



Inquadramento di scenario del turismo in Italia



Paolo Bulleri

Dirigente Istituto Nazionale Ricerche Turistiche

Area per la ricerca economica e sociale sui fenomeni turistici e culturali



ISNART



L'osservazione economica tra tradizione e innovazione

INDAGINE ALLE IMPRESE

9.000 interviste
ad imprese ricettive
italiane alberghiere ed
extralberghiere
[Protocollo di Intesa tra
ENIT e UNIONCAMERE].

INDAGINE A TURISTI ITALIANI E STRANIERI

Oltre 30.000 interviste a turisti
che abbiano soggiornato
per almeno due notti
nella regione
dell'intervista (strutture
alberghiere, extra-
alberghiere e case
private).

ANALISI DI LOCATION INTELLIGENCE

Restituisce una
**profilazione anagrafica
e comportamentale** dei
turisti nelle località
turistiche italiane,
creando dei cluster per
interesse prevalente.

ANALISI DELLE TRANSAZIONI FINANZIARIE

Utilizza i dati delle
transazioni su POS
effettuate da turisti
italiani e stranieri per
valutare l'**indotto
economico generato sul
territorio**.



STENDHAL



Bilancio 2024 secondo le imprese ricettive

Secondo l'indagine alle imprese ricettive nazionali nell'anno 2024 :



Quasi 7 su 10

le **camere vendute** in media
nel corso dell'anno
(vs 51% nel 2023, **+17 p.p.**)



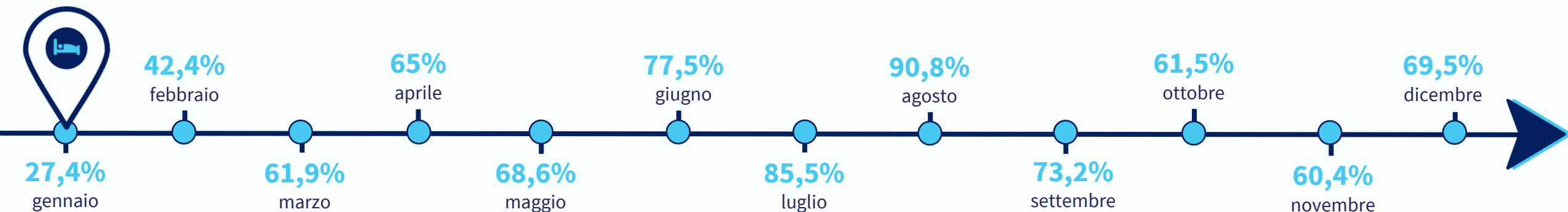
1 camera su 10 in più

venduta in media rispetto
all'estate 2023 (giugno, luglio,
agosto e settembre)



1 impresa su 3

dichiara di aver chiuso il
bilancio di fine anno 2024
consegguendo **utili**
(6 su 10 in pareggio)





Flussi turistici 2024: strutture ricettive e abitazioni private

**880
milioni**

STIMA PRESENZE IN ITALIA 2024
(strutture ricettive e abitazioni private)

+0,4 %

STABILI I FLUSSI TURISTICI
RISPETTO AL 2023

**oltre
108 mld
€**

IMPATTO ECONOMICO SUI
TERRITORI ITALIANI



**AUMENTO DEI TURISTI
PROVENIENTI DALL'ESTERO**

2024/19: **+18%**

2024/23: **+2,3%**



**VA STABILIZZANDOSI LA CONTRAZIONE
DELLA DOMANDA INTERNA**

2024/19: **-20%**

2024/23: **-1,2%**

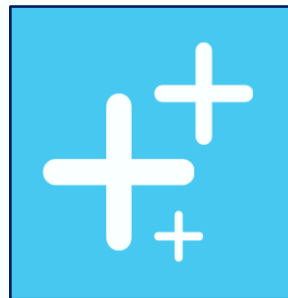
La spesa dei turisti italiani e stranieri

I turisti stranieri in Italia mostrano una maggiore *willingness to pay* sia per l'alloggio che per le altre spese sul territorio



72€ VS **80€**
italiani stranieri

Spesa media giornaliera
pro capite per **alloggio**



99€ VS **113€**
italiani stranieri

Spesa media giornaliera pro capite
per **altre spese a destinazione**

Dettaglio spesa media giornaliera pro capite per:



26,79€

Ristoranti e
pizzerie



7,75€

Bar, caffè e
pasticcerie



14,65€

Acquisto di
prodotti
enogastronomici



11,40€

Souvenir



15,34€

Biglietti e card
per musei e
monumenti



39,09€

Attività sportive



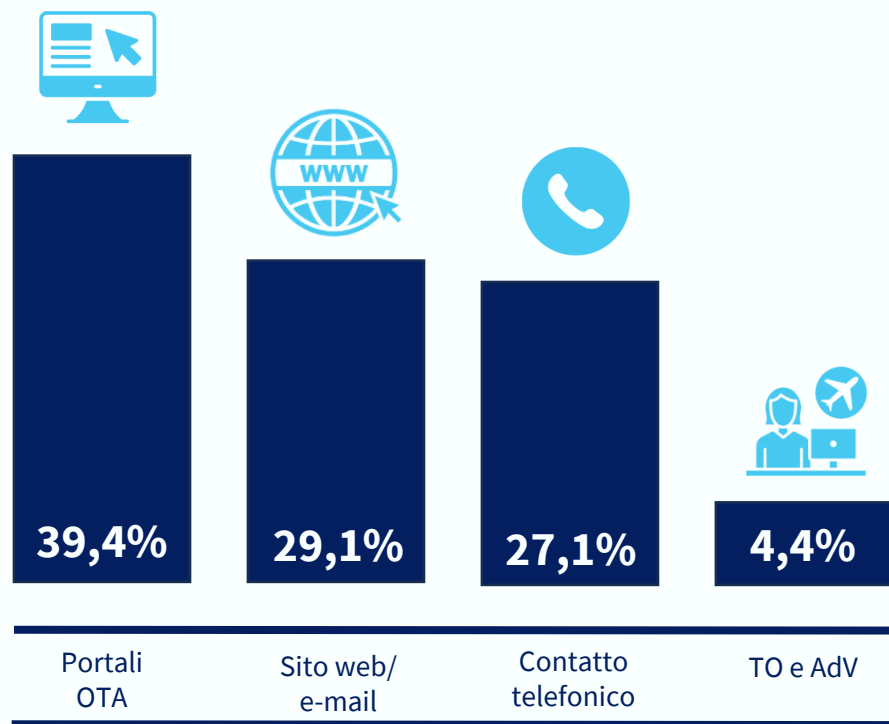
32,71€

Acquisti di
abbigliamento

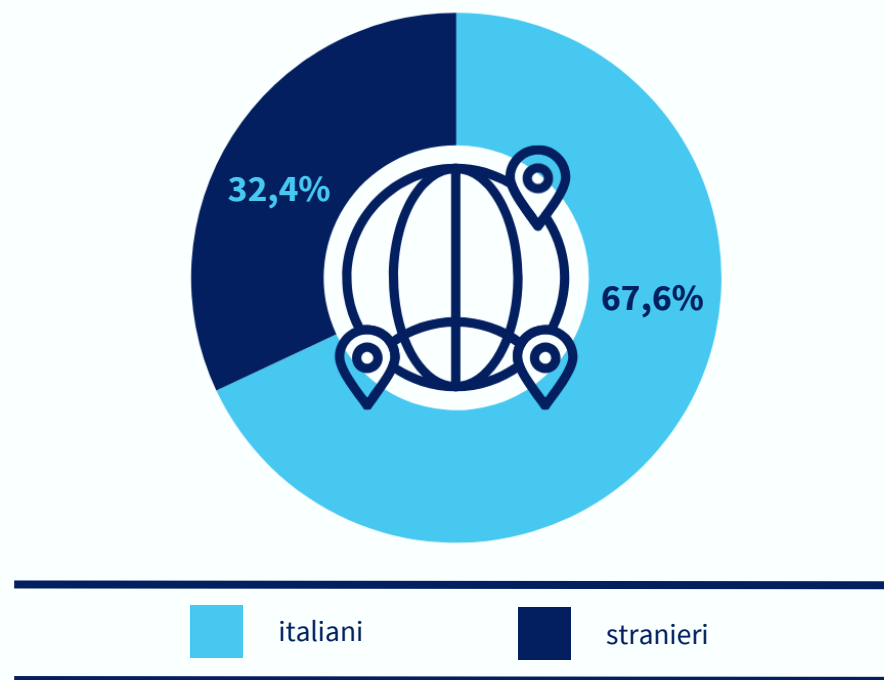
Prenotazioni per i primi mesi del 2025

Secondo l'indagine alle imprese ricettive nazionali nell'anno 2024 :

Già vendute **più della metà** delle camere disponibili per **Pasqua 2025 e ponti di primavera**, **oltre 1 stanza su 10 in più rispetto allo stesso periodo del 2024.**



Modalità di prenotazione gennaio-aprile 2025

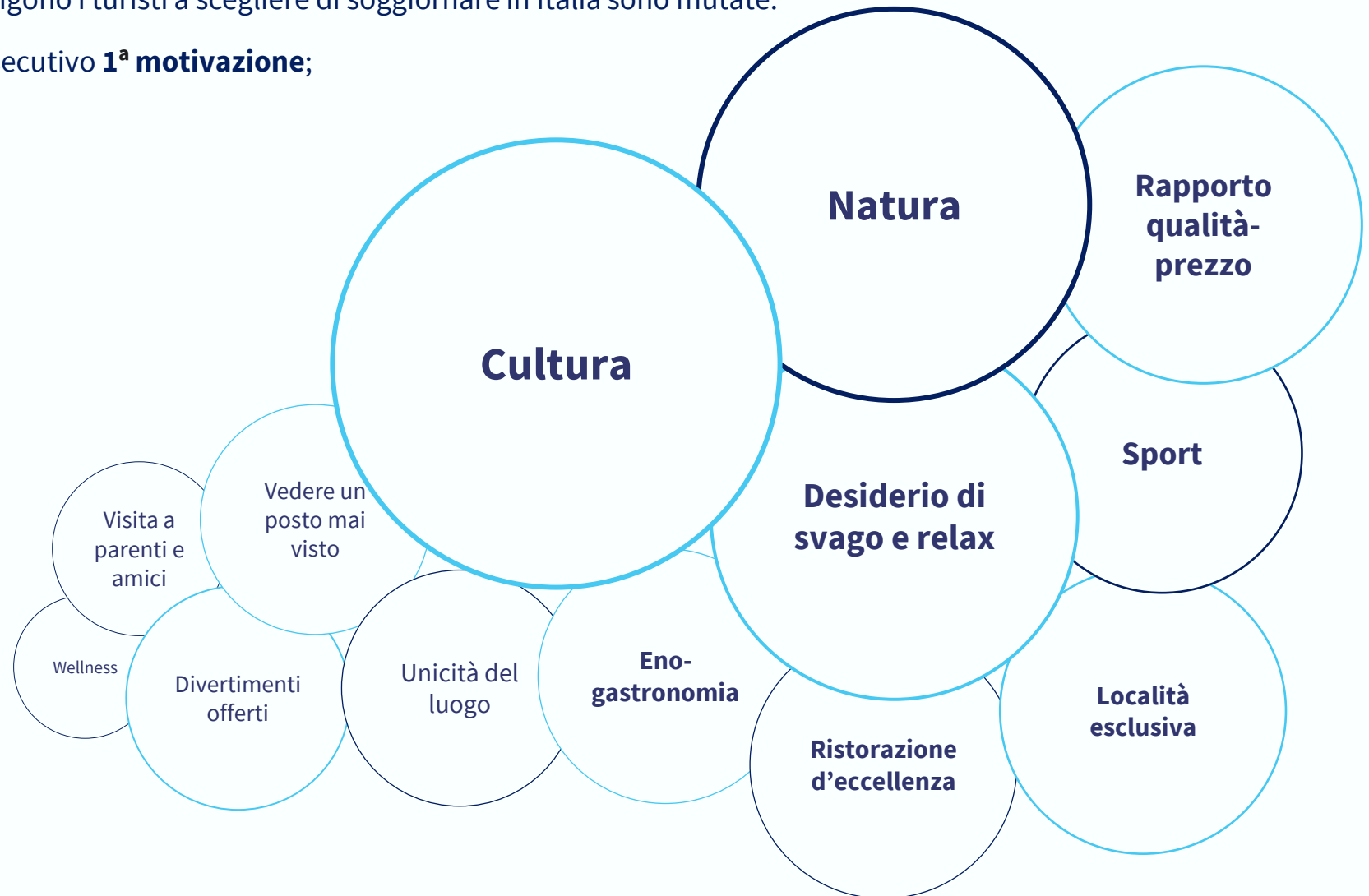


Prenotazioni gennaio-aprile 2025 per provenienza

Le motivazioni di viaggio in Italia

Nell'ultimo decennio le **motivazioni** che spingono i turisti a scegliere di soggiornare in Italia sono mutate:

- la **cultura** si conferma per il 3° anno consecutivo **1^a motivazione**;
- le **bellezze naturalistiche** al 2° posto;
- il **desiderio di relax** al 3°;
- il **rapporto qualità-prezzo** dal 6° al 4°;
- lo **sport** al 5°;
- l'**esclusività della località** al 6°;
- e la **ristorazione d'eccellenza** al 7°.





