



OSSERVATORIO
NAZIONALE
IMPRESE VIAGGIO
E TURISMO

Convention d'autunno Fiavet

Osservatorio Nazionale Imprese Viaggi e Turismo

Novembre 2010

A cura di



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

Sommario

I fenomeni.....	3
1. I numeri del turismo organizzato verso l'Italia.....	5
2. L'utilizzo delle Agenzie di Viaggio: la domanda interna.....	6
2.1 Le modalità di organizzazione della vacanza	8
2.2 Le destinazioni	13
2.3 L'identikit del vacanziero	19
3. Focus estate 2010.....	22
4. Il mercato dell'organizzazione delle vacanze, tra emerso e sommerso.....	25
5. ISNART ScpA – Istituto Nazionale Ricerche Turistiche.....	28

I fenomeni

Nei primi sei mesi dell'anno il 26,3% dei turisti italiani ha prenotato la vacanza rivolgendosi al sistema dell'intermediazione, di cui il 18,7% per organizzare vacanze in Italia e il 43,7% per le destinazioni estere, trainate da Francia e Spagna. Tra le principali mete estere, anche l'Egitto per chi ha acquistato direttamente in agenzia e l'Austria per gli acquisti on-line.

In Italia, invece, le regioni leader sono state Toscana, Sicilia e Lazio per chi ha acquistato le proprie vacanze in agenzia e Trentino-Alto Adige, Emilia Romagna e Sicilia per chi ha comprato attraverso il canale telematico.

In generale, il quadro che emerge dall'analisi dei dati sul primo semestre dell'anno per il sistema agenziale italiano appare caratterizzato da una serie di elementi che evidenziano come siano in corso cambiamenti determinati non solo da fattori di natura congiunturale (crisi economica), ma anche culturale.

Cresce il numero di italiani che acquista sul web, pari all'11,2% del totale (5,8%, 2009; 9,1% 2008), **che** in termini di vacanze, **significa 2,3 milioni di vacanze contro i 2,1 milioni di quelle acquistate in agenzia**. **In termini di spesa, il canale di vendita tradizionale si conferma più redditizio**, con una spesa di oltre 6 miliardi e 300 mila euro rispetto ai 3 miliardi e 500 milioni di euro movimentati dall'e-commerce. E ad acquistare sempre più su Internet non sono solo i giovani, ma anche turisti più avanti con gli anni e ormai in pensione (12,2%)

Parallelamente, **si accentua la tendenza a prenotare sotto data** e sempre più italiani si recano in agenzia a pochi giorni di distanza dalle date di partenza, confidando maggiormente nel last minute piuttosto che nei vantaggi offerti dall'advance booking. In dettaglio, una quota tra il 30% e il 35% di clientela acquista con un mese di anticipo, ma di poco inferiore è la percentuale di chi acquista nei quindici giorni o nella settimana precedente.

Continua ad aumentare il numero degli italiani che si rivolge agli agenti di viaggio per organizzare le proprie vacanze in Italia, dopo il sensibile incremento che già avevano fatto registrare passando dal 2008 al 2009 (dal 14,5% al 18,3%; 18,7%, I semestre 2010), nonostante un'elevata propensione a pernottare nelle seconde case e presso amici e parenti, che ha inciso soprattutto nel periodo estivo.

In particolare, la ricerca di maggiori garanzie – anche a causa dell'incertezza determinata dalla crisi – si accompagna alla richiesta agli agenti di viaggio di una vera e propria attività di assistenza e di consulenza, che risalta – com'è ovvio – più nell'attività di vendita tradizionale che quella on-line. Difatti, **ben il 41,4% delle**

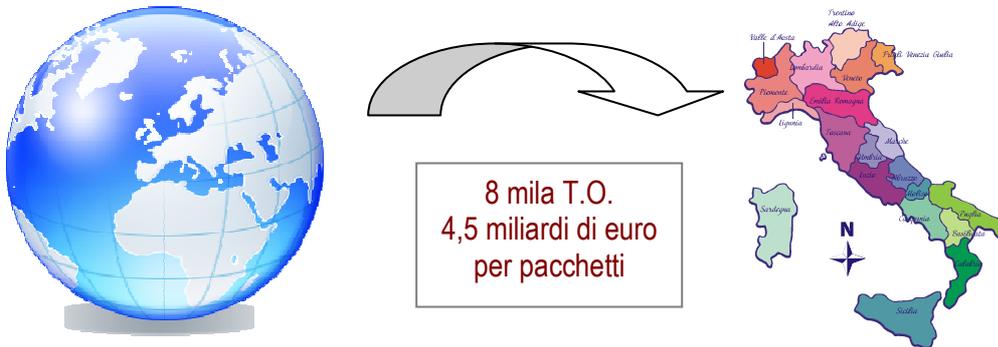
spese degli italiani sono da attribuirsi all'acquisto di servizi, attività e beni di consumo, rappresentando per il sistema agenziale un'opportunità in termini di diversificazione e specializzazione dell'offerta – a livello territoriale e a livello tematico – grazie alla creazione di pacchetti ad hoc per una domanda che si rivela sempre più alla ricerca di personalizzazione delle proprie esperienze.

1. I numeri del turismo organizzato verso l'Italia

DATI 2009

...dall'estero

7.916 tour operators nel mondo commercializzano le destinazioni italiane, per un giro d'affari sul prodotto Italia che si stima in 4,5 miliardi di euro per i solli pacchetti. (4.512.467.562)



...dall'Italia

si stimano in 3,3 milioni (3.334.805) i vacanzieri italiani che hanno utilizzato il sostegno dell'organizzazione degli agenti di viaggio o hanno acquistato pacchetti dei tour operators verso le mete interne al Paese. Di questi 738 mila (737.970) ha utilizzato agenzie di viaggio online.

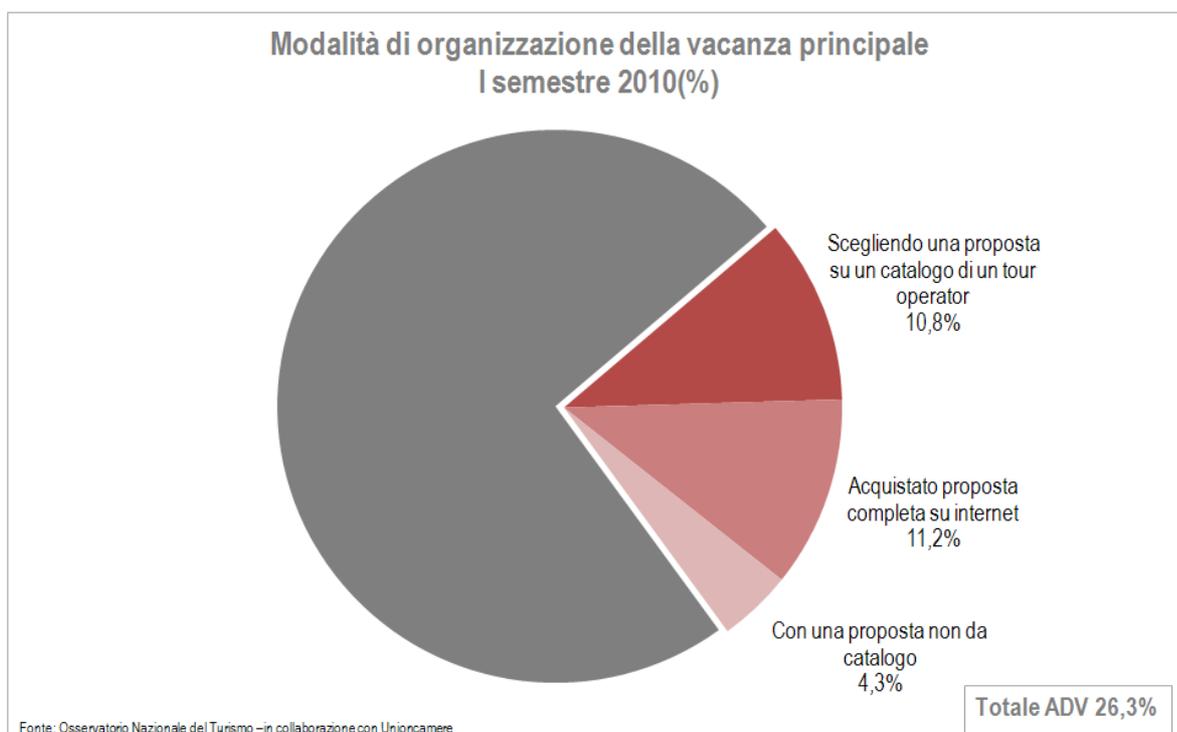
Si stima che, il giro d'affari generato dall'acquisto dei solli pacchetti turistici per l'Italia sia pari a 840 milioni di euro. (839.974.251)

