

11 Aprile 2022
BIT - Milano



DAL TOUR
AL TURISMO
ATTRAVERSO I DATI

**FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020 - SOSTEGNO DEL TURISMO
LINEA DI ATTIVITA' 1 - OSSERVAZIONE ECONOMICA**

**1° REPORT DI ANALISI ECONOMICO - TERRITORIALE
PER UNIONCAMERE CAMPANIA**

11 APRILE 2022



Sommario

1. **Premessa**
2. **L'offerta: la filiera turistica**
3. **L'offerta: l'andamento del sistema ricettivo**
4. **La domanda: l'andamento dei flussi turistici**
5. **La domanda: i comportamenti**
6. **L'analisi del Sentiment**
7. **Previsioni**
8. **Nota metodologica**

1. Premessa

Il presente rapporto costituisce il primo step di analisi per lo svolgimento della linea 1 di Attività 1 «Specializzazione dell'osservazione economica per stare vicino alle imprese e ai territori» del progetto «Fondo di Perequazione 2019-2020 Sostegno del Turismo» realizzato da Isnart per le camere della Campania.

Il Fondo di Perequazione 2019-2020 si pone come obiettivo principale quello di fornire sostegno agli operatori del turismo nella gestione della crisi e nella pianificazione della ripartenza alla luce delle gravi difficoltà economiche e sociali che hanno investito il settore a livello mondiale.

Oltre alla continua e necessaria implementazione dei dati sulle piattaforme, l'obiettivo del progetto per il 2021 è di massimizzare i vantaggi e le opportunità derivanti da un utilizzo sinergico dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio e degli ecosistemi digitali, formando i dipendenti delle Camere di Commercio nell'utilizzo degli strumenti affinché si possa valutare la loro piena efficacia.

A tal fine, il presente rapporto contiene l'analisi economico territoriale della Campania, partendo dal patrimonio informativo dei due ecosistemi turistici Turismo Big Data e Mappa delle Opportunità, dal quale sono stati estratti alcuni indicatori di sintesi, e approfondendo l'analisi del contesto turistico locale con indagini dirette qualitative realizzate ad hoc, sia alle imprese ricettive della regione che ai turisti italiani e stranieri in vacanza sul territorio regionale nel corso del 2021.

