VI CONFERENZA CISET-UIC

L'ITALIA E IL TURISMO INTERNAZIONALE NEL 2004

Risultati e tendenze per incoming e outgoing

Venezia, Ca' Dolfin, 19 Aprile 2005

COMUNICATO STAMPA

Il 2004 è stato un anno sostanzialmente positivo per il turismo internazionale in Italia, dopo le luci ed ombre del 2003, con un aumento delle entrate per turismo pari al +3,8% rispetto al 2003 (da 27.605 a 28.665 milioni di Euro). In diminuzione, invece, la spesa dei turisti italiani all'estero, i quali hanno manifestato una spiccata tendenza a rinviare la decisione di viaggio e di acquisto all'ultimo momento, nel tentativo di fruire di proposte vantaggiose da parte degli operatori turistici. La diminuzione delle uscite per turismo (da 18.193 a 16.515 milioni di Euro, pari al -9,4%) ha portato ad un conseguente miglioramento del saldo della bilancia dei pagamenti turistica rispetto al 2003 (da 9.412 a 12.150 milioni di Euro, pari al +29,1%).

Questo è il quadro che emerge dalla VI Conferenza L'Italia e il turismo internazionale nel 2004. Risultati e tendenze per incoming e outgoing, organizzata da CISET, Università Ca' Foscari di Venezia e Ufficio Italiano dei Cambi e svoltasi a Venezia il 19 aprile 2005.
L'evento rappresenta ormai un appuntamento consolidato per gli operatori del settore, per discutere le ripercussioni che gli eventi succedutisi nel corso dell'anno appena trascorso hanno avuto sull'evoluzione dell'Italia come meta turistica mondiale e sulle caratteristiche e il comportamento di vacanza degli Italiani che viaggiano all'estero.

Dopo una prima relazione introduttiva che ha fornito un quadro generale sulla Bilancia turistica nel 2004, gli interventi della mattinata hanno evidenziato l'impatto economico del turismo in entrata e in uscita dal nostro Paese e discuteranno le caratteristiche dei turisti incoming e outgoing, con particolare riferimento alle motivazioni, alle destinazioni scelte, al livello di soddisfazione e al comportamento di spesa.

Novità di quest'anno una tavola rotonda sul turismo organizzato da e verso l'Italia, che si è svolta nel pomeriggio e a cui hanno partecipato alcuni dei più importanti operatori del settore. La tavola rotonda è stata aperta da due relazioni introduttive del CISET, che hanno illustrato il profilo dei turisti stranieri e italiani che si rivolgono ad un intermediario per organizzare il proprio viaggio.

Segreteria Organizzativa: CISET Villa Mocenigo, Riviera San Pietro 83, 30030 Oriago di Mira (Ve)
Tel. 041-2346531 fax 041-5630620 e-mail:ciset@unive.it http://venus.unive.it/ciset

Sede della Conferenza: Università Ca' Foscari di Venezia, Aula Magna Ca' Dolfin, Dorsoduro 3825/e
Tel.+39 041 2346911