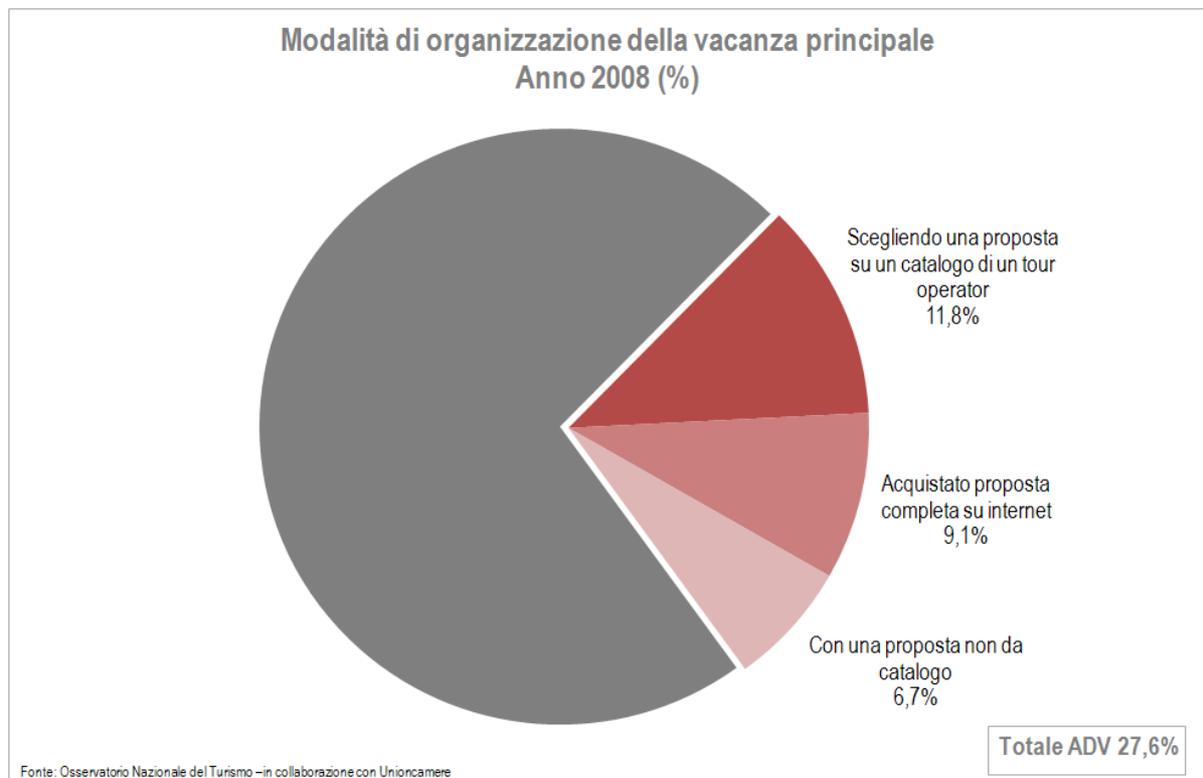
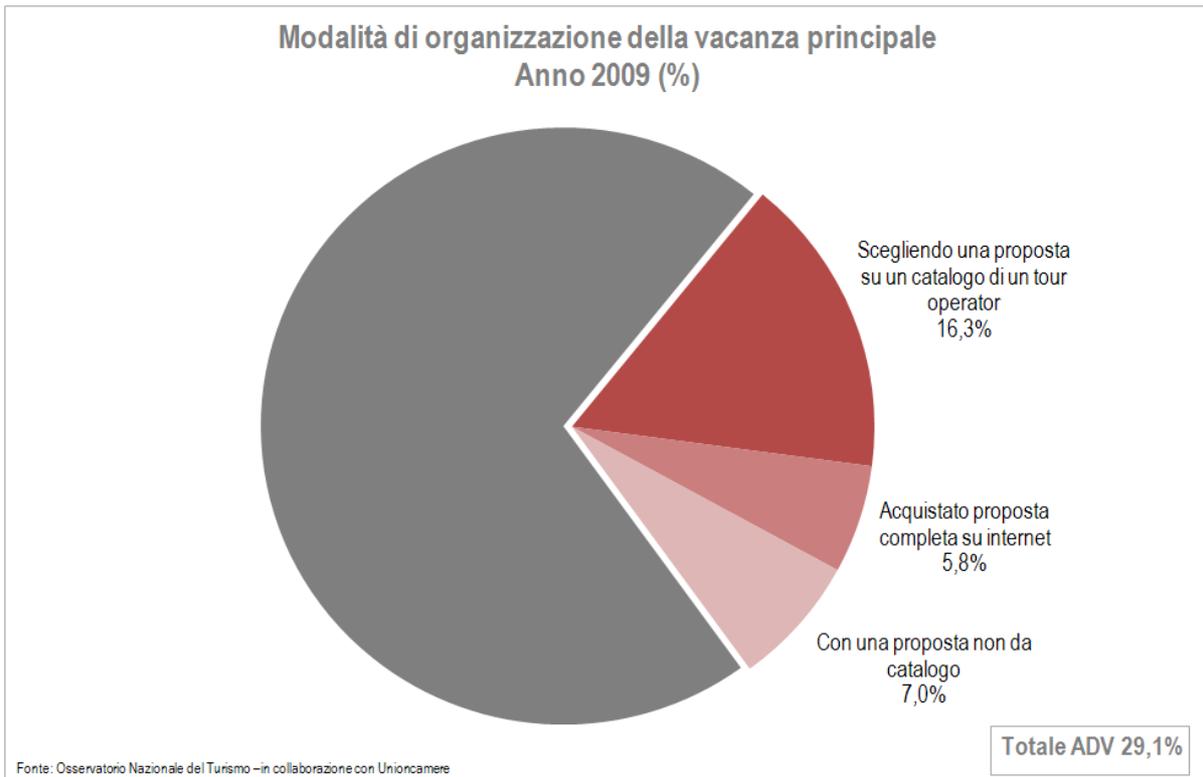


2. L'utilizzo delle Agenzie di Viaggio: la domanda interna

Nel I semestre del 2010, il 26,3% degli italiani ha utilizzato il canale dell'intermediazione per organizzare le vacanze principali di periodo, facendo registrare un calo rispetto allo stesso periodo del 2009 (28,8%, I semestre), ma un incremento rispetto al 2008 (25%, I semestre).