2. L'offerta: la filiera turistica

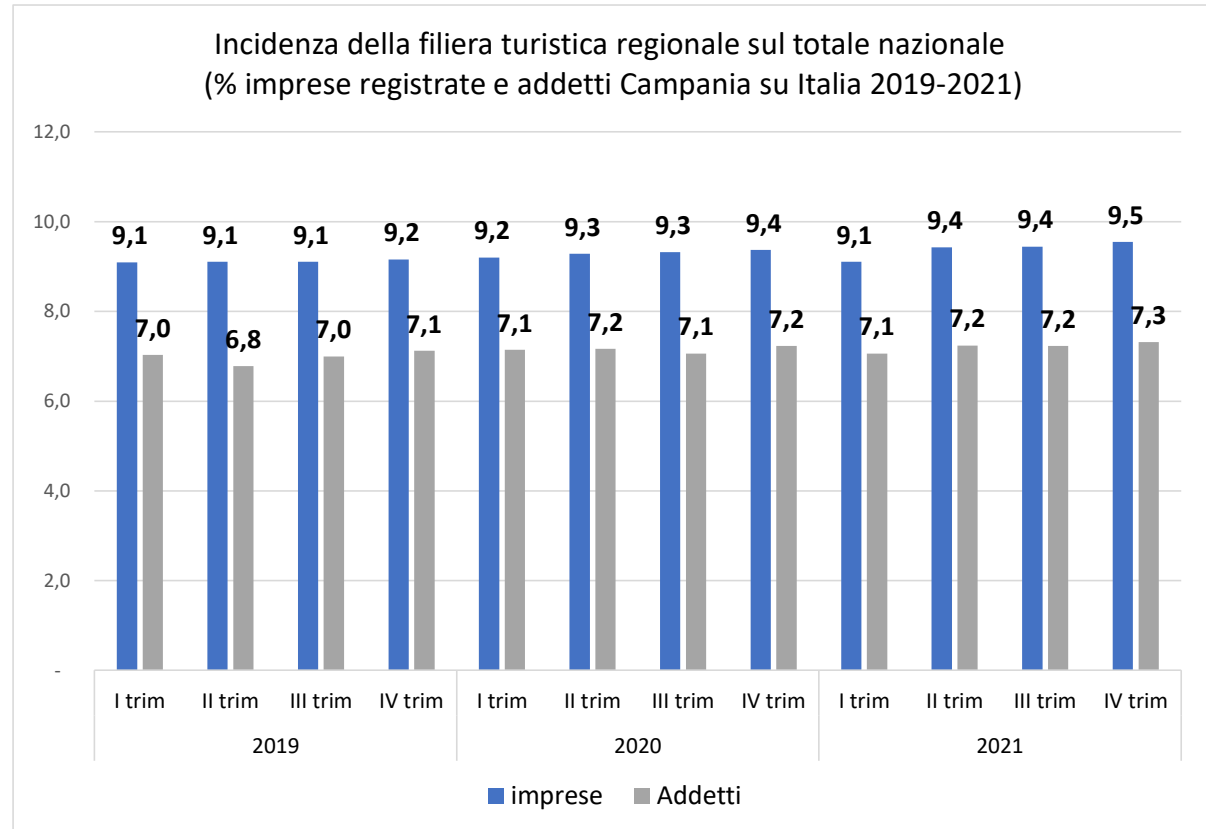
Gli indicatori

Incidenza della filiera turistica regionale sul totale nazionale

La Campania è la terza regione italiana, dopo Lombardia e Lazio, per numero di imprese della filiera turistica.

Conta poco più di 60 mila imprese registrate al quarto trimestre 2021, ovvero il 9,5% dell'offerta italiana di settore (aumentato di un +0,3% rispetto allo stesso trimestre pre-pandemia).

Gli addetti del settore sono oltre 6,2 milioni al quarto trimestre 2021, cioè il 7,3% del totale Italia (scendendo al quinto posto del *ranking* addetti, dietro Emilia-Romagna e Veneto).



Fonte: Infocamere, IV trimestre 2021

Incidenza della filiera turistica provinciale sul totale regionale

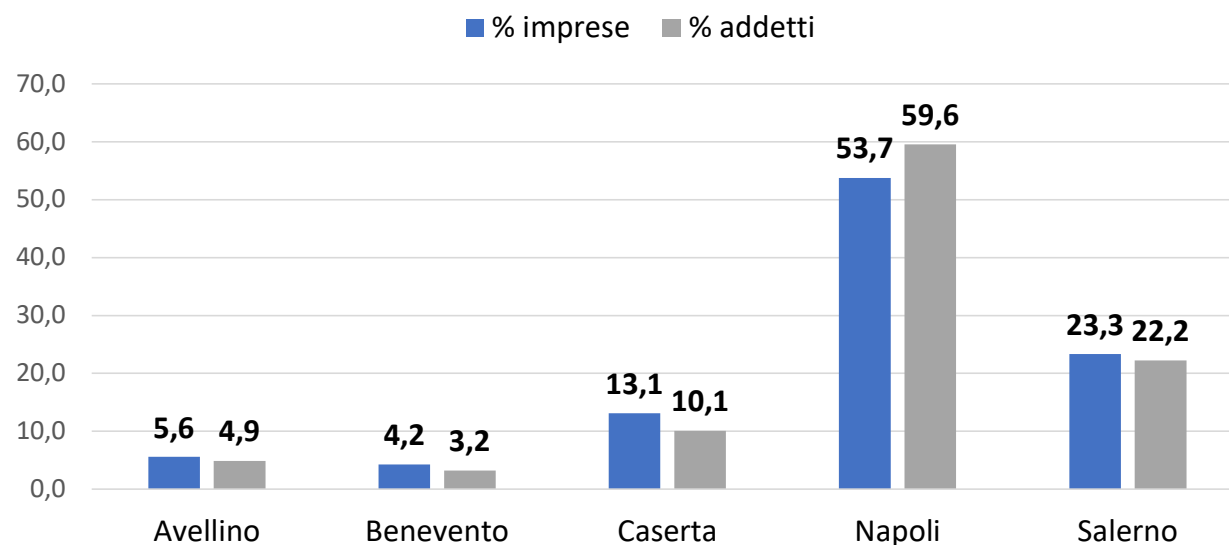
Nella sola provincia di Napoli si concentra oltre la metà sia delle imprese (53,7%) che degli addetti (59,6%) della filiera turistica campana. La provincia è anche l'unica ad avere un numero di addetti superiore a quello delle imprese.