I turisti internazionali in Italia

La relazione introduttiva di Antonello Biagioli di UIC ha illustrato le principali tendenze emerse dall'indagine campionaria alle frontiere condotta dall'Ufficio Italiano dei Cambi (140.000 interviste annuali). L'anno 2004 si è chiuso con un aumento delle spese dei viaggiatori stranieri in Italia (+3,8% rispetto al 2003, per un totale di 28.665 milioni di euro). In rapporto al PIL, le entrate rappresentano il 2,1%. La destinazione con il maggior apporto di valuta estera si conferma la provincia di Roma (3.732 milioni di euro), in aumento (+5,4%) rispetto al 2003. Fra le altre principali città d'arte sono risultate in crescita Firenze (1.792 mln, +11,7%) e Venezia (2.409 mln, +1,9%), mentre Milano (2.502 milioni di euro, +0,1%) è rimasta ai livelli dell'anno precedente. Il gap fra il Sud, tradizionalmente con entrate da incoming al di sotto del potenziale, e le altre aree del paese, pur restando marcato, si sta progressivamente riducendo: le entrate valutarie al Sud nel periodo 1998-2004 sono aumentate in media dell'8,2% all'anno, contro il +2,6% del Nord-Ovest, il +0,4% del Nord-Est e la flessione del Centro (-2,0%). Dal punto di vista dei paesi di origine, la Germania si conferma la nazione che alimenta le maggiori entrate per turismo in Italia (23,0% del totale, +260 milioni di euro sul 2003) con flussi in aumento. Positivo è stato anche l'andamento delle spese dagli Stati Uniti (11,2%, +1.263), dal Regno Unito (8,8%, +362), dall'Australia (2,1%, +378). In decelerazione le spese dei viaggiatori dalla Francia (9,0%, -426) e, anche quest'anno, dal Giappone (1,4%, -366). Passando ad esaminare la dinamica dei flussi outgoing, l'Italia si conferma tra i principali paesi di origine dei flussi turistici internazionali: in termini di spesa globale per viaggi all'estero l'Italia è al sesto posto, dopo Germania, USA, Regno Unito, Giappone e Francia. Gli italiani all'estero nel 2004 hanno speso 16.515 milioni di euro, valore in calo rispetto all'anno precedente (-9,4%). Il paese che beneficia delle maggiori entrate da viaggiatori italiani è la Francia (12,2% del totale), stabile rispetto all'anno precedente (-30 milioni di euro). Tra le altre principali destinazioni, Germania (8,7% del totale, +233 milioni di euro) e Austria (6,1%, +158) si sono rafforzate, mentre Stati Uniti (8,4%, -532) e Spagna (6,0%, - 466) hanno registrato un calo dei flussi.

In linea con le indicazioni precedenti il quadro sull'economia regionale nel 2004, presentato da Mara Manente del CISET. I 28,5 miliardi di euro di spesa turistica internazionale hanno generato nel nostro paese un valore aggiunto di 23,5 miliardi di euro, con un recupero di circa il 3% rispetto all'anno precedente. A fronte di questo risultato, l'economia turistica regionale ha registrato un'accentuazione della concentrazione territoriale: le prime 6 regioni (in ordine decrescente, Lombardia, Veneto, Lazio, Toscana, Trentino A.A. ed Emilia Romagna) hanno infatti totalizzato il 71% della spesa turistica internazionale e il 69% del valore aggiunto, contro percentuali che nel 2003 erano rispettivamente del 67,6% e del 66%. La ragione di ciò va ricercata nell'andamento negativo della domanda proveniente dai tradizionali mercati di lingua tedesca, strutturalmente più distribuita su buona parte del territorio nazionale, cui si sono contrapposti i buoni risultati sui mercati d'oltreoceano --in primis gli USA che hanno registrato un significativo recupero dopo la crisi del biennio precedente-- e sui mercati emergenti del sud est asiatico, il cui movimento tende a concentrarsi nelle destinazioni più tradizionali. A questa dinamica sono peraltro riconducibili i risultati in termini di spesa media giornaliera che, pari a 88 euro su scala nazionale, ha registrato incrementi sensibili in quasi tutte le regioni, avvicinandosi dunque ai dati del 2001. Anche le performance delle diverse tipologie di turismo trovano spiegazione nell'ambito di questo quadro interpretativo: il turismo balneare e lacuale hanno subito le conseguenze della difficile congiuntura

internazionale in modo decisamente più netto, registrando una diminuzione del loro peso sul totale sia in termini di spesa (21,6% e 8,5% rispettivamente) che di presenze (27,9% e 9,6%). Dinamica opposta hanno presentato il turismo culturale, che si è contraddistinto per ottimi risultati sia nella componente tradizionale delle grandi città d'arte che in quella dei centri minori, e i turismi emergenti, tra i quali spicca senz'altro il turismo enogastronomico che ha raggiunto nel 2004 l'1% della spesa totale (164 milioni di euro) e ha superato 1,3 milioni di presenze. Le regioni che più hanno beneficiato del combinarsi di questi fattori sono state in particolare il Lazio, la Lombardia, il Trentino A.A. e, al Sud, la Sicilia.

