

DESTINAZIONE ITALIA: TURISMO E COMPETITIVITA' TERRITORIALE. UN'ANALISI REGIONALE DELLA DOMANDA TURISTICA DEI RESIDENTI

Mariangela Sabato<sup>1</sup>, Barbara Dattilo<sup>2</sup>, Mascia Di Torrice<sup>3</sup>

**SOMMARIO<sup>4</sup>**

Il *paper* propone un focus sul segmento *leisure* del turismo dei residenti (vacanze e visite in giornata) sul territorio nazionale (turismo “domestico”), al fine di far emergere alcuni fattori di attrattività turistica dei singoli territori regionali. Le più recenti stime fornite dall'ISTAT nell'ambito dell'indagine campionaria “Viaggi e Vacanze” consentono di realizzare un'analisi descrittiva di diversi aspetti della domanda turistica domestica espressa dalle famiglie, e, allo stesso tempo, forniscono ai *policy makers* elementi utili di valutazione per migliorare la qualità dei servizi turistici offerti e incrementare lo sviluppo e la competitività delle regioni. Nello specifico, il lavoro esplora i seguenti ambiti tematici: 1) le regioni italiane con il maggior potere attrattivo, cioè le mete preferite in occasione di vacanze e di visite senza pernottamento; 2) le motivazioni e le attività che orientano il flusso turistico sul territorio regionale; 3) gli alloggi preferiti nelle diverse regioni e i mezzi di trasporto utilizzati per raggiungerle; 4) la visibilità delle regioni sulle piattaforme online di prenotazione della vacanza, e dunque, la capacità di ciascun territorio di intercettare il turista che utilizza internet; 5) la soddisfazione del turista rispetto a diversi aspetti del soggiorno nella regione visitata e, quindi, la capacità di ogni territorio di offrire al visitatore un'esperienza di vacanza che incontri le sue aspettative.

---

<sup>1</sup> ISTAT, Via Cesare Balbo 16, 00184, Roma, email: [sabato@istat.it](mailto:sabato@istat.it) (Corresponding author).

<sup>2</sup> ISTAT, Via Cesare Balbo 16, 00184, Roma, email: [dattilo@istat.it](mailto:dattilo@istat.it)

<sup>3</sup> ISTAT, Via Cesare Balbo 16, 00184, Roma, email: [maditorr@istat.it](mailto:maditorr@istat.it)

<sup>4</sup> Le opinioni espresse in questo *paper* sono esclusiva responsabilità degli autori. M. Sabato ha redatto l'introduzione e i paragrafi 2 e 6; B. Dattilo ha redatto il paragrafo 3; M. Di Torrice ha redatto i paragrafi 4 e 5. Le conclusioni sono state redatte congiuntamente da M. Di Torrice e M. Sabato.

## 1. Introduzione

La domanda turistica può essere definita come la richiesta di beni e servizi turistici presso una certa destinazione. Essa è espressa da tutti coloro che decidono di spostarsi dal proprio ambiente abituale per un periodo limitato di tempo e si configura come processo decisionale articolato in due fasi. Nella prima fase si manifesta la propensione al turismo per cui l'individuo decide di destinare risorse economiche e tempo libero all'attività turistica. La seconda fase attiene alla scelta del prodotto turistico, ovvero della meta turistica tra le molte "a disposizione". Un territorio diviene, pertanto, una destinazione turistica nella misura in cui esercita un potere attrattivo nei confronti dei potenziali turisti ed è in grado di competere su questo terreno con altri territori. Abbiamo a che fare, dunque, con due parole chiave: attrattività e competitività dei territori. L'attrattività è rappresentata dalle caratteristiche e dalle componenti dell'offerta turistica di una regione in grado di renderla *appealing*, interessante per la potenziale domanda. I fattori di attrattività possono essere di due tipi, "naturale" o spontaneo da una parte, organizzativo o strutturale dall'altra (Di Meo, 2002). Il primo tipo fa riferimento alla "dotazione" di un territorio, cioè a elementi come il paesaggio, il clima, la posizione geografica, la storia, la cultura, l'arte. Si tratta di risorse non riproducibili che vanno costantemente mantenute, conservate, rinnovate e valorizzate se vogliono attrarre turisti. Il secondo ordine di fattori riguarda, invece, la disponibilità e la gestione di risorse producibili, come eventi, mostre, spettacoli e attrazioni "artificiali", prodotti locali, che, per essere attrattive devono presentare qualità elevata e percepibile come tale. A tutto ciò si aggiungono i servizi complementari delle risorse riproducibili e non (le strutture ricettive e di ristorazione, i collegamenti e i trasporti, la disponibilità di informazioni), cioè l'insieme delle infrastrutture e dei servizi a disposizione dei turisti (Costa, Manente, 2000). Da questo punto di vista, la competitività di una destinazione sotto il profilo turistico dipende non solo dal capitale posseduto, ma soprattutto dalla sua capacità di utilizzarlo, cioè di trasformarlo in un'offerta di beni e servizi turistici, in altre parole in capitale turistico (Ritchie, Crouch, 2003). Quest'ultimo è, pertanto, la summa delle risorse naturali, culturali, umane e infrastrutturali che ogni regione è chiamata a custodire e valorizzare.

Il tema dell'attrattività turistica delle regioni e i fattori che possono influire sulla loro capacità di competere in questo settore è affrontato, in questo *paper*, attraverso un'analisi regionale della domanda turistica dei residenti, basata sulle stime fornite dall'indagine campionaria sulle famiglie "Viaggi e Vacanze", la rilevazione ISTAT che dal 1997 fornisce le stime ufficiali sui movimenti turistici della popolazione<sup>5</sup>. Nel quadro delle statistiche disponibili sul turismo, le informazioni messe a disposizione dall'indagine integrano le statistiche prodotte dal lato dell'offerta turistica, che rilevano gli arrivi e le presenze dei clienti (italiani e stranieri) nelle strutture ricettive (esercizi alberghieri e complementari) presenti sul territorio nazionale. L'indagine "Viaggi e Vacanze" esplora il fenomeno del *turismo nazionale*, cioè il turismo *domestico* (che riguarda i residenti che viaggiano in Italia) e *outbound* (che riguarda i residenti che viaggiano all'estero), producendo stime su eventi, quali viaggi (spostamenti con almeno un pernottamento), pernottamenti in viaggio ed escursioni (visite in giornata senza pernottamento) effettuati sia per motivi di lavoro che di vacanza (in Italia e all'estero). Rispetto a questo tipo di informazioni, oltre a rilevare la componente *outbound* del turismo, non individuata dal lato dell'offerta turistica, un'indagine presso le famiglie, come "Viaggi e Vacanze", rappresenta la fonte privilegiata per conoscere la *domanda turistica sommersa*, cioè quella che si realizza negli alloggi privati a pagamento. Allo stesso modo, anche i flussi turistici in alloggi gratuiti, come le seconde case o le abitazioni di parenti e amici, sono rilevabili soltanto dal lato della domanda turistica.

---

<sup>5</sup> Dal 1997 al 2013 "Viaggi e Vacanze" è stata una rilevazione *stand alone* svolta trimestralmente con tecnica CATI e inserita nel sistema delle Indagini Multiscopo; dal 2014 la rilevazione è diventata un focus dell'indagine campionaria CAPI sulle spese delle famiglie, divenendo di fatto una rilevazione continua, svolta su tutti i mesi dell'anno (Per maggiori approfondimenti si veda ISTAT, 2018). Le stime prodotte sono comparabili a livello internazionale, dal momento che definizioni e modalità di rilevazione sono conformi al *Regolamento Europeo per le Statistiche del Turismo 692/2011*, che ha sostituito la precedente direttiva del 1995 e al *framework* concettuale e metodologico delle *International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)*.

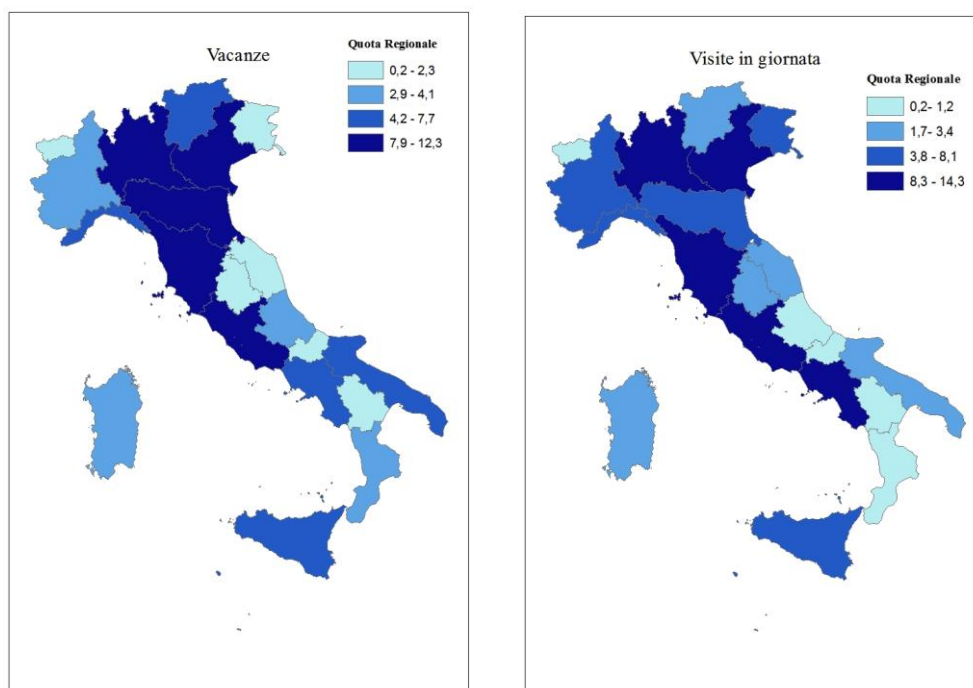
Le informazioni raccolte dall'indagine forniscono un set esaustivo di indicatori su vari aspetti del modo di viaggiare della popolazione residente (destinazioni, motivazioni, tipologia di alloggio, mezzo di trasporto, durata del soggiorno, modalità di prenotazione, spesa, ecc.), oltre che sulle caratteristiche sociodemografiche delle persone che viaggiano o non viaggiano. Il quadro informativo che ne deriva consente di effettuare non solo analisi su specifici segmenti di domanda turistica, ma anche sui territori di destinazione, mettendo in luce le caratteristiche dei flussi turistici ivi diretti. Nell'analisi proposta l'attenzione è focalizzata sul turismo domestico, quindi sugli spostamenti dei residenti sul territorio italiano per effettuare un periodo di vacanza oppure una visita in giornata e la principale variabile di classificazione è la regione italiana di destinazione.

## 2. Le regioni italiane con il maggior potere attrattivo per le vacanze e le visite in giornata

Qualche dato di carattere generale: nel 2018, l'indagine "Viaggi e Vacanze" stima oltre 70 milioni di vacanze effettuate dai residenti, valore in notevole crescita rispetto all'anno precedente (+15,8%). Siamo ancora lontani dai livelli registrati prima della crisi economica (nel 2008 si stimavano oltre 110 milioni di vacanze), ma il trend negativo, che ha caratterizzato il periodo 2009-2015, comportando una perdita complessiva di oltre 50 milioni di vacanze, si interrompe e, dal 2016, le vacanze riprendono a crescere.

Tradizionalmente, la scelta della destinazione delle vacanze ricade prevalentemente su una località italiana (80,5% nel 2018): il Nord è l'area del paese con maggior potere attrattivo per le vacanze (37,6%), soprattutto se brevi – cioè con durata 1-3 notti – (44%), seguita dal Mezzogiorno (23,3%) che supera il Centro per le vacanze lunghe – cioè soggiorni di 4 o più notti – (28,7% contro 11,9%), ma non per quelle brevi (17,3% contro 28%).

