



L'ANDAMENTO DEL TURISMO E I NUOVI TREND

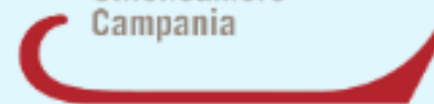


ISNART

X



Unioncamere
Campania



Indice



L'andamento del settore turistico: una visione d'insieme



Imprese turistiche, competenze richieste e fabbisogni formativi



I trend della domanda turistica in Italia



Comportamenti turistici e di consumo - estate 2024



Un nuovo strumento di analisi: *Location Intelligence*

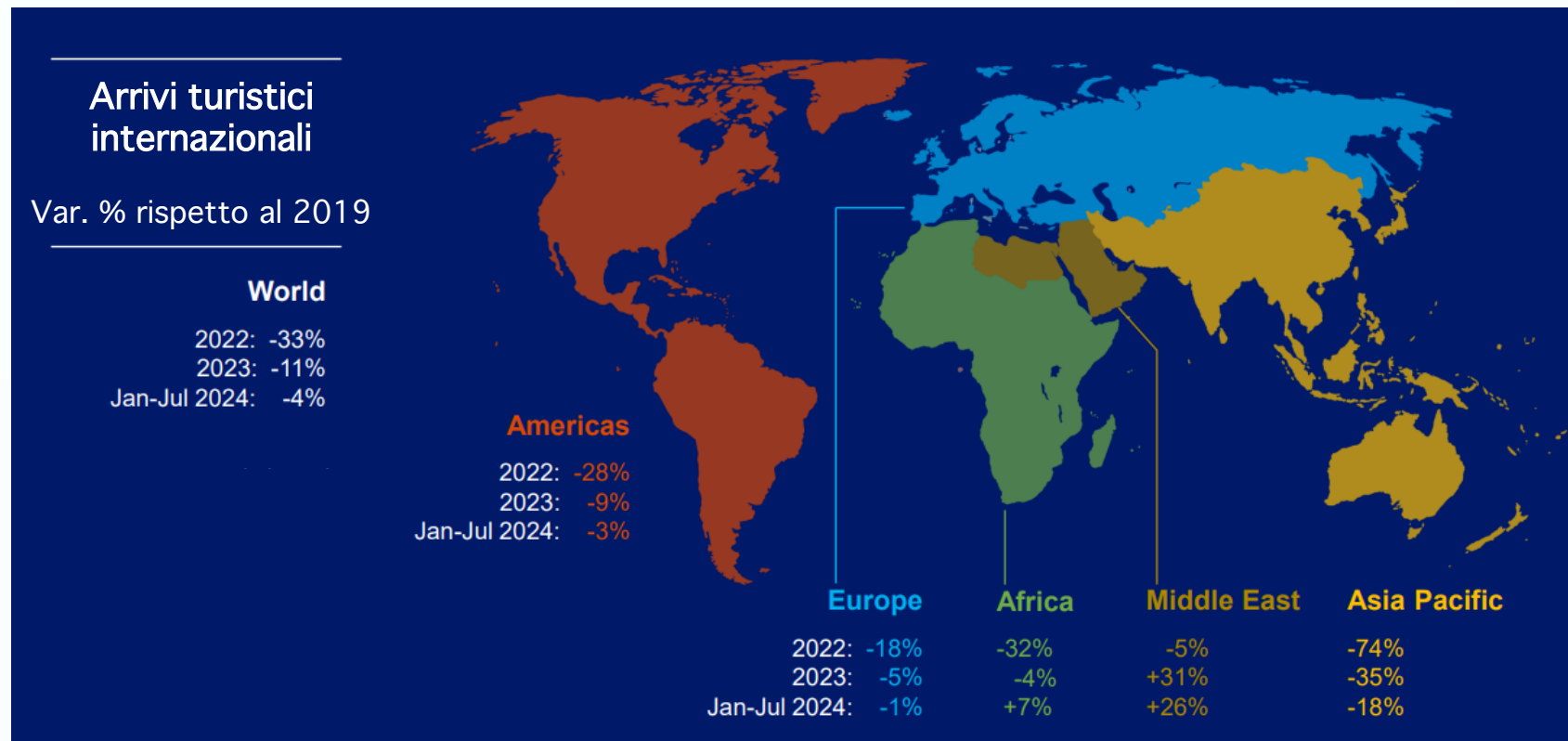


Nota metodologica



L'andamento del settore turistico: una visione d'insieme

L'andamento del turismo a livello internazionale



Secondo l'ultimo *World Tourism Barometer* di UN Tourism, nei primi sette mesi del 2024 sono stati circa 790 milioni i turisti in viaggio a livello internazionale, circa l'11% in più rispetto al 2023.

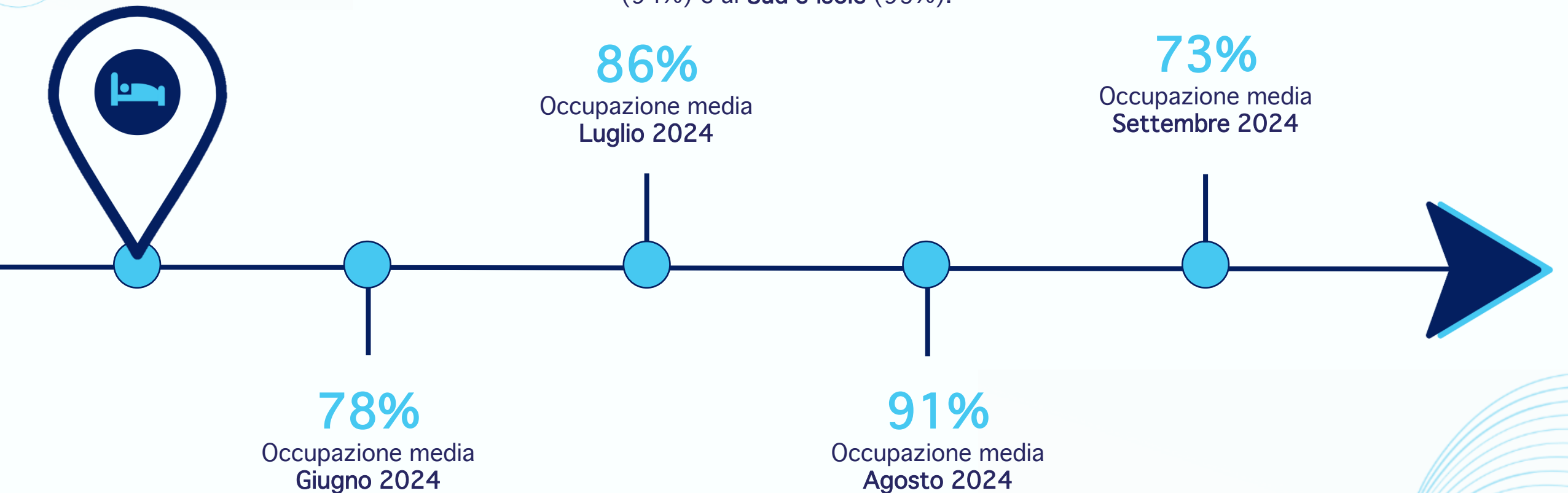
Gli arrivi turistici internazionali hanno raggiunto il 96% dei livelli pre-pandemia fino a luglio 2024. L'Europa ha recuperato il 97% degli arrivi precedenti alla pandemia (+1 p.p. rispetto al resto del mondo).