In dettaglio, sembra che si vada delineando un peso diverso per ciascuna delle modalità di ricorso al sistema agenziale; difatti, **sempre più italiani comprano sul web (11,2%** contro l'8,2% del I semestre 2009) **e si recano meno di frequente in agenzia (10,8%** rispetto al 15,4% del I semestre 2009); parallelamente, l'acquisto in agenzia di proposte fuori catalogo e approntate ad hoc per il singolo cliente sono scese dal 5,3% al 4,3%.





2.1 Le modalità di organizzazione della vacanza

Per tracciare un quadro su quelli che sono stati i primi sei mesi dell'anno per il circuito dell'intermediazione italiana occorre interpretare i dati tenendo conto della minore propensione dei vacanzieri (italiani e in generale) a viaggiare al di fuori dei confini nazionali nei periodi di crisi economica, preferendo più di frequente optare per destinazioni turistiche interne.

Alla luce di ciò, emerge che **la contrazione relativa alla quota di vacanzieri che nel I semestre del 2010 si sono rivolti alle agenzie di viaggio appare dovuta essenzialmente ad un minor ricorso all'intermediazione per organizzare le vacanze all'estero**. Tuttavia, nonostante il calo, l'ausilio delle agenzie di viaggio si è confermato indispensabile quando gli italiani si sono recati oltre confine (43,7%), acquistando in primis le proposte da catalogo messe a punto dai T.O. (23,1%) e nel 14,7% dei casi avvalendosi delle agenzie di viaggio on-line (14,7%).

Contemporaneamente, **si rileva un rafforzamento della tendenza degli italiani a ricorrere alla consulenza degli agenti di viaggio per organizzare le vacanze in Italia**, che - dopo il sensibile incremento che avevano fatto registrare passando dal 2008 al 2009 (dal 14,5% al 18,3%) -, quest'anno si attestano sul 18,7%. Anche in questo caso, gli italiani mostrano una certa confidenza con gli strumenti di e-commerce e gli acquisti on-line, effettuati dal 9,7% degli italiani rispetto al 5,5% di quanti hanno optato per l'acquisto di pacchetti presso le agenzie di viaggio.

Si accentua altresì l'attitudine a prenotare sotto data; la ricerca di un maggiore risparmio e di offerte convenienti ha portato la quasi totalità degli italiani, che hanno effettuato una prenotazione, a prenotare al più 2 mesi prima della partenza, sia per gli acquisti in agenzia sia per quelli on-line.

In particolare, sono stati gli acquisti effettuati direttamente in agenzia ad aver subito un'accelerazione della prenotazione all'ultimo minuto (in due anni la quota di quanti si sono recati in agenzia una settimana prima di partire è cresciuta di + 6,6 punti percentuali, portandosi al 15,3%). La maggior parte dei vacanzieri che si recano in agenzia, però, prenotano con un mese di anticipo (33,2%) e il 20,3% dagli 8 ai 15 giorni prima.

Gli acquisti on-line, invece - che già si caratterizzavano per la tendenza a non posticipare di molto la prenotazione - rimarkano la maggiore ricerca da parte degli italiani dell'offerta dell'ultimo minuto, con una crescita, dal 2008 al I semestre del 2010, di +5,7 punti percentuali di chi ha effettuato la prenotazione ad una settimana della partenza e di ben +7,4 punti percentuali per gli italiani che hanno prenotato con un anticipo di 8/15 giorni.

Le modalità di organizzazione della vacanza I semestre 2010 (%)

	In Italia	All'estero	Totale
Contattando direttamente la struttura ricettiva	48,8	17,8	39,5
Tramite Agenzia di Viaggi	18,7	43,7	26,3
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	5,5	23,1	10,8
Acquistato proposta completa su internet	9,7	14,7	11,2
Con una proposta non da catalogo	3,6	5,9	4,3
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	7,2	14,5	9,4
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	13,9	11,8	13,2
Contattando direttamente la società di trasporto	4,5	6,5	5,1
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	1,3	1,0	1,2
L'organizzazione religiosa	0,9	0,4	0,7
La scuola	1,1	1,7	1,3
Il CRAL aziendale	0,8	0,4	0,7
Circoli/associazioni culturali	0,9	0,9	0,9
Tramite il Comune	0,3	0,0	0,2
Agenzia immobiliare	0,5	0,2	0,4
La parrocchia	0,4	0,5	0,5
Circoli sportivi/associazioni sportive	0,3	0,3	0,3
Altro	0,5	0,3	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Le modalità di organizzazione della vacanza principale anni 2008/2009 (%)

	anno 2008			Anno 2009		
	In Italia	All'estero	Totale	In Italia	All'estero	Totale
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello, ecc.)	49,4	17,6	36,9	46,6	13,7	33,4
Tramite Agenzia di Viaggi	14,5	48,1	27,6	18,3	45,3	29,1
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	5,1	22,3	11,8	8,5	27,8	16,3
Acquistato proposta completa su internet	5,8	14,1	9,1	4,0	8,5	5,8
Con una proposta non da catalogo	3,6	11,6	6,7	5,7	9,0	7,0
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	13,6	11,9	12,9	6,6	15,0	10,0
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	7,4	11,7	9,1	14,3	13,6	14,1
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	6,4	1,6	4,5	3,7	0,5	2,4
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia, ecc.)	3,0	4,9	3,7	5,2	7,8	6,2
Il CRAL aziendale	1,0	1,1	1,0	0,6	0,5	0,5
Circoli/associazioni culturali	1,2	0,7	1,0	0,6	0,7	0,6
Agenzia immobiliare	1,3	0,1	0,9	0,4	0,3	0,3
L'organizzazione religiosa	0,6	0,5	0,6	0,4	0,4	0,4
La parrocchia	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4
La scuola	0,2	0,8	0,4	0,2	0,3	0,2
Circoli sportivi/associazioni sportive	0,5	0,2	0,4	0,3	0,1	0,2
Tramite il Comune	0,4	0,2	0,3	0,3	0,1	0,2
Altro	0,1	0,1	0,1	2,2	1,0	1,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Tempi di prenotazione I semestre 2010 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV	Totale Vacanzieri
Nell'ultima settimana	15,3	16,2	24,4	22,1
8/15 giorni prima	20,3	26,7	26,3	25,5
Circa un mese prima	33,2	29,6	28,4	29,2
Circa 2 mesi prima	15,6	17,5	10,1	11,8
Circa 3 mesi prima	7,7	5,9	5,0	5,5
Circa 4 mesi prima o più	7,5	3,5	3,2	3,8
Non ricorda	0,5	0,6	2,6	2,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tempi di prenotazione anno 2009 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV	Totale Vacanzieri
Nell'ultima settimana	8,9	13,0	14,6	13,2
8/15 giorni prima	15,3	20,7	17,6	17,2
Circa un mese prima	25,8	29,3	27,3	27,1
Circa 2 mesi prima	21,1	16,4	16,8	17,8
Circa 3 mesi prima	12,4	6,9	8,7	9,5
Circa 4 mesi prima o più	13,7	10,5	11,4	11,9
Non ricorda	2,8	3,2	3,5	3,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Tempi di prenotazione anno 2008 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV	Totale Vacanzieri
Nell'ultima settimana	8,7	10,5	14,9	13,4
8/15 giorni prima	18,0	19,3	21,7	20,8
Circa un mese prima	30,4	34,5	26,7	28,1
Circa 2 mesi prima	20,0	17,3	16,4	17,1
Circa 3 mesi prima	10,5	9,2	8,9	9,2
Circa 4 mesi prima o più	10,4	6,8	8,1	8,4
Non ricorda	2,0	2,4	3,3	3,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Le modalità di organizzazione della vacanza principale anni 2007/2008/2009 (%)