*Figura 1 – Vacanze e visite in giornata in Italia per regione di destinazione. Anno 2018, composizioni percentuali*



Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

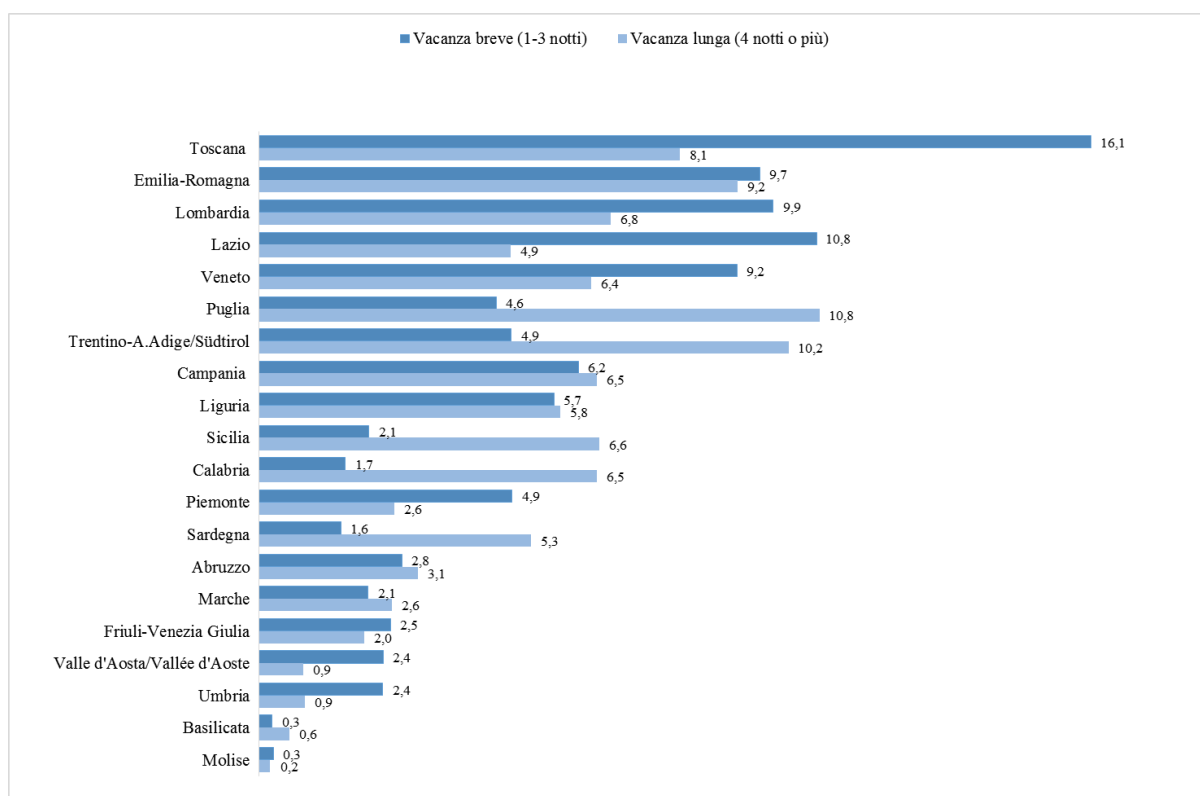
*Quali sono le regioni preferite?* Nel 2018, Toscana, Emilia-Romagna, Lombardia, Lazio e Veneto si collocano nei primi cinque posti della graduatoria delle mete preferite dai residenti, ospitando complessivamente il 46,1% delle vacanze con quote che variano tra il 7,9% del Veneto e l'12,3% della

Toscana (Figura 1). Da quando è iniziata la rilevazione, queste regioni sono storicamente tra le destinazioni più scelte dai residenti che viaggiano per vacanza sul territorio nazionale; in particolare, Toscana ed Emilia Romagna si contendono da sempre lo scettro della meta preferita, primeggiando negli anni ora l'una, ora l'altra. Immediatamente dopo troviamo un gruppo di cinque regioni (Puglia, Trentino Alto Adige, Campania, Liguria e Sicilia) che, nel 2018, accoglie insieme il 31,3% dei soggiorni di vacanza, con quote che vanno dal 4,2% della Sicilia al 7,5% della Puglia.

Se, dunque, consideriamo le vacanze di qualsiasi durata effettuate dai residenti nell'anno all'interno dei confini nazionali, la metà delle regioni italiane accoglie oltre il 77% dei flussi dei vacanzieri; l'altra metà ospita il restante 23%, con quote che oscillano dallo 0,2% del Molise al 4,1% della Calabria.

La Toscana è la meta privilegiata anche per le vacanze brevi (16,1% del totale delle vacanze brevi in Italia), ma, quando i soggiorni sono lunghi, salgono in cima alla classifica delle regioni più visitate, la Puglia e il Trentino Alto-Adige (rispettivamente 10,8% e 10,2% del totale delle vacanze lunghe in Italia) (Grafico 1).

*Grafico 1 – Vacanze brevi e lunghe in Italia per regione di destinazione. Anno 2018, composizioni percentuali*



Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

Quando si parla di movimenti turistici, si deve far riferimento non solo ai viaggi con pernottamento, ma anche al fenomeno delle escursioni o visite in giornata<sup>6</sup>, un fenomeno al centro di un interesse sempre

<sup>6</sup> Un'escursione è una visita senza pernottamento effettuata fuori dal comune dove la famiglia vive abitualmente, diretta in località italiane o estere, con una durata di almeno tre ore nel luogo di destinazione, esclusi gli spostamenti di andata e ritorno. Sono escluse le escursioni che si effettuano durante i soggiorni di vacanza/lavoro, poiché il luogo di partenza e ritorno non è il comune dove vive la persona intervistata, bensì il luogo di destinazione del viaggio. Sono altresì esclusi gli spostamenti che hanno carattere di periodicità/regolarità nell'arco del mese di riferimento (per esempio, per seguire un corso di studi, frequentare una palestra, fare la spesa). Le escursioni possono essere effettuate sia per motivi personali (piacere/svago/vacanza; visita a parenti/amici; motivi religiosi; formazione/cultura; cure termali/trattamenti di salute; ecc.) che per motivi di lavoro. Nel presente lavoro sono prese in considerazione solo le escursioni per motivi personali.

maggiore nel settore del turismo, con forti implicazioni economiche (Di Torrice *et al.*, 2008). Si stima che, nel 2018, i residenti abbiano effettuato quasi 82 milioni di escursioni per motivi personali; data la natura di questo tipo di spostamento turistico (senza pernottamento), le visite in giornata sono dirette nella quasi totalità dei casi verso località italiane (98,4%). La quota residuale interessa destinazioni estere confinanti con l'Italia ed è originata quasi esclusivamente dalle regioni del Nord.

Tra le mete preferite per le escursioni domestiche ritroviamo, nel 2018, le stesse regioni più visitate in occasione delle vacanze e in particolare la Toscana (14,3%), il Veneto (11,3%), la Lombardia (10,9%), il Lazio (8,3%). Nel 2018, l'Emilia-Romagna (8,1%) si colloca subito dopo il Lazio, ma questa regione è sempre stata presente tra le prime cinque destinazioni negli anni passati. Costantemente posizionata nella parte alta della graduatoria, la Campania (11%) guadagna il suo miglior risultato dal 2014 collocandosi al terzo posto (Figura 1).

*Tabella 1 – Graduatoria delle principali destinazioni dei viaggi di vacanza e delle visite in giornata per trimestre. Anno 2018, composizioni percentuali*

GENNAIO-MARZO		APRILE –GIUGNO		LUGLIO-SETTEMBRE		OTTOBRE-DICEMBRE	
VACANZA 1-3 NOTTI IN ITALIA (per 100 viaggi dello stesso tipo effettuati in Italia)							
Toscana	15,6	Toscana	15,6	Toscana	20,9	Lazio	12,9
Lombardia	15,5	Lazio	12,3	Veneto	9,0	Toscana	11,2
Lazio	13,0	Emilia-Romagna	11,7	Emilia-Romagna	9,0	Lombardia	10,7
Veneto	8,8	Veneto	10,0	Lombardia	8,8	Emilia-Romagna	10,4
Trentino-A.Adige/Südtirol	6,8	Puglia	8,1	Liguria	7,1	Veneto	8,5
VACANZA DI 4 O PIU' NOTTI IN ITALIA (per 100 viaggi dello stesso tipo effettuati in Italia)							
Trentino-A.Adige/Südtirol	31,0	Toscana	14,1	Puglia	13,1	Trentino-A.Adige/Südtirol	20,4
Lombardia	11,5	Puglia	13,5	Emilia-Romagna	9,9	Lombardia	11,9
Abruzzo	11,3	Lombardia	10,1	Calabria	8,6	Campania	9,4
Emilia-Romagna	11,2	Veneto	8,1	Toscana	8,2	Emilia-Romagna	8,2
Veneto	6,8	Liguria	7,3	Sicilia	7,6	Calabria	7,8
ESCURSIONI (per 100 escursioni effettuate in Italia)							
Toscana	14,3	Toscana	13,2	Toscana	15,7	Toscana	14,0
Veneto	12,1	Lombardia	13,1	Campania	11,8	Lombardia	13,0
Lombardia	10,8	Veneto	12,5	Veneto	10,3	Campania	12,3
Lazio	10,6	Campania	10,0	Liguria	7,5	Emilia-Romagna	11,6
Campania	9,9	Lazio	9,1	Friuli-Venezia Giulia	6,9	Veneto	10,2

Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

Il turismo è un fenomeno stagionale, quindi la domanda turistica si distribuisce in maniera non omogenea nel corso delle stagioni e può essere influenzata da diversi fattori: il clima (ad esempio il turismo balneare si concentra evidentemente in estate), le motivazioni e il tipo di turismo (se il turismo balneare o sciistico interessano generalmente una sola stagione, quello montano abbraccia due stagioni, mentre il turismo culturale può essere praticato in tutti i periodi dell'anno), il calendario e la disponibilità di tempo libero (festività, ferie e periodi di non lavoro comportano un incremento dei flussi turistici).

Secondo le stime ISTAT, si va in vacanza soprattutto d'estate: il 41,2% delle vacanze domestiche effettuate nel 2018 si svolge nel periodo luglio-settembre, soprattutto se si tratta di soggiorni lunghi (58,7%, con una durata media di circa 10 notti). In occasione di vacanze di breve durata, il periodo preferito è quello primaverile, durante il quale si concentra il 34,1% dei soggiorni di 1-3 notti (con una durata media di 1,8 pernottamenti) sebbene questo tipo di spostamento si distribuisca con quote simili anche negli altri periodi dell'anno (tra il 20% e il 25%). Per quanto riguarda le escursioni sul territorio nazionale, la loro stagionalità

è meno accentuata rispetto i soggiorni con pernottamento, anche se esse risultano leggermente più frequenti nel trimestre primaverile (27,4%) ed estivo (26,3%). Sono questi, infatti, i periodi in cui il clima è più favorevole, le giornate più lunghe e gli eventi/manifestazioni più frequenti, incidendo positivamente sulla propensione a spostarsi in giornata dal proprio ambiente abituale. Tuttavia, non sono trascurabili ed eccessivamente lontane dai livelli primaverile ed estivo le quote di escursioni domestiche in autunno (24,2%) e in inverno (22,1%).

Un'analisi più dettagliata della concentrazione stagionale dei flussi turistici per regione di destinazione ci permette di comprendere se alcune regioni sono destinazioni "per tutte le stagioni", oppure se la loro capacità di attrazione è fortemente condizionata dalla stagionalità del turismo che ivi può essere praticato.

Da questo punto di vista, la Toscana è la destinazione più gettonata in tutti i periodi dell'anno per le escursioni e per le vacanze brevi (rispettivamente 15,7% e 20,9% nel periodo estivo) (Tabella 1). Solamente in autunno, questa regione cede il primo posto al Lazio (12,9%) collocandosi immediatamente dopo (11,2%). Ritroviamo la Toscana in cima alla graduatoria dei soggiorni lunghi (14,1%) e al quarto posto in estate (8,2%). Evidentemente questa regione attira varie tipologie di visitatori interessati a diverse espressioni di turismo: storico-culturale per le sue città d'arte e i borghi medievali, naturalistico per le sue colline e monti, termale per i suoi numerosi stabilimenti e centri benessere, balneare per le sue località marittime alla moda, enogastronomico grazie alla promozione dei suoi prodotti tipici locali e i tanti eventi, feste e sagre che animano la regione in ogni stagione.

La vacanza lunga al mare d'estate è la scelta d'elezione dei residenti; non stupisce che tra luglio e settembre tra le destinazioni preferite figurino cinque regioni dove è possibile praticare turismo balneare. Al primo posto troviamo la Puglia (13,1%), che torna ad essere la più frequentata in questo periodo dopo cinque anni dal 2013. Oltre a questa regione, tra le mete principali per le vacanze lunghe estive figurano altre due regioni del Mezzogiorno, la Calabria (8,6%) e la Sicilia (7,6%), particolarmente apprezzate per le loro acque e quindi in grado di attirare molti turisti che scelgono una vacanza al mare. Da segnalare è anche il secondo posto dell'Emilia-Romagna (9,9%), dove la Riviera Romagnola con i suoi rinomati servizi turistici (stabilimenti balneari, strutture ricettive, intrattenimento e ristorazione) continua ad esercitare un forte potere attrattivo per il turismo estivo.