Domanda turistica polarizzata dall'andamento demografico

Le previsioni demografiche dei prossimi decenni indicano una **continua diminuzione della popolazione**: l'Italia potrebbe perdere **oltre 10 milioni di abitanti** entro la fine del secolo.

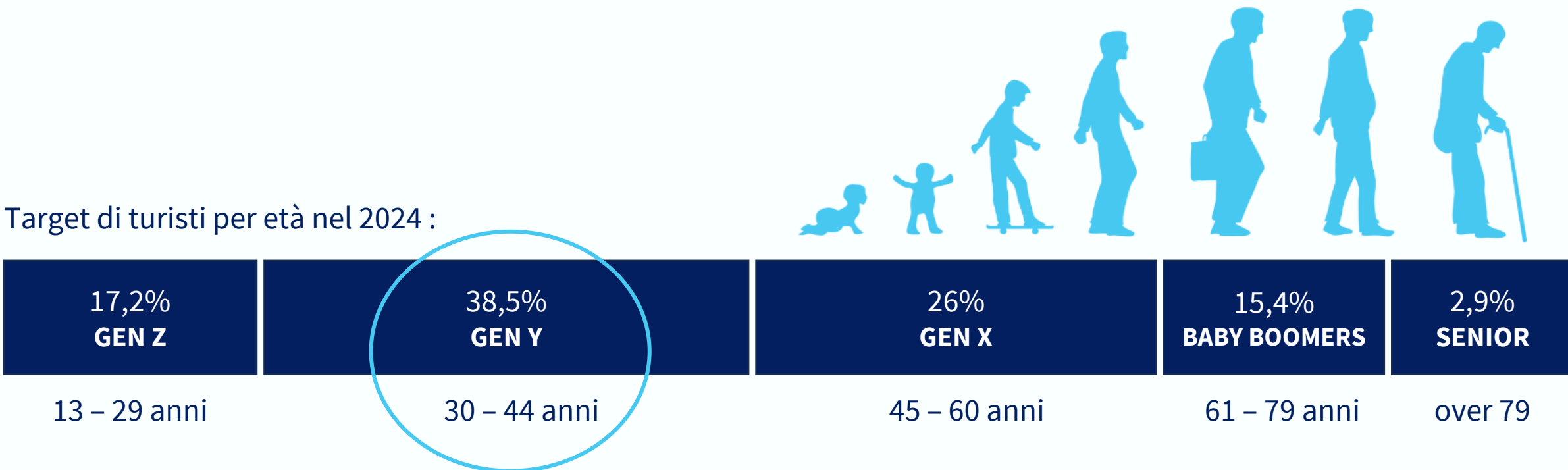
Il rapporto tra individui in età lavorativa (15-64 anni) e non (0-14 e 65 anni e più) passerà da circa tre a due nel 2023 a **uno a uno nel 2050**, con un'**età media nel Paese di 51,5 anni entro il 2050** (42,3 nel 2004, 46,6 nel 2024).

L'invecchiamento della popolazione è la **tendenza globale** secondo cui, entro la fine del 2070, il numero di persone di 65 anni supererà il numero di minori di 18 anni.

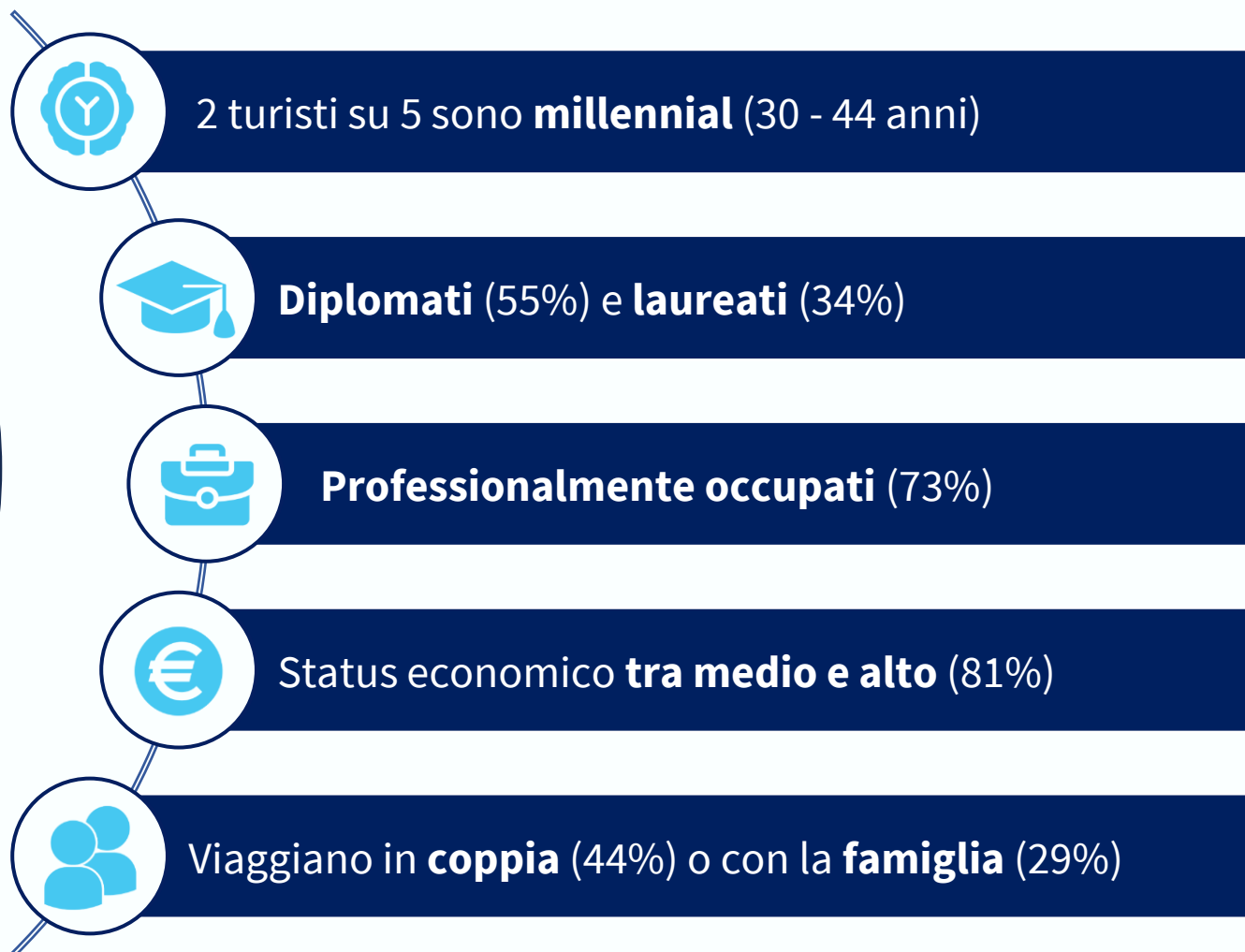
Questi trend suggeriscono che le fasce d'età più numerose saranno quelle degli **adulti di mezza età** e degli **anziani**, soprattutto over 65.