	2007	In Italia	All'estero	Totale
Tramite Agenzia di Viaggi		18,8	50,8	29,5
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		7,3	27,8	14,2
Con una proposta non da catalogo		5	11,2	7,1
Acquistato proposta completa su internet		6,5	11,8	8,2
<hr/>				
	2008	In Italia	All'estero	Totale
Tramite Agenzia di Viaggi		14,5	48,1	27,6
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		5,1	22,3	11,8
Acquistato proposta completa su internet		5,8	14,1	9,1
Con una proposta non da catalogo		3,6	11,6	6,7
<hr/>				
	2009	In Italia	All'estero	Totale
Tramite Agenzia di Viaggi		18,3	45,3	29,1
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		8,5	27,8	16,3
Acquistato proposta completa su internet		4	8,5	5,8
Con una proposta non da catalogo		5,7	9	7
<hr/>				
	I semestre 2010	In Italia	All'estero	Totale
Tramite Agenzia di Viaggi		18,7	43,7	26,3
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		5,5	23,1	10,8
Acquistato proposta completa su internet		9,7	14,7	11,2
Con una proposta non da catalogo		3,6	5,9	4,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

2.2 Le destinazioni

Nei primi sei mesi dell'anno, non solo **l'Italia è risultata la meta preferita per le vacanze principali di periodo (78,4%)**, ma ha segnato un lungo passo anche all'interno dei circuiti di turismo organizzato. Se negli anni scorsi le principali destinazioni di turismo organizzato risultavano essere essenzialmente quelle estere, i dati relativi ai primi sei mesi del 2010 indicano che il 45,7% del totale di quanti hanno acquistato una proposta di viaggio in AdV e ben il 60,5% di chi ha acquistato proposte complete su Internet ha preferito le mete turistiche del Belpaese.

Nel complesso, **la Toscana (11,5%) si è confermata la destinazione leader delle vacanze principali degli italiani (I semestre 2010), seguita dal Lazio (10,2%) – in recupero rispetto agli scorsi anni - mentre Trentino Alto Adige, Liguria ed Emilia Romagna si sono allineate sul 7,9% del totale partenze degli italiani.**

Nello specifico, si rilevano alcuni interessanti elementi di novità:

- la Toscana risulta la principale destinazione di vacanza degli italiani anche sul mercato organizzato, in primis quello più tradizionale (17,8%, acquisti in AdV), analogamente al Lazio, che si posiziona bene pure tra le mete più richieste dalla clientela italiana che passa per l'intermediazione;
- il consolidamento della Sicilia – seconda principale destinazione per i viaggi di turismo organizzato degli italiani - viene favorito soprattutto da un incremento degli acquisti on-line (10,4%) che si allineano a quelli effettuati in AdV (10,3%);
- Trentino Alto-Adige ed Emilia Romagna registrano quote più alte di turisti che comprano i pacchetti dalle agenzie on-line, risultando ora preferite alle mete del Sud Italia e delle Isole.

Sul fronte estero, invece, tengono ancora Francia e Spagna, seguite dall'Inghilterra; quest'ultima viene richiesta soprattutto dai vacanzieri che non passano per l'intermediazione, mentre **chi compra pacchetti organizzati sceglie più frequentemente l'Egitto** (acquisti in AdV) e l'Austria (proposte su Internet).

Destinazione della vacanza principale anni 2007-2010(%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/Non prenota	Totale Vacanzieri
2007				
In Italia	38,5	52,0	75,7	73,8
All'estero	61,5	48,0	24,3	26,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
2008				
In Italia	28,5	39,1	77,3	69,1
All'estero	71,5	60,9	22,7	30,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
2009				
In Italia	35,4	41,4	67,2	54,8
All'estero	64,6	58,6	32,8	45,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
I semestre 2010				
In Italia	45,7	60,5	72,9	78,4
All'estero	54,3	39,5	27,1	21,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Principali destinazioni estere anni 2007-2010

	2007	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Spagna	Grecia	Egitto
Proposta completa su internet		Spagna	Francia	Inghilterra/Galles
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Spagna	Francia	Grecia
Totale Vacanzieri		Spagna	Francia	Grecia
2008		1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Spagna	Egitto	Grecia
Proposta completa su internet		Spagna	Egitto	Francia
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Francia	Spagna	Inghilterra/Galles
Totale Vacanzieri		Spagna	Francia	Grecia
2009		1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Grecia	Spagna	Egitto Mar Rosso
Proposta completa su internet		Inghilterra/Galles	Francia	Spagna
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Francia	Spagna	Inghilterra/Galles
Totale Vacanzieri		Francia	Spagna	Grecia
I semestre 2010		1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Francia	Egitto	Spagna
Proposta completa su internet		Francia	Spagna	Austria
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Francia	Spagna	Inghilterra/Galles
Totale Vacanzieri		Francia	Spagna	Inghilterra/Galles

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Principali regioni di destinazione anni 2007-2010

	2007	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Sardegna	Sicilia	Puglia
Proposta completa su internet		Calabria	Sicilia	Emilia Romagna
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Emilia Romagna	Lazio
Totale Vacanzieri		Toscana	Sicilia	Emilia Romagna
	2008	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Sardegna	Sicilia	Puglia
Proposta completa su internet		Sicilia	Sardegna	Emilia Romagna
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Sicilia	Emilia Romagna
Totale Vacanzieri		Toscana	Sicilia	Emilia Romagna
	2009	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Sardegna	Sicilia	Puglia
Proposta completa su internet		Sardegna	Puglia	Trentino Alto Adige
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Emilia Romagna	Trentino Alto Adige
Totale Vacanzieri		Toscana	Emilia Romagna	Sardegna
	I semestre 2010	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Toscana	Sicilia	Lazio
Proposta completa su internet		Trentino Alto Adige	Emilia Romagna	Sicilia
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Lazio	Liguria