Segue la provincia di Salerno, con rispettivamente il 23,3% e il 22,2%. Fanalino di coda è la provincia di Benevento con il 4,2% di imprese e il 3,2% di addetti, dietro Caserta (13,1% ; 10,1%) e Avellino (5,6% ; 4,9%).

La dimensione media delle imprese turistiche in Italia è di 4,2 addetti ma in Campania questo valore scende a 3,2. L'unica provincia che supera la regione è Napoli (3,6), pur attestandosi sempre al di sotto della media nazionale.

Nel complesso, si registrano quindi più imprese di dimensioni minori, dovute probabilmente a una stagionalità marcata del turismo in Campania.

Incidenza della filiera turistica provinciale sul totale regionale
(% imprese registrate e addetti provinciali su Campania)



Dimensione media delle imprese turistiche	
Addetti/imprese	
Avellino	2,8
Benevento	2,4
Caserta	2,5
Napoli	3,6
Salerno	3,1
Campania	3,2
Italia	4,2

Incidenza dei settori della filiera turistica a livello provinciale

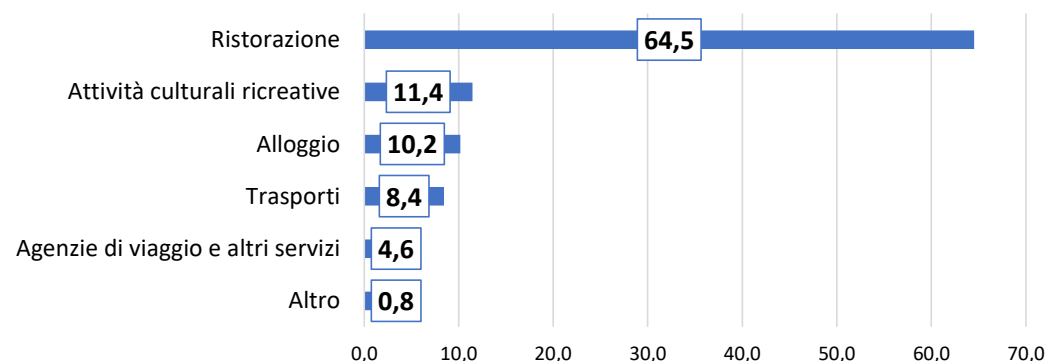
Nella filiera turistica campana, il peso preponderante è quello della ristorazione con il 64,5% del totale settori. A livello provinciale, spicca in tal senso la provincia di Caserta (75,7%) a fronte del tasso più basso di imprese specializzate nella ricettività (3,9%).

Anche Avellino e Benevento seguono questa direzione, con imprese ristorative al di sopra del 70,0% e imprese ricettive al di sotto del 9,0% nel complesso.

Napoli e Salerno, invece, si mantengono attorno al 62,0% in media nel primo caso e al di sopra del 10,0% nel secondo, una situazione in linea con lo scenario regionale.

Per quanto riguarda le imprese specializzate in attività culturali-ricreative, la provincia di Caserta è la sola a superare la media regionale (12,5%). Nei trasporti prevale Napoli (10,4%), così come per le agenzie di viaggi (5,6%).