Per quanto riguarda la spesa dei viaggiatori stranieri in Italia, la presentazione di Giuseppe Ortolani di UIC ha innanzitutto inquadrato l'andamento del turismo incoming in Italia nel contesto mondiale. Il 2004, anche secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, è stato un anno particolarmente positivo per il turismo mondiale, con gli arrivi internazionali in crescita del 10% rispetto all'anno precedente. L'Europa resta la destinazione privilegiata (54% degli arrivi totali nel 2004), ma, insieme all'America (16% del totale), sembra attraversare una fase di maturità, che si confronta con gli sviluppi più accentuati del Medio Oriente, dell'Asia / Pacifico e dell'Africa. I paesi concorrenti dell'area euro-mediterranea mostrano nel periodo 2000-2004 andamenti diversificati, con Turchia, Egitto e Croazia in rapida crescita, in contrapposizione ai tradizionali paesi leader Spagna, Francia ed Italia. Nel lungo periodo, la quota di mercato dell'Italia - misurata in termini di rapporto tra le entrate valutarie turistiche dell'Italia e quelle mondiali - dopo aver conosciuto un'erosione pressoché continua nell'ultimo decennio (minimo nel 2001 con il 5,7%), nel 2003 si è leggermente ripresa (6,0%). Guardando alla composizione della spesa turistica degli stranieri in Italia, questa è destinata in massima parte all'alloggio (12,4 miliardi di euro nel 2004, 43% del totale), allo shopping (6,0 mld, 21%), ai pasti (6,0 mld, 21%) e al trasporto interno all'Italia (2,9 mld, 10%). Rispetto al 2003, le spese per lo shopping sono disunite (-12,1%), mentre sono cresciute quelle per l'alloggio (+12,7%). Il motivo del viaggio influenza sensibilmente i comportamenti; i viaggiatori d'affari, escludendo gli escursionisti, spendono in media 95 euro a persona al giorno (-17 euro sul 2003), contro gli 80 euro di chi viaggia per motivi personali (+13 euro). All'interno del motivo 'vacanze' si evidenziano l'elevata spesa dei viaggiatori per 'cultura, arte' (108 euro al giorno) e la spesa più contenuta dei turisti balneari (70 euro al giorno). Le spese per l'alloggio sono concentrate negli alberghi (7,6 mld di euro, 62% del totale); seguono le case in affitto (15%) ed i campeggi (4%). Le spese alberghiere variano con il tipo di viaggiatore e la città: dai 116 euro a persona al giorno per i business travellers a Roma ai 48 euro per i viaggiatori per motivi personali a Torino. E' emerso inoltre come i viaggiatori giapponesi, statunitensi e inglesi mostrino i più elevati valore medi di spesa: rispettivamente, 140 euro, 110 euro e 104 euro a persona al giorno. I viaggiatori tedeschi, primo paese per entrate valutarie turistiche complessive, si contraddistinguono invece per una bassa spesa pro-capite giornaliera (80 euro).

I turisti italiani all'estero

Riguardo al comportamento di spesa dei turisti italiani all'estero (escludendo quindi gli escursionisti), gli andamenti di medio periodo mostrano una diminuzione dell'outgoing da 16.099 a 15.640 milioni di euro fra il 2000 e il 2004. Secondo quanto illustrato da Andrea Alivernini di UIC, il dato è determinato principalmente dalla diminuzione della durata media del soggiorno (da 11,4 a 10,2 giorni), che ha prevalso

sull'aumento (da 67 a 69 euro) della spesa pro-capite giornaliera. La Francia è il paese estero in cui i turisti italiani hanno speso di più (1.929 mln. di euro in totale), seguita da USA (1.390), Germania (1.363) e Spagna (891). La spesa media giornaliera è stata più alta negli USA (99 euro), in Cina (93) e in Germania (91). In questi paesi, del resto, è elevata la quota di viaggiatori d'affari (rispettivamente 47%, 80%, 52% del totale), che, com'è noto, hanno una maggiore propensione alla spesa. I turisti italiani hanno speso il 44% del totale per andare in vacanza (6.951 milioni di euro), il 36% per motivi di lavoro (5.685), mentre il restante 20% si è suddiviso fra visite a parenti e amici (9%, 1.354), studio (5%, 761) ed altri motivi personali (6%, 888). Riguardo alla vacanza, il mare è stato il più gettonato (2.752 mln. Euro di spesa), ma in calo rispetto al 2003 (3.253); seguono la "vacanza culturale" (2.481 contro i 2.101 del 2003) e la montagna (566 contro 384) che hanno fatto segnalare una buona performance. Per quanto riguarda la composizione del paniere di spesa, gli italiani hanno speso il 48% per l'alloggio, il 21% per i pasti, il 13% per lo shopping e il 12% per il trasporto interno ai paesi visitati. Riguardo alla tipologia di turista, gli studenti hanno una spesa pro-capite per viaggio di 1.206 €, contro i 908 dei viaggiatori d'affari ed i 601 dei vacanzieri. I dati sono anche qui fortemente influenzati dalla durata media del viaggio, rispettivamente di 39, 10 e 9 giorni per i tre tipi di motivo. Più della metà della spesa (57%) dei viaggiatori outgoing è stata effettuata da coloro che hanno soggiornato in albergo o villaggio turistico (8.975 mln. €); seguono i viaggiatori che hanno soggiornato presso parenti e amici (2.604) e casa in affitto (2.061). I dati UIC mostrano infine una forte stagionalità nelle spese degli italiani all'estero, con una concentrazione nei mesi di luglio e agosto (rispettivamente, 11% e 17% del totale), mentre le spese negli altri mesi oscillano fra il 9% ed il 6% del totale. La stagionalità della spesa è particolarmente pronunciata per i vacanzieri (ben il 29% ad agosto), mentre chi viaggia per affari ha un andamento anticiclico (minimi in agosto e massimi in primavera), a conferma dell'importanza strategica di questo segmento di viaggiatori che si muove nei periodi in cui le strutture ricettive sono meno utilizzate.