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Partenze degli italiani per destinazione delle vacanze I semestre 2010 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale
Toscana	17,8	9,2	11,2	11,5
Lazio	10,1	9,3	10,2	10,2
Trentino Alto Adige	1,7	11,0	8,0	7,9
Liguria	4,5	6,7	8,1	7,9
Emilia Romagna	8,0	10,9	7,8	7,9
Lombardia	8,5	7,1	7,3	7,4
Veneto	4,2	8,9	7,0	7,0
Sicilia	10,3	10,4	5,9	6,3
Piemonte	8,6	1,9	6,1	6,0
Campania	7,3	5,2	5,6	5,7
Puglia	5,8	3,6	4,2	4,2
Sardegna	4,3	8,1	3,0	3,3
Umbria	2,2	1,8	2,6	2,6
Abruzzo	0,8	1,0	2,8	2,6
Calabria	3,4	1,2	2,4	2,4
Marche	0,0	0,2	2,3	2,1
Valle D'Aosta	0,8	0,0	2,2	2,0
Friuli Venezia Giulia	0,0	1,0	1,9	1,7
Basilicata	1,7	1,0	0,8	0,9
Molise	0,2	1,5	0,5	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Partenze degli italiani per destinazione della vacanza principale anno 2009 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale
Toscana	7,0	8,2	10,4	10,0
Emilia Romagna	5,0	7,5	9,7	9,2
Sardegna	19,9	17,0	7,3	8,7
Trentino Alto Adige	3,6	10,0	8,4	8,0
Sicilia	15,0	7,5	7,1	7,8
Puglia	10,4	10,5	7,0	7,4
Lazio	4,3	6,7	7,4	7,1
Veneto	4,8	4,3	6,9	6,7
Campania	5,8	7,2	5,8	5,9
Liguria	2,7	3,8	5,7	5,4
Calabria	6,8	4,3	4,9	5,0
Lombardia	2,4	2,8	4,9	4,6
Abruzzo	2,4	2,6	2,9	2,9
Marche	2,6	1,4	2,9	2,8
Piemonte	1,3	0,2	2,5	2,3
Umbria	1,8	2,7	1,9	1,9
Friuli Venezia Giulia	2,0	0,6	1,7	1,7
Valle D'Aosta	0,3	1,3	1,3	1,2
Basilicata	1,3	1,5	0,8	0,9
Molise	0,7	-	0,5	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Partenze degli italiani per destinazione della vacanza principale anno 2008 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale
Toscana	8,5	8,6	11,3	11,0
Sicilia	13,2	11,6	8,8	9,1
Emilia Romagna	5,8	9,8	8,5	8,4
Puglia	10,1	7,6	7,5	7,6
Lazio	5,4	8,0	7,2	7,2
Trentino Alto Adige	4,2	4,8	7,0	6,8
Sardegna	20,0	10,7	5,1	6,0
Campania	4,6	8,2	5,8	5,9
Veneto	3,1	6,1	5,8	5,7
Calabria	8,8	8,0	5,4	5,7
Lombardia	3,5	1,5	5,8	5,5
Liguria	2,7	0,6	5,3	5,0
Abruzzo	1,5	1,5	3,6	3,4
Piemonte	1,6	2,0	3,2	3,1
Marche	1,1	0,8	3,1	2,9
Umbria	1,6	3,4	2,2	2,2
Friuli Venezia Giulia	1,5	2,2	1,8	1,8
Valle D'Aosta	1,1	1,2	1,2	1,2
Basilicata	1,5	2,6	0,9	1,0
Molise	0,1	0,8	0,5	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

2.3 L'identikit del vacanziero

L'analisi sulla domanda turistica italiana che nel corso del 2009 si è rivolta alle agenzie di viaggio per organizzare le proprie vacanze consente di mettere in rilievo taluni aspetti.

Tra quanti passano per il sistema agenziale, si evidenzia, anzitutto una, seppur lieve, maggiore confidenza dei vacanzieri uomini (52,4%) ad acquistare pacchetti on-line, mentre le donne (54,7%) si recano più spesso in agenzia. Parallelamente, la segmentazione per classi di età evidenzia come, mentre gli **agenti di viaggio** interfaccino con **clienti di tutte le età** - in primis con vacanzieri compresi in una fascia ampia tra 25 e 44 anni - **la domanda di pacchetti on-line interessa più frequentemente una clientela "giovane"** (fino a 44 anni) e che, comunque, più di 8 volte su 10 non supera i 54 anni, sostanzialmente in possesso di una formazione medio-alta.

Impiegati e insegnanti, ma anche pensionati e studenti, sono le principali categorie (per professione) che passano per l'intermediazione; distinzione che, tra l'altro, fa rilevare come, rispetto allo scorso anno, **la quota di pensionati che ha acquistato proposte su Internet sia cresciuta di +6,6 punti percentuali**.

Lombardia (19,4%) e Lazio (10,6%) si confermano le regioni con la maggiore propensione a viaggiare, altresì attraverso i circuiti del turismo organizzato, **mentre diminuiscono le partenze dalla Campania** (con una quota maggiore di quanti acquistano sulla rete, 9,6%).

In crescita il ricorso alla consulenza degli agenti di viaggio in Veneto.

Identikit del vacanziero anno 2009 (%)				
Sesso	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale Vacanzieri
Maschio	45,3	52,4	52,6	51,4
Femmina	54,7	47,6	47,4	48,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Identikit del vacanziere anno 2009 (%)

Età	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale Vacanzieri
15-24 anni	15,1	17,8	13,7	14,1
25-34 anni	19,5	20,8	20,2	20,1
35-44 anni	21,3	26,7	21,6	21,8
45-54 anni	15,4	17,7	15,7	15,8
55-64 anni	14,0	8,2	12,8	12,8
65 ed oltre	14,7	8,9	16,0	15,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Identikit del vacanziere anno 2009 (%)

Titolo di studio	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale Vacanzieri
Nessuno/Elementare	3,3	1,5	4,0	3,8
Media inferiore	19,3	12,5	18,0	18,0
Media superiore	53,2	56,8	49,8	50,7
Diploma universitario/Laurea	24,2	29,3	28,1	27,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Identikit del vacanziere anno 2009 (%)

Professione	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale Vacanzieri
Dirigente, capo servizio, quadro	4,7	5,2	3,6	3,8
Impiegato/Insegnante	30,8	40,5	31,8	32,0
Operaio, Agricoltore	9,1	5,5	7,5	7,7
Titolare d'azienda/Imprenditore	1,0	1,8	1,8	1,7
Libero professionista, consulente	6,9	9,3	8,4	8,2
Lavoratore autonomo/artigiano/collaboratore occasionale	2,6	0,8	1,7	1,8
Commerciante/Esercente	1,9	2,1	1,4	1,5
Casalinga	9,4	8,0	8,6	8,7
Studente	11,3	13,4	12,1	12,0
Pensionato	19,8	12,2	19,7	19,4
Disoccupato/non occupato	2,6	1,2	3,6	3,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Identikit del vacanziero anno 2009 (%)

Regione di provenienza	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale Vacanzieri
Piemonte	7,4	6,3	8,0	7,9
Valle D'Aosta	0,2	0,2	0,2	0,2
Lombardia	19,7	19,1	19,4	19,4
Trentino Alto Adige	2,0	2,1	1,9	1,9
Veneto	10,8	6,0	8,8	9,0
Friuli Venezia Giulia	2,2	1,8	2,3	2,2
Liguria	3,1	4,3	2,9	3,0
Emilia Romagna	6,0	8,7	8,5	8,1
Toscana	7,0	5,9	6,9	6,9
Umbria	1,5	1,1	1,4	1,4
Marche	2,3	2,3	2,2	2,3
Lazio	11,1	13,8	10,3	10,6
Abruzzo	1,8	1,9	1,6	1,6
Molise	0,5	0,5	0,4	0,4
Campania	8,5	9,6	8,6	8,6
Puglia	4,9	5,3	4,8	4,8
Basilicata	0,6	0,7	0,7	0,7
Calabria	1,8	2,3	2,3	2,2
Sicilia	7,2	4,6	6,2	6,3
Sardegna	1,5	3,5	2,6	2,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

