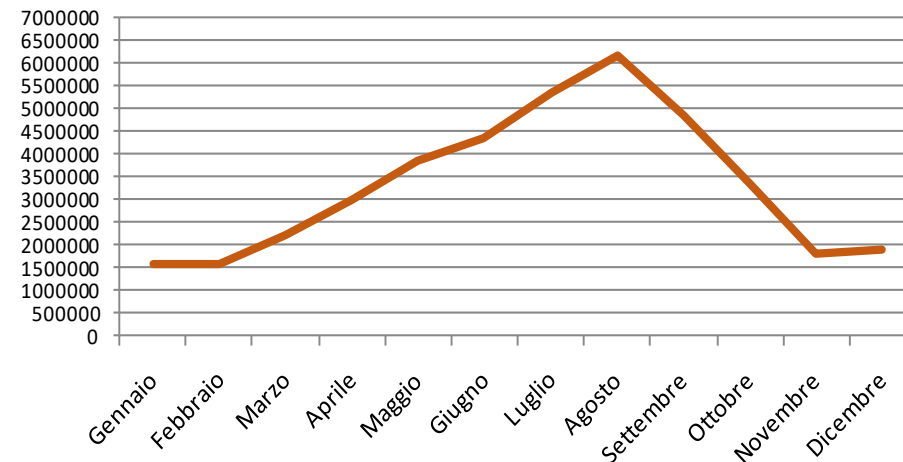
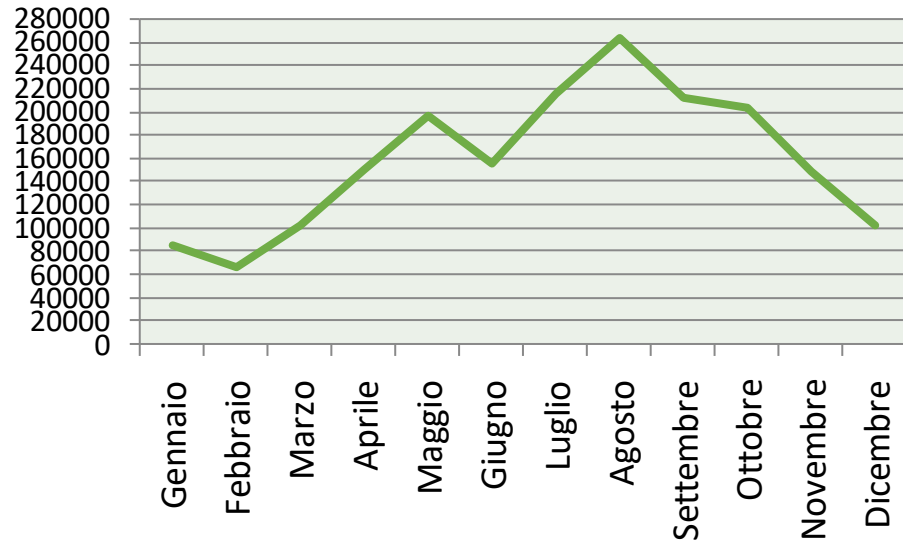
- Quasi il **60%** dei turisti arriva in Italia **via strada**, mentre il **38%** con l'**aereo** e poi si sposta sul territorio con altri mezzi (es. auto a noleggio)

- Rispetto alla media dei vacanzieri, la **maggioranza predilige strutture extralberghiere, come parte integrante della vacanza**, o altre formule di alloggio
- Se 40% dorme in hotel, **18%** sceglie un **agriturismo**, **11%** un **alloggio in affitto** e un altro **11%** un **b&b**, mentre 5% una soluzione all'aria aperta
- Il **15%** soggiorna in **strutture private** (11% ospite di parenti e amici, mentre il 3,5% in casa di proprietà)