Questa ripresa evidenzia la crescente necessità di pianificazione e gestione del turismo per far fronte al suo impatto sulle comunità, in modo che i benefici socioeconomici siano abbinati a politiche inclusive e sostenibili.

L'inflazione è la sfida principale che il settore turistico sta affrontando attualmente, oltre alla situazione economica globale, alla carenza di personale e agli eventi meteorologici estremi.

Un bilancio dell'estate 2024 ...

Secondo l'indagine alle imprese, le strutture ricettive nazionali, nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre, hanno raggiunto un'occupazione media dell'82%, con i picchi maggiori nel mese di agosto, nelle località di mare (94%) e al Sud e isole (95%).



... e le prenotazioni per i prossimi mesi

Anche per l'autunno le previsioni del comparto ricettivo appaiono ottime: già venduta a settembre oltre la metà delle camere disponibili per il mese di **ottobre (58%)** e il **45%** per **novembre e dicembre**.

58%

camere prenotate
già a metà settembre per
ottobre 2024

45%

camere prenotate
già a metà settembre per
novembre e dicembre 2024

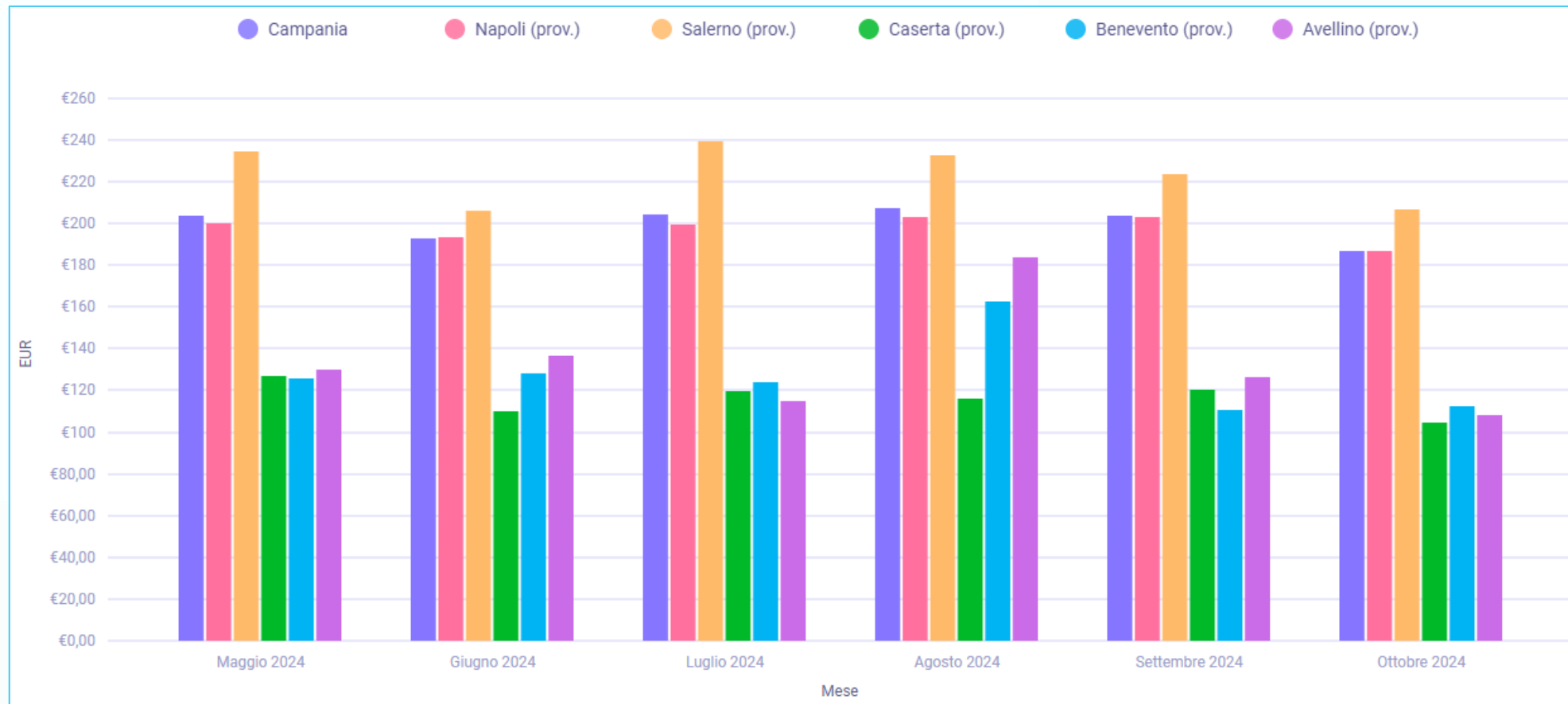


L'andamento positivo fa
ben sperare gli operatori:

oltre la metà (50,9%)
prevede di chiudere il
**bilancio 2024 in
pareggio.**

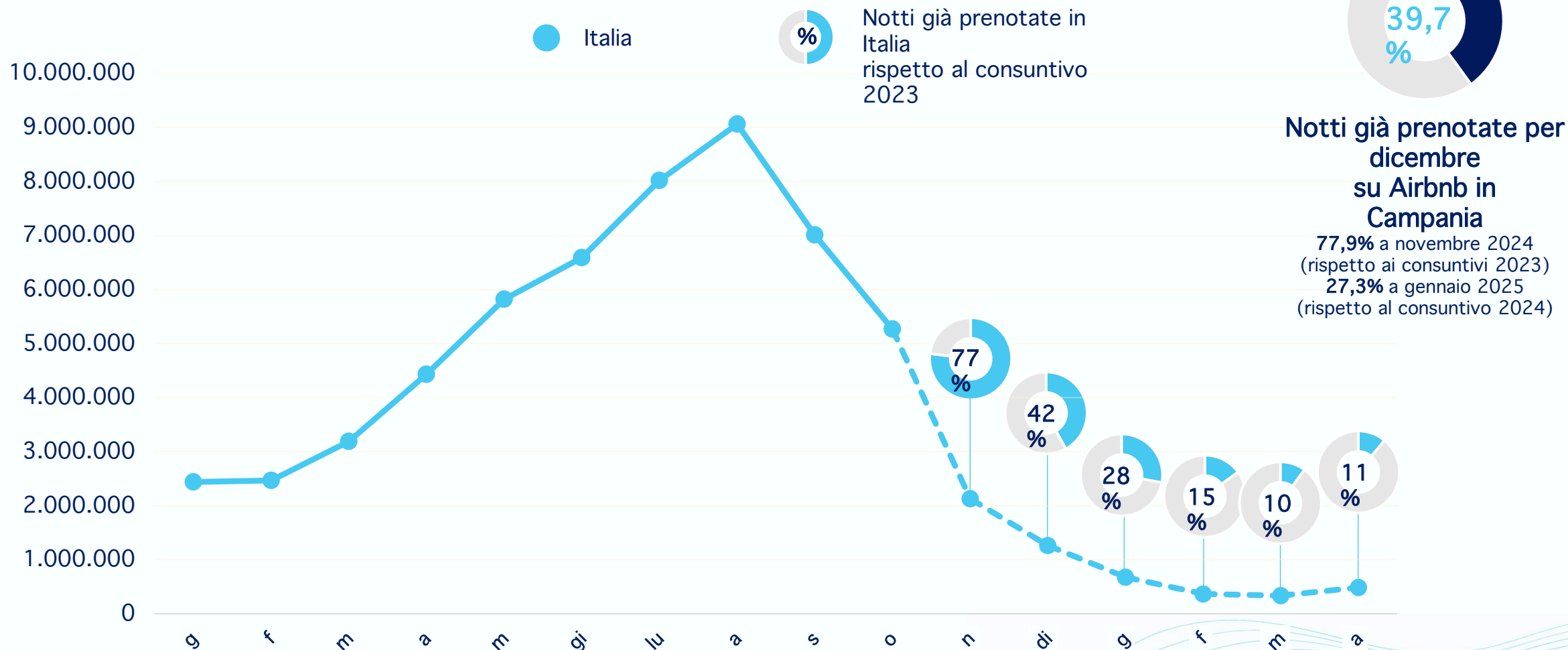
I prezzi degli alberghi

Prezzo medio per soggiorno in albergo rilevato nelle varie OTA attraverso *scraping* su Google



Notti prenotate su Airbnb

Sul portale Airbnb sono quasi 4 milioni le notti prenotate per novembre e dicembre in Italia.