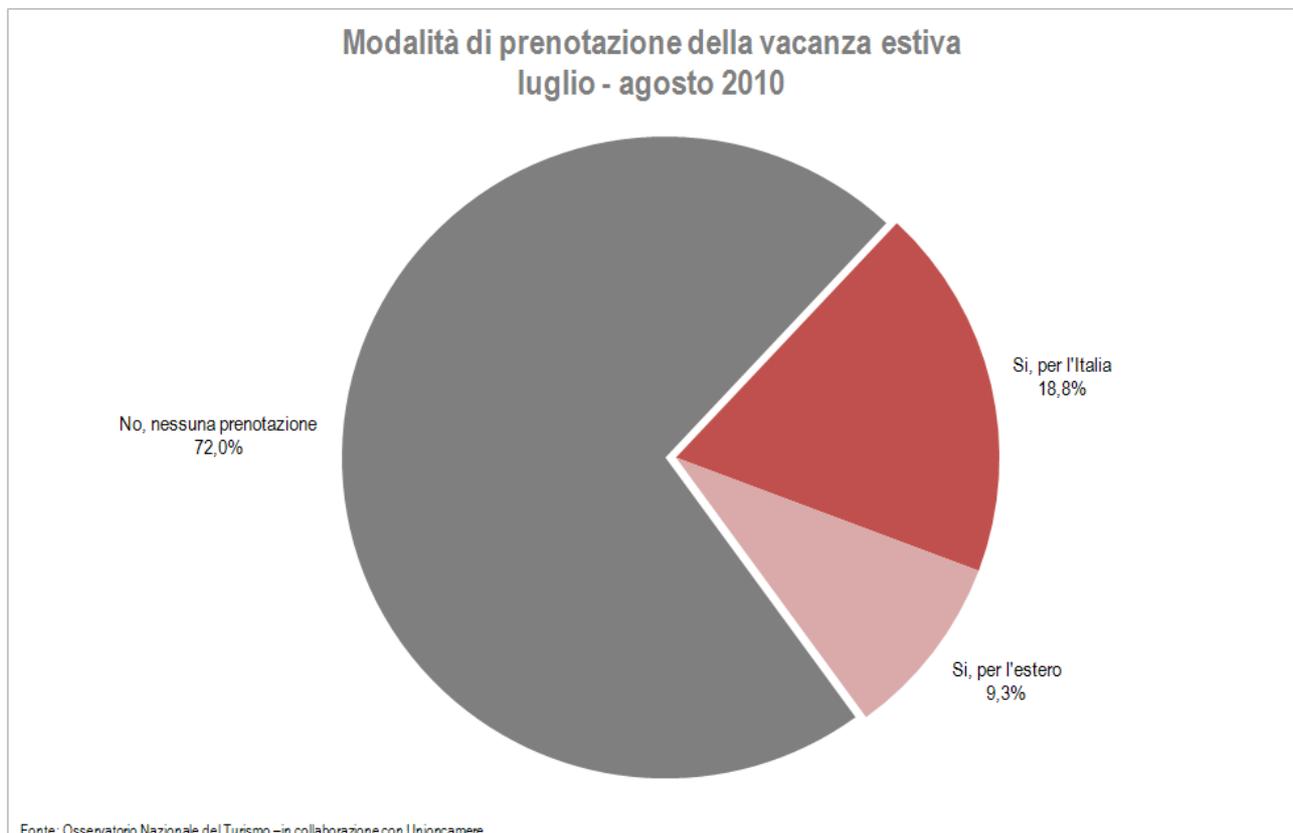
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

3. Focus estate 2010

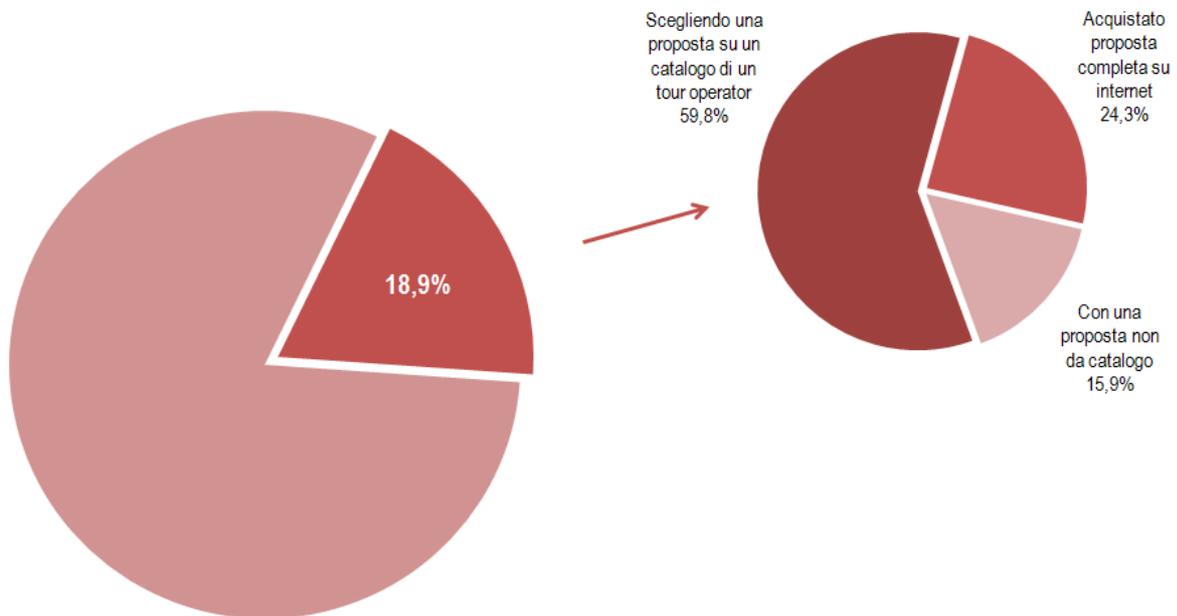
Quella del 2010 non è stata un'estate positiva per il sistema agenziale, anche per la tendenza marcata ad alloggiare nelle seconde case di proprietà e presso amici e parenti. Solo il 28,1% degli italiani ha effettuato prenotazioni di vacanza (quasi il -30% rispetto allo stesso periodo dei due anni precedenti). Tra quanti hanno effettuato operazioni di booking per soggiorno e servizi, il 18,8% ha optato per le località turistiche del Belpaese e il 9,3% per l'estero.

In particolare, **le vacanze estive prenotate attraverso il sistema agenziale sono state il 28,7% del totale;**

- **nel 18,9% dei casi hanno interessato l'Italia;** di queste, **quasi il 76% è stato acquistato direttamente in agenzia** (15,9% il totale dei pacchetti tailor-made), mentre gli acquisti on-line hanno rappresentato una quota del 24,3%;
- **il 48,5% ha riguardato vacanze all'estero,** per le quali gli **italiani hanno fruito più frequentemente dell'intermediazione on-line (36,7%).** Ciononostante, il contatto diretto in agenzia si è confermata la modalità di acquisto preferita dalla metà della clientela (63,4%).

