

*XIX Conferenza Ciset*  
*«L'Italia e il turismo internazionale»*  
Treviso, 9 maggio 2019

**Gli stranieri in vacanza in Italia:  
caratteristiche dei viaggiatori, prodotti  
turistici e destinazioni**

**Introduzione alla tavola rotonda:  
«Concentrazioni turistiche e sviluppo territoriale»**

di Massimo Gallo  
Banca d'Italia - Sede di Venezia

## Quanti sono

- ❑ Nel 2017 sono arrivati in Italia 36 milioni di turisti stranieri in viaggio per **vacanza**. A livello mondiale il quarto paese, dopo Spagna, Francia e Stati Uniti.
- ❑ Dal 2010 la crescita degli arrivi per vacanza (5,8% in media all'anno) è stata in linea con la dinamica mondiale.
- ❑ Nel periodo 2010-17 la crescita degli arrivi totali in Italia è risultata superiore alle previsioni di medio e lungo termine di UNWTO (2,5% previsto per il decennio 2010-20 per la destinazione Europa).

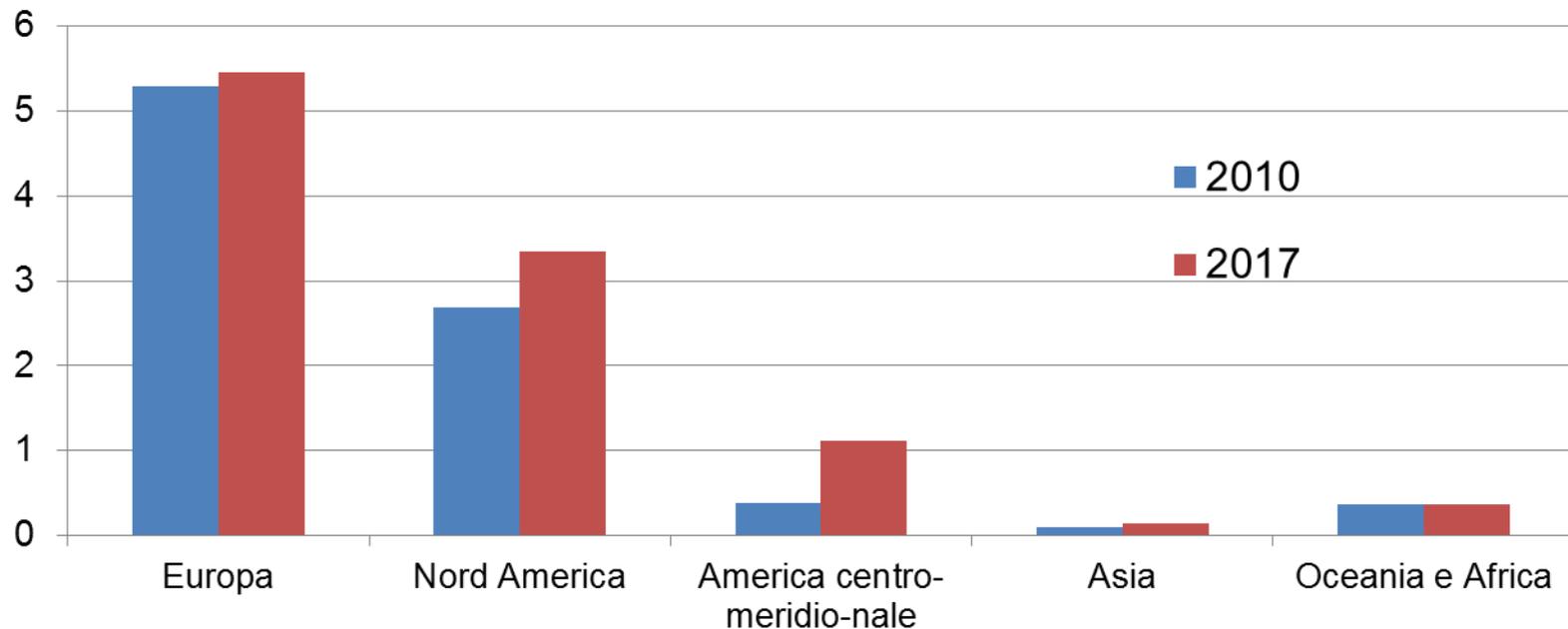
## Chi sono

- ❑ L'83% dei turisti è europeo. Questi sono in gran parte (86%) viaggiatori che ritornano in Italia.
- ❑ I turisti extraeuropei sono aumentati più rapidamente di quelli europei (8,6% e 5,2% all'anno nel periodo 2010-17) ma sono ancora una quota minoritaria (17%). Di rilievo la crescita dei viaggiatori dall'America centro-meridionale (17% all'anno).
- ❑ Tra gli extra-europei, nel 2017 il 57% ha visitato l'Italia per la prima volta.
- ❑ Aumentano le quote dei turisti con età 25-34 anni e con oltre 65 anni.
- ❑ Aumentano la quote dei viaggiatori singoli, in coppia o in famiglia. In calo la quota di gruppi non familiari.

## Un potenziale molto ampio

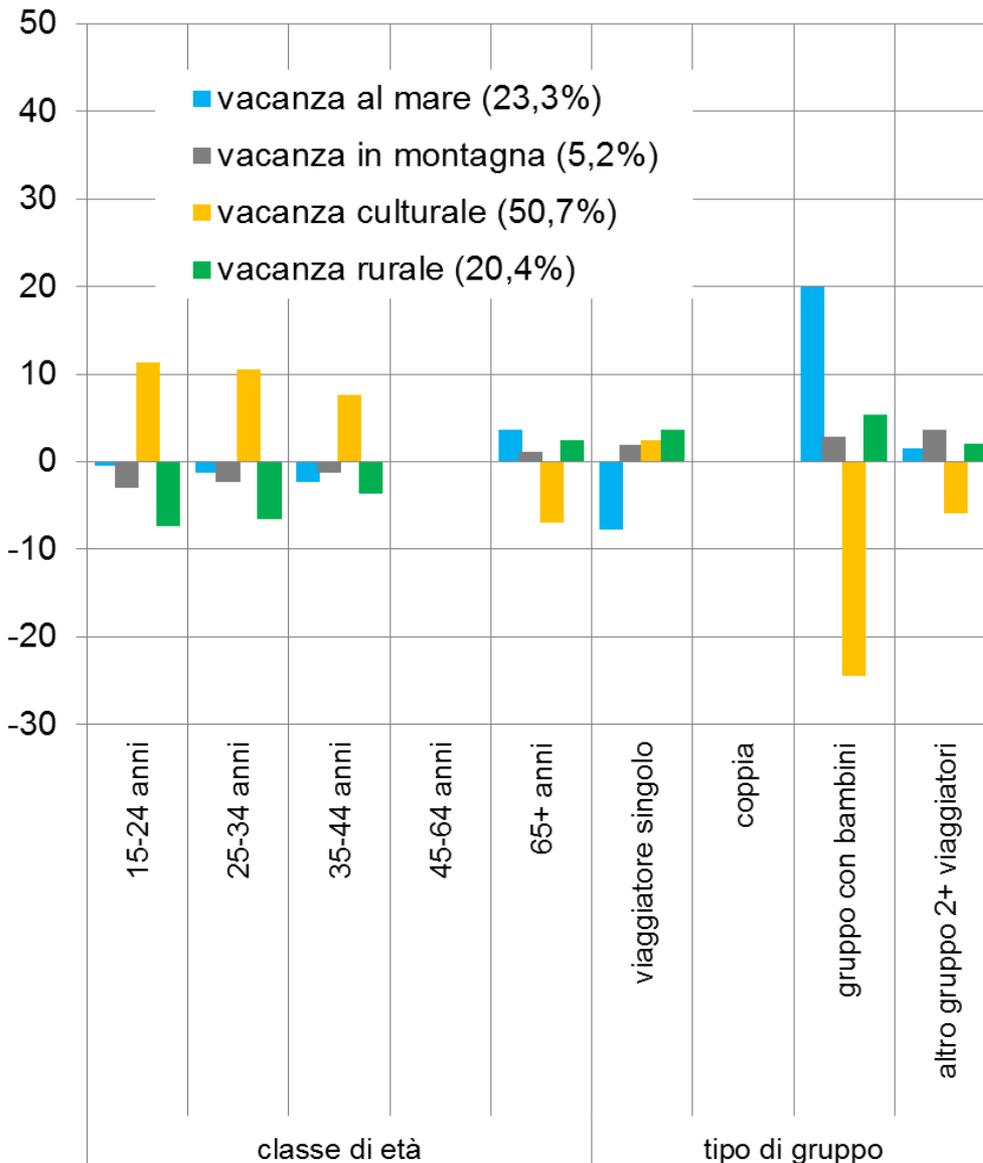
### Turisti che hanno visitato l'Italia per la prima volta