Il Trentino Alto-Adige, invece, è la destinazione preferita per le vacanze lunghe d'inverno (31%) e in autunno (20,4%), distaccando notevolmente, in entrambi i periodi, la seconda classificata, la Lombardia (11,5% nel trimestre invernale, 11,9% in quello autunnale). Nei mesi di gennaio, febbraio e marzo sono assai frequenti le vacanze per praticare sport invernali, quasi interamente trascorse nelle località montane italiane. Questo spiega la forte concentrazione delle vacanze non solo in Trentino Alto-Adige e Lombardia, ma anche in altre regioni, che per la loro "dotazione" territoriale consentono di praticare turismo montano, come l'Abruzzo (11,3%), il Veneto (6,8%), ma anche l'Emilia-Romagna (11,2%), il cui territorio è occupato da circa un quarto da zone montuose.

*Da quali regioni sono originati i flussi delle vacanze diretti verso le prime cinque destinazioni nazionali?*  
Per le cinque mete preferite dai residenti, gli spostamenti turistici sono prevalentemente intra regionali, ad eccezione dell'Emilia-Romagna, scelta in misura pressoché identica per le vacanze di quanti risiedono in Lombardia (30,8%) e nella stessa regione (30,5%) (Tabella 2). La quota maggiore di flussi interni è detenuta dalla Toscana (35,8%) quella più bassa dal Lazio (20,9%); un quinto delle vacanze dirette verso quest'ultima regione proviene da due territori del Mezzogiorno, la Campania e la Sardegna (rispettivamente 13,5% e 7,2%). Le altre due regioni che contribuiscono maggiormente agli spostamenti dei vacanzieri verso il Lazio appartengono all'area del Nord-Ovest e sono Piemonte e Lombardia (11,2% e 6,1%).

*Tabella 2 – Le prime cinque regioni di destinazione delle vacanze per le principali regioni di origine. Anno 2018, composizioni percentuali*

		DESTINAZIONE									
		TOSCANA (12,3%)		EMILIA-ROMAGNA (9,5%)		LOMBARDIA (8,5%)		LAZIO (8,0%)		VENETO (7,9%)	
ORIGINE	Toscana	35,8	Lombardia	30,8	Lombardia	33,7	Lazio	20,9	Veneto	30,1	
	Lazio	16,8	Emilia-Romagna	30,5	Toscana	9,6	Campania	13,5	Emilia-Romagna	16,3	
	Lombardia	11,9	Toscana	8,7	Emilia-Romagna	8,8	Piemonte	11,2	Lombardia	11,4	
	Emilia-Romagna	9,7	Campania	4,8	Piemonte	8,7	Sardegna	7,2	Trentino-A.Adige/Südtirol	7,3	
	Veneto	7,8	Lazio	4,6	Lazio	7,1	Lombardia	6,1	Lazio	6,8	

Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

In generale, l’area del Sud-Isole genera una quota complessiva di vacanze verso le cinque regioni preferite dai residenti più contenuta (15,7%) rispetto ad altre aree del paese. Del resto, il Mezzogiorno è caratterizzato da un turismo prevalentemente locale (oltre il 53% delle vacanze originato dalle regioni del Sud-Isole è diretto verso località della stessa area). Pertanto, i flussi turistici verso il Centro-Nord sono più contenuti e, allo stesso tempo, il Mezzogiorno accoglie meno turisti provenienti dalle altre aree del Paese, ad eccezione del periodo estivo. Solamente la Campania, oltre a figurare tra le principali regioni di origine delle vacanze verso il vicino Lazio, è l’unica regione del Sud-Isole che figura tra i primi cinque territori che alimentano i flussi turistici verso l’Emilia-Romagna (4,8%). Bisogna sottolineare, inoltre, che le località che ospitano il maggior numero di soggiorni di vacanza si trovano in regioni del Centro-Nord e sicuramente la vicinanza geografica favorisce le visite in territori limitrofi o comunque non particolarmente difficili da raggiungere. Questo risulta particolarmente evidente per il Veneto, che accoglie complessivamente il 35% delle vacanze provenienti da tre regioni confinanti quali l’Emilia-Romagna (16,3%), la Lombardia (11,4%) e il Trentino Alto-Adige (11,4%). Per altre regioni, tuttavia, la posizione geografica non influisce particolarmente sul potere attrattivo dei territori confinanti: così ad esempio, le quote di vacanze originate da regioni come Umbria, Abruzzo o Marche e dirette verso regioni limitrofe come Lazio o Toscana sono più contenute rispetto a quelle generate dalle regioni collocate in graduatoria.

*Tabella 3 – Le prime cinque regioni di destinazione delle visite in giornata per le principali regioni di origine. Anno 2018, composizioni percentuali*

		DESTINAZIONE									
		TOSCANA (14,3%)		VENETO (11,3%)		CAMPANIA (11,0%)		LOMBARDIA (10,9%)		LAZIO (8,3%)	
ORIGINE	Toscana	79,9	Veneto	68,6	Campania	89,8	Lombardia	72,9	Lazio	70,4	
	Liguria	6,6	Friuli-Venezia Giulia	10,1	Lazio	3,6	Emilia-Romagna	8,4	Campania	12,9	
	Emilia-Romagna	5,1	Lombardia	9,7	Puglia	2,5	Veneto	5,8	Toscana	5,1	
	Lazio	4,5	Emilia-Romagna	5,3	Toscana	1,3	Piemonte	5,6	Abruzzo	4,3	

Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

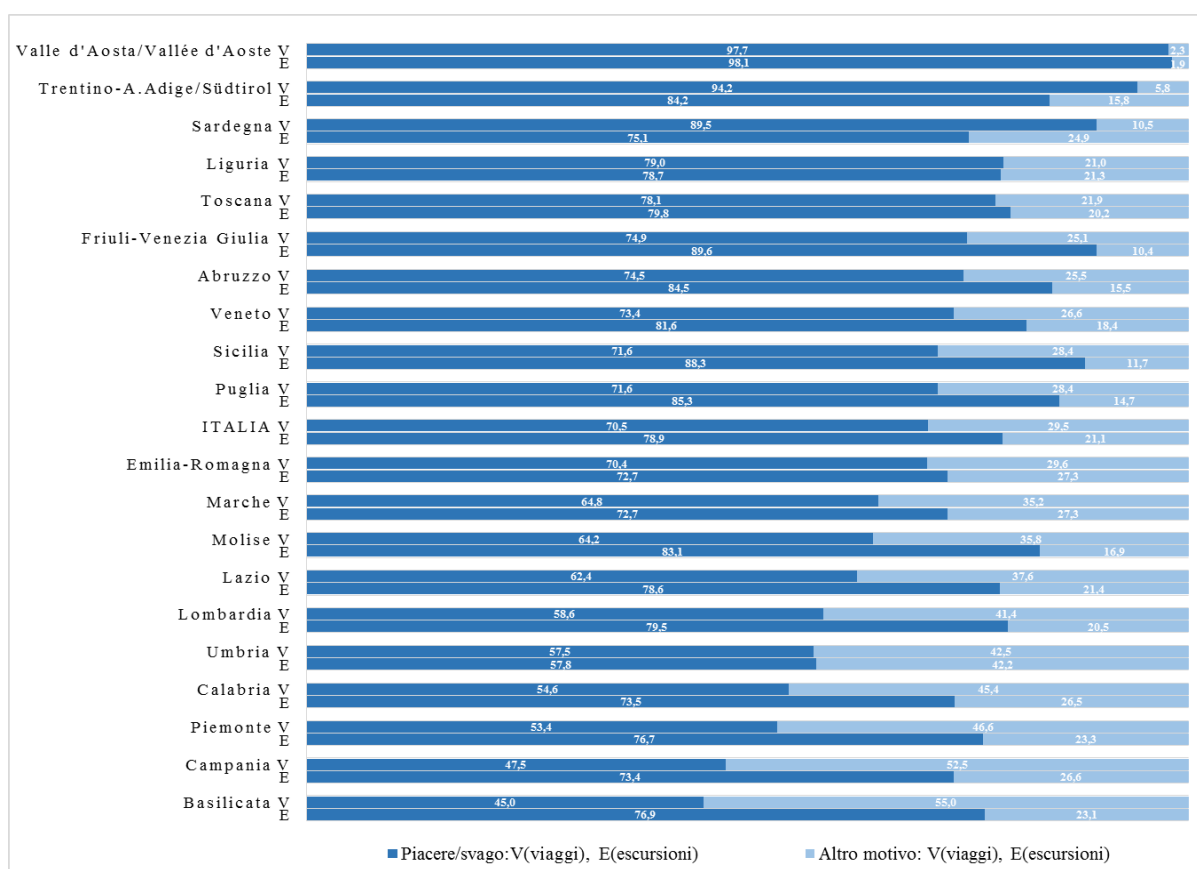
Se spostiamo l’attenzione dalle vacanze alle visite in giornata, la natura dello spostamento conferisce al fenomeno una connotazione ancor più marcatamente “domestica” rispetto al territorio regionale con quote di flussi intra regionali che vanno dal 68,6% per il Veneto a quasi il 90% per la Campania (Tabella 3). La parte residuale delle escursioni per le prime cinque regioni di destinazione è originata interamente da località di territori regionali confinanti, ad eccezione della Campania, che accoglie una quota molto contenuta, ma non trascurabile di visite provenienti dalla Toscana (1,3%).

### 3. Le motivazioni e le attività che orientano il flusso turistico sul territorio regionale

Come di consueto, a livello nazionale la maggior parte dei flussi di vacanze e di visite in giornata è svolta per prendersi dei momenti di svago e riposo, con una maggiore incidenza quando ci si sposta senza pernottare nel luogo di destinazione. Nel 2018, le quote hanno interessato il 70,5% delle vacanze e il 78,9% delle escursioni in Italia (Grafico 2). La restante parte dei flussi ha motivazioni diverse, tra le quali spiccano le visite a parenti o amici (nel 2018 26,7% per le vacanze e 20% per le escursioni) mentre l'altra quota residuale comprende i soggiorni per fare trattamenti di salute prescritti dal medico o per motivi religiosi come i pellegrinaggi (2,8% delle vacanze), oppure, nel caso delle visite in giornata, anche l'accompagnare un familiare, ad esempio un figlio che partecipa a qualche evento sportivo (14,3% complessivamente).

Rispetto alla distribuzione dei flussi sul territorio per regione di destinazione, le motivazioni che spingono a fare vacanze o visite in giornata ricalcano il comportamento medio nazionale. Le regioni con la maggiore incidenza di vacanze e di escursioni per svago/riposo sono al Nord: Valle d'Aosta, che copre la quasi totalità di vacanze (97,7%) e visite in giornata (98,1%), Trentino Alto-Adige (94,2%) per le vacanze e Friuli Venezia Giulia (89,6%) per le escursioni. A queste regioni, si affianca, in terza posizione, la Sardegna (89,5%) per le vacanze e la Sicilia (88,3%) per le escursioni. Se per le visite in giornata in tutte le regioni ci si sposta più per svago/riposo che per altri motivi, per le vacanze con pernottamento, invece, quattro regioni (Basilicata, Campania, Piemonte e Calabria) accolgono in modo quasi equo sia flussi per svago/riposo sia per altri motivi, tra i quali le visite a parenti o amici incidono per oltre il 40%.

*Grafico 2 – Vacanze ed escursioni per motivo prevalente e per regione. Anno 2018, composizioni percentuali*



Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

L'Italia è un Paese che, sebbene sia a forte vocazione turistico-balneare d'estate e montana d'inverno, offre anche molte alternative che soddisfano forme di turismo diverse. Oltre al divertimento o relax, che



comunque resta prevalente e in media interessa circa la metà delle vacanze di svago/riposo in Italia, si parte per visitare le bellezze naturali del posto (in media 17,8% delle vacanze in Italia) o per “fare cultura” (16,4%), ma anche per svolgere altre attività (trattamenti di benessere, shopping, praticare sport, hobbies o volontariato oppure assistere a manifestazioni sportive) che, considerate nel loro complesso, caratterizzano il 14% delle vacanze in Italia<sup>7</sup>.

Ogni regione ha sviluppato nel tempo delle peculiarità tali da attrarre turisti non soltanto per il divertimento, ma anche per il patrimonio storico, artistico e paesaggistico di cui è dotata e per l’offerta di prodotti non tangibili che è in grado di produrre. Il desiderio del visitatore di accrescere la propria conoscenza del patrimonio artistico e paesaggistico del luogo visitato, ma anche la curiosità e l’interesse per la scoperta delle culture contemporanee e i modi di vivere delle persone che popolano una determinata regione, aumentano la domanda di turismo culturale. Queste esigenze hanno lentamente spostato l’attenzione dal piano dei prodotti e attrazioni tangibili, come i monumenti, i musei e i siti archeologici, a quelli intangibili come la partecipazione a festival e altri eventi culturali legati alla letteratura, al cinema, alla musica, al teatro, a esibizioni artistiche come le *performing arts* oppure ai viaggi per studiare la natura del posto, il folklore, l’arte o le tradizioni enogastronomiche, religiose<sup>8</sup> e spirituali.