(Fonti: Istat e Onu)

Target di turisti per età nel 2024 :



➤ L'identikit del turista in Italia



► Millennial in movimento: il presente e il futuro del turismo

Quasi il **40%** dei turisti appartiene alla fascia d'età tra i 30 e i 45 anni, i cosiddetti millennial:



- Persone di **elevata scolarizzazione**;
- viaggiano alla ricerca di **esperienze esclusive ed emozionali**;
- mostrano particolare sensibilità ai temi della **sostenibilità**;
- utilizzano il **web** per informarsi, pianificare e recensire la propria vacanza;
- la **cultura** si conferma la loro principale motivazione di scelta della destinazione, seguita dalle **bellezze naturalistiche** e dallo **stile di vita italiano e/o locale**.

73€

Spesa media pro capite
al gg per **alloggio**
(vs 76€ media)

110€

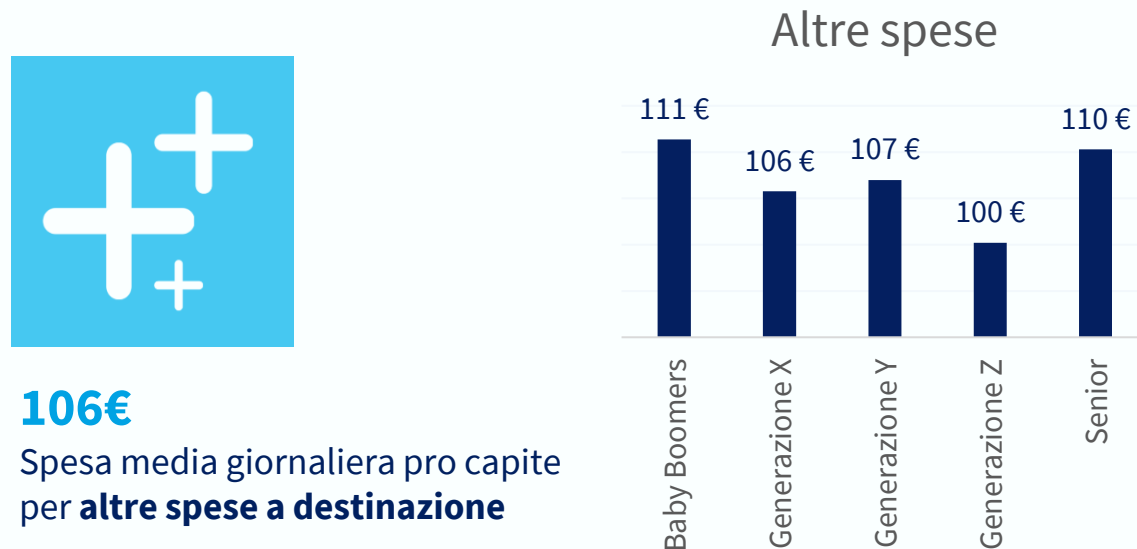
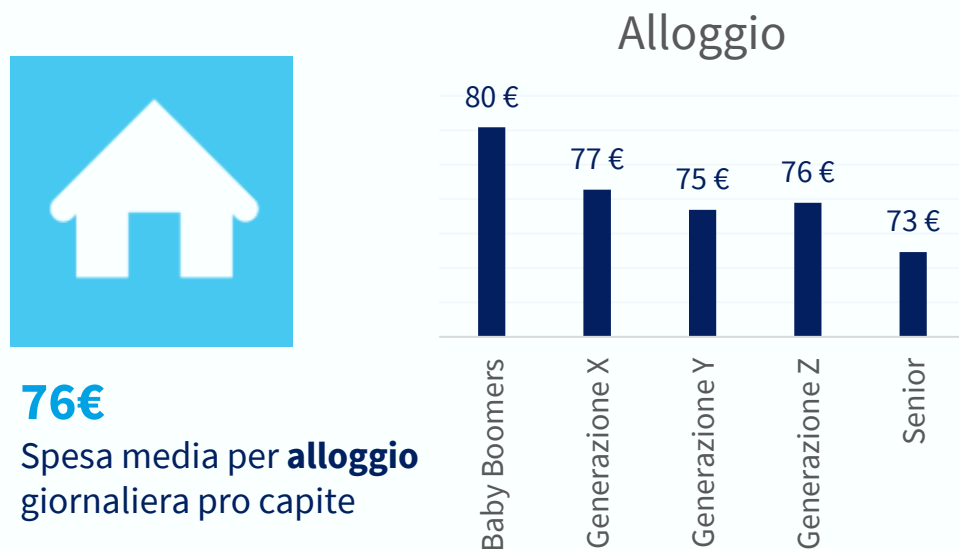
Spesa media pro capite
al gg **sul territorio**
(vs 106€ media)

27%

Turisti millennial che
spendono **oltre 120 €** al gg
pro capite a destinazione

La spesa dei turisti in Italia per generazione

1 turista su 3 delle generazioni **baby boomers e senior** spendono mediamente **più di 120€ al giorno** sul territorio



- I **turisti culturali della generazione Z** spendono **10€ in più sul territorio rispetto alla media**
- I **turisti culturali senior** spendono **10€ in più al giorno per alloggio** e **40€ in più per altre spese** sul territorio