Fenomeno Airbnb in Italia

882 mila

Alloggi Airbnb disponibili in Italia ad agosto 2024

+2,5%

Aumento di alloggi Airbnb disponibili in Italia rispetto ad agosto 2019

42 mil

Notti prenotate in alloggi Airbnb in Italia tra gennaio e agosto 2024

+5,2%

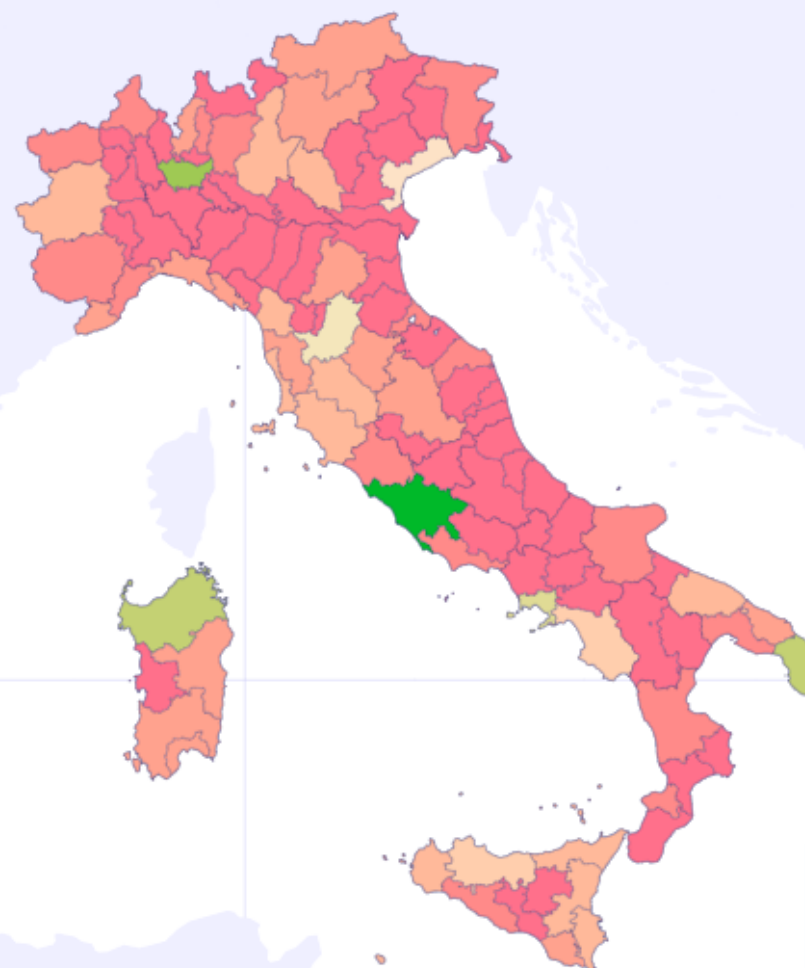
Aumento di notti prenotate in Italia rispetto allo stesso periodo del 2023

7,5 mld €

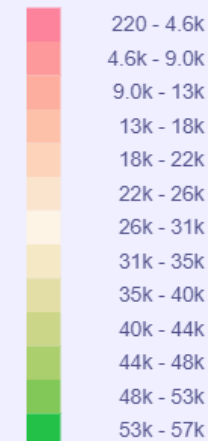
Indotto economico generato da alloggi Airbnb in Italia tra gennaio e agosto 2024

186 €

entrate in € per notte in alloggi Airbnb ad agosto 2024



Concentrazione alloggi Airbnb Agosto 2024



Soggiorni in abitazioni private in Campania

Oltre 59 mila

gli alloggi disponibili
per affitti brevi
ad agosto 2024

- Avellino: 1.025
- Benevento: 773
- Caserta: 1.963
- Napoli: 36.780
- Salerno: 18.599

+6,4%

aumento del n° di alloggi
rispetto allo stesso periodo del
2019

- Avellino: +42,8 %
- Benevento: +18,2 %
- Caserta: +16,4 %
- Napoli: +10,5 %
- Salerno: -3,3 %

Oltre 3,2
milioni

le notti prenotate su
Airbnb tra gennaio

- Avellino: 19.484
- Benevento: 18.646
- Caserta: 53.216
- Napoli: 2.277.413
- Salerno: 837.882

+1,8%

aumento del n° di notti prenotate
rispetto allo stesso periodo del
2023


- Avellino: -16,3%
- Benevento: -10,4 %
- Caserta: -6,1 %
- Napoli: +4,9 %
- Salerno: -4,5 %