Certamente alcune regioni sono avvantaggiate rispetto ad altre e, in particolare due regioni, Veneto e Toscana, nel 2018 compaiono in tutte e quattro le classifiche delle attività prevalenti, dimostrando di poter soddisfare, nel corso dell’anno, sia la domanda di turismo culturale, sia quella di turismo paesaggistico, sia quella di divertimento o di altra natura, come le attività sportive o le vacanze benessere (Tabella 4). Importante è anche il contributo dell’Emilia-Romagna che, grazie alla varietà del territorio e dell’offerta di prodotti turistici, tangibili e intangibili, è la seconda regione in graduatoria per il divertimento, e tra le prime cinque per attività culturali o di altra natura. Da notare che le prime cinque regioni per numero di vacanze svolte per “fare cultura” sono anche le prime cinque regioni più scelte in assoluto (Figura 1), ad indicare che la presenza di offerta culturale riesce in qualche modo ad incidere significativamente sulle quote di flussi che una regione è in grado di attrarre.

*Tabella 4 – Graduatoria delle principali destinazioni dei viaggi di vacanza per tipo prevalente di attività svolta. Anno 2018, composizioni percentuali*

Attività culturali <sup>(a)</sup>		Bellezze naturali del luogo		Divertimento, riposo, relax		Altra attività <sup>(b)</sup>	
Lazio	17,9	Trentino-A. Adige/Südtirol	19,3	Toscana	14,8	Trentino A. Adige/Südtirol	24,7
Toscana	15,4	Puglia	12,1	Emilia-Romagna	11,8	Lombardia	12,6
Veneto	10,2	Toscana	11,2	Puglia	8,4	Toscana	10,8
Emilia-Romagna	8,2	Veneto	9,4	Liguria	8,4	Veneto	10,5
Lombardia	8,1	Sardegna	7,3	Veneto	6,7	Emilia-Romagna	8,0

(a) La voce include la visita al patrimonio artistico, monumentale e archeologico, la partecipazione a manifestazioni musicali, folkloristiche, spettacoli e mostre e le vacanze enogastronomiche.

(b) La voce include trattamenti di salute/benessere senza prescrizione medica, shopping, vacanza studio, pratica di hobby, manifestazioni sportive, parchi, volontariato.

Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

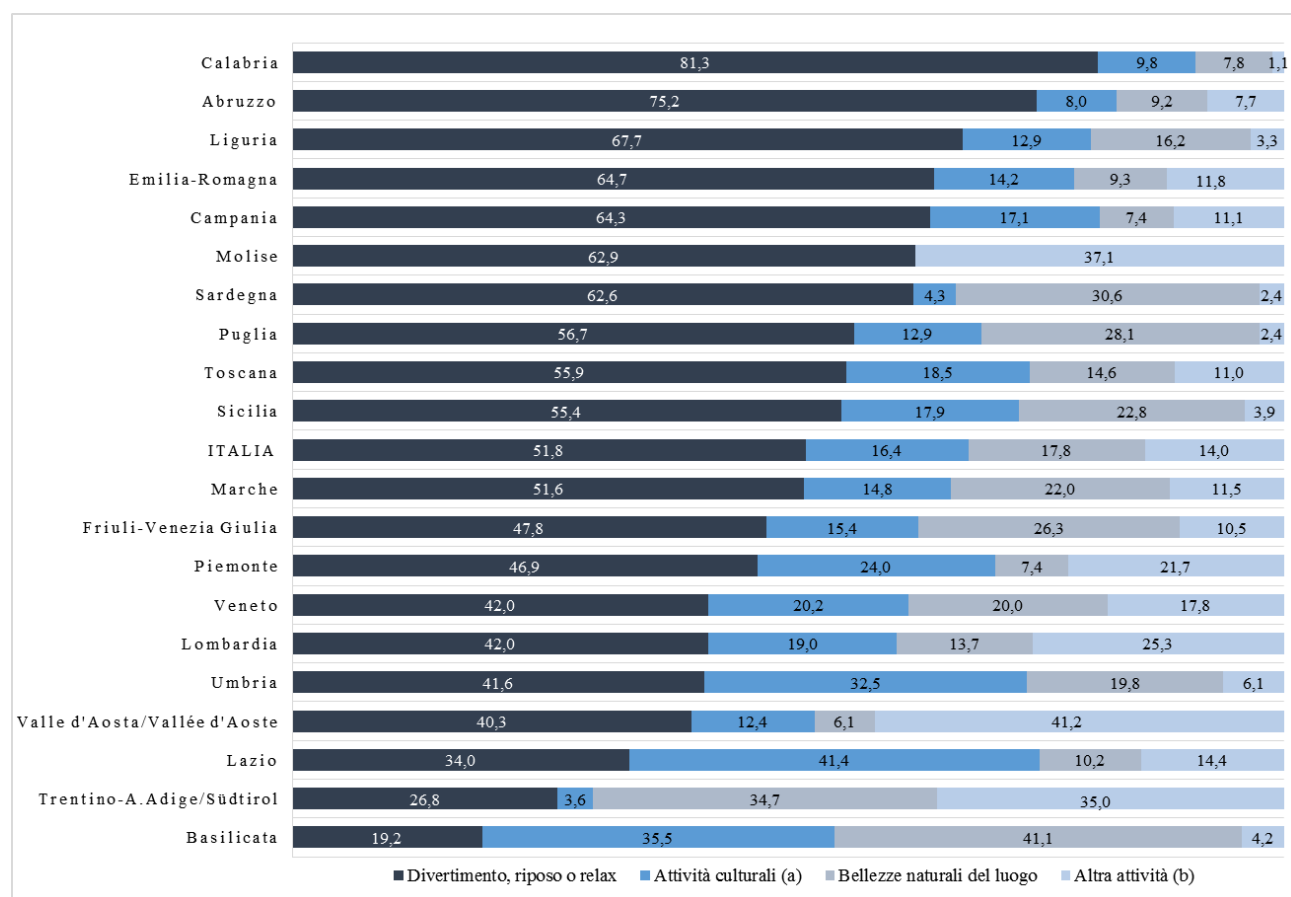
<sup>7</sup> Fino al 2018, nell’indagine “Viaggi e vacanze” le attività praticate in vacanza sono state rilevate con carattere di prevalenza esclusiva. A partire dal 2019, sono stati inseriti nuovi quesiti che consentiranno di analizzare la molteplicità di motivazioni e le diverse attività svolte durante uno stesso viaggio, non solo di vacanza ma anche di lavoro. I primi risultati saranno diffusi all’inizio del 2020.

<sup>8</sup> Secondo le indicazioni dell’UNWTO anche il turismo religioso rientra fra le attività culturali, tuttavia, a livello nazionale, vi sono ancora delle riflessioni in corso in attesa dell’analisi dei risultati derivanti dai nuovi quesiti sul turismo culturale inseriti nel questionario dell’Indagine Viaggi e vacanze per l’edizione 2019.

Analizzando nel dettaglio quali siano le principali attività che caratterizzano le vacanze svolte in ogni singola regione di destinazione, emerge che, nel 2018, in quasi tutte le regioni l'attività di divertimento/relax è prevalente e, in particolare, quelle dove tale quota di vacanze è superiore alla media nazionale (51,8%) sono prevalentemente situate al Mezzogiorno: Calabria, Abruzzo, Campania, Molise, Sardegna, Puglia e Sicilia, con quote che vanno dall'81,3% della Calabria al 55,4% della Sicilia (Grafico 3). A queste, si affiancano tre regioni del Centro-Nord: Liguria (67,7%), Emilia-Romagna (64,7%) e Toscana (55,9%). In tutte queste regioni, certamente, l'offerta di turismo balneare praticato in estate, indirizza il tipo e la prevalenza di attività svolta, ma non va trascurato che per alcune di esse la presenza di un ricco patrimonio culturale o paesaggistico o la possibilità di fare altre attività, svolga un importante ruolo di traino ai flussi vacanzieri, soprattutto in altri periodi dell'anno.

Il turismo culturale infatti, si concentra nei periodi autunnali e invernali, quello per la visita alle bellezze naturali si distribuisce da aprile fino a dicembre, mentre le altre attività, che riguardano prevalentemente la pratica sportiva o i trattamenti termali/benessere, sono più frequenti in inverno.

*Grafico 3 – Vacanze in Italia per regione di destinazione e tipo prevalente di attività svolta. Anno 2018, composizioni percentuali*



(a) La voce include la visita al patrimonio artistico, monumentale e archeologico, la partecipazione a manifestazioni musicali, folkloristiche, spettacoli e mostre e le vacanze enogastronomiche.

(b) La voce include trattamenti di salute/benessere senza prescrizione medica, shopping, vacanza studio, pratica di hobby, manifestazioni sportive, parchi, volontariato.

Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

Molte regioni italiane riescono quindi a diversificare l'offerta turistica attraverso molteplici alternative di tipo culturale, in virtù sia del grande patrimonio monumentale, museale e architettonico, storico e contemporaneo (inclusi i siti archeologici), sia della possibilità di assistere a eventi legati alla letteratura, al cinema, alla musica, al teatro, a esibizioni artistiche (come le *performing arts*), al folklore o alle tradizioni

enogastronomiche. La presenza del patrimonio tangibile e intangibile, dei prodotti delle industrie creative come il *design* e l'architettura, o del turismo dei grandi eventi, hanno esteso il concetto di turismo culturale sempre più, dando la possibilità a molte aree del paese di attrarre un numero consistente di turisti in ogni periodo dell'anno: Lazio, Basilicata, Umbria, Piemonte, Veneto, Lombardia, Toscana, Sicilia e Campania presentano quote superiori alla media nazionale per attività culturali. Nel Lazio, addirittura, le vacanze culturali prevalgono su tutte le altre tipologie (41,4%) e in Basilicata il flusso di vacanze, anche se di ammontare contenuto, nel 2018 è dipeso per più di un terzo da quelle culturali, sostenuto probabilmente dalla nomina di Matera a capitale della cultura europea 2019. Certamente la concentrazione in molte di queste regioni di città che ospitano importanti musei o aree archeologiche statali induce a fare turismo culturale più che in altre regioni d'Italia. Si tratta di siti che rappresentano appena l'1% dei musei e degli istituti similari censiti (in totale pari a circa 5000 siti) ma che sono in grado di attrarre oltre un terzo dei visitatori complessivi (Istat, 2018). Solo per citare i più importanti, in Campania si contano gli scavi di Pompei ed Ercolano, la Reggia di Caserta, Paestum e Capodimonte; in Sicilia il grande patrimonio archeologico greco-romano, le necropoli preistoriche, ma anche le numerose testimonianze di arte barocca; a Roma il complesso del Colosseo, Palatino e Foro Romano, Castel Sant'Angelo e gli scavi di Ostia Antica; a Firenze la Galleria degli Uffizi e dell'Accademia; a Milano il Cenacolo Vinciano; a Torino il Polo Reale; a Venezia il palazzo Ducale e la laguna. Non va trascurato, inoltre, il fatto che l'Italia si caratterizza anche per un numero di strutture museali di piccole e medie dimensioni disseminate sull'intero territorio nazionale. Si parla in questo caso di "museo diffuso", che conta 1,6 musei/istituti per ogni 100 kmq e 1 ogni 12.000 abitanti. L'Umbria ne è un esempio e, non a caso, è terza per incidenza di vacanze per attività culturali (35,5%).

Le regioni che richiamano per lo più altri tipi di turismo sono concentrate quasi esclusivamente al Nord, dove le attività fatte in vacanza sono assorbite in larga misura dalla pratica di sport invernali: Valle d'Aosta (41,2%), Trentino Alto-Adige (35%), Lombardia (25,3%), Piemonte (21,7%) e Veneto (17,7%) sono le principali regioni in cui si praticano attività diverse da quelle culturali, paesaggistiche o legate al divertimento e al riposo.

Analogamente all'effetto trainante dovuto alla ricchezza del patrimonio artistico e culturale, la bellezza dei luoghi naturali presente in ogni area del nostro Paese riesce ad attrarre consistenti flussi vacanzieri verso molte regioni. Con valori superiori alla media nazionale, si ritrovano le vacanze paesaggistiche in Trentino Alto-Adige, Sardegna, Puglia, Friuli-Venezia Giulia, Sicilia, Marche, Veneto e Umbria, con incidenze che vanno dal 19,8% dell'Umbria al 34,7% del Trentino Alto-Adige.