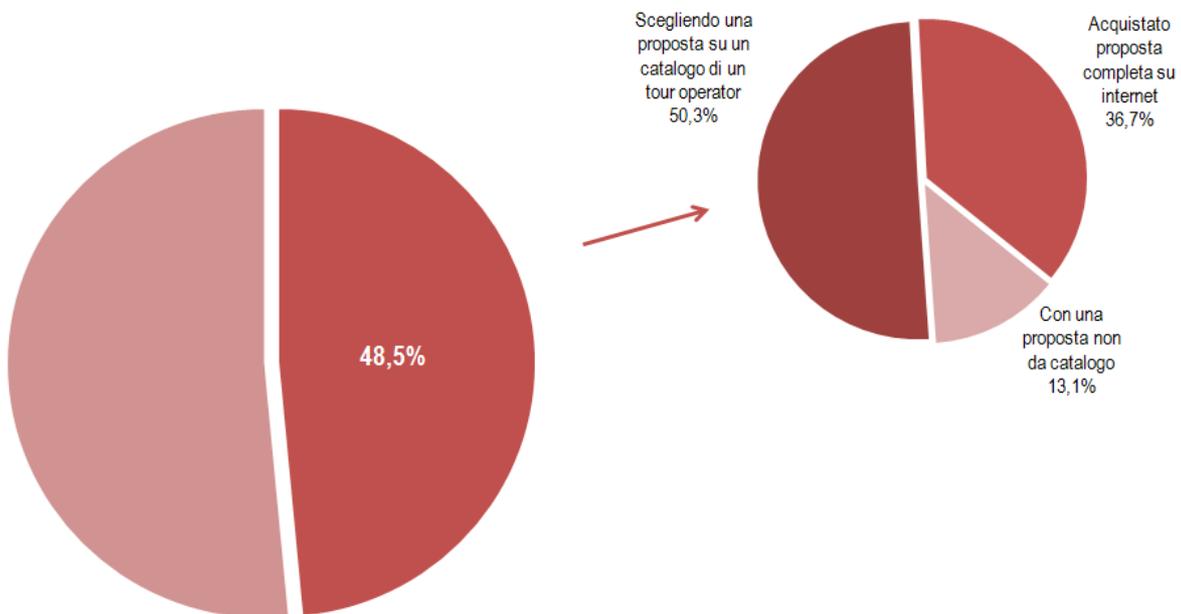


Vacanze estive in Italia prenotate tramite agenzia di viaggi luglio - agosto 2010



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Vacanze estive all'estero prenotate tramite agenzia di viaggi luglio - agosto 2010



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Le modalità di organizzazione delle vacanze estive 2010 (luglio e agosto)

	In Italia	All'estero	Totale
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello, ecc.)	49,8	18,3	39,4
Tramite Agenzia di Viaggi	18,9	48,5	28,7
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	11,3	24,4	15,6
Acquistato proposta completa su internet	4,6	17,8	9,0
Con una proposta non da catalogo	3,0	6,3	4,1
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	2,7	7,4	4,2
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	5,2	11,0	7,1
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	13,8	2,1	10,0
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferroviaria, ecc.)	3,5	9,3	5,4
Il CRAL aziendale	2,2	1,7	2,0
Agenzia immobiliare	1,6	-	1,1
L'organizzazione religiosa	0,6	0,8	0,7
La parrocchia	1,0	0,9	0,9
La scuola	0,3	-	0,2
Altro	0,5	-	0,3
Totale	100,0	100,0	100,0

4. Il mercato dell'organizzazione delle vacanze, tra emerso e sommerso

Volendo tracciare un quadro sulle dinamiche del mercato dell'organizzazione delle vacanze relativo alla domanda turistica italiana, grazie ai dati emersi nel corso del 2009, appare chiaro che **il turismo che viaggia in individuale rappresenta una quota importante del totale dei vacanzieri italiani, con un monte vacanze di circa 23,3 milioni (di cui il 61% viene organizzato contattando direttamente la struttura ricettiva) per una spesa totale di 21 miliardi e 641 milioni di euro.**

Le agenzie di viaggio “catturano” 1 turista italiano su 5, e grazie alla loro intermediazione vengono vendute quasi 6 milioni di vacanze, per una spesa complessiva di circa 12 miliardi e 800 milioni di euro. Tra queste, le vacanze acquistate su Internet hanno di fatto superato il totale di quelle acquistate direttamente in agenzia (rispettivamente 2,3 milioni circa e 2,1 milioni), anche se il rapporto sull'ammontare della spesa dei vacanzieri risulta di gran lunga più favorevole per i pacchetti venduti in AdV (6 miliardi e 341 milioni di euro).

Le proposte acquistate su Internet comportano per i vacanzieri italiani una spesa complessiva di 3 miliardi e 500 milioni circa di euro, ad evidenza di come il canale telematico faccia rima con la ricerca di un maggiore risparmio e con la ricerca di offerte convenienti.

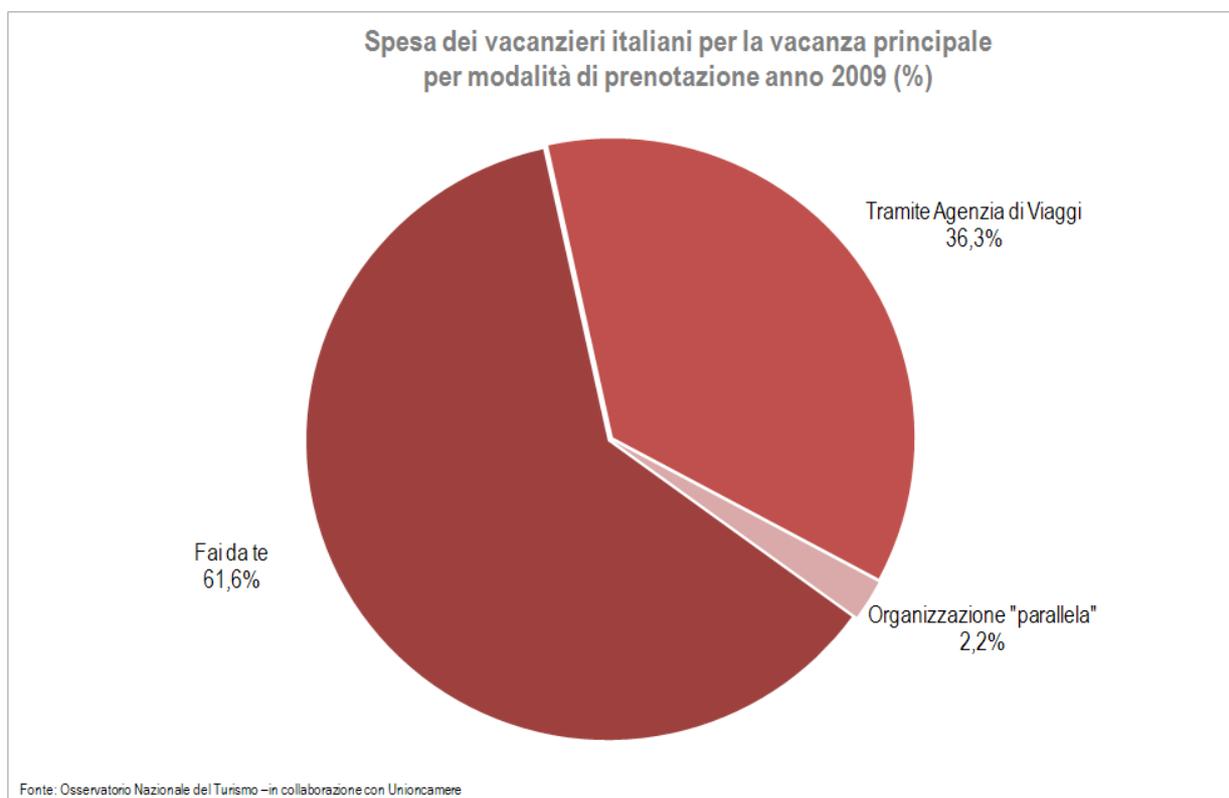
Una quota decisamente più marginale (3,8%) – ma altrettanto significativa - passa per le “organizzazione parallele”, trainate dai Cral. Infatti, i circoli del dopolavoro movimentano circa 272 milioni di vacanze, per una spesa complessiva di 324 mila euro; seguono le parrocchie (193 milioni di vacanze) e i circoli culturali (76 milioni). In termini di spesa, invece, risultano interessanti – ma più “care” per gli italiani – le vacanze organizzate dal Comune (24,4 milioni di vacanze per una spesa complessiva di 109 mila euro).