Fenomeno Airbnb in Italia: alloggi e prenotazioni

gennaio-novembre 2024

816 mila

Alloggi disponibili
in Italia

+12%

Aumento di alloggi disponibili
rispetto allo stesso periodo del 2023

57 milioni

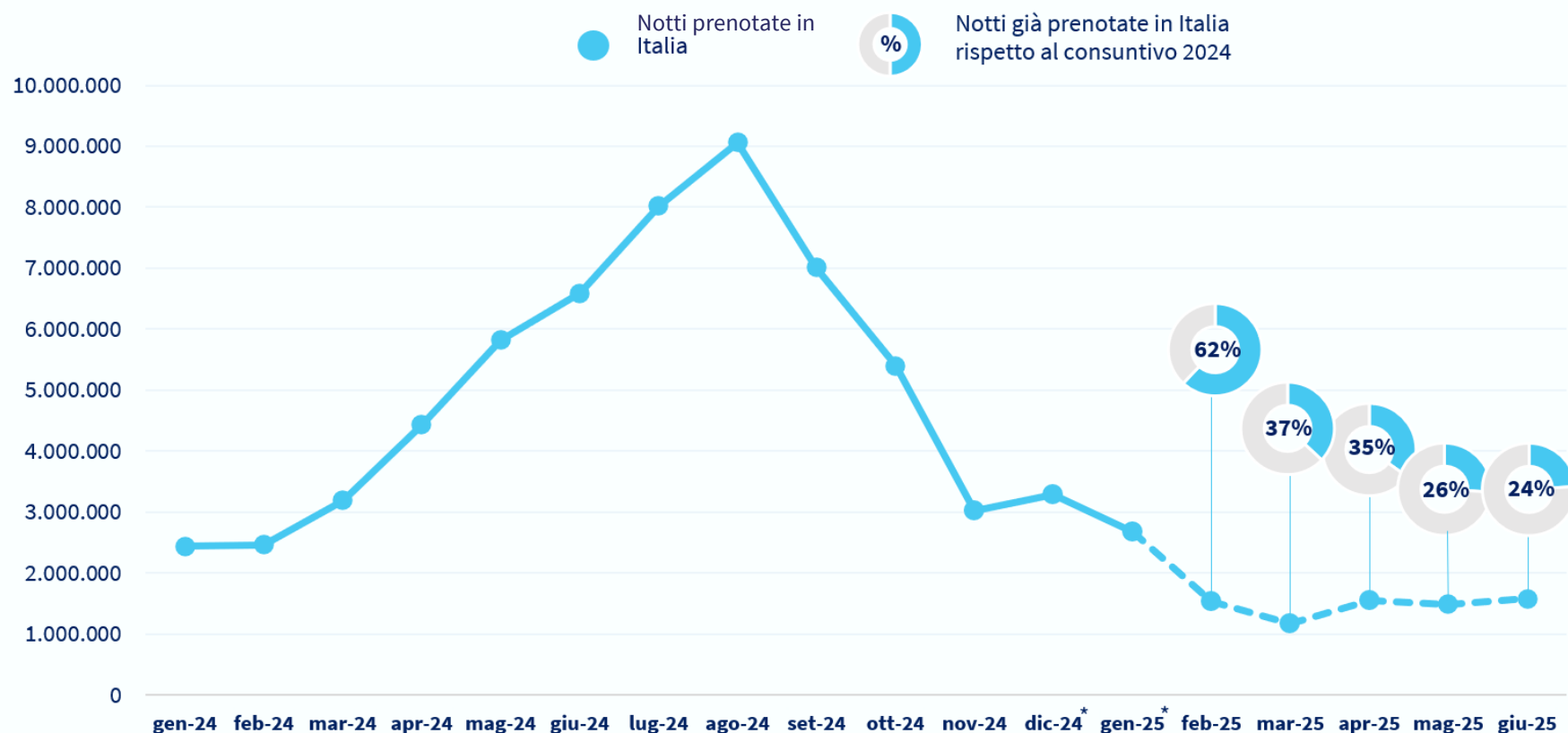
Notti prenotate in alloggi
in Italia

+6,7%

Aumento di notti prenotate
rispetto allo stesso periodo del 2023



Quasi 6 milioni le notti prenotate
da marzo a giugno 2025 in Italia



* dicembre e gennaio dati stimati



Nuovi strumenti di analisi: Location Intelligence

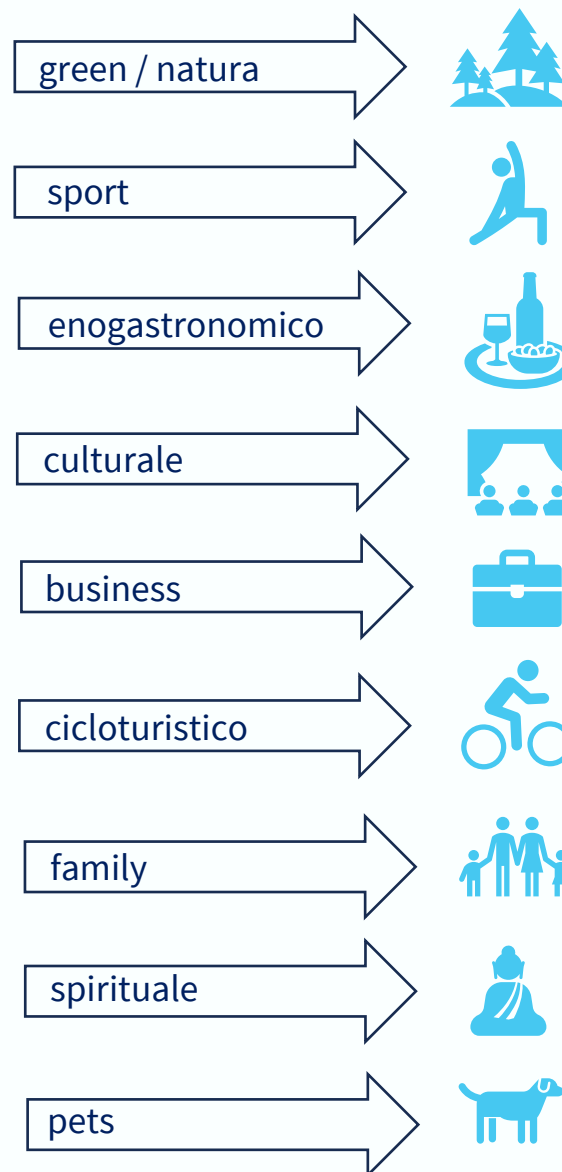


caratteristiche comportamentali nell'ambito dell'utilizzo quotidiano e in viaggio del **browser** e di **app mobile**