Vi sono poi regioni in grado di diversificare la propria offerta turistica in modo da attrarre insieme turisti che hanno esigenze diverse. La Sicilia, ad esempio, nel 2018, è stata l'unica regione che contemporaneamente ha presentato quote di vacanze superiori alla media nazionale non solo per divertimento (55,4%), ma anche per attività culturali (17,9%) e per visite alle bellezze naturali del posto (22,8%). Il Veneto è la regione che accoglie quasi in egual misura, e con valori sopra la media Italia, flussi per turismo culturale e paesaggistico (entrambi circa il 20%) e per altre attività (17,8%). Sardegna e Puglia, dove la forza di attrazione delle località marine rende prevalente la scelta di vacanze di divertimento (62,6% e 56,7% rispettivamente), sono state tra le mete preferite anche per visite alle bellezze del luogo (30,6% e 28,1%). L'Emilia-Romagna, invece, sebbene sia dotata di un grande patrimonio, grazie al quale attrae un flusso consistente di vacanze culturali (8% delle vacanze in Italia), questo incide appena per il 14,2% sul totale delle vacanze nella regione, poiché compete con l'offerta di divertimento e balneare che assorbe buona parte degli interessi dei vacanzieri (64,7% del totale vacanze nella regione).

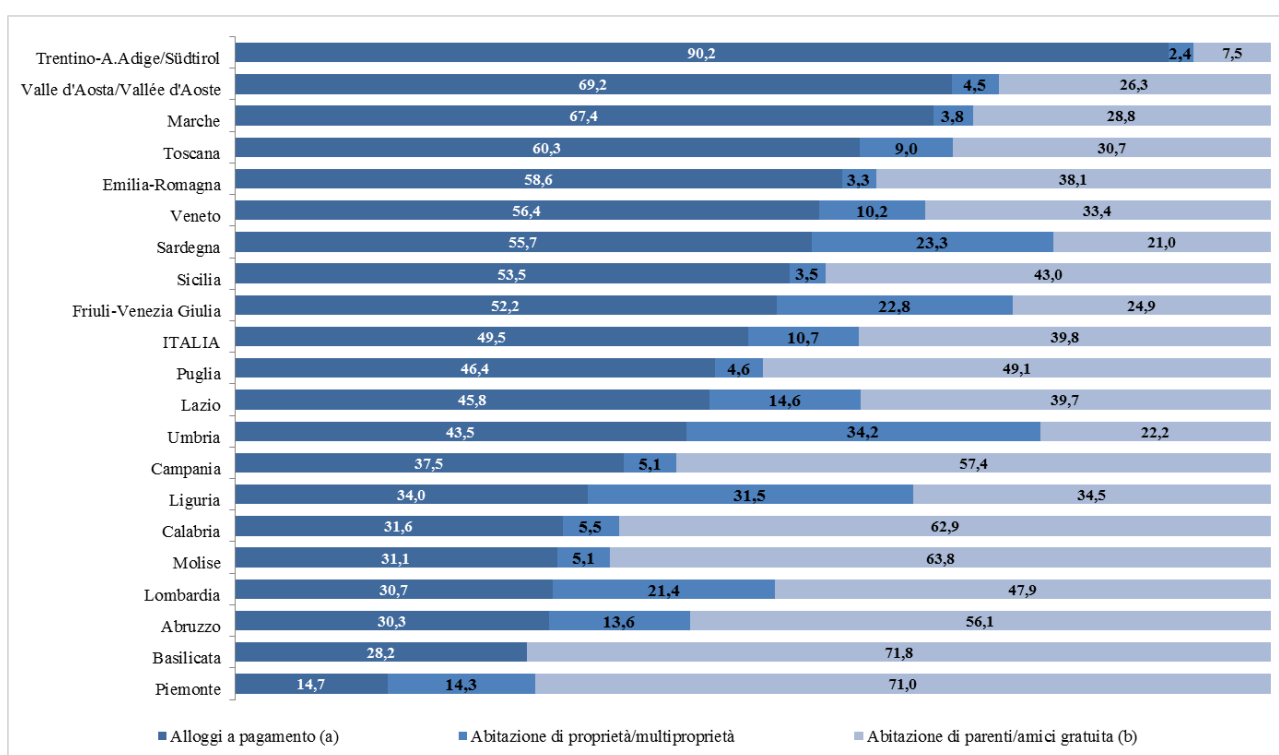
#### **4. Gli alloggi preferiti e i mezzi di trasporto per raggiungere il territorio regionale**

Lo stile delle vacanze domestiche è tradizionalmente connotato da una forte incidenza di pernottamenti in alloggi a titolo gratuito (abitazioni di proprietà o di parenti/amici), a differenza delle vacanze trascorse all'estero, per le quali i residenti prediligono gli alloggi a pagamento. Nel 2018, le notti trascorse in vacanza in Italia risultano distribuite in egual misura tra alloggi a pagamento e alloggi a titolo gratuito (rispettivamente, 49,5% e 50,5%), ma nelle regioni la scelta è assai differenziata (Grafico 4).

Trentino Alto-Adige, Valle d'Aosta, Marche, Toscana, Emilia-Romagna, Veneto, Sardegna, Sicilia e Friuli-Venezia Giulia ospitano la maggior parte delle notti negli alloggi a pagamento, collocandosi al di sopra della media nazionale. In Trentino Alto-Adige, addirittura, questa tipologia di alloggio assorbe la quasi totalità dei pernottamenti di vacanza (90,2%), mentre nelle altre otto regioni vi sono anche quote consistenti di notti trascorse negli alloggi a titolo gratuito, con valori che variano dal 30,8% della Valle d'Aosta al 47,7% del Friuli-Venezia Giulia.

Nelle regioni dove prevalgono gli alloggi gratuiti, la preferenza dei turisti va soprattutto alle abitazioni di parenti o amici: l'uso di questo tipo di alloggio è notevole in Basilicata (71,8%), Piemonte (71%), Molise (63,8%), Calabria (62,9%), Campania (57,4%) e Abruzzo (56,1%). Le abitazioni proprie o in multiproprietà accolgono invece un cospicuo numero di pernottamenti in Umbria (34,2%) e in Liguria (31,5%), ma anche in Lombardia (21,4%).

*Grafico 4– Notti trascorse in vacanza in Italia per tipo di alloggio e regione di destinazione. Anno 2018, composizioni percentuali*



(a) Include alberghi e simili, campeggi, abitazioni e stanze in affitto, altri alloggi a pagamento

(b) Include abitazioni di parenti o amici, altri alloggi gratuiti

Fonte: ISTAT –Indagine Viaggi e Vacanze

La scelta del principale mezzo di trasporto per raggiungere la destinazione è ovviamente determinata da molteplici fattori: la lontananza dalla regione di origine, la presenza di infrastrutture aeroportuali o ferroviarie, l'economicità del mezzo, la numerosità e la composizione del gruppo di persone che partono insieme. Come noto, per il segmento *leisure* i residenti prediligono l'automobile, scelta in oltre 7 vacanze su 10 trascorse in Italia, con regioni che superano la media italiana in modo deciso (Grafico 5).

In particolare, si utilizza la macchina nella quasi totalità delle vacanze dirette in Trentino-Alto Adige e nelle Marche, con valori che superano il 90%. Nel primo caso, ciò è attribuibile alla oggettiva difficoltà nel raggiungere il territorio con mezzi diversi: l'aeroporto di Bolzano, infatti, non offre voli di linea, e, pur essendo stato notevolmente potenziato, le compagnie aeree preferiscono utilizzare gli aeroporti di Verona, Innsbruck, Malpensa e Monaco. Anche raggiungere la regione in treno risulta abbastanza complesso dalle regioni del Centro e del Mezzogiorno. Inoltre, per i turisti, la disponibilità dell'autovettura soddisfa la

necessità di disporre di un mezzo versatile per muoversi a destinazione, nonostante il grande sforzo profuso dalla regione per favorire spostamenti più sostenibili dal punto di vista ambientale.

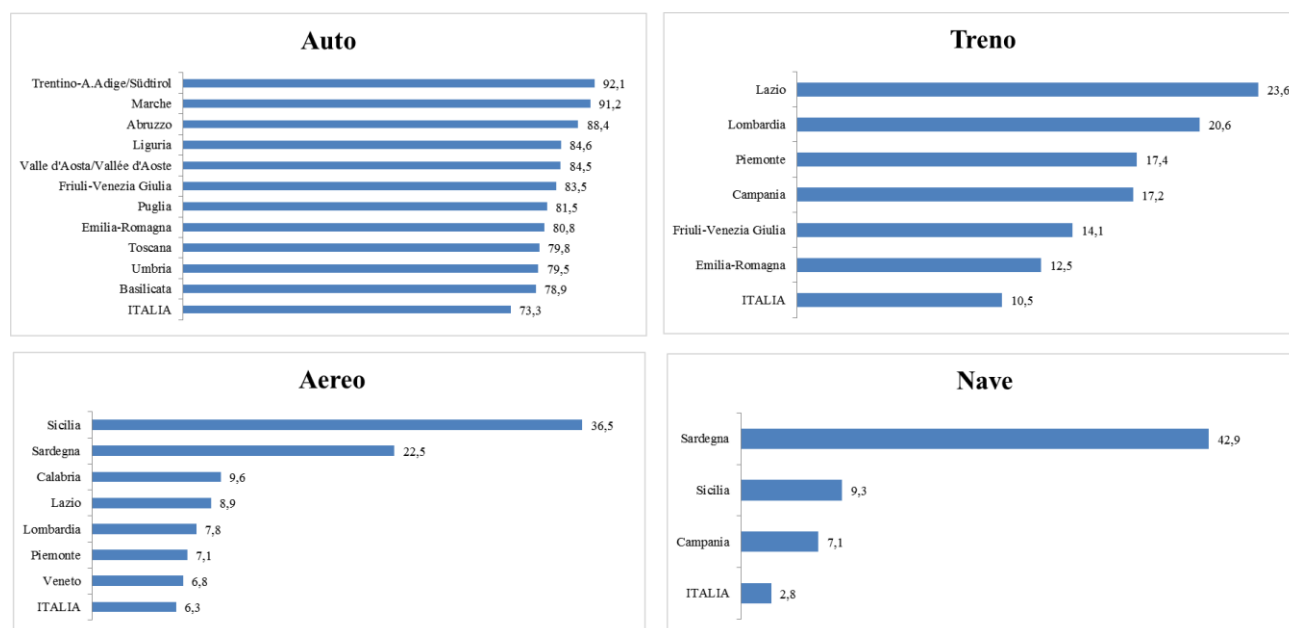
Nelle Marche, invece, esistono infrastrutture aeroportuali e vi sono buoni collegamenti ferroviari, ma in questo caso probabilmente l'automobile resta il mezzo ritenuto più adatto, poiché i turisti provengono per lo più da regioni vicine (Lazio ed Emilia-Romagna).

Si parte in treno solo nel 10% delle vacanze, ma il Lazio, la Lombardia, il Piemonte, la Campania, il Friuli-Venezia Giulia e l'Emilia-Romagna hanno incidenze superiori: nelle prime due regioni più di un quinto delle vacanze è effettuato in treno e l'incidenza di questo mezzo è più del doppio della media nazionale. D'altronde, le prime tre regioni ospitano i più importanti *hub* ferroviari italiani: la stazione Termini a Roma è la maggiore d'Italia, seguita da Milano Centrale e Torino Porta Nuova. La stazione di Napoli Centrale, invece, è il principale scalo ferroviario di tutto il Mezzogiorno.

Le Isole mostrano valori superiori alla media nazionale (6,3%) per le partenze in aereo, utilizzato in oltre un terzo delle vacanze dirette in Sicilia e nel 22,5% di quelle in Sardegna. In Sardegna, però, è la nave il mezzo predominante (42,9% delle vacanze), essendo particolarmente indicata per soddisfare le esigenze di turisti che provengono in un quarto dei casi dalla Lombardia, che trovano nel porto di Genova un punto di partenza facilmente raggiungibile, considerando anche l'importante possibilità, fornita dalla nave, di portare con sé la propria autovettura.