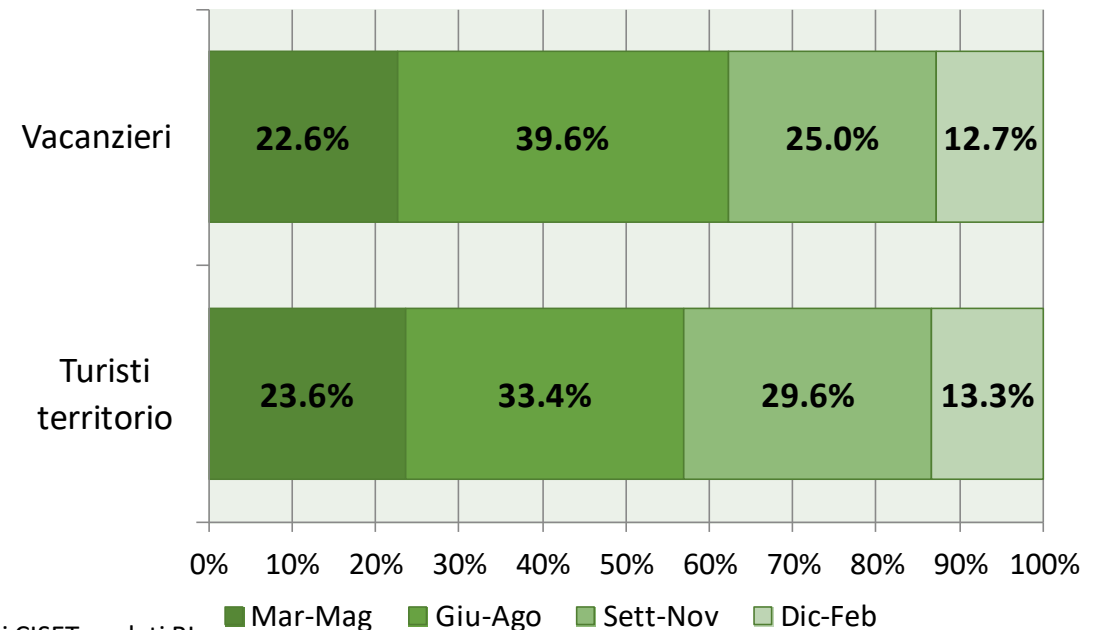


Fonte: elaborazioni Ciset su dati BI

# Un turismo che aiuta a destagionalizzare



- La distribuzione mensile dei flussi mostra una **stagionalità meno concentrata** rispetto a quella dei vacanzieri totali (grafico a sx sotto), con picchi a maggio (10%), agosto (14%) e ottobre (11%)
- Rispetto alla media dei vacanzieri, le **stagioni più gettonante** sono in proporzione la **primavera (23,6%)** e l'**autunno (29,6%)** (grafico qui sotto)