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



interessi, preferenze, abitudini



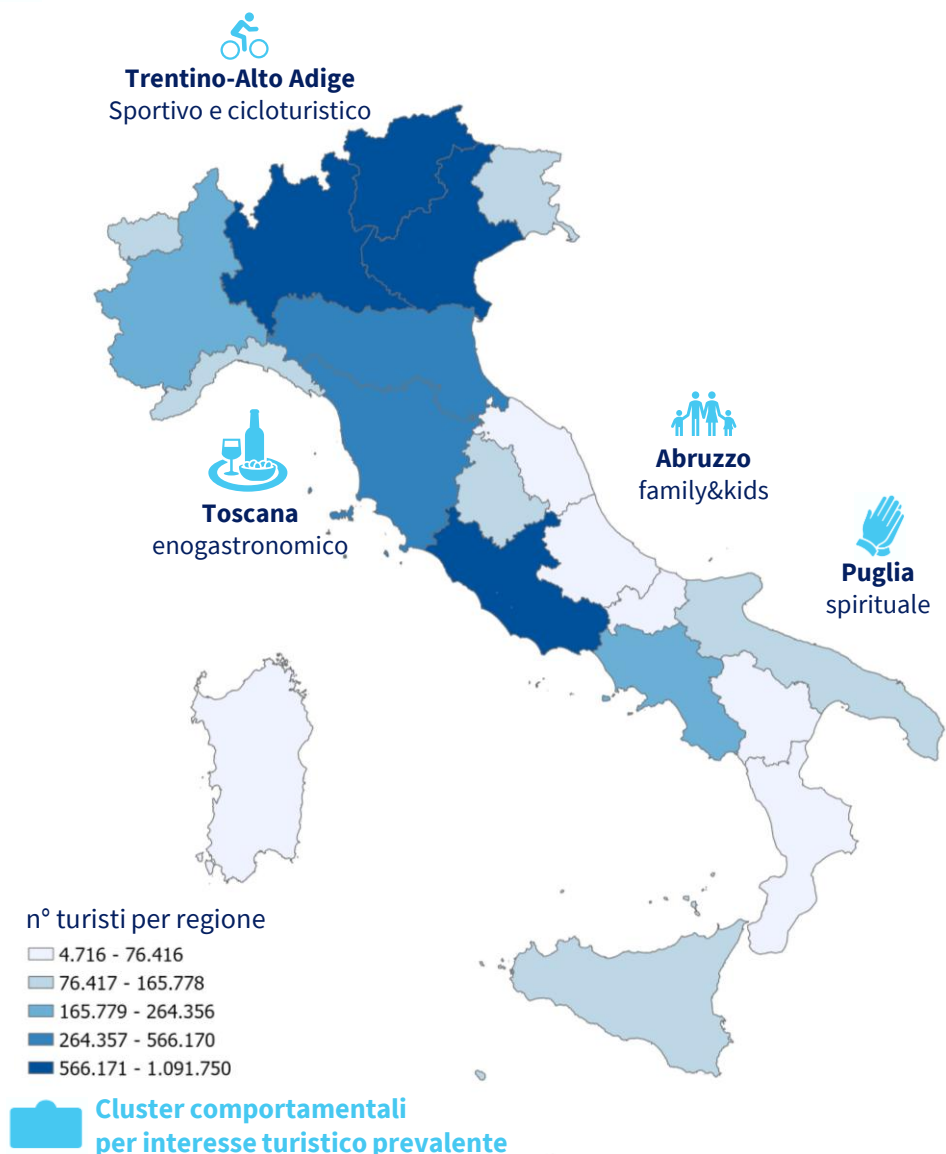
LOCATION INTELLIGENCE

La **Location Intelligence** restituisce una **profilazione anagrafica dei turisti** (sesso, 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.





Analisi di Location Intelligence Festività natalizie 2024

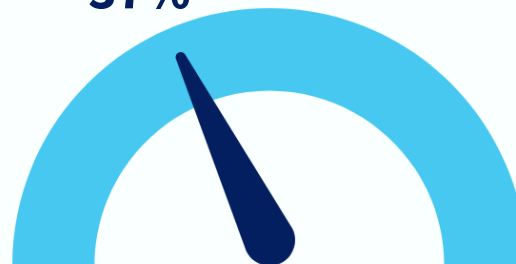


5,8 milioni

di turisti registrati in **Italia** durante
il periodo delle vacanze di Natale*

(distribuiti tra strutture ricettive, affitto in abitazioni private e ospitalità di amici e parenti)

37%



incidenza dei
flussi internazionali
sul totale



+3%



**Crescita dei flussi
internazionali** rispetto allo
stesso periodo del 2023

*dal 23 dicembre al 6 gennaio



Nuovi strumenti di analisi: Transaction Data Analysis

In termini di:

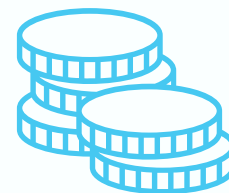
- Volume di **speso**
- Numero di **transazioni**
- Valore dello **scontrino medio**
- **Speso medio per carta**

Articolato per:

- **Categoria merceologica**
- **Nazionalità** della carta estera
- **Singola giornata** dell'evento
- **Evento complessivo**

Rispetto a:

- Benchmark **pre evento**
- Benchmark **post evento**
- **Edizioni precedenti** dell'evento