Sebbene con grandissimo distacco, solo in altre due regioni (Sicilia, 9,3% e Campania, 7,1%) l'incidenza della nave è superiore al valore medio. In Sicilia, però, il trasporto via acqua non riesce a scalzare il predominio dell'aereo, poiché il consistente flusso di turisti provenienti da Nord (circa il 40% delle vacanze) probabilmente ritiene che l'aereo sia il mezzo più adatto, data la notevole durata del tragitto via nave dal porto di Genova fino a Palermo. Tuttavia, va evidenziato che i turisti diretti in Sicilia risiedono in circa il 16% dei casi al Sud e nel 12% al Centro, quindi, la nave costituisce comunque una valida alternativa per raggiungere l'isola dal porto di Napoli o di Salerno, mentre coloro che generano l'importante quota di turismo intra-regionale, pari a circa un terzo delle vacanze, preferiscono utilizzare nella quasi totalità dei casi l'automobile. Analogo è il caso della Campania, dove circa il 30% delle vacanze è interno ai confini regionali ed è in parte (circa il 20%) costituito da soggiorni nelle isole antistanti la regione, che elevano la quota di utilizzo del mezzo di trasporto navale.

*Grafico 5 – Graduatoria delle regioni di destinazione delle vacanze per mezzo di trasporto principale con valori superiori alla media nazionale. Anno 2018, composizioni percentuali*

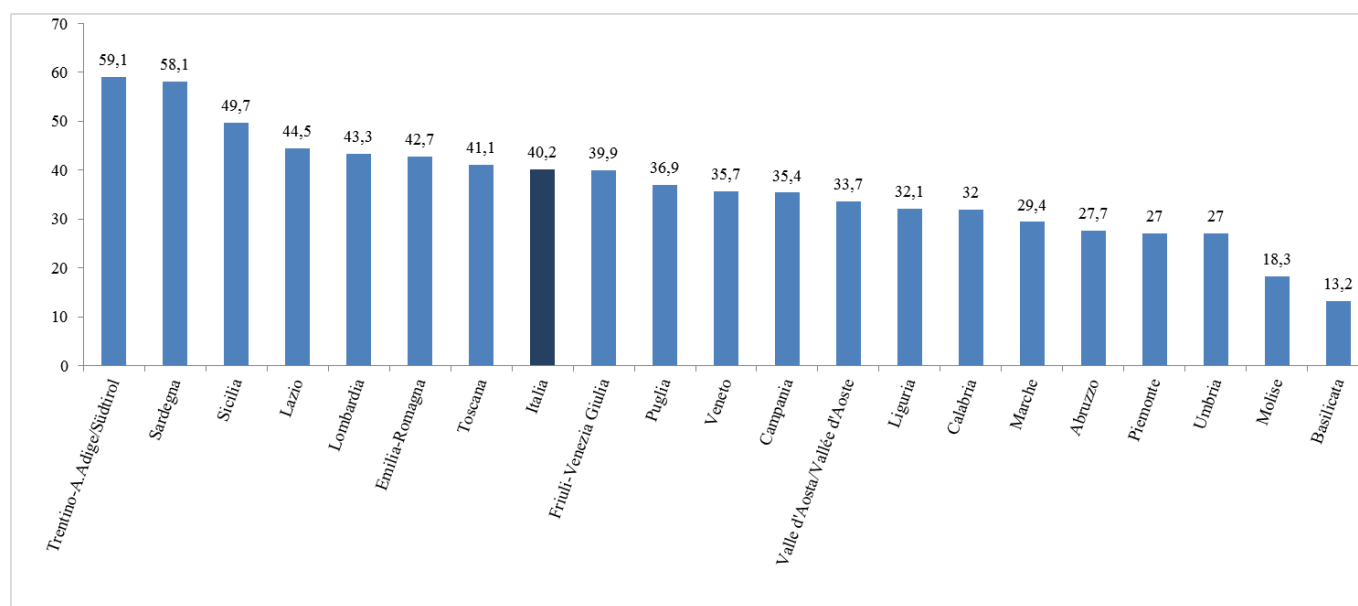


Fonte: ISTAT – Indagine Viaggi e Vacanze

## 5. La capacità delle regioni di intercettare il turista che utilizza internet

La prenotazione delle vacanze tramite internet ha avuto una diffusione sempre più ampia, passando dal 25% del 2014 a oltre il 40% nel 2018, per le destinazioni italiane. Pertanto, la valutazione della performance online delle regioni può fornire una misura della loro capacità di attrazione e della loro visibilità rispetto al segmento crescente dei turisti che utilizzano la rete per organizzare le proprie vacanze.

*Grafico 6– Vacanze prenotate via internet per regione di destinazione. Anno 2018, composizioni percentuali*



Fonte: ISTAT –Indagine Viaggi e Vacanze

Rispetto alla media nazionale, pari al 40,2% di vacanze con almeno un servizio turistico prenotato online (trasporto, alloggio o entrambi), vi sono regioni che hanno performance decisamente positive: soprattutto il Trentino Alto-Adige e la Sardegna, mete per le quali la maggioranza delle vacanze è prenotata tramite internet (rispettivamente 59,1% e 58,1%), ma anche la Sicilia, il Lazio, la Lombardia, l'Emilia-Romagna e la Toscana hanno valori superiori alla media italiana (Grafico 6).

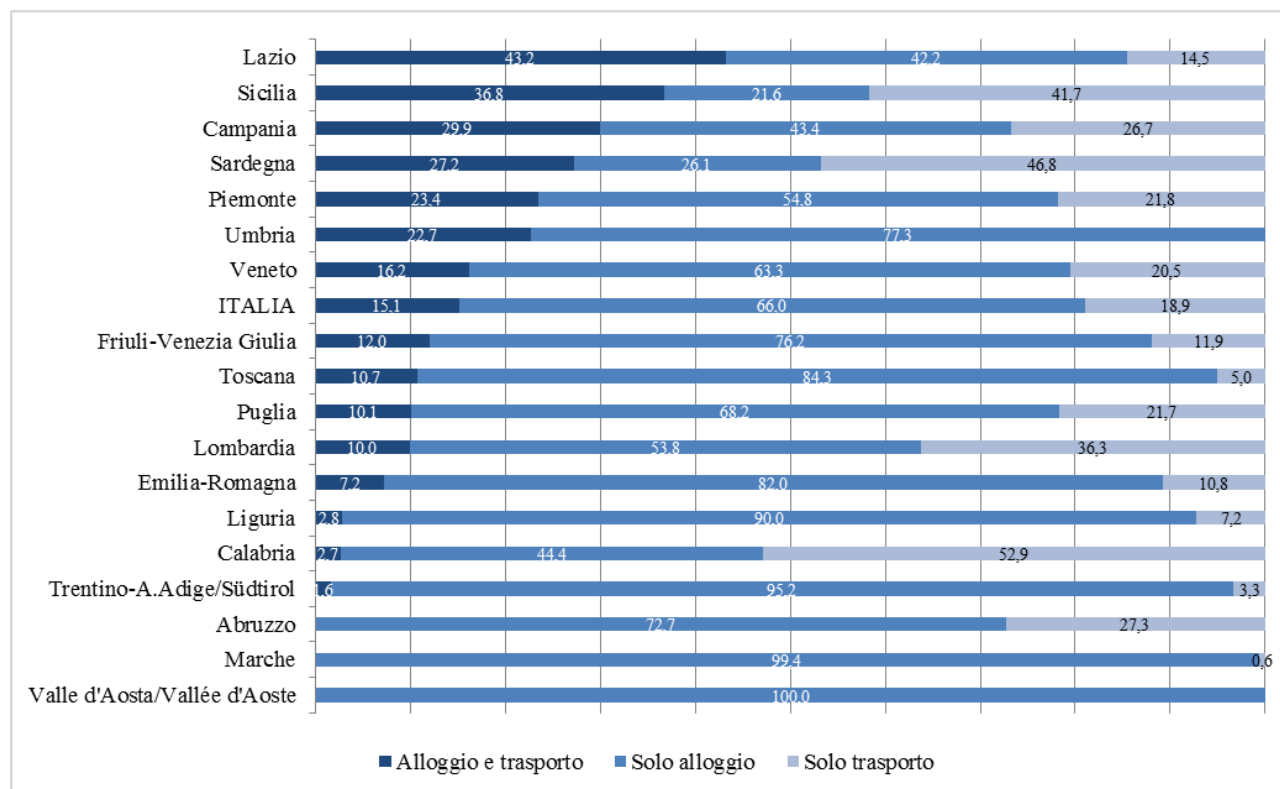
Tuttavia, anche tra le regioni che mostrano un livello elevato di *appeal* digitale, c'è molta differenziazione rispetto al tipo di servizio prenotato via internet. Alcune regioni, infatti, risultano particolarmente attive in rete, ricevendo prenotazioni online per la stessa vacanza sia per il trasporto sia per l'alloggio: Lazio, Sicilia, Campania, Sardegna, Piemonte, Umbria e Veneto mostrano incidenze di prenotazioni online di entrambi i servizi più elevate della media nazionale (15,1%), con quote comprese tra il 16,2% del Veneto e il 43,2% del Lazio (Grafico 7).

Molte regioni, invece, sono caratterizzate da elevate quote di prenotazioni del solo trasporto (in Italia, 18,9% delle vacanze): è il caso soprattutto della Calabria (52,9%), della Sardegna (46,8%) e della Sicilia (41,7%), seguite da sei regioni che superano la media nazionale, cioè Lombardia, Abruzzo, Campania, Piemonte, Puglia e Veneto, tra le quali il valore massimo si registra in Lombardia (36,3%) e il minimo in Veneto (20,5%). I mezzi di trasporto prenotati sono per lo più l'aereo e il treno, ma anche la nave (per le Isole) e i pullman di linea (in Piemonte e in Calabria).

L'alloggio è l'unico servizio richiesto nel 66% delle prenotazioni online ed è coinvolto nella maggior parte delle vacanze prenotate via internet: infatti, il totale delle vacanze con prenotazione online di entrambi i servizi, sommate a quelle del solo alloggio, supera l'80%. Valle d'Aosta, Umbria, Marche, Trentino Alto-

Adige, Toscana, Liguria, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia e Lazio mostrano quote superiori alla media nazionale, con valori che variano tra l'85,4% del Lazio alla totalità dei casi in Valle d'Aosta.

*Grafico 7– Vacanze prenotate via internet per regione di destinazione e tipo di servizio prenotato. Anno 2018, composizioni percentuali (a)*



(a) Per Molise e Basilicata l'esiguità dei casi non permette la disaggregazione per tipo di servizio prenotato

Fonte: ISTAT – Indagine Viaggi e Vacanze

Le tipologie di alloggio a pagamento più frequentemente prenotate online sono gli alberghi e similari, oggetto di 85 prenotazioni su 100 effettuate via internet. La situazione territoriale è però assai diversificata: accanto a regioni nelle quali quasi tutte le prenotazioni via internet riguardano gli alberghi (Emilia-Romagna, Umbria e Marche), vi sono regioni con quote considerevoli di prenotazioni online di abitazioni o stanze in affitto, tra cui Liguria (36,3%), Sardegna (35,2%) e Puglia (16,9%), probabilmente anche a causa della crescente diffusione dell'offerta di questo tipo di alloggi sulle piattaforme specializzate come Airbnb.

## 6. La soddisfazione del turista: la capacità del territorio di offrire un'esperienza di vacanza che incontri le sue aspettative

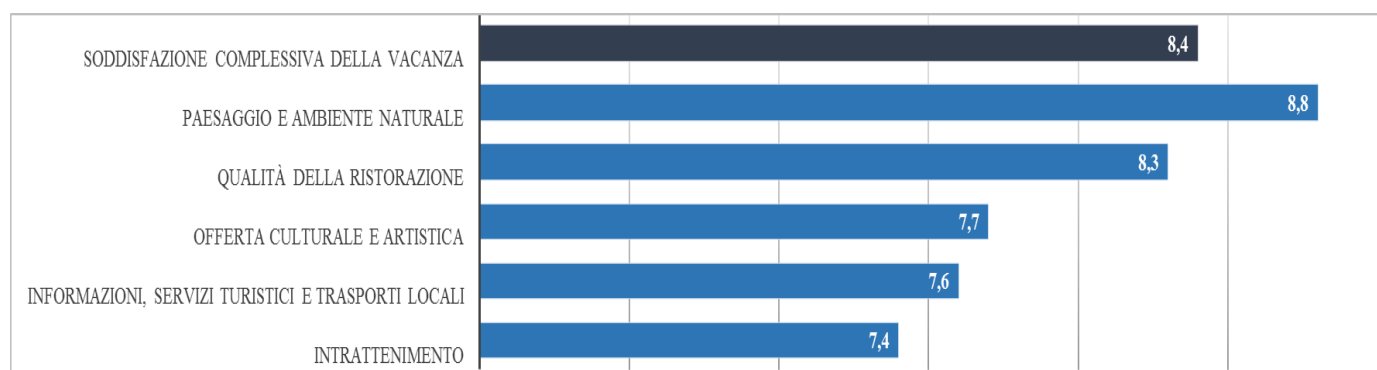
Una misura del successo di una destinazione turistica e quindi della sua competitività è data anche dalla soddisfazione del turista, cioè dalla capacità di un territorio di fornire prodotti e servizi turistici in linea con le aspettative di chi sceglie di trascorrervi una vacanza. Quest'ultima, inoltre, è un prodotto prevalentemente immateriale, difficile da standardizzare, consumato laddove viene prodotto e che prevede la partecipazione attiva del turista. Questi interagisce ed è a sua volta influenzato dagli altri turisti che si trovano negli stessi luoghi di vacanza, nonché dai residenti presso la destinazione turistica, e la soddisfazione che trae da questa interazione è parte significativa della soddisfazione globale della vacanza. Ne consegue che una vacanza potrà essere valutata in termini di soddisfazione solamente dopo essere stata vissuta: il confronto tra aspettative ed esperienza realmente vissuta genererà nel turista soddisfazione se quanto esperito sarà allineato o al di sopra delle sue attese. Le aspettative del turista dipendono, infine, da una pluralità di fattori,



quali: le motivazioni e l'intensità dei bisogni di vacanza, le esperienze passate, le informazioni raccolte attraverso il passaparola di conoscenti, amici, familiari, internet e altri canali di informazione, l'immagine del territorio e dell'offerta turistica veicolate dai "fornitori" di prodotti turistici, ecc. (Casarin, 1996).