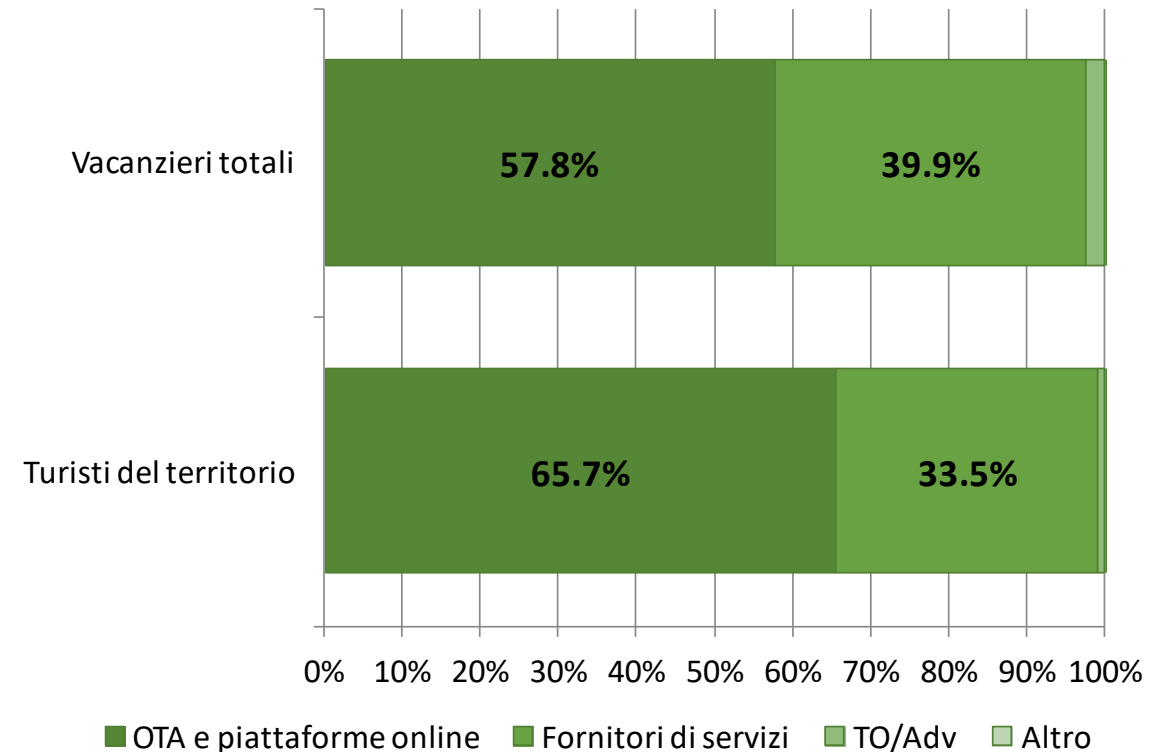
Fonte: elaborazioni Ciset su dati BI

# Canali informativi e booking online

- **3 turisti su 4 scelgono l'alloggio su Internet**, mentre il 19% si basa sull'esperienza passata e appena il 3% sul passaparola
- Dei primi, il **70% prenota online**, mentre il **23%** utilizza **canali offline** e il restante 7% non indica (non hanno prenotato in prima persona, ecc.)