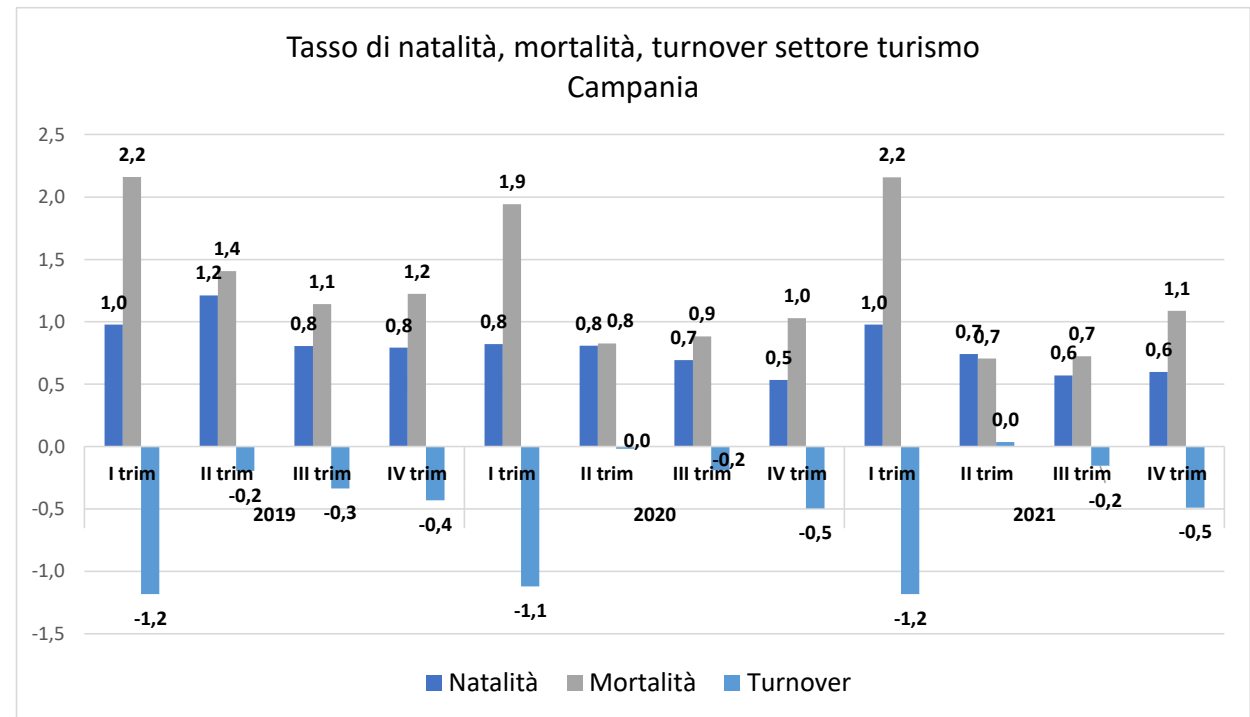
Incidenza dei settori della filiera turistica sul totale filiera Campania



Incidenza dei settori della filiera turistica sul totale filiera(%)						
	CAMPANIA	AVELLINO	BENEVENTO	CASERTA	NAPOLI	SALERNO
Trasporti	8,4	5,6	6,3	4,7	10,4	7,2
Alloggio	10,2	6,3	8,2	3,9	10,8	13,6
Agenzie di viaggio e altri servizi	4,6	2,7	2,9	2,6	5,6	4,0
Ristorazione	64,5	73,2	70,6	75,7	61,3	62,6
Attività culturali ricreative	11,4	11,3	11,0	12,5	11,1	11,7
Altro	0,8	1,0	1,1	0,6	0,8	0,9
Turismo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

L'andamento delle imprese della filiera turistica campana mostra l'impatto concreto della pandemia da Covid, con un tasso di *turnover* negativo tra il 2019 e il 2021 dovuto prevalentemente alla minore natalità di imprese.

Interessante è il turnover nullo nel secondo trimestre già del 2020 e ripetuto nel 2021, in corrispondenza dei mesi primaverili, e basso nel terzo trimestre (-0,2%) cioè durante i mesi più caldi.