*(su 1.000 abitanti dell'area di provenienza, media 2010-17)*



# Caratteristiche del turista e tipo di vacanza (1)

(stime di probabilità basate su un campione di 250.000 osservazioni)



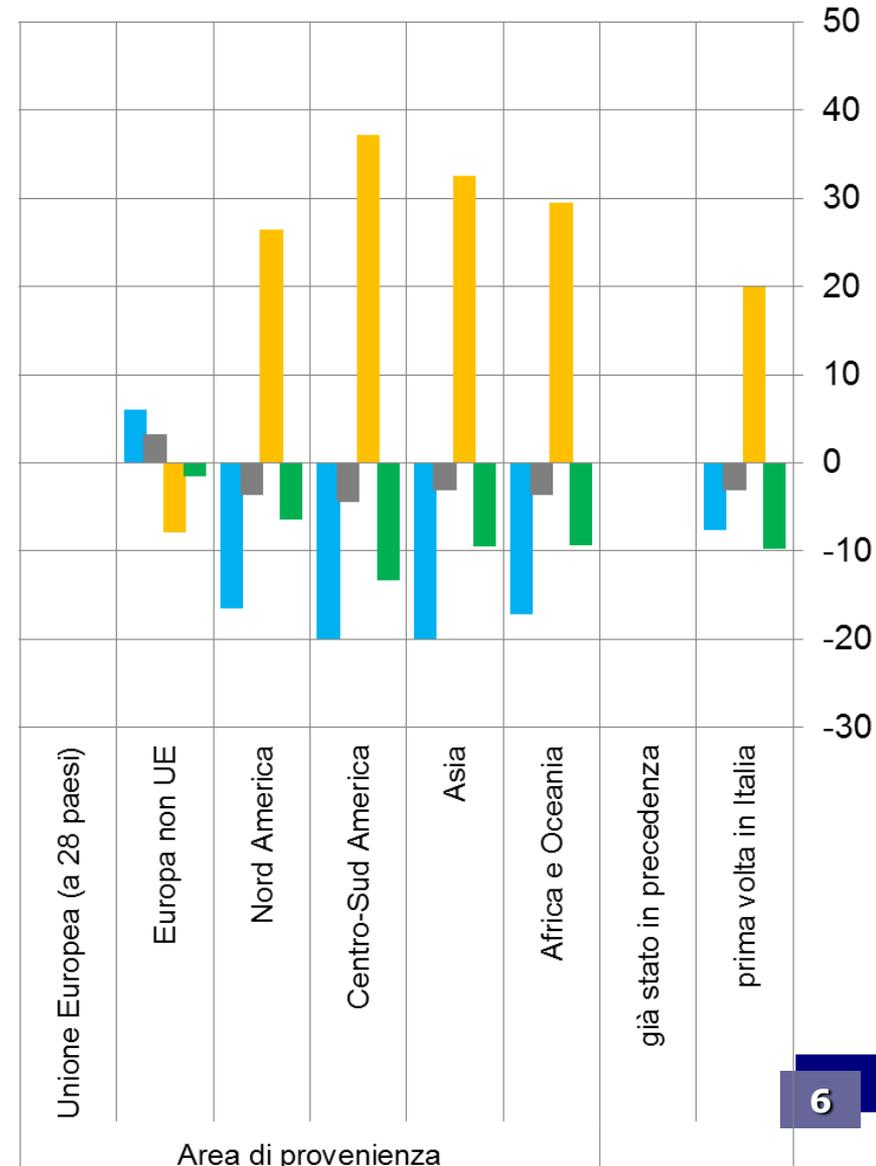
I turisti nelle classi di età più giovani (fino a 45 anni) prediligono le vacanze culturali (o visite a città d'arte). Gli over 65, invece, il mare o le vacanze «rurali» (ovvero in zone rurali, al lago, in agriturismo).