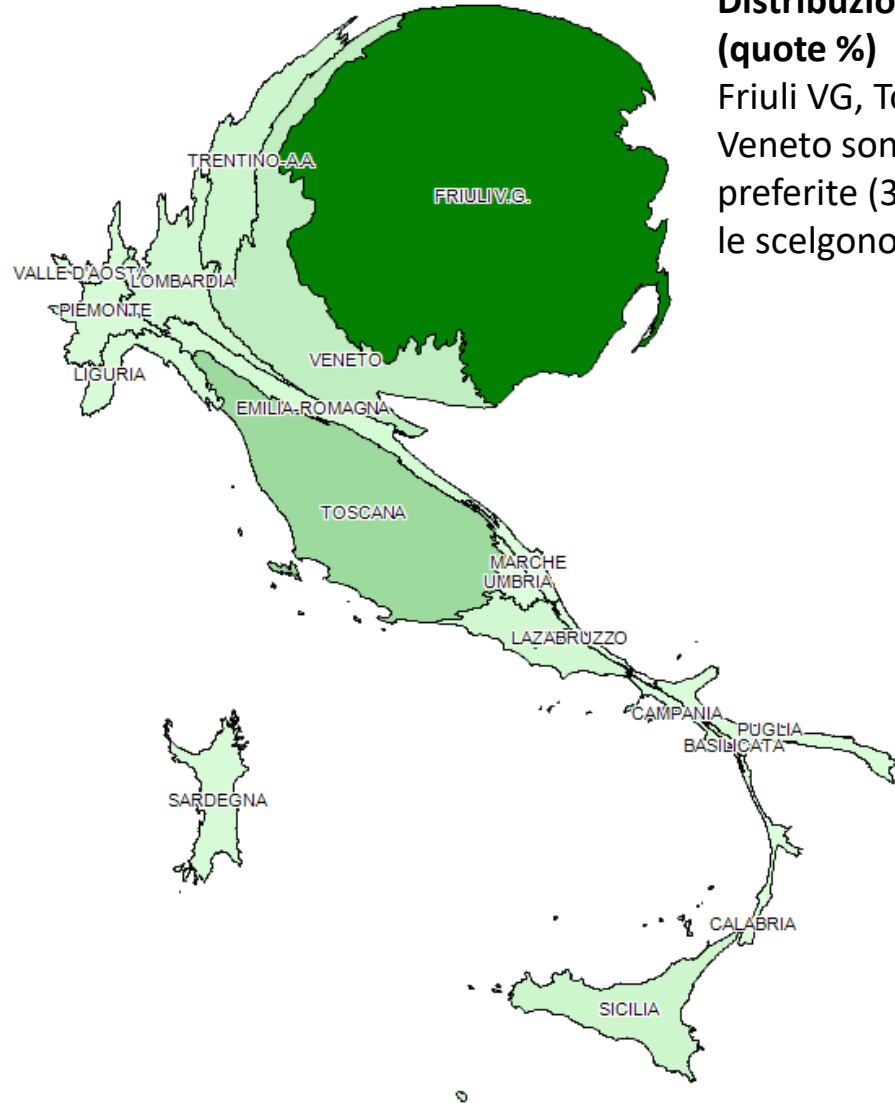


- **OTA e piattaforme di prenotazione** in generale sono il principale canale di prenotazione (**oltre il 65%** dei turisti online le utilizza, contro 58% su media vacanzieri)
- **Poco più di un terzo**, invece, contatta direttamente il **fornitore di servizi**, via mail o attraverso il suo sito web (40% su media vacanzieri)