Fonte: Infocamere, IV trimestre 2021

3. L'offerta: l'andamento del sistema ricettivo

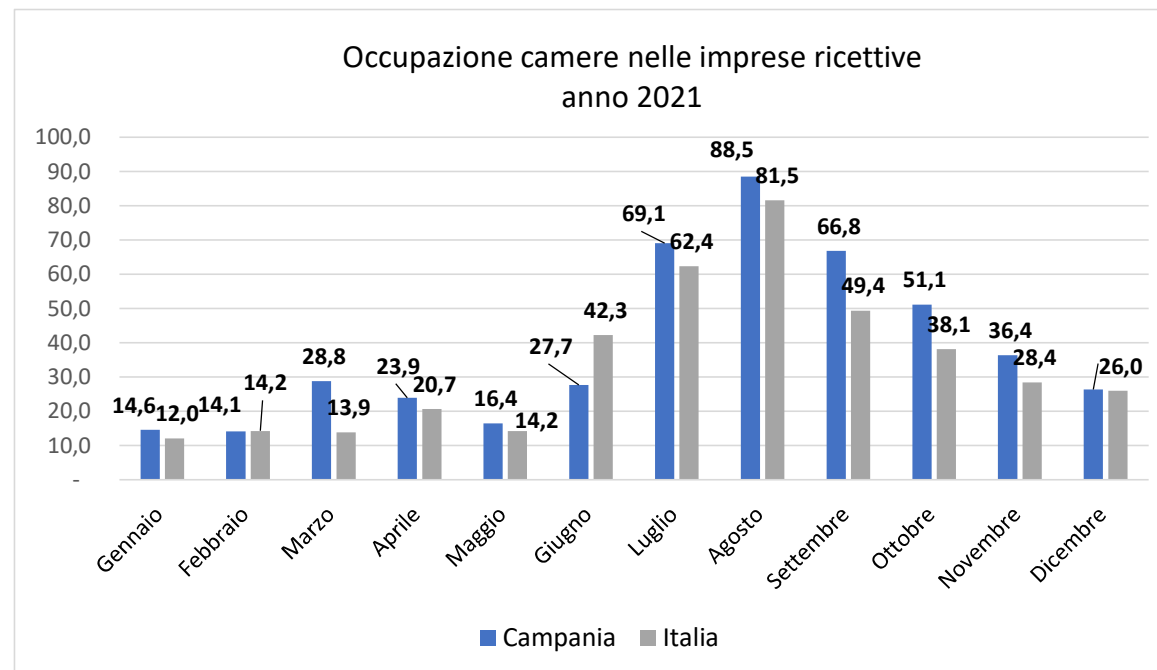
Indagine locale alle imprese

Come emerso in precedenza, la Campania segue un andamento turistico tipicamente stagionale: si passa da meno di 2 camere su 10 vendute in inverno e primavera a ben 8 in estate, per poi scendere a meno di 3 in autunno.

Nel complesso però, è importante sottolineare un'occupazione camere superiore alla media Italia non solo durante i mesi caldi ma anche nei periodi marzo-aprile e ottobre-novembre, un 2021 che mostra la Campania come una regione multistagionale.

Questo è dovuto in primis al fenomeno della c.d. «delocalizzazione del lavoro» (*staycation*), secondo cui si ricerca una miglior qualità della vita lavorativa in località anche molto attrattive nei periodi menzionati (ad es., Caserta e la Reggia).

Nel confronto con il 2020, le imprese della Campania hanno visto aumentare le camere vendute di +28,3 punti percentuali netti. Una crescita importante, soprattutto se paragonata a quella nazionale (+14,2).



Occupazione camere anno 2020-2021 (%)			
	2020	2021	differenza
Campania	19,7	48,0	28,3
Italia	25,7	39,9	14,2

Tra le maggiori difficoltà riscontrate nel 2021 dalle imprese campane, spiccano:

1. La difficoltà di reperimento di personale stagionale (per l'87,9%);
2. I cambiamenti dei mercati di riferimento (48,6%);
3. L'organizzazione a fronte di possibili disdette da gestire, causa Covid-19 (40,8%).

Nel complesso, è importante notare che tutte le imprese campane hanno avuto difficoltà nel 2021 a causa degli effetti della pandemia (rispetto, invece, al quasi 20,0% nazionale che non ha avuto ripercussioni in tal senso).

La mancanza di personale stagionale è un problema drastico, considerando i dati estivi di massima occupazione camere; complice in primis il reddito di cittadinanza, che ha disincentivato la giovane forza lavoro a cercare impieghi del genere nel settore.

Anche possibili disdette spaventano le imprese, soprattutto nei periodi di bassa stagione (il che si traduce in maggiori offerte *last-minute*), ma anche l'interazione con una domanda turistica tipicamente domestica, a fronte delle restrizioni agli spostamenti dall'estero ancora presenti in Italia.

Quali problematiche ha incontrato nel corso del 2021?		
	Campania	Italia
Difficoltà reperimento personale stagionale	87,9	25,2
Cambiamenti dei mercati di riferimento	48,6	30,3
Organizzazione per gestire possibili disdette, causa Covid-19	40,8	48,5
Difficoltà sull'organizzazione dei flussi di lavoro	28,8	16,7
Cambiamenti di tipologia di clientela (target, famiglie, coppie, ecc...)	27,3	18,8
Gestione del prezzo delle camere rispetto ai nuovi costi sostenuti, legati alle misure di sicurezza	24,2	40,3
Difficoltà nella gestione degli spazi comuni	16,6	10,8
Modalità di ricorso alla intermediazione e necessità delle nuove regole di ingaggio e di contrattualizzazione.	16,6	3,3
Difficoltà organizzative rispetto a richieste di predisposizione di dispositivi di sicurezza sanitaria