Eurochocolate 2024

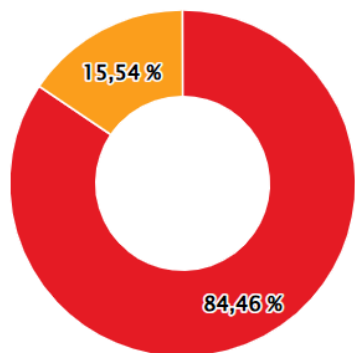
vs

Umbria Jazz 2024

In termini di impatto economico sul **COMUNE DI PERUGIA** dei due eventi

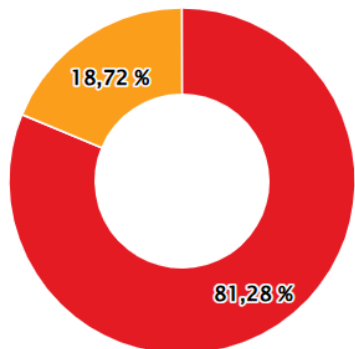
Speso

● Internazionale ● Nazionale



Transato

● Internazionale ● Nazionale



1,62



Speso

2,73

2,12



Transazioni

3,29

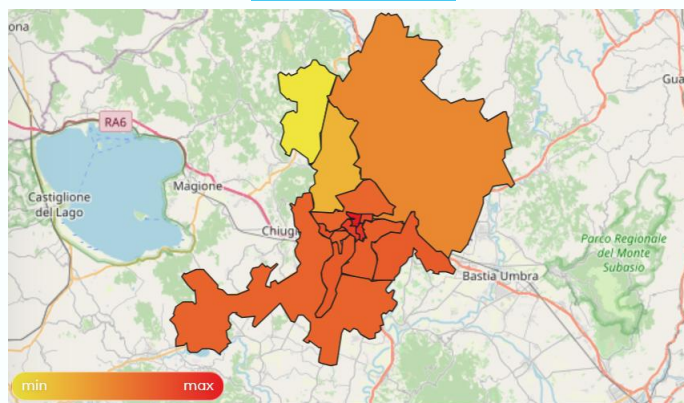
29,92 €



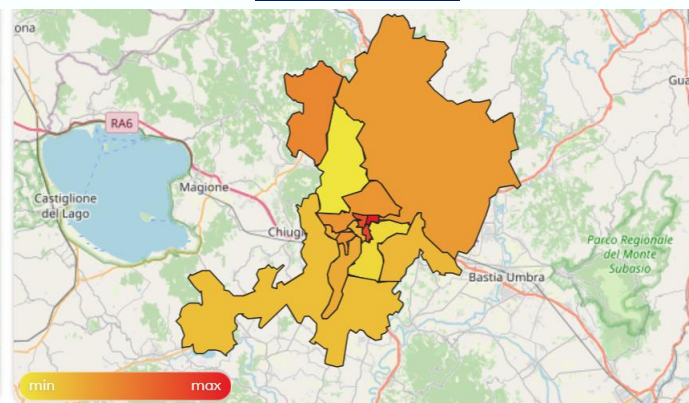
Ticket medio

32,50 €

Speso by CAP

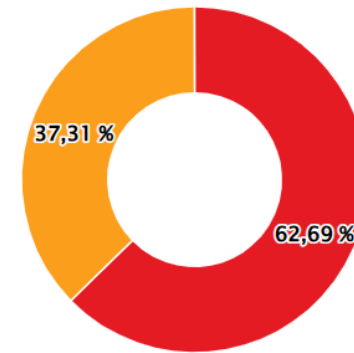


Speso by CAP



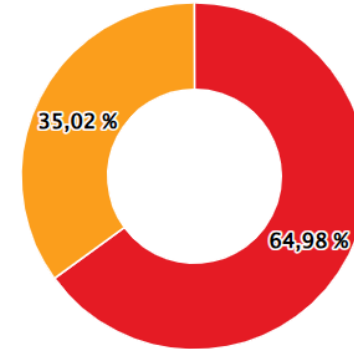
Speso

● Internazionale ● Nazionale



Transato

● Internazionale ● Nazionale



➡ **Impatto** relativamente **maggiore** di **UJ24** rispetto a **EC24**

➡ **EC24** evento a maggior **caratterizzazione nazionale** rispetto a **UJ24**

➡ **Impatto sulla spesa più diffuso** a **EC24** rispetto a **UJ24** dove si è maggiormente **concentrato** nelle **zone centrali**

Turisti in Italia alla ricerca di accessibilità

Quando l'accessibilità diventa motivo di scelta della destinazione...



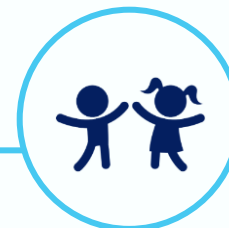
2,2%

Turisti che hanno scelto l'Italia quale posto adatto a **persone con esigenze particolari** (disabilità, esigenze alimentari, ecc.)



5,9%

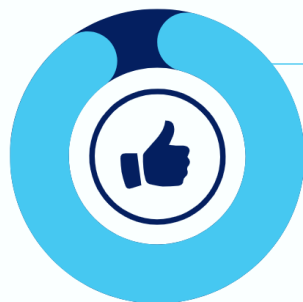
Turisti che hanno scelto l'Italia quale posto adatto a **persone anziane** (15,4% i turisti Baby Boomer e 2,9% i Senior)



6,2%

Turisti che hanno scelto l'Italia quale posto adatto per **bambini piccoli** (12,3% i turisti che viaggiano in famiglia con bambini fino a 6 anni)

Le strutture ricettive di alloggio sono riuscite a soddisfare le richieste di questi target turistici:



94,2%

Turisti che hanno visto soddisfare le proprie richieste da parte della struttura ricettiva ospitante

89,9%

italiani

97,9%

stranieri

Ospiti delle strutture ricettive con esigenze particolari

10,8%

Quota di clientela con
**esigenze particolari indicata
dalle strutture ricettive**

64,4%

Strutture che forniscono servizi
specifici alla clientela con
esigenze particolari

8,5%

Strutture che sul sito web
hanno una **sezione dedicata
ai servizi di accessibilità**
offerti



Strutture in grado di soddisfare le esigenze alimentari dei turisti:

- celiaci (54,8%);
- vegetariani (43,6%);
- vegani (32,4%);
- diabetici (22%);
- ipertesi (14,5%).

Misure adottate dalle strutture per rendere il sito web fruibile da turisti con esigenze particolari:

- font leggibile (57,8%);
- buon contrasto tra colore del testo e sfondo (57,5%);
- testo «in rilievo» grazie ad effetti 3D e ombreggiature (4,5%).