I turisti che viaggiano da soli sono meno propensi ad andare al mare; i gruppi familiari, invece, preferiscono il mare alle vacanze culturali.

# Caratteristiche del turista e tipo di vacanza (2)

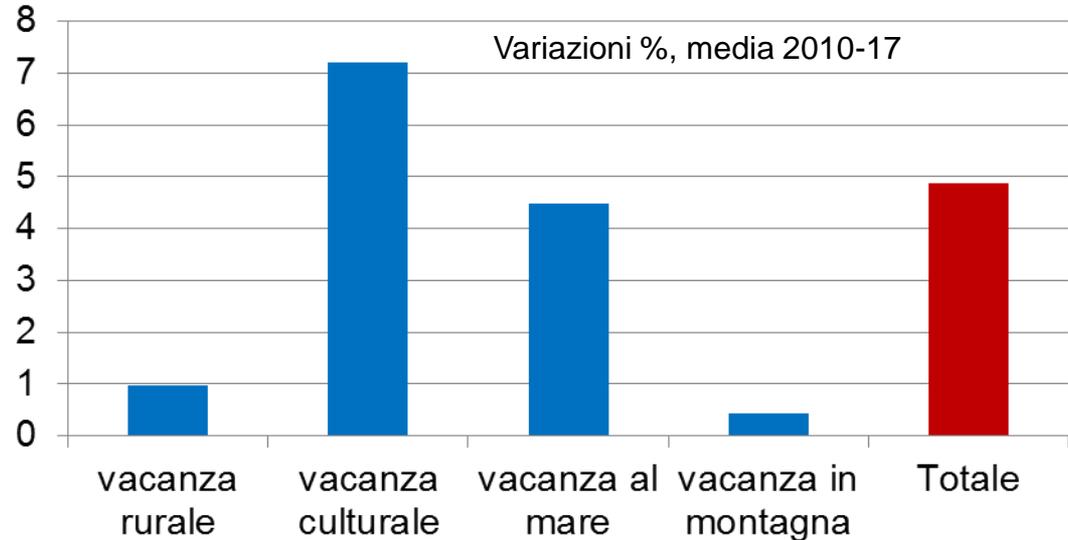
(stime di probabilità basate su un campione di 250.000 osservazioni)

- I turisti extraeuropei sono molto più orientati verso una vacanza culturale. Lo stesso vale per chi viene in Italia per la prima volta.
- Considerata la maggior crescita dei turisti giovani e di quelli extraeuropei, queste propensioni contribuiscono a spiegare le tendenze osservate in questo decennio sul tipo di vacanza scelta dal turista: crescita delle vacanze culturali.