Oltre 649 mln €

indotto economico
generato da alloggi Airbnb
tra gennaio e agosto 2024

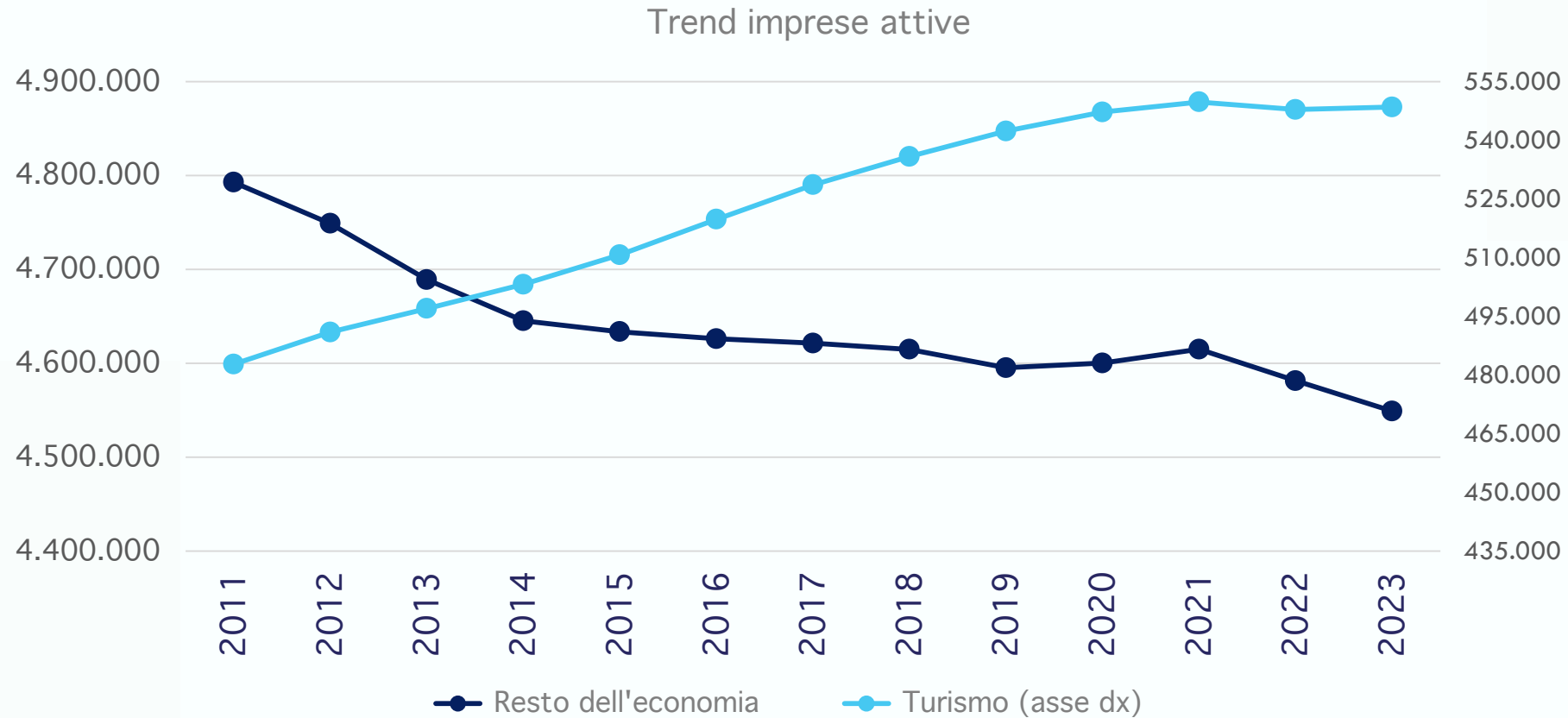
212€ al gg

entrate in € per notte
in alloggi Airbnb
ad agosto 2024



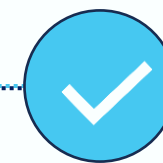
**Imprese turistiche,
competenze richieste
e fabbisogni formativi**

Turismo: un settore resiliente



- 4,2%
var. %
2023/2012
imprese attive
resto

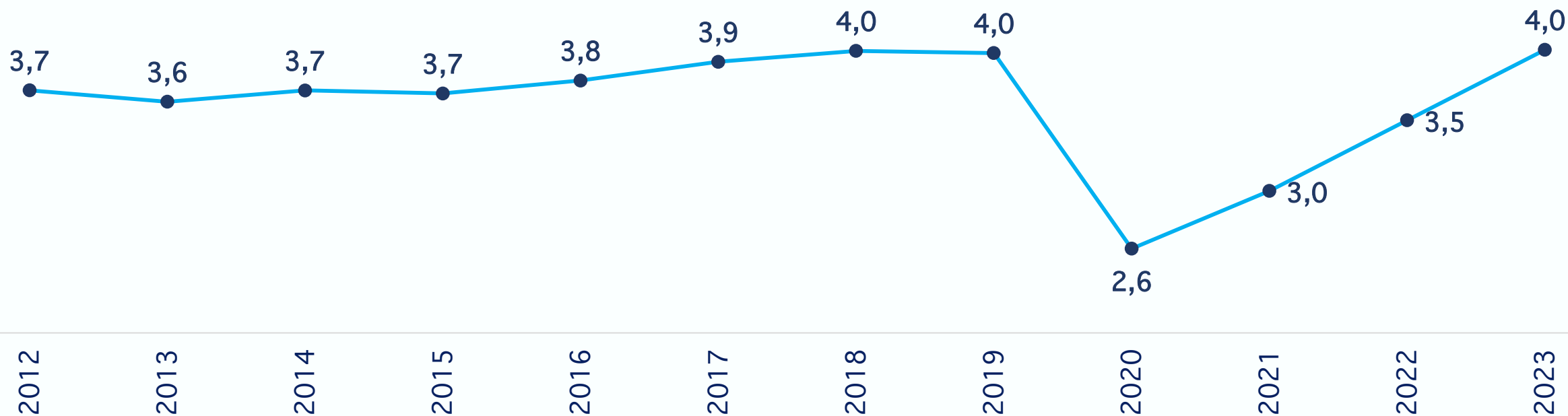
+ 11,7%
var. %
2023/2012



Il valore aggiunto del turismo

Valore aggiunto del comparto dei servizi di alloggio e ristorazione

Incidenza % alloggio e ristorazione su totale economia



75 miliardi di euro con un'incidenza del 4%
pari a quella del 2019, anno record del turismo



Le competenze richieste dalle imprese turistiche italiane



7 imprese turistiche su 10

ritengono fondamentale l'inserimento di personale qualificato per lo sviluppo della propria impresa

Competenze ritenute essenziali

GREEN
42,5%

Promozione di
attività
e prodotti
rispettosi
dell'**ambiente**

SOCIALI
39,2%

Comprensione, rispetto,
valorizzazione, e
coinvolgimento delle
comunità locali e delle
economie locali

DIGITAL
32,6%

Utilizzo di
software per lo
sviluppo turistico
delle **destinazioni**

Assunzioni e fabbisogni formativi delle imprese



230 mila

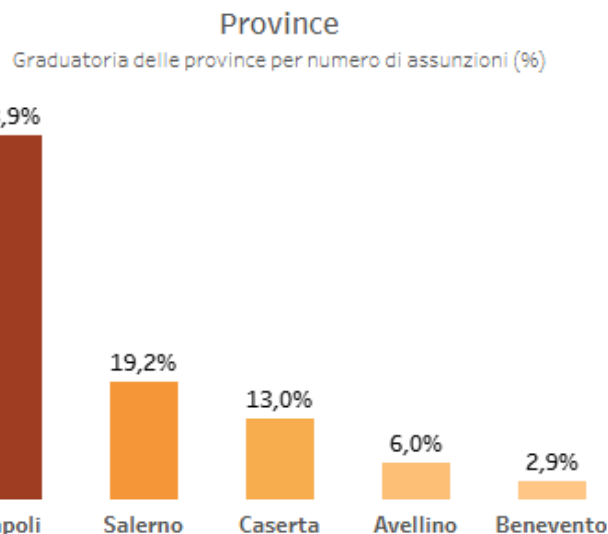
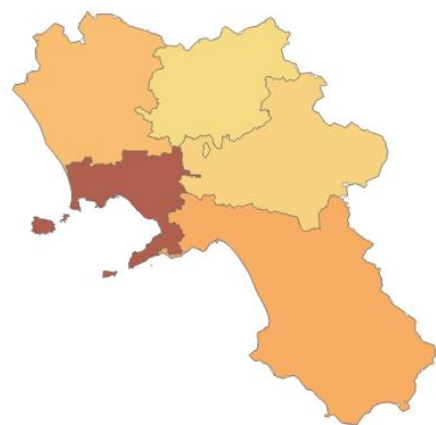
assunzioni previste in Italia
nel settore turistico
tra novembre 2024 e
gennaio 2025



18,1%

Incidenza delle assunzioni nel
turismo in Italia sul totale dei
settori
tra novembre 2024 e gennaio
2025