Partendo da queste considerazioni, nel 2017, l'indagine "Viaggi e Vacanze" ha introdotto una batteria di quesiti volti a rilevare il livello di soddisfazione del turista per la vacanza effettuata sia in generale, sia rispetto ad alcuni aspetti caratteristici del luogo visitato, quali il paesaggio e l'ambiente naturale, sia con riferimento a vari servizi offerti (l'offerta culturale e/o d'intrattenimento, la ristorazione, la disponibilità di informazioni/servizi turistici e i trasporti locali) (Dattilo *et al*, 2018). In altri termini, si chiede al turista di esprimere, sulla base dell'esperienza vissuta, una valutazione, in termini di soddisfazione, della dotazione delle risorse non riproducibili (risorse naturali, paesaggistiche, storiche e/o artistiche) e riproducibili (mostre, spettacoli e intrattenimento vario) del luogo, nonché dei servizi complementari, cioè dell'insieme delle infrastrutture (informazioni, collegamenti, strutture ricettive, trasporti) a disposizione dei turisti (Costa, Manente, 2000). Dal 2019, la rilevazione della valutazione dell'esperienza di vacanza vissuta è divenuta più sofisticata con l'intento di indagare meglio il rapporto tra aspettative e performance, intesa in termini di aspettative attese o disattese. L'obiettivo è quello di allinearsi al filone delle ricerche sulla *tourist satisfaction* che utilizzano la teoria *expectancy disconfirmation* (Oliver, 1997), secondo la quale il confronto soggettivo tra performance e aspettative produce "disconfirmation" positiva, negativa o nulla, quindi rispettivamente soddisfazione positiva, negativa, nulla. Pertanto la rilevazione della soddisfazione presuppone la misurazione delle aspettative e delle performance. Attualmente la rilevazione è ancora in corso; qui, i risultati presentati si riferiscono, pertanto, ai dati elaborati sulla base della versione precedente del blocco di quesiti.

*Grafico 8 – Soddisfazione per la vacanza complessiva e rispetto ad alcuni aspetti. Dato nazionale. Anno 2018, voto medio da 1 a 10 dove 1 è il minimo e 10 è il massimo*



Fonte: ISTAT – Indagine "Viaggi e Vacanze"

Il dato nazionale del 2018 ci dice che la vacanza sul territorio è stata valutata complessivamente come un'esperienza positiva, con un giudizio medio pari a 8,4 punti. I diversi aspetti sottoposti al giudizio del turista sono risultati mediamente più che soddisfacenti: il punteggio più basso (7,4) indica comunque un buon livello di soddisfazione ed è attribuito all'offerta di intrattenimento. Gli aspetti più apprezzati sono il paesaggio/ambiente naturale (con un punteggio medio prossimo a 9) e la qualità della ristorazione (con giudizio sopra l'8). Seguono poi gli altri due aspetti: l'offerta culturale (7,7) e la disponibilità di informazioni, servizi turistici e trasporti locali (7,6) (Grafico 8).

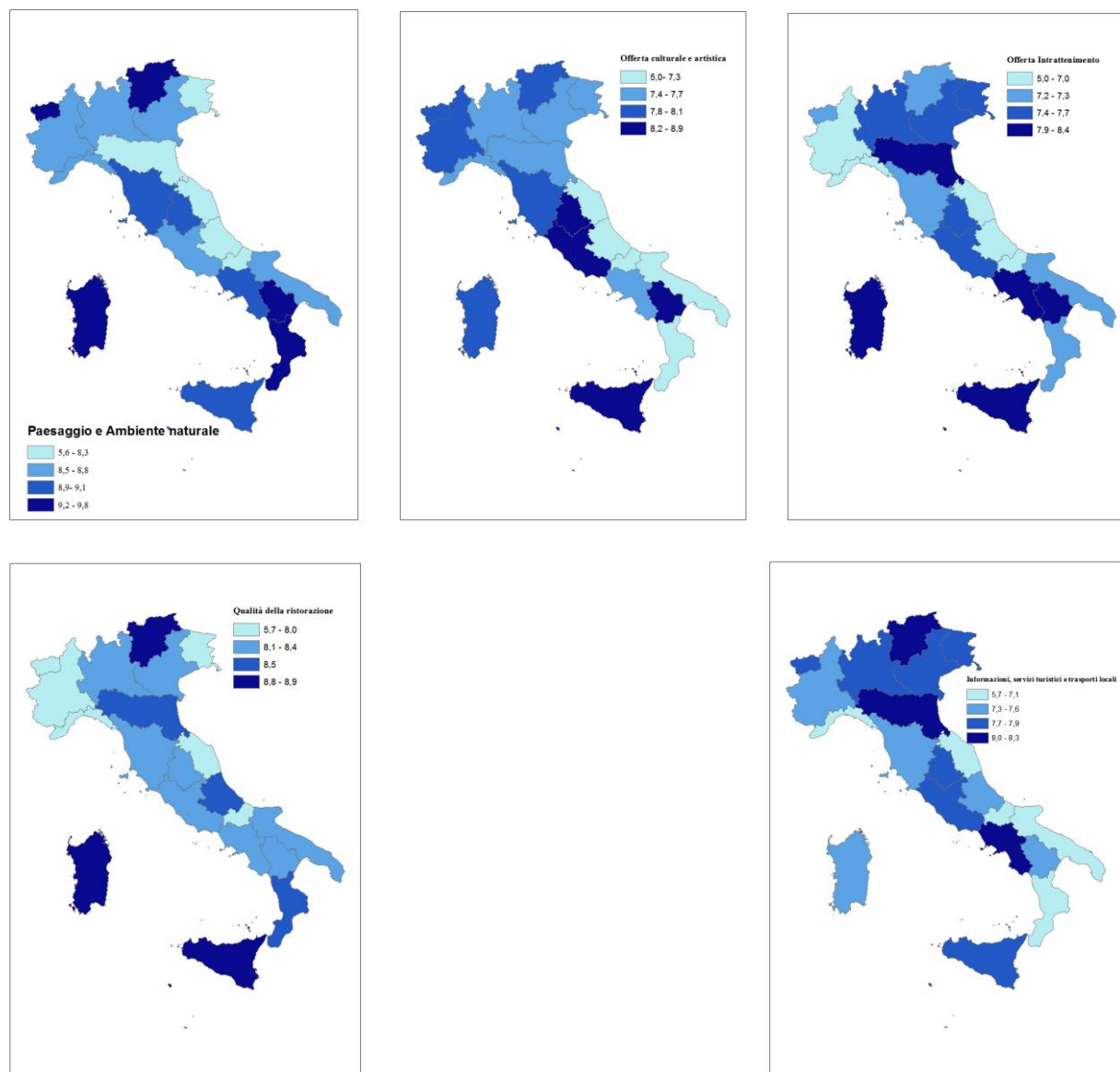
Passando dal dato nazionale a quello regionale, il paesaggio e l'ambiente naturale sono particolarmente apprezzati in tutte le regioni d'Italia; tre regioni del Sud (Basilicata, trainata dal successo di Matera, la Sardegna e la Calabria per le loro coste) e due del Nord (Trentino Alto-Adige e Valle D'Aosta per le loro montagne) ottengono punteggi che superano ampiamente il 9. A brevissima distanza e con un livello di soddisfazione intorno a 9, seguono, per questo aspetto, la Sicilia e la Toscana (Figura 2). Tra l'altro, alcune



di queste regioni (Trentino Alto-Adige, Sardegna e Sicilia), come abbiamo visto, sono caratterizzate proprio da quote di vacanze paesaggistiche superiori alla media nazionale (Grafico 3).

Basilicata e Sicilia, insieme a Lazio e Umbria hanno riscosso i più elevati livelli di gradimento anche in merito all'offerta culturale e artistica con punteggi compresi tra 8,2 e 8,9. Queste sono anche le regioni dove più frequente è la pratica di attività culturali (nel Lazio le vacanze culturali prevalgono su tutte le altre tipologie).

*Figura 2 – Regioni di destinazione e livello di soddisfazione rispetto ad alcuni aspetti del territorio visitato. Anno 2018, voto medio da 1 a 10 dove 1 è il minimo e 10 è il massimo.*



Fonte: ISTAT – Indagine “Viaggi e Vacanze”

Per l'offerta di intrattenimento, con punteggi superiori a 8, si collocano ai primi posti Sicilia, Emilia-Romagna e Sardegna; le due isole si ritrovano con il Trentino Alto-Adige anche nella classe di soddisfazione più elevata, che sfiora il voto medio di 9, in merito alla qualità della ristorazione.

La Sicilia ha ottenuto punteggi di gradimento elevati per quasi tutti gli aspetti indagati, in particolar modo per l'offerta culturale, l'intrattenimento, la ristorazione, ma anche l'ambiente e il paesaggio naturale. Del resto, come abbiamo già evidenziato essa è stata in grado di diversificare la propria offerta turistica in modo

da attrarre insieme turisti con esigenze diverse. Non a caso, nel 2018 è stata l'unica regione che contemporaneamente ha presentato quote di vacanze superiori alla media nazionale non solo per divertimento, ma anche per attività culturali e per visite alle bellezze naturali del posto.

Infine Trentino Alto-Adige, Emilia-Romagna e la Campania emergono nell'altro aspetto investigato, cioè la disponibilità di servizi per i turisti, i collegamenti e i trasporti, con punteggi compresi tra 8 e 8,3.

## 7. Conclusioni

Trascorrere le vacanze in Italia è per i residenti una consuetudine consolidata. Questo stile di viaggio, d'altronde, è in linea con il comportamento dei turisti residenti nei Paesi Ue (15 anni e più); infatti, nel 2017, ultimo anno disponibile, il 75% delle vacanze è stato effettuato entro i confini nazionali (EUROSTAT, 2019). In più, l'enorme patrimonio naturalistico e culturale di cui l'Italia è dotata e che è in grado di offrire ad un turista è uno dei più apprezzati al mondo e costituisce, evidentemente, una forza d'attrazione potente per residenti e non. In particolare, vi sono regioni che costituiscono il punto di forza del turismo in Italia attraendo storicamente consistenti flussi di residenti: la Toscana, l'Emilia-Romagna, la Lombardia, il Lazio, il Veneto. Queste regioni, come abbiamo descritto nel presente lavoro, sono in grado di offrire al turista una pluralità di esperienze di viaggio, essendo dotate di fattori di attrattività "naturali", ai quali hanno saputo aggiungere tutti i necessari elementi organizzativi e strutturali capaci di trasformare in capitale turistico i molti tesori ricevuti in eredità dalla natura e dalla storia. L'ampio ventaglio di proposte diversificato tra divertimento, cultura e bellezze naturali consente a queste realtà territoriali di destagionalizzare in parte il flusso turistico, distribuendolo sulle varie attività in tutti i periodi dell'anno.