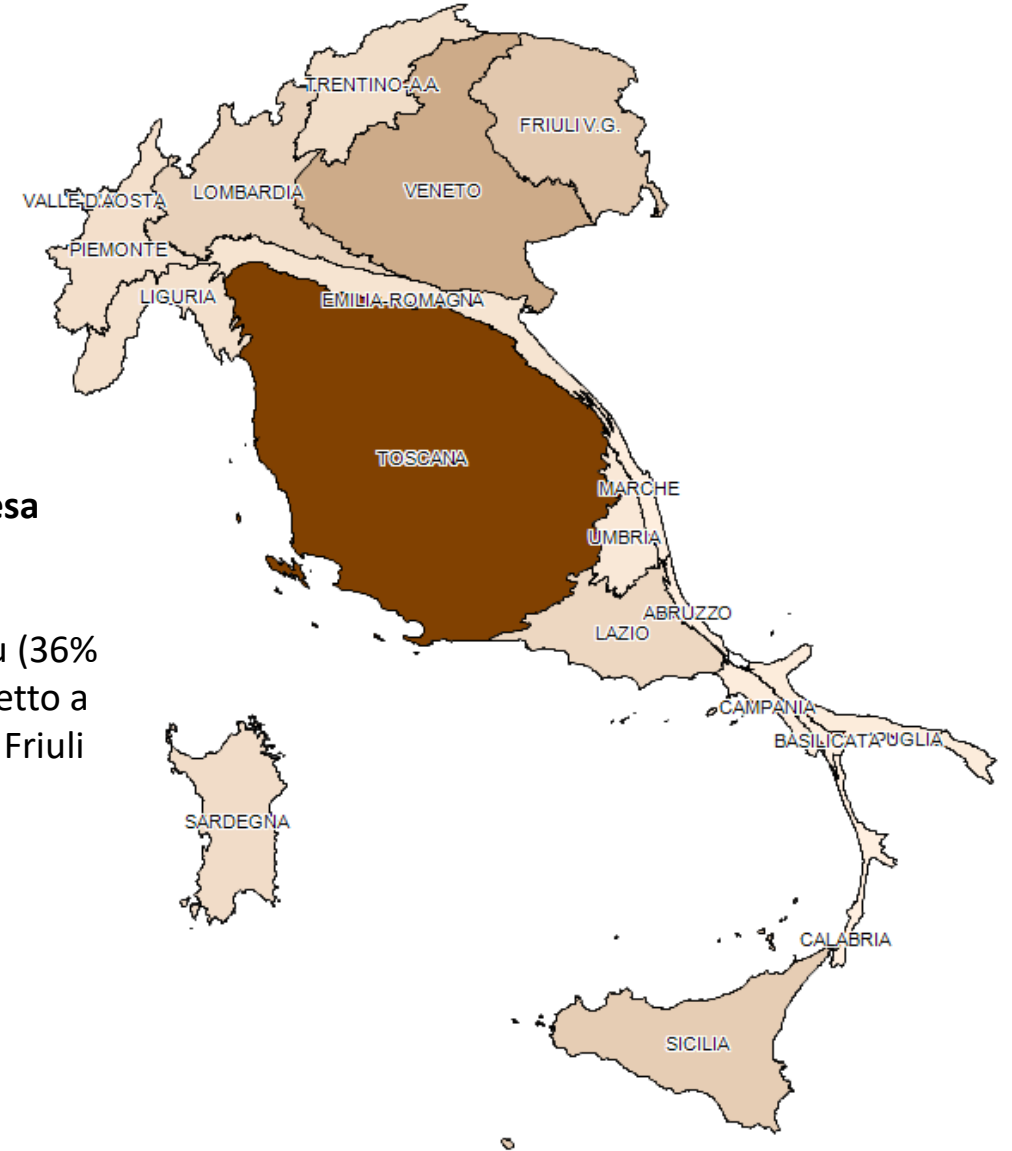


Fonte: elaborazioni Ciset su dati BI

# La mappa dell'Italia nelle preferenze dei turisti "del territorio" di lingua tedesca

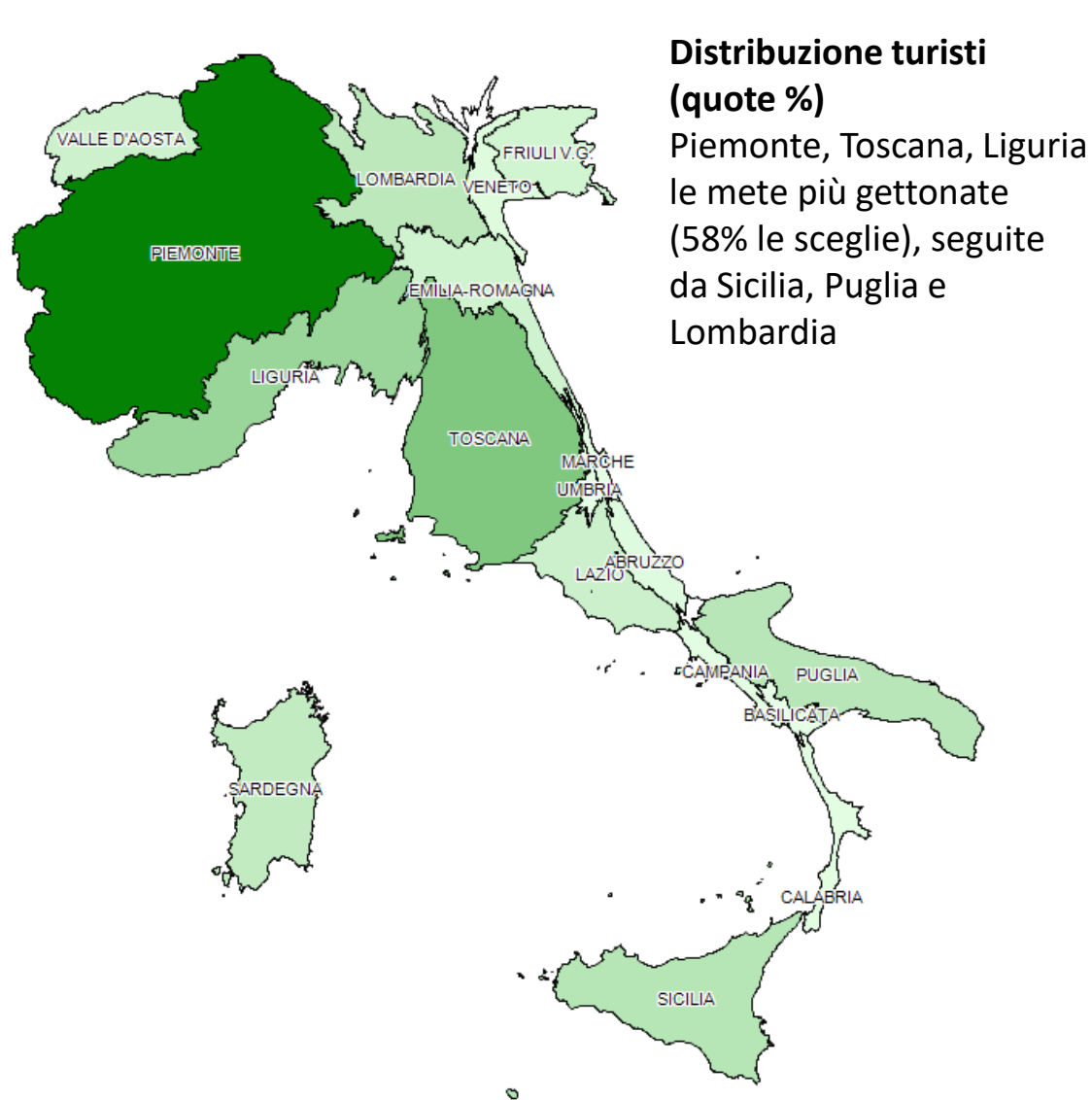


**Distribuzione spesa totale (quote %)**  
Ma è la Toscana a guadagnare di più (36% spese totali), rispetto a Veneto (14,4%) e Friuli VG. (8,3%)