- **Esercenti e addetti nelle attività di ristorazione**
Al top delle professioni più richieste tra ottobre e dicembre 2024 (75,8%)
- **Qualifica professionale ad indirizzo ristorazione**
Tra gli indirizzi di studio più richiesti tra ottobre e dicembre 2024 (32,2%)
- **Diploma in turismo, enogastronomia e ospitalità**
Tra gli indirizzi di studio più richiesti tra ottobre e dicembre 2024 (19,3%)



Oltre 16 mila

assunzioni previste in Campania
nel settore turistico
tra novembre 2024 e gennaio
2025

7,1%

assunzioni previste in Campania
sul totale Italia nel settore turistico
tra novembre 2024 e gennaio
2025



I trend della domanda turistica in Italia

Il trend della domanda per prodotti turistici

Considerando le presenze nelle strutture ricettive e nelle abitazioni private (852 milioni) nel 2023 l'incidenza di ciascun prodotto è stata pari al:



Città d'arte e cultura



Mar
e



Montagn
a



Lag
o



Natura e
altro



Term
e

L'evoluzione delle motivazioni di viaggio in Italia

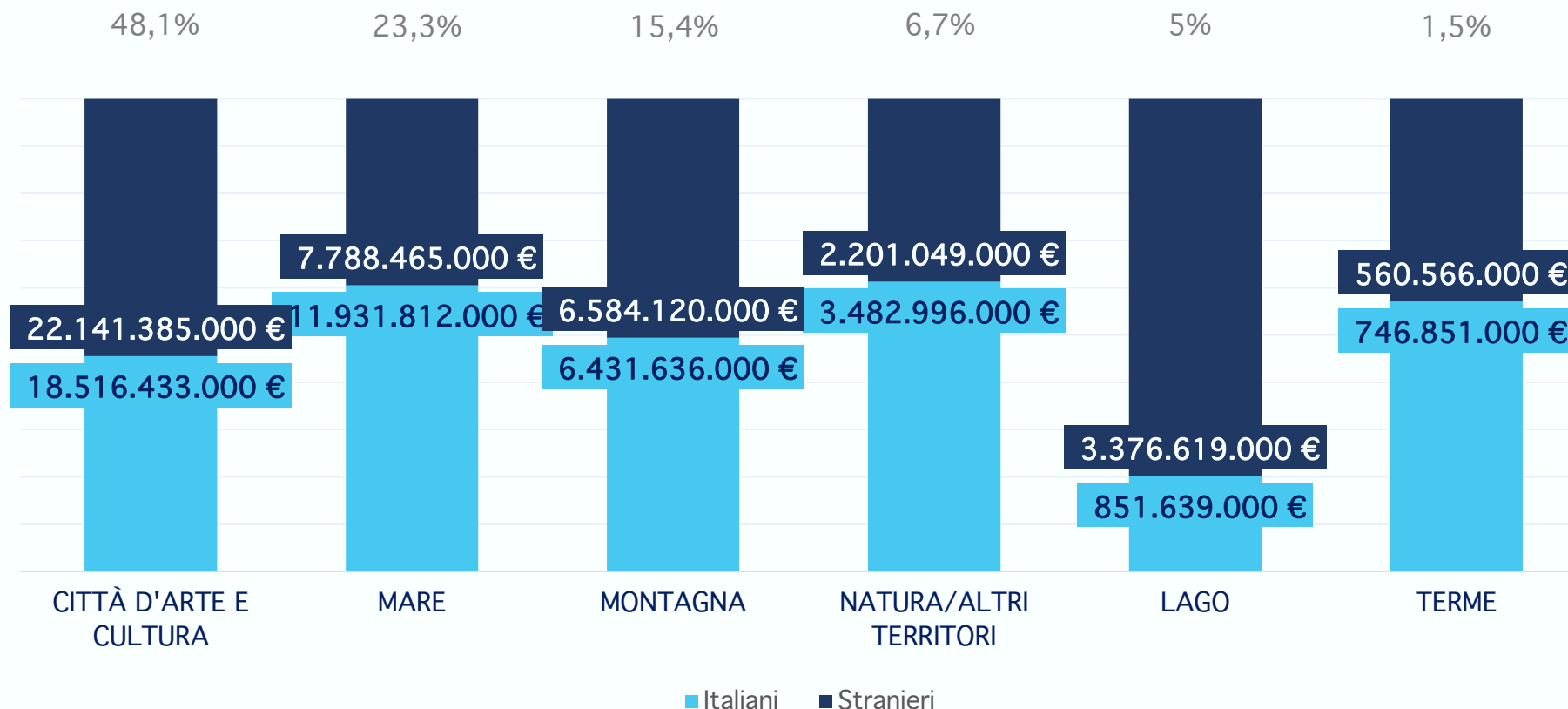
Nell'ultimo decennio le **motivazioni** che spingono i turisti a scegliere di soggiornare in Italia sono mutate, si assiste dal 2012 ad oggi ad un **cambiamento** nella graduatoria che vede:

- la **cultura** salire dalla 7^a posizione alla 1^a;
- l'**enogastronomia** passare dall'11^a alla 5^a;
- gli **eventi** dal 19° al 12° posto;
- le **bellezze naturali** salire al 2° posto.

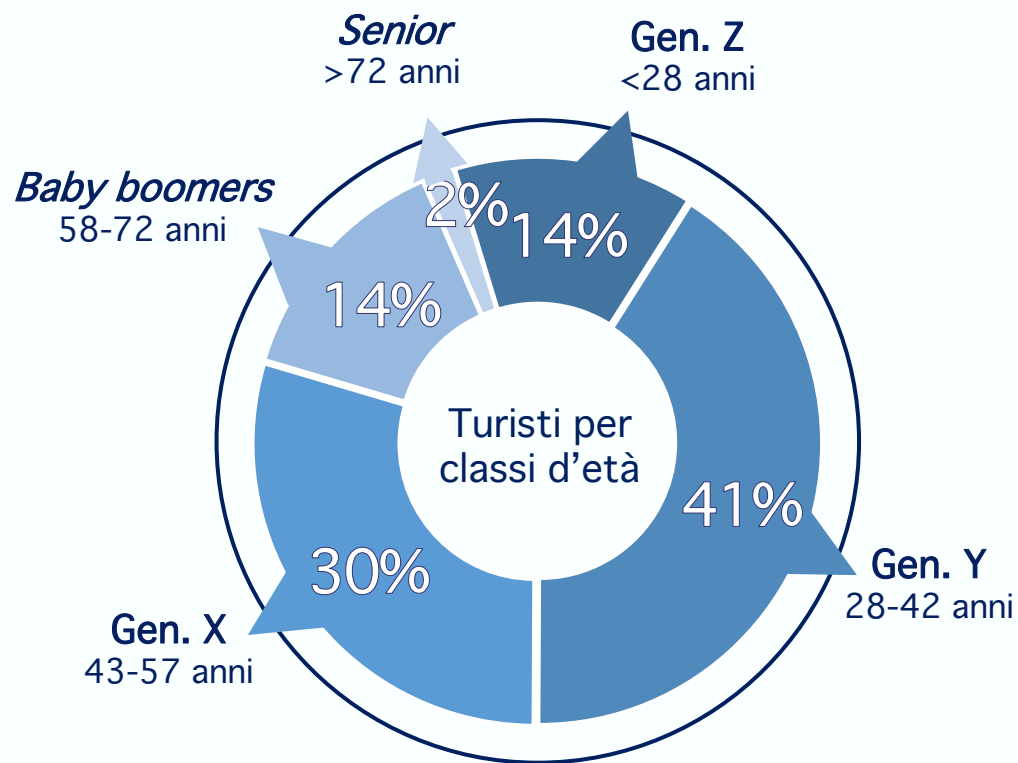


La spesa dei turisti nelle località italiane

Il giro d'affari generato dai turisti in Italia ha superato gli **84,6 miliardi di euro** (per l'acquisto di beni e servizi), di cui **40,6 miliardi** per le città d'arte e cultura, confermandole **prodotto di punta** del turismo italiano.