In termini percentuali, il 31,3% delle spese sopportate dagli italiani per le vacanze è dovuto all'acquisto del viaggio (il 33,8% quando ci si reca all'estero), **mentre il 27,3% all'alloggio**, che pesa meno sul budget quando le vacanze vengono trascorse in Italia (26,5%).

Ben il 41,4% delle spese complessive di vacanza sono da attribuirsi all'acquisto di servizi, attività e beni di consumo, con un'incidenza decisamente superiore quando si resta in Italia (43,2%) rispetto alle vacanze all'estero (36,8%).

Si tratta di un'indicazione che fa riflettere, potendosi rinvenire un'importante opportunità per il sistema agenziale di divenire punto di riferimento – in collaborazione con le altre agenzie presenti sul territorio, come quelle di incoming, ovvero tutta quella rete di imprese capaci di trainare nicchie diverse di domanda turistica –

anche per la creazione di pacchetti di servizi. Anzitutto opportunità di guadagno, questo tipo di attività diventa strategica per la valorizzazione e la commercializzazione del territorio; pertanto, chiama gli agenti di viaggio alla duplice funzione di consulenti di viaggio – in tutte le fasi della vacanza e, in modo specifico, sul territorio – e a quella di “creatori” di pacchetti ad hoc che siano altamente specializzati e di natura tematica, dovendo rispondere alle esigenze di una domanda sempre più alla richiesta di personalizzazione e “singolarità” delle proprie esperienze.



Spesa dei vacanzieri italiani per la vacanza principale per modalità di prenotazione anno 2009

modalità di prenotazione	valori in euro	totale vacanze
Fai da te	21.641.288.507	23.296.952
Contattando direttamente la struttura ricettiva	11.491.444.000	14.153.000
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	3.946.743.771	4.209.716
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	3.827.011.737	2.412.235
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	562.550.000	1.067.000
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia, ecc.)	1.688.451.000	1.346.000
Altro	125.088.000	109.000
Tramite Agenzia di Viaggi	12.752.713.365	5.817.028
Acquistato proposta completa su internet	3.494.320.213	2.251.281
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	6.340.605.048	2.092.085
Con una proposta non da catalogo	2.917.788.104	1.473.662
Organizzazione "parallela"	764.076.000	1.149.000
La parrocchia	192.960.000	209.000
L'organizzazione religiosa	57.392.000	102.000
La scuola	44.439.000	72.000
Il CRAL aziendale	272.166.000	324.000
Circoli/associazioni culturali	76.213.000	244.000
Circoli sportivi/associazioni sportive	59.672.000	65.000
Tramite il Comune	24.434.000	109.000
Agenzia immobiliare	36.800.000	24.000
Totale	35.158.077.872	30.262.980

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Stima distribuzione della spesa degli italiani (%)

	In Italia	All'Estero	Totale
Viaggio	30,2	33,8	31,3
Alloggio	26,5	29,4	27,3
Altre spese	43,2	36,8	41,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

5. ISNART ScpA – Istituto Nazionale Ricerche Turistiche

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente: Maurizio Maddaloni

Vice Presidente: Alfredo Zini

Consigliere/presidente onorario: Renato Viale

Consiglieri: Ferruccio Dardanello, Giancarlo Deidda, Rodolfo Giampieri, Manlio Maggioli, Giorgio Mencaroni, Norberto Ricci, Giovanni Tricca.

Collegio sindacale presidente: Luigi Litardi

Sindaci effettivi: Alessia Bastiani, Antonio Guastoni

LA STRUTTURA

Direzione generale: Giovanni Antonio Cocco

Direzione operativa: Flavia Maria Coccia

Responsabile dipartimento Ricerca: Elena Di Raco

LA MISSIONE

L'ISNART è una Società Consortile per Azioni del sistema camerale che realizza studi e pubblicazioni sul turismo, indagini, rilevazioni e progetti di fattibilità, elaborazione dati, costituzione e forniture di banche dati ed Osservatori, svolgimento di attività editoriali e di promozione e diffusione con ogni mezzo dei propri servizi, organizzazione di convegni, seminari e dibattiti in ambito turistico.

I CLIENTI

Il mercato di Isnart riguarda l'intero fenomeno turistico, con tutti gli aspetti commerciali connessi e indotti. Si supportano le Camere di Commercio per tutte le iniziative e attività sul turismo svolte anche in collaborazione o per le organizzazioni imprenditoriali, le istituzioni nazionali e locali, le singole aziende, le organizzazioni internazionali.

ATTIVITÀ

L'Isnart svolge la sua attività di ricerca e supporto al settore turistico italiano con le seguenti iniziative:

<p>Osservatorio sul turismo italiano:</p>  <p>UNIONCAMERE CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA</p>	<p>L'Unioncamere realizza, attraverso l'IS.NA.R.T. l'Osservatorio Nazionale sul Turismo italiano, confluito a seguito della Legge 80 del 2005 nell'Osservatorio Nazionale del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri in sede al Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo di cui Unioncamere è partner con Istat e Banca d'Italia. L'Osservatorio è un sistema di rilevazioni continuo a livello nazionale, che permette di interpretare le dinamiche, le esigenze e i mutamenti del settore e suggerire alle imprese le modalità per vincere la scommessa del turismo.</p>
<p>Osservatori territoriali</p> 	<p>Ricerche e osservatori: si realizzano per il sistema camerale che godono del vantaggio della confrontabilità dei dati con il livello nazionale, oltre ad analisi e ricerche di tipo conoscitivo e specializzato.</p> <p>Progetti in corso: Osservatori turistici per il territorio: regionale (Liguria, Lombardia, Puglia, Toscana, Umbria,) e provinciale (Brescia, Brindisi, Chieti, Cremona, Mantova, Novara, Reggio Calabria, Sassari, STLC Lago di Como). Sono stati condotti negli ultimi anni anche altri studi specifici per: Basilicata, Emilia Romagna, Molise, Puglia, Toscana, Valle d'Aosta, Caserta, Matera, Milano.</p>
<p>Dossier annuale sull'andamento del turismo</p>	<p>Tutte le indagini sono riassunte in un dossier che ogni anno viene presentato alla Borsa Internazionale del Turismo</p>

<p>Marchio di Qualità</p> 	<p>è una iniziativa di sistema delle Camere di Commercio che dal 1997 garantisce al consumatore standard qualitativi sulle imprese turistiche. Nel 2010 il progetto è attivo in 80 province italiane in 18 regioni ed ha certificato oltre 5.000 aziende turistiche.</p>
<p>Premio Ospitalità Italiana</p> 	<p>per amplificare l'attenzione sugli sforzi delle imprese turistiche nella qualità, ogni anno le imprese del marchio di qualità concorrono attraverso i voti della clientela al premio per l'impresa più amata dai turisti. Nel 2010 si è svolta la quinta edizione, la cui premiazione si è svolta a Ischia.</p>
<p>Convegni e manifestazioni nazionali</p>	<p>Isnart promuove le iniziative del sistema camerale sul turismo organizzando eventi pubblici, conferenze stampa e manifestazioni nazionali ed internazionali</p>
<p>Formazione:</p>	<p>L'esperienza maturata e la rete di esperti di settore sono a disposizione delle imprese e degli enti del turismo per corsi di formazione sulle tematiche emergenti: mercati, prodotti, qualità.</p>
<p>Pubblicazioni</p>	<p style="text-align: center;"> Impresa Turismo Guida Nazionale Ospitalità Italiana </p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div>