Per altre regioni, invece, la conformazione territoriale è maggiormente caratterizzante, per cui questi territori attraggono turisti prevalentemente per le loro bellezze naturali, soprattutto nelle stagioni nelle quali sono maggiormente fruibili. Si tratta delle regioni del Mezzogiorno che, con il loro vasto patrimonio di spiagge, divengono, in estate, le protagoniste del turismo balneare: la Puglia, la Calabria, la Sicilia. A queste si aggiungono alcune regioni del Nord, come il Trentino Alto-Adige e la Lombardia, che con le loro località montane, sono mete ambite delle vacanze per praticare sport invernali. Talune di queste regioni vantano anche un notevole patrimonio culturale, anche se occorre evidenziare che in Italia le destinazioni di carattere culturale sono ovunque ed è difficile non imbattersi nella vastità del patrimonio italiano. Quindi, accade che le vacanze di carattere culturale siano predominanti nel Lazio o superino la media nazionale in diverse regioni, come l'Umbria, ma abbiano meno visibilità in altre regioni, dove vi è un'ampia varietà di risorse attrattive in competizione tra loro. Ci sono, poi, regioni riscoperte solo recentemente come mete di vacanze culturali; ne è un esempio la Basilicata, *location* di numerose produzioni televisive e cinematografiche, nazionali e internazionali. In questo caso, la vetrina televisivo-cinematografica, unitamente alla nomina di Matera a Capitale europea della cultura per il 2019, hanno contribuito alla promozione del territorio e all'attivazione di nuovi flussi turistici.

Esiste, inoltre, in Italia una consistente quota di turismo intrapreso per mantenere i legami con la famiglia e la terra di origine (il cosiddetto turismo "di ritorno") e/o per coltivare relazioni amicali. Questo tipo di turismo, rappresentato dalle vacanze per andare a trovare i parenti e amici (26,7% del totale delle vacanze domestiche nel 2018) caratterizza le regioni del Mezzogiorno (per lo più Basilicata, Campania e Calabria), ma anche alcune regioni del Nord (Piemonte). Del resto sono queste le regioni, dove i turisti scelgono di pernottare prevalentemente presso le abitazioni di proprietà o di parenti/amici.

Come abbiamo descritto, gli alloggi fruiti a titolo gratuito generano una parte consistente dell'ammontare complessivo di notti trascorse dai residenti in vacanza nel territorio italiano. Questa particolare tipologia di turismo domestico in Italia ha peculiarità proprie, per esempio genera flussi monetari minori rispetto agli alloggi a pagamento, ma può incidere fortemente sul territorio di destinazione sotto altri aspetti, determinando in alcuni casi un problema di misurazione della reale pressione turistica sul territorio, ad esempio in termini di impatto ambientale. D'altro canto, negli ultimi anni, si stanno ponendo problemi di misurazione anche per il segmento relativo alla fruizione degli alloggi a pagamento, che afferisce al più

ampio concetto di *sharing economy*. Parliamo, ad esempio, di tutte quelle situazioni che vedono il proprietario di un'abitazione privata proporsi come *host* sulle diverse piattaforme online che offrono alloggi a fini turistici, spesso sfuggenti a ogni tipo di censimento ufficiale. Peraltro, la diffusione dell'utilizzo di stanze o abitazioni in affitto, promossa dalle piattaforme digitali come Airbnb, da un lato comporta benefici per le economie locali, laddove si sommi alla classica ricettività alberghiera, ma di contro, può costituire un fattore critico in alcuni territori, soprattutto nelle città. La pratica di dare e prendere in affitto una casa privata o una stanza per un breve periodo di vacanza è sempre esistita, ma la sua "accelerazione elettronica" sta producendo dinamiche socio-economiche potenzialmente esiziali per le città stesse. Negli ultimi anni si parla spesso di *overtourism* o sovraffollamento turistico quando una destinazione popolare viene letteralmente invasa dai turisti in modo non sostenibile. Tale fenomeno, considerato come diretta conseguenza dei voli *low cost* e delle piattaforme di prenotazione online, è particolarmente evidente in alcune città italiane come Venezia, o europee come Amsterdam o Barcellona, spingendo i residenti sulla strada della "turismofobia". Per far fronte a questo problema, alcune amministrazioni comunali hanno già varato provvedimenti tesi a limitare i flussi di visitatori e a tutelare l'ambiente. Inoltre, l'ingresso delle piattaforme digitali, come Airbnb, nel mercato degli affitti ha incentivato le modalità di affitto *short-term* a scapito degli affitti a lungo termine, perché più remunerativi e più agili: ogni unità immobiliare affittata sulle piattaforme di prenotazione online corrisponde, infatti, a un'abitazione in meno potenzialmente occupabile da residenti stabili. Quando la concentrazione degli affitti di breve periodo ai turisti nei centri storici delle città diventa importante, può portare al cosiddetto fenomeno della "disneyficazione" o gentrificazione commerciale degli stessi, con la sostituzione dei servizi di prossimità del quotidiano, destinati ai residenti, con quelli strettamente a uso e consumo dei turisti. La popolazione diviene sempre più varia e transeunte, snaturando di fatto l'autenticità della cultura locale.

Tuttavia, la promozione del territorio regionale, anche i termini di servizi offerti, non può tralasciare le opportunità offerte da internet e la sua capacità di raggiungere target di turisti sempre più informati ed esigenti. L'analisi della visibilità su internet delle diverse regioni e del tipo di servizi prenotati evidenzia che le performance online sono molto buone per alcune regioni (il Trentino Alto-Adige, la Sardegna, la Sicilia, il Lazio, la Lombardia, l'Emilia-Romagna e la Toscana), ma per le Isole ciò riguarda in larga parte solo il trasporto, servizio che è inevitabile prenotare, trattandosi per lo più di mezzi aerei o navali.

Sembra quindi che l'investimento nel cercare di attrarre il turista cosiddetto "digitale" sia ancora, in alcuni territori, molto limitato o lasciato all'iniziativa delle singole realtà imprenditoriali. Ci si potrebbe interrogare, nell'ambito di *policy regionali*, sull'opportunità di promuovere l'adozione di portali che a livello centralizzato mostrino tutte le offerte alloggiative disponibili in tempo reale che fungano da collettori delle richieste dando opportunità di visibilità a tutta l'offerta alloggiativa e fornendo contemporaneamente un servizio di grande utilità per il turista.

Oltre a quella digitale, le regioni devono affrontare un'altra sfida, costituita dalla contraddizione costante tra la necessità di promuovere le proprie località turistiche, anche in competizione con le altre regioni italiane, e la necessità di tutelarle. Perseguire questo delicato equilibrio, che vede queste due esigenze contrapporsi continuamente è l'obiettivo comune di governatori locali, associazioni che operano a vario titolo sul territorio, residenti nelle zone turistiche e turisti stessi. E' necessaria la partecipazione di tutti gli *stakeholders* per garantire uno sviluppo turistico sostenibile del territorio, capace cioè di "*soddisfare le esigenze dei turisti di oggi e delle regioni ospitanti senza compromettere le opportunità dei residenti e dei visitatori di domani*"<sup>9</sup>. Concretamente significa promuovere attività turistiche che conservino e preservino le risorse naturali, storiche ed artistiche di cui un territorio è dotato, contribuendo allo stesso tempo e in modo equo allo sviluppo economico e al benessere di coloro che vivono su quel territorio. Ciò passa attraverso una pianificazione del turismo atta a massimizzare la qualità ambientale e i benefici economici dell'attività turistica, minimizzando i danni ambientali e culturali. Del resto nell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, sottoscritta dai governi di 193 Paesi membri dell'ONU, tre dei suoi SDGs (*Sustainable Development Goals*) riguardano espressamente il turismo (in particolare i target 8.9, 12.b e 14.7) riconoscendogli non solo il ruolo

---

<sup>9</sup> Questa è la definizione di turismo sostenibile utilizzata per la prima volta dalla World Tourism Organization (WTO) nel 1998. Per maggior approfondimenti si veda <https://sdt.unwto.org/content/about-us-5>.

di settore importante per una crescita economica inclusiva e rivolta alle comunità locali, ma anche di potenziale acceleratore del passaggio alla sostenibilità adottando modelli sostenibili di consumo e produzione<sup>10</sup>.

Proprio per fronteggiare il problema della sostenibilità alcuni comuni italiani hanno adottato l'ETIS<sup>11</sup>, il Sistema Europeo di Indicatori per il Turismo, introdotto dalla Commissione Europea nel 2013, come strumento di gestione, informazione e monitoraggio per le destinazioni turistiche finalizzato alla misurazione delle loro prestazioni in materia di turismo sostenibile. Sulla base di tale strumento, uno degli aspetti da monitorare è la capacità di carico socio-economica del turismo, intesa come la soddisfazione sociale ed economica della popolazione abitante la destinazione turistica rispetto al fenomeno turistico (Satta, 2003). Se è vero che i residenti si dichiarano in media estremamente soddisfatti della loro esperienza di vacanza in qualità di turisti, per le regioni è certamente importante indagare come essi percepiscono il turismo nel territorio dove risiedono, cioè se lo vivono come un'opportunità, oppure un'invasione che danneggia i luoghi naturali, i siti storici e le tradizioni locali, o che addirittura comporta un abbassamento della loro qualità della vita.

Probabilmente la condivisione degli obiettivi delle politiche turistiche regionali con la popolazione che risiede nelle regioni di destinazione può essere un fattore di successo delle politiche stesse, nella misura in cui si riesca a trovare una convergenza tra le esigenze ambientali e di tutti gli attori che si muovono nel "sistema Regione". In questo contesto, la sostenibilità stessa diviene un *driver* di competitività, capace di innescare un circolo virtuoso per cui i turisti stessi sceglieranno e premieranno destinazioni sostenibili.

## 8. Bibliografia

- Casarin F. (1996), *Il marketing dei prodotti turistici*. Torino: Giappichelli.
- Costa P., Manente M. (2000), *Economia del turismo*. Milano: Touring University Press.
- Dattilo B., Di Torrice M., Sabato M. (2018), Il turismo domestico: il potere attrattivo delle regioni italiane. Poster scientifico presentato alla *XIII Conferenza Nazionale di Statistica*, tenuta a Roma, Italia: Giugno.
- Di Meo A. (2002), *Il marketing dell'ambiente e della cultura. Per lo sviluppo turistico del territorio*. Milano: Lupetti.
- Di Torrice M., Cappadozzi T., Perini P. (2008), Estimating the Domestic Same-day Visits in Italy through Different Sources. Paper presented at the *9th International Forum On Tourism Statistics*, held in Paris, France: November.
- Eurostat (2019), *People on the move — Statistics on mobility in Europe — 2019 edition*, Collection: Digital publications. <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/digpub/eumove/wide-menu.html?lang=en>.
- ISTAT (2018), *La nuova indagine sulla domanda turistica*. Roma: Letture statistiche-Metodi.
- ISTAT (2018), Indagine su Musei e istituti similari. Anno 2017, <http://www.istat.it/en/archive/106183>
- Oliver R. L. (1997), *Satisfaction: A behavioral perspective on the customer*. New York: McGraw-Hill.
- Regolamento (UE) n. 692/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 6 luglio 2011 relativo alle statistiche europee sul turismo e che abroga la Direttiva 95/57/CE del Consiglio. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:192:0017:0032:IT:PDF>
- Ritchie J.R.B., Crouch G.I. (2003). *The competitive destination. A sustainable tourism perspective*. New York: CABI.

---

<sup>10</sup> Per maggior approfondimenti si veda

[https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/21252030\\_agenda\\_for\\_sustainable\\_development\\_web.pdf](https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/21252030_agenda_for_sustainable_development_web.pdf) e

<https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>

<sup>11</sup> Per maggiori approfondimenti si veda <https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators/>

Satta A. (2003), La valutazione della Capacità di Carico Turistica nel Mediterraneo. In: Bimonte S., Punzo L.F. (eds.) *Turismo, sviluppo economico e sostenibilità: teoria e pratica*, Siena: Edizioni dell'Università di Siena Protagon.

UNWTO (2010), International Recommendations on tourism statistics 2008 (IRTS 2008) ST/ESA/STAT/SER.M/83/Rev.1, Madrid and New York.  
<https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/irts%202008%20edited%20whitecover.pdf>

## **ABSTRACT**

The paper proposes a focus on the leisure segment of the domestic tourism (holidays and same-day visits), in order to bring out some factors of tourist attraction of Italian region. The most recent estimates provided by the ISTAT sample survey “Trips an Holidays” make it possible to carry out a descriptive analysis of different aspects of the domestic tourism demand by households, and, at the same time, it could give to policy makers useful assessment elements to improve the quality of tourism services and to increase the development and competitiveness of the regions. In particular, the work explores the following thematic areas: 1) the most attractive regions, namely the favorite destinations of domestic holidays and same-day visits; 2) the purposes and the type of activities that orient tourist flows on the regional territory; 3) the favorite tourist accommodations in the regions and the means of transport used to reach them; 4) the visibility of the regions on the online booking platforms, and therefore, the capability of each territory to intercept the tourist who uses internet; 5) the tourist satisfaction with respect to different aspects of the stay in the visited region and, therefore, the capability of each territory to offer to the tourist a holiday experience that meets his expectations.