L'affermazione dei *Millennials*



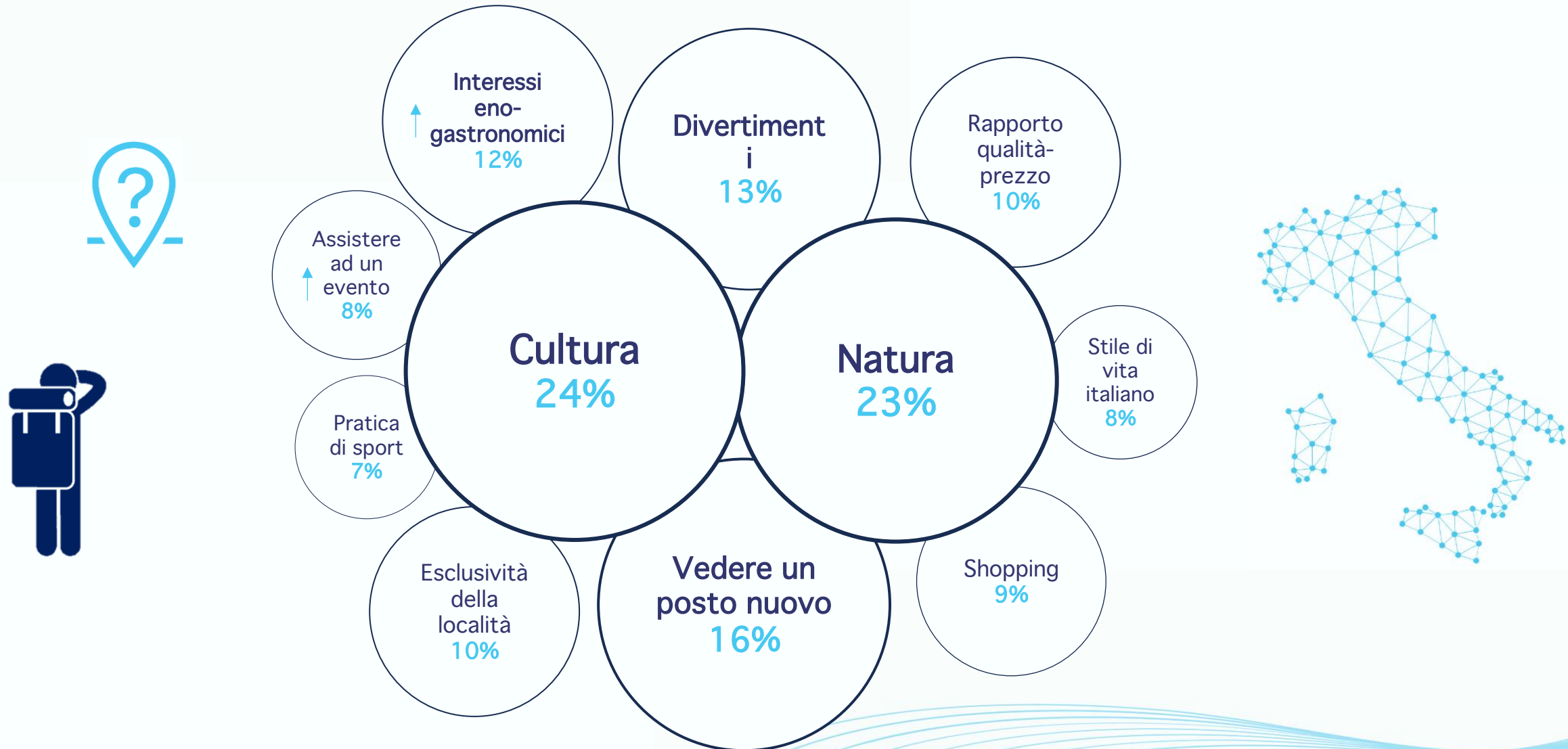
Nel 2023, in Italia si sono registrate **852 milioni di presenze turistiche**.

I **Millennial** (tra i 28 ed i 42 anni) sono il **41%**.

Chi sono i turisti della cosiddetta **Generazione Y**?

- Persone di **elevata scolarizzazione**;
- viaggiano alla ricerca di **esperienze emozionali**;
- mostrano particolare sensibilità ai temi della **sostenibilità**;
- utilizzano il **web** per informarsi, pianificare e recensire la propria vacanza.

Le motivazioni di viaggio in Italia dei Millennial



Il contributo economico dei Millennial all'economia nazionale

852 milioni di presenze turistiche in Italia nel 2023 per un giro d'affari sui territori di oltre 84 miliardi di euro, di cui **oltre il 40%** generati dai **Millennial**.



348 mln
(41% sul totale)

**STIMA PRESENZE
TURISTICHE GEN Y**
(strutture ricettive
e abitazioni private)



34 mld €
(40,4% sul totale)

**IMPATTO
ECONOMICO DEI
TURISTI GEN Y SUI
TERRITORI ITALIANI**



**Quasi
19 mld €**

**SPESA DELLA GEN Y
PER ALLOGGIO E
RISTORAZIONE**



Comportamenti turistici e di consumo estate 2024

L'identikit del turista in Campania

34,6%

I turisti che appartengono alla generazione Y, i cosiddetti **Millennial** (37,1% media Italia)

42,3%

I turisti che viaggiano **in coppia** (43% media Italia)

34,8%

I turisti che hanno un livello di istruzione sufficientemente alto, pari al **diploma di Maturità** (54,6% media Italia)

7.7/10

Il voto attribuito dai turisti all'**offerta turistica** nel complesso (8/10 media Italia)

43%

I turisti che hanno una **situazione economica** dichiarata **medio-medio alta** (50,6% media Italia)

54,6%

I turisti che rilasciano **recensioni online** sulla vacanza (61,1% media Italia)



Perché i turisti visitano la Campania?



+ in aumento rispetto all'estate 2023

Canali di comunicazioni influenti sulla scelta della destinazione Campania



Internet

informazioni, offerte,
social network, recensioni
online
(51,4% media Italia)

52,2
%

Totale

52,3
%

italiani

52
%

stranieri



Passaparola

suggerimento di amici
e conoscenti
(25,8% media Italia)

20,2
%

Totale

18,8
%

italiani

21,4
%

stranieri



Esperienza personale

destinazione già visitata
in passato
(24,4% media Italia)

27,2 +
%

Totale

28,9
%

italiani

25,8
%

stranieri



in aumento rispetto all'estate 2023

Luoghi visitati dai turisti in Campania



Cos'hanno visitato i turisti durante il soggiorno?