## I prodotti acquistati

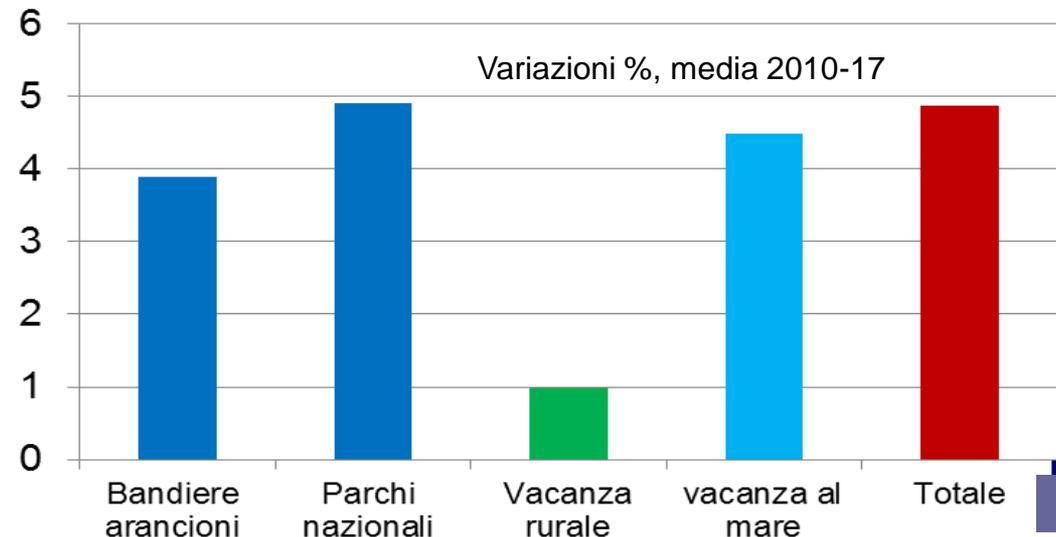
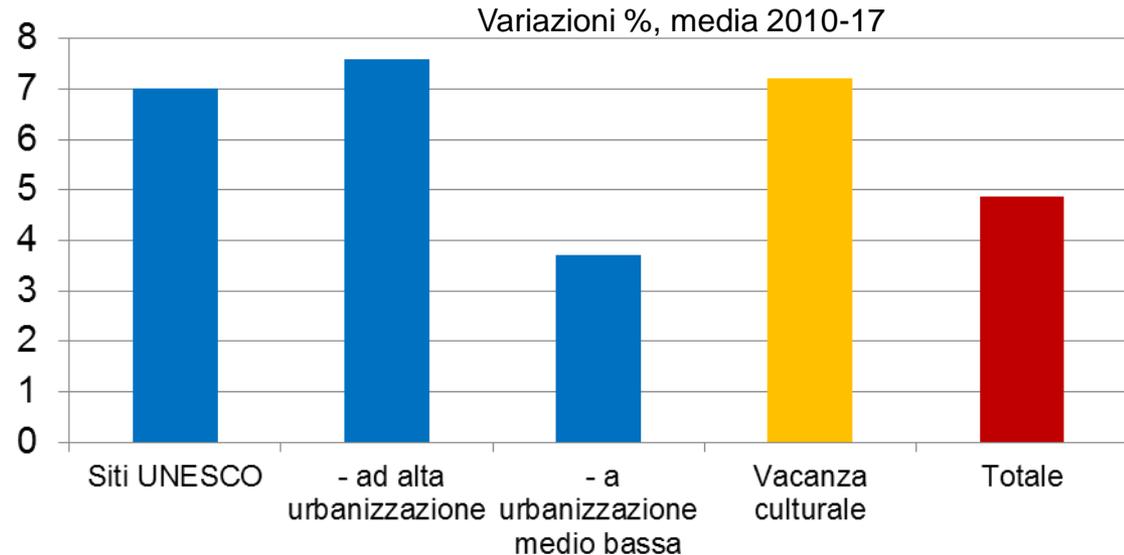
- La **vacanza culturale** rappresenta il 52% delle presenze
- **Crescente ibridazione dei contenuti del viaggio:**



- ✓ Aumenta la quota di turisti che dichiara una **motivazione secondaria** (dal 16 al 33%)  
Tutte le tipologie ⇒ culturale      culturale ⇒ rurale/mare      Rurale ⇔ montagna
- ✓ Aumenta la quota di viaggiatori che **pernottono in più di una località** (dal 30 al 35%) (specie per vacanze culturali)