# La mappa dell'Italia nelle preferenze dei turisti "del territorio" francesi



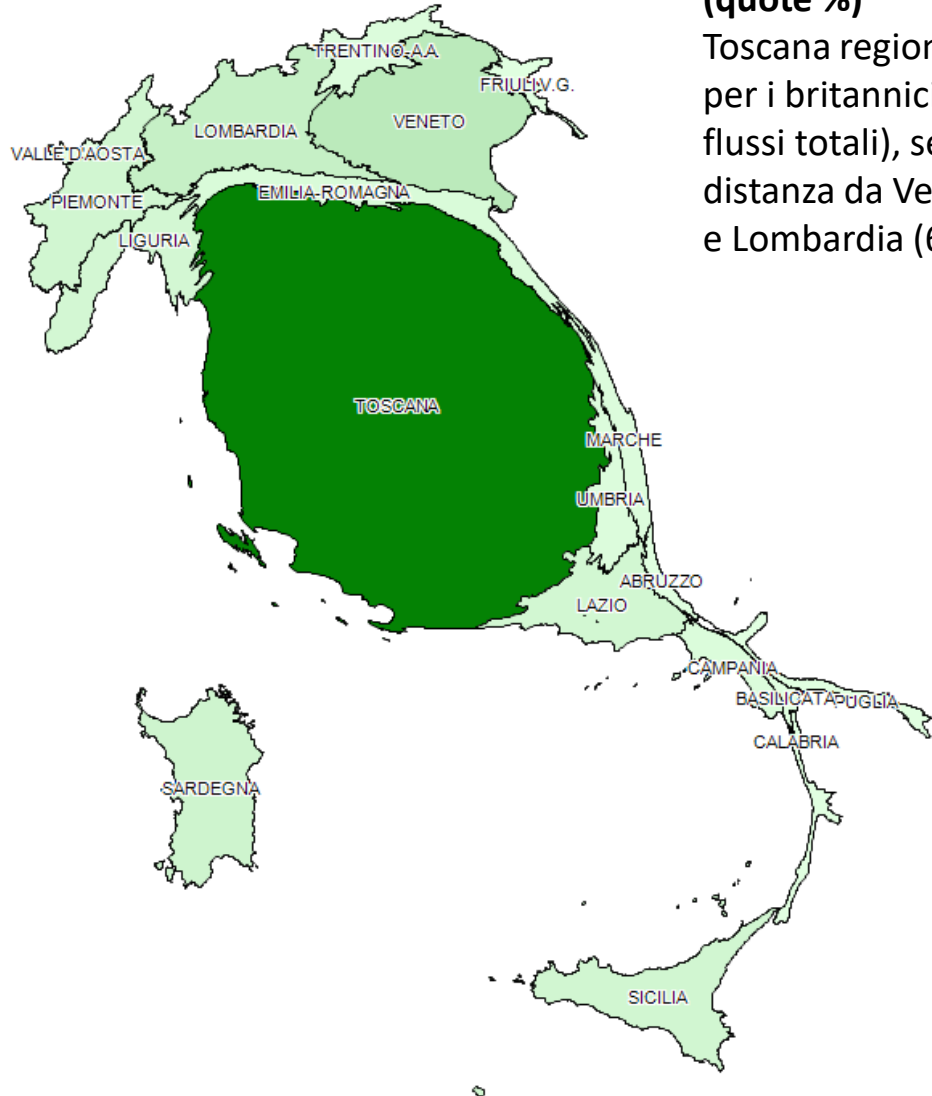
**Distribuzione spesa totale (quote %)**  
Il Piemonte rimane al primo posto (24,2%), ma in proporzione guadagna meno rispetto alla Toscana (19,4%), a fronte di flussi maggiori



# La mappa dell'Italia nelle preferenze dei turisti "del territorio" inglesi

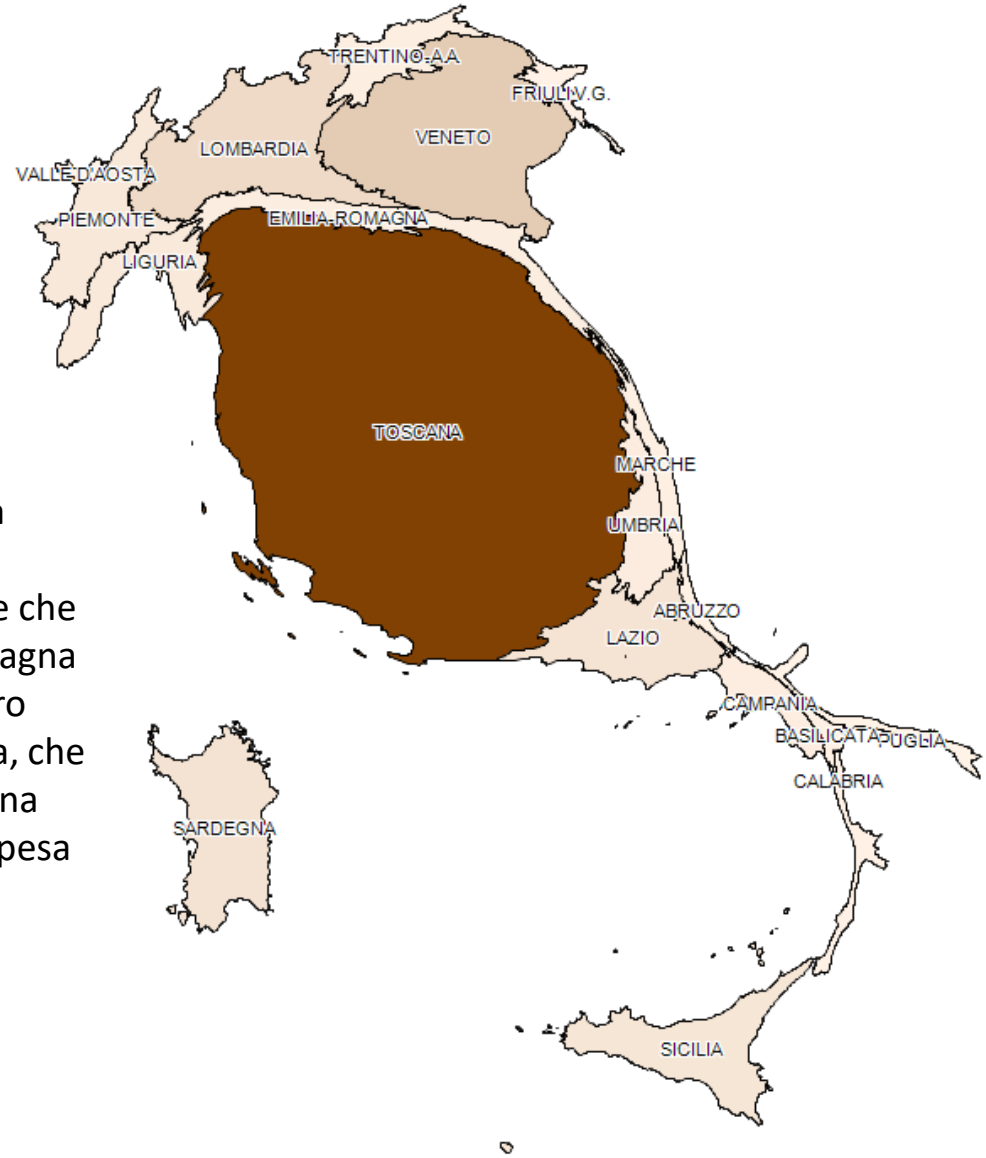
## Distribuzione turisti (quote %)

Toscana regione leader per i britannici (56% dei flussi totali), seguita a distanza da Veneto (9,5%) e Lombardia (6,7%)



## Distribuzione spesa totale (quote %)

Toscana è la regione che accoglie e che guadagna di più (54,3%). Dietro Veneto e Lombardia, che comunque hanno una concentrazione di spesa superiore ai flussi (11,9% e 7,5%)

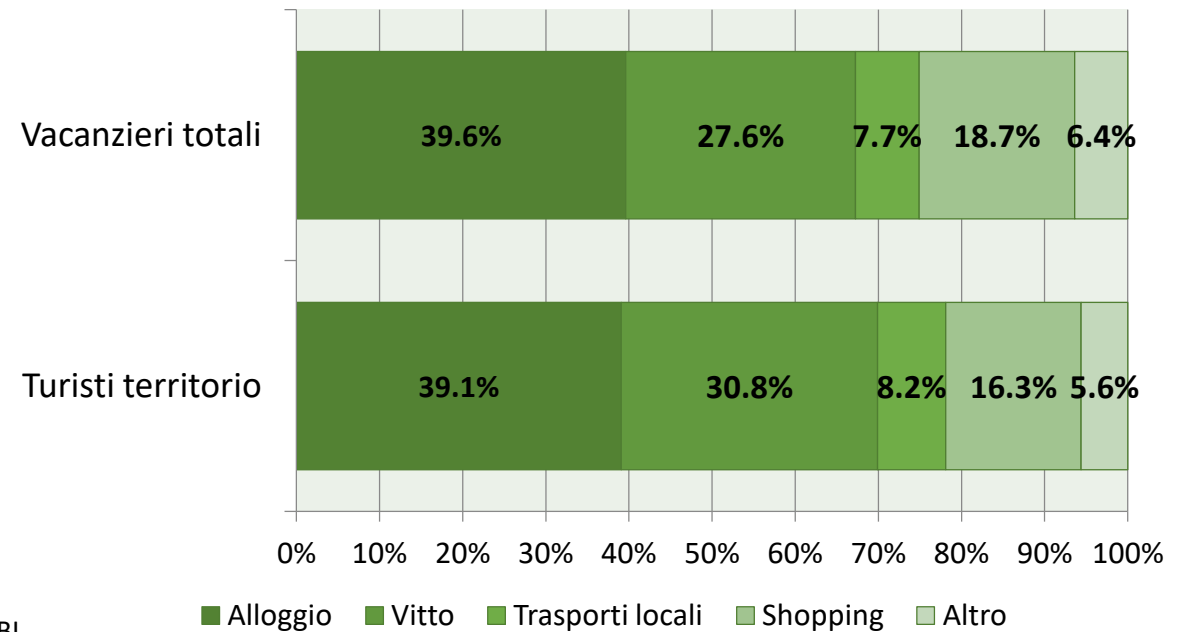


# Le spese a destinazione

	Turisti del territorio	Turisti totali per vacanza
Spesa media pc per soggiorno	394.73	684.20
Spesa media pc per notte	99.60	114.21
Perm. media	3.96	5.99

- La **composizione del paniere di spesa** evidenzia come per i turisti del territorio l'**alloggio** rappresenti il **39%** delle spese totali (40% su media vacanzieri)
- Superiore è il peso del **vitto** in genere (ristorazione, acquisto e degustazione prodotti tipici, ecc.: **31%** contro 28% in media), come pure quello delle spese per **trasporti locali** (**8,2%** contro 7,7%), data la tendenziale maggiore mobilità a destinazione

- Il turista “del territorio” spende in totale per il soggiorno a destinazione **quasi 400 Euro e 100 Euro a notte**, a fronte di una durata media della permanenza di circa 4 notti
- Tra i principali mercati, quelli che spendono di più rispetto alla media sono gli **inglesi (681 e 113 Euro)**



Fonte: elaborazioni Ciset su dati BI

*XIX Conferenza  
L'ITALIA E IL TURISMO INTERNAZIONALE  
Risultati e tendenze per incoming e outgoing nel 2018*

---

**Grazie per l'attenzione**

**Valeria Minghetti**

[ming@unive.it](mailto:ming@unive.it)

 valeming

#CCB19