18,4%
Centri storici
13,7% italiani
22,3% stranieri



33,6%
Siti Unesco
31,9% italiani
35% stranieri

21,9%
Borghi
22,4% italiani
21,5% stranieri



18,6%
**Cattedrali,
chiese e
conventi**
18,1% italiani
19,1% stranieri



18,8%
**Cantine, frantoi,
strade del
vino e dell'olio**
18,8% italiani
18,9% stranieri

15,4%
Grandi città
17,9% italiani
13,2% stranieri



9,1%
Monumenti
9,2% italiani
9% stranieri

Attività dei turisti in Campania



Escursioni e gite

Totale

Italiani

Stranieri

59,4%

53,8%

64,1%

Eventi

53,8%

52,6%

54,9%

**Acquisto di prodotti tipici
e/o dell'artigianato locale**

34,9% +

34,9%

35%

**Pratica di attività
sportive**

34,6% +

36%

33,3%

Shopping

14,5%

11,4%

17,2%



+ in aumento rispetto all'estate 2023

Spesa dei turisti in Campania

VIAGGIO

spesa pro capite



108,8 € totale
(165,86€ media Italia)

102,4 € italiani
(114,06€ media Italia)

114,1 € stranieri
(210,68€ media Italia)

ALLOGGIO

spesa pro capite al
gg



87,9 € totale ⁺
(80,37€ media Italia)

85,6 € italiani
(76,49€ media Italia)

89,8 € stranieri
(83,73€ media Italia)

ALTRO

spesa pro capite al
gg



94,6 € totale ⁺
(97,31€ media Italia)

95 € italiani
(92,47€ media Italia)

94,3 € stranieri
(101,50€ media Italia)

⁺ in aumento rispetto all'estate 2023

Il giudizio dei turisti in Campania

Qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio



7.9/10

Ristorazione



8.2/10

L'organizzazione del territorio (collegamenti, orari di apertura e chiusura)



7.7/10

Cortesia e ospitalità della gente



8.1/10

Qualità del mangiare e del bere



8.2/10

Informazioni turistiche



7.7/10

Costo dell'alloggio



7.4/10

L'offerta culturale (musei, monumenti)



7.5/10

L'offerta di intrattenimento



7.6/10

Le recensioni online dei turisti in Campania

Il **54,6%** lascia una **recensione in rete**
(52,4% italiani e 56,5% stranieri)