# Le destinazioni forti e quelle da valorizzare (PST 2017)

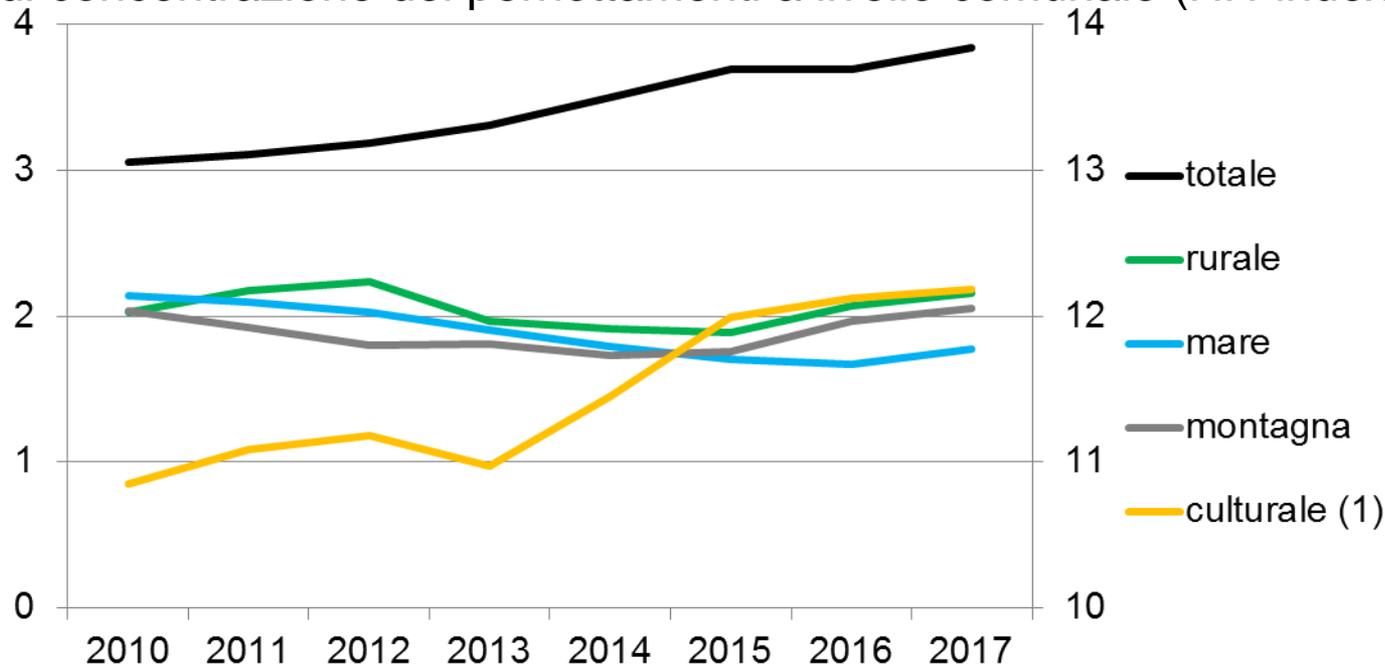
- In forte aumento le presenze nei siti Unesco. Specialmente nelle grandi città italiane patrimonio dell'umanità.
  
- Le aree meno conosciute ma «ricche» forniscono un contributo inferiore, comunque rilevante.



# La concentrazione dei turisti nelle destinazioni

- ❑ La crescita delle vacanze culturali sta determinando un aumento della concentrazione dei turisti nelle principali destinazioni: i primi 10 SLL concentrano il 70% delle presenze per vacanze culturali (i primi tre il 55%).

Indice di concentrazione dei pernottamenti a livello comunale (HH-index, %)



- ❑ A livello complessivo aumenta la concentrazione delle presenze nei comuni, con possibili problemi di congestione

# Conclusioni

- ❑ Nel periodo 2010-17 la **crescita** del turismo internazionale (per vacanze) in Italia è stata **intensa**, in linea con la dinamica del mercato mondiale e superiore alle previsioni.
- ❑ Sono aumentati, in particolare, i turisti più giovani e quelli provenienti dalle **aree extraeuropee**. Per queste ultime, comunque, è ancora bassa l'incidenza dei viaggiatori sul bacino potenziale dei residenti.
- ❑ Questo profilo di turista (giovane e non europeo) si associa più frequentemente a **vacanze di tipo culturale**. Il prodotto «vacanza culturale» è quello cresciuto più intensamente.
- ❑ Le **grandi aree urbane** (specialmente quelle patrimonio UNESCO) sono le mete privilegiate delle vacanze culturali. Ciò determina una crescita della **concentrazione** in alcune destinazioni, con possibili esternalità negative da congestione.
- ❑ Lo sviluppo degli **attrattori culturali e paesaggistici «minori»** è meno intenso ma rilevante e in grado di attivare la crescita in aree più vocate per le vacanze di tipo rurale e balneare.