Passando alla dinamica e al profilo dei viaggiatori italiani all'estero nel 2004, secondo quanto emerge dalla relazione di Luca Buldorini di UIC, questi hanno registrato una diminuzione rispetto all'anno precedente (-15%). I viaggiatori si ripartiscono equamente tra viaggiatori escursionisti e pernottanti. Tra gli escursionisti, il motivo del viaggio prevalente è lo shopping, mentre tra i pernottanti è la vacanza. Continua il trend di flessione della durata media del soggiorno all'estero, che nel 2004 è stato pari a 10,2 notti. Il numero di notti per motivo di vacanza ha rappresentato il 46% delle notti trascorse all'estero e tra le vacanze quella al mare è risultata prevalente. Il 37% delle notti è stato trascorso in albergo mentre il 30% presso parenti (amici) o nella casa di proprietà. Francia, Spagna e Germania restano le destinazioni in cui gli italiani trascorrono il maggior numero di pernottamenti; le prime due principalmente per motivi di vacanza, la terza per motivi di lavoro. Guardando alle dinamiche rispetto al 2003, diminuiscono i pernottamenti in Spagna e Germania. In aumento invece i pernottamenti in Francia, soprattutto per i viaggi di vacanza. L'analisi sulle opinioni degli italiani all'estero ha evidenziato come nel 2004 le destinazioni più apprezzate siano state l'Australia, le Maldive e la Thailandia. E' inoltre emerso come gli aspetti che gli italiani più ricercano e apprezzano all'estero siano (nell'ordine) le strutture di alloggio, la cortesia degli abitanti, la qualità ambientale e la qualità delle informazioni. I prezzi convenienti, la presenza di beni artistici e culturali e la qualità dei pasti sono risultati invece aspetti meno ricercati dagli italiani all'estero.

I turisti organizzati: un mercato che cambia

Il mercato del turismo organizzato incoming e outgoing sta attraversando un periodo di cambiamenti sia dal lato della domanda che dell'offerta, cambiamenti che influiscono e influiranno in futuro sulle strategie degli intermediari e sul loro ruolo all'interno della filiera turistica e quindi sui servizi offerti, sui target di mercato serviti e sul fatturato generato.

Sul fronte dell'incoming, situazioni congiunturali favorevoli ad un crescente ricorso al viaggio organizzato (lievitazione del costo della vacanza in Italia per l'"effetto Euro") si contrappongono a tendenze più strutturali, che vedono un aumento della propensione al "fai da te", grazie anche alla diffusione di Internet e del trasporto low cost. Dalla presentazione di Valeria Minghetti del CISET, si evince come oltre due terzi dei turisti stranieri organizzati vengano in Italia per motivi di vacanza, mentre il 10,3% per business e il 12,7% per altri motivi (viaggi di nozze, studio, shopping, cure e terme, ecc.). La durata media del viaggio organizzato in Italia è di circa 7 giorni e il costo del pacchetto a persona si aggira intorno agli 851 Euro. Tra tutti i turisti stranieri che si servono di un intermediario per organizzare la propria vacanza in Italia, statunitensi e russi coprono circa il 10% del totale. Gli statunitensi preferiscono il viaggio organizzato al pacchetto all inclusive e acquistano soprattutto tour culturali, anche nei centri minori; il viaggio ha una durata media di circa 11 giorni e il costo del pacchetto a persona è intorno ai 1.700 Euro. I turisti russi a minore capacità di spesa optano, invece, per un pacchetto all inclusive, mentre la fascia di "nuovi ricchi" preferisce il viaggio organizzato individuale. Turismo culturale e balneare, con la possibilità di abbinare la visita a centri d'arte ad una vacanza al mare, risultano in testa ai loro interessi. In media, la permanenza è di 9 giorni e il costo del pacchetto a persona di 816 Euro. Fortemente dipendente dall'intermediazione anche il turismo dei cinesi in Italia che, dopo l'accordo Cina-UE del settembre 2004, dovrebbero registrare nei prossimi anni un aumento anche nel nostro Paese. L'80% dei turisti viaggia attualmente con un pacchetto all inclusive che prevede un tour multidestinazione di 12-15 giorni in diverse capitali europee, di cui 4 circa nelle principali città italiane (Venezia, Firenze, Roma). In media, il costo complessivo del pacchetto, a persona, è di circa 1.100 Euro.