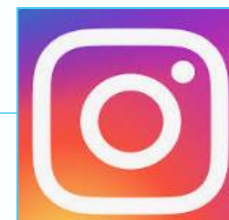
27,4%⁺
Facebook



35,5%
TripAdvisor



27,8%
Instagram



39,3%
Google



italiani

25%

31,1%

19,6%

36,7%

stranieri

29,3%

38,9%

34,1%

41,2%

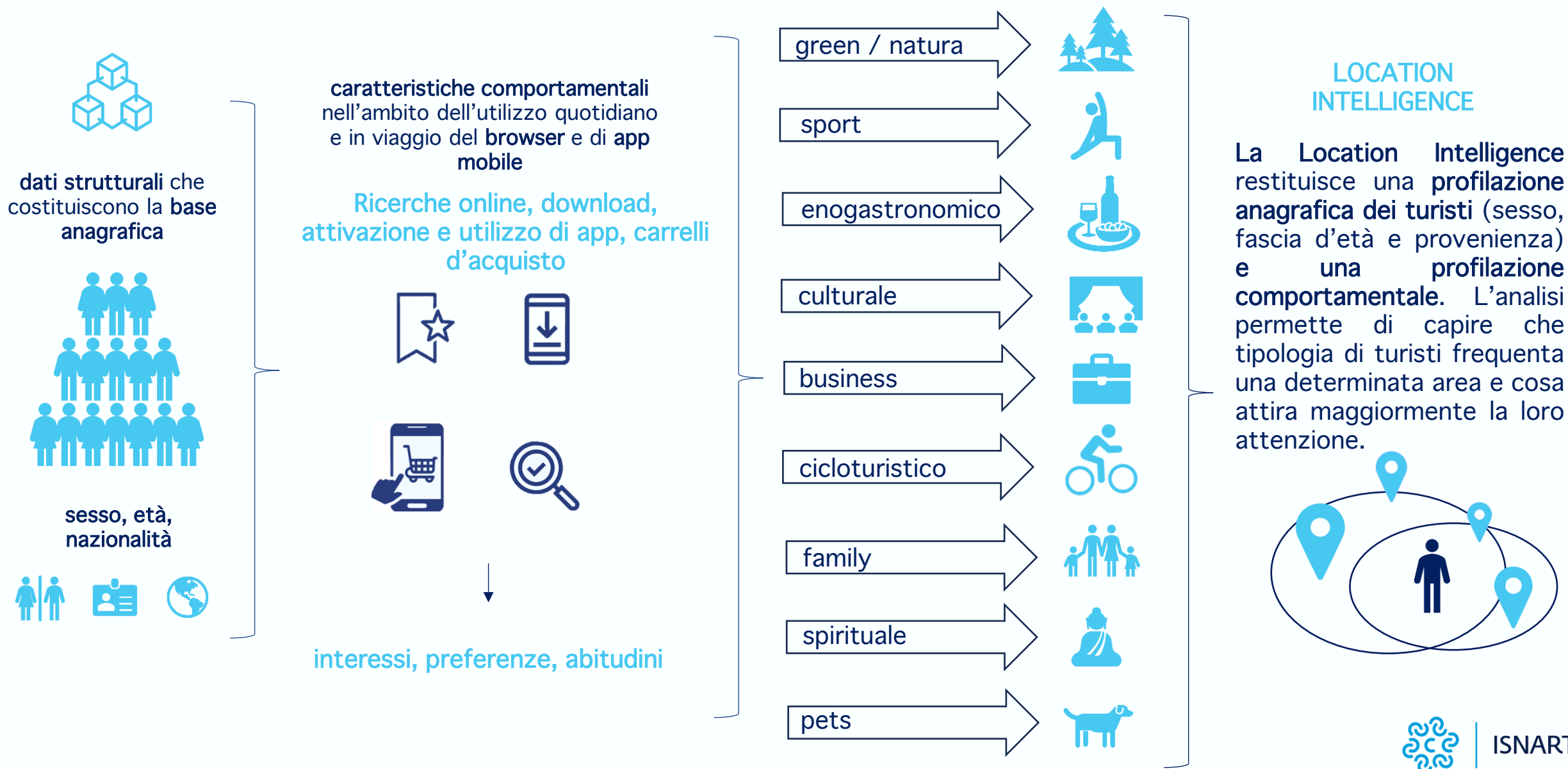


in aumento rispetto all'estate 2023

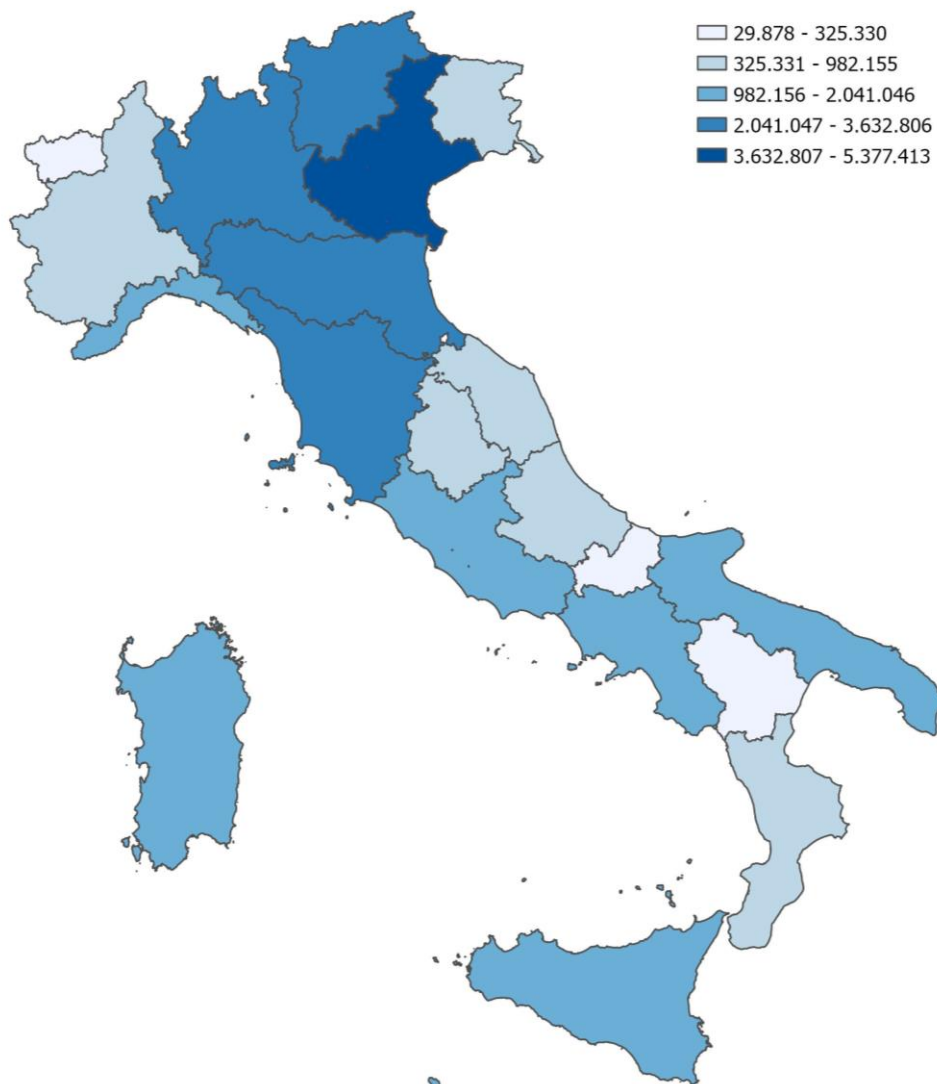


**Un nuovo strumento di analisi:
Location Intelligence**

Nuovi strumenti: Location Intelligence



Analisi di Location Intelligence estate 2024



Oltre 32 milioni di turisti in Italia nell'estate 2024, più di 1,3 milioni in Campania

Comuni più rilevanti per cluster turistici prevalenti in regione:



Pompei
cluster culturale



Amalfi
cluster enogastronomico



Salerno
cluster green



Nota metodologica

❖ INDAGINE AI TURISTI

Per monitorare la domanda turistica, nel corso del mese di agosto si è svolta un'indagine a turisti italiani e stranieri, su un campione nazionale di circa 17.000 turisti che abbiano soggiornato almeno due notti nella regione dell'intervista.

Il campionamento è di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane. Una volta individuate, all'interno di ogni regione, le località di maggior interesse per ogni singolo prodotto (sulla base del numero di arrivi e presenze), si passa alla successiva fase di campionamento che prevede una distribuzione delle interviste tra turisti italiani e turisti stranieri. Tale divisione viene stabilita in base ai dati dell'Istat relativi alle presenze per regione e per provincia.

Per il territorio della Campania nell'ambito del progetto FONDO DI PEREQUAZIONE 2022-2023 Sostegno del Turismo è stato effettuato un sovra campionamento per un totale 1.400 turisti.

❖ INDAGINE ALLE IMPRESE

Nel periodo dall'2 al 13 settembre 2024 è stata realizzata una indagine C.A.T.I. a 2000 strutture ricettive italiane (alberghiere ed extralberghiere. Tale indagine mira a conoscere l'andamento della stagione e le caratteristiche delle imprese turistiche.

❖ SOGGIORNI IN ABITAZIONI PRIVATE

Per i dati sugli alloggi in affitto, Isnart analizza la banca dati AirDna che fornisce informazioni su alloggi disponibili, notti prenotate ed entrate in €.

N.B.: Isnart ha in corso un'azione di revisione del DB AirDnA per riallinearne le logiche di georeferenziazione delle abitazioni private e strutture offerte sui territori da questa utilizzate, facendo riferimento alla distribuzione dei Comuni italiani ufficialmente utilizzata da Istat. Quanto sopra non inficia l'affidabilità e la significatività complessiva del dato analizzato ai fini della ricostruzione della consistenza e della dinamica dell'offerta di abitazioni private nella filiera turistica italiana, ma potrà comportare la necessità di aggiustamenti progressivi nella corretta collocazione spaziale degli alloggi che insistono in aree di confine amministrativo.

❖ LOCATION INTELLIGENCE

La Location Intelligence è un processo che permette di ottenere e analizzare dati geospaziali, visualizzando le informazioni statistiche ricavate dal traffico rilevato su smartphone, opportunamente anonimizzati, su mappe intelligenti o dashboard.

Consente, oltre che la categorizzazione anagrafica (sesso, età, nazionalità) delle unità di rilevazione (ID), la loro clusterizzazione in profili comportamentali e di interesse turistico prevalente (enogastronomico, culturale, sportivo, etc.) desunti dalle rispettive abitudini in termini di:

- navigazione su siti mobile via browser (ricerche);
- attività su mobile app (download, attivazione, creazione di carrelli di acquisto, ecc.).

L'ID viene qualificato come turista qualora si trovi, per almeno 24 ore, in uno o più comuni diversi da quelli di sua abituale presenza.

Ciascun ID viene tracciato in tre diversi periodi di rilevazione* (vacanze di Pasqua, periodo estivo - mesi di luglio-agosto - e vacanze invernali) e le relative analisi sono disponibili per un campione composto da circa 1.200 Comuni italiani a forte caratterizzazione turistica (per una copertura pari a oltre il 93% del totale delle presenze ISTAT).

Il turista viene targettizzato a priori e questo tipo di informazione statistica, combinata con la localizzazione, può avere come primo campo di applicazione quello di far emergere la necessità di predisporre un'offerta adeguata ai profili turistici che abbiano una maggior probabilità di scegliere un dato territorio come propria destinazione. Anche se non è da escludere che esista una correlazione tra interessi, preferenze e abitudini personali del turista e tipologia di offerta legata alla destinazione da lui scelta, la circostanza che ciò non accada implica che ci sono margini di intervento da parte dei policy maker.

N.B.: le informazioni in termini di flussi e caratterizzazione degli interessi turistici espressi dalla domanda tramite analisi di Location Intelligence costituiscono un elemento integrativo e non sostitutivo delle rilevazioni statistiche tradizionali, basate su interviste campionarie, conferendo ai dati (e alle relative analisi) una maggior tempestività rispetto a quelli di fonte ufficiale. Per sua natura, la Location Intelligence si rivela, perciò, un potente mezzo a supporto del processo previsionale e decisionale, oltre a fornire un dato anticipatore rispetto a quello su arrivi e presenze fornito da ISTAT.

* *In particolare, la fornitura dei dati è già attiva dall'estate 2023, permettendo confronti temporali a partire dalla finestra di rilevazione estiva del 2024.*



IS.NA.R.T. SCPA

www.isnart.it



| ISNART

INDIRIZZO

Via Lucullo, 8 -
Roma