Servizi specifici a favore dell'accessibilità

Offerta di servizi da parte delle strutture ricettive per turisti con esigenze particolari:



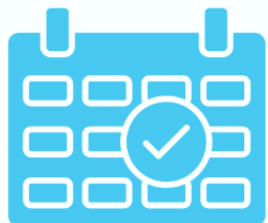


► L'evoluzione del modello organizzativo delle imprese ricettive

13,5% le strutture che utilizzano l'**intelligenza artificiale** nello svolgimento delle proprie attività:

70,9%

Gestione
delle prenotazioni



48,6%

Assistenti virtuali e chatbot,
servizio clienti



43,4%

Procedure di riconoscimento
ed a fini di sicurezza



24,7%

Gestione delle relazioni
con i clienti





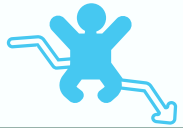
► Progetto Aree Interne (Protocollo di Intesa MASAF-Unioncamere)

Progetto pilota nell'ambito della Strategia nazionale delle aree interne (SNAI)



- **Valorizzazione turistica e tutela del territorio**
Riavvio economico contro lo spopolamento demografico
- **«Effetto covid» in positivo**
Aumento della visibilità ed attrattività turistica
- **Maggior crescita relativa negli arrivi turistici**
+6,9% tra il 2019 e il 2023 vs +1,3% nel resto del Paese
- **Forte concentrazione di agriturismi**
99 agriturismi ogni 100mila abitanti nelle aree interne vs 24 nel resto del Paese
- **Permanenza media più lunga**
4,1 notti vs 3

► Criticità delle Aree interne



L'inverno demografico è più rigido

- Il calo delle nascite tra il 2002-2023 è stato del **32,7%** (vs -28,5% nei Centri)
- **-7,8** per mille il tasso di crescita naturale al 2042 (vs -6,0 per mille nei Centri)



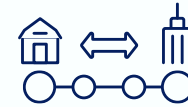
L'invecchiamento della popolazione è maggiore

- vi sono **213** anziani ogni 100 bambini al di sotto dei 15 anni nel 2024 (vs 196 nei Centri)
- ci saranno **323,8** anziani ogni 100 bambini al di sotto dei 15 anni nel 2043 (vs 302 nei Centri)



Il fenomeno dello spopolamento è più rilevante e diffuso

- la popolazione residente diminuisce del **-5,0%** tra il 2014-2024 (vs -1,4% nei Centri)
- le previsioni Istat per il 2043 vedono una riduzione del **-8,5%** rispetto al 2024, per i Centri -3,1%



Vi è un maggior abbandono dei territori

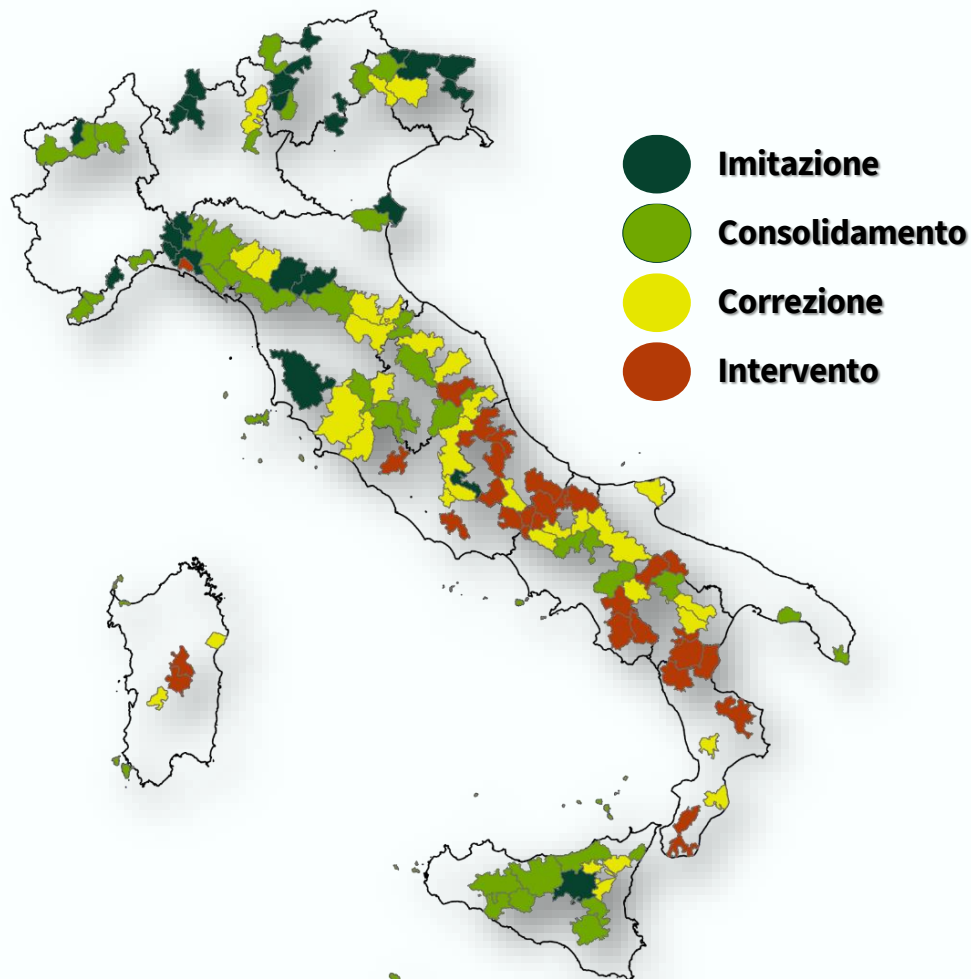
- le Aree interne hanno perso **160mila giovani laureati** tra il 2002-2022, di cui 132mila a favore dei Centri



Il tasso di crescita imprenditoriale è più basso

- 1,2 milioni di imprese attive (24% del totale) con **tasso di crescita** dello **0,3%** nel 2023 (vs 0,8% dei Centri)
- nel 2023 maggior presenza di **imprese a conduzione femminile** (25% vs 22% dei centri) e **giovanile** (9,2% vs 8,7% dei centri)

Area Progetto Turismo



Piemonte, Valle d'Aosta e Trentino-Alto Adige regioni virtuose: includono solo aree da imitare o consolidare.

Molte aree «modello» anche in **Liguria, Lombardia, Veneto e Friuli-Venezia Giulia.**

Ampi **margin** di **miglioramento** nelle regioni centro-meridionali, con particolare riferimento a **Marche, Lazio, Abruzzo, Molise, Basilicata e Calabria.**

Sostanzialmente da **consolidare** il livello di turisticità, in relazione alle proprie potenzialità, nelle **isole minori** e in **Sicilia**, mentre la Sardegna mostra un profilo più assimilabile a quello delle regioni centro-meridionali.



**GAP TRA POTENZIALITÀ
E GRADO ATTUALE DI TURISTICITÀ**

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Paolo Bulleri

Dirigente Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART)

Area per la ricerca economica e sociale sui fenomeni turistici e culturali

p.bulleri@isnart.it

www.isnart.it



ISNART