Per quanto riguarda l'outgoing, la presentazione di Laura Andreatta del CISET ha sottolineato innanzitutto le dinamiche strutturali e congiunturali che stanno caratterizzando il turismo degli italiani all'estero, tra cui il crescente utilizzo di Internet per la prenotazione di viaggi e lo spending divide, ossia quel fenomeno sempre più accentuato che vede da una parte chi ricorre alle proposte last minute e dall'altra chi è disposto a sostenere una spesa elevata per le proprie vacanze. Per quanto riguarda la dimensione e le caratteristiche del mercato dei viaggi organizzati, nel 2004 i turisti italiani che si sono recati all'estero sono stati quasi 24 milioni, di cui il 37% ha acquistato un pacchetto composto da almeno due servizi. Il turismo per vacanza e svago costituisce la grande maggioranza dei viaggi organizzati degli italiani (85%), mentre i viaggi per lavoro e congressi contano solo per il 6% del totale. La spesa sostenuta mediamente da un turista italiano organizzato all'estero è pari a 1.092 euro, di cui 790 euro rappresentano il costo del pacchetto. L'analisi è stata poi focalizzata su mete ritenute particolarmente significative per il turismo outgoing organizzato: gli Stati Uniti e il Nord Africa. Gli italiani che acquistano un pacchetto scelgono gli USA soprattutto per vacanza (57%) oppure come meta del viaggio di nozze (24%). I motivi d'affari raccolgono

complessivamente il 12%. La permanenza media si aggira sui 12 giorni e la spesa a persona per il pacchetto è di circa 1.300 Euro. La vacanza balneare è invece la principale motivazione degli italiani organizzati diretti in Nord Africa (79%), seguita a distanza dai tour culturali (14%). La permanenza media è di circa 8 giorni e la spesa per il pacchetto di 617 Euro, con un massimo di 1.100 Euro in Libia e un minimo di 506 Euro in Tunisia.

L'indagine Ufficio Italiano dei Cambi alle frontiere

Avere dati attendibili ed aggiornati sulle caratteristiche e le tendenze del turismo, dal lato della domanda e dell'offerta, e sull'impatto economico del fenomeno a diversi livelli territoriali, è una priorità ormai irrinunciabile per gli operatori turistici pubblici e privati.

Le statistiche sono uno strumento indispensabile per orientare le politiche di programmazione e le strategie di mercato e di prodotto, per monitorare la pressione turistica e dimensionare i servizi offerti al cliente.

L'indagine Ufficio Italiano dei Cambi alle frontiere, condotta a partire dal 1996, ha consentito la costruzione di una banca dati unica nel suo genere sul turismo degli stranieri in Italia e degli Italiani all'estero. Con circa 140.000 interviste all'anno, l'indagine UIC rappresenta una fonte di informazioni preziosa per meglio comprendere il turismo incoming e outgoing nelle sue molteplici dimensioni:

- fisica (consistenza dei turisti e degli escursionisti);
- economica (comportamento e livelli di spesa);
- qualitativa (profilo socio-demografico, provenienza, motivazione, modalità di organizzazione del viaggio, ecc.);
- territoriale (focus per regione, provincia e singola località di destinazione tra gli stranieri, per paese di destinazione tra gli italiani; analisi per tipologia di turismo (montano, culturale, congressuale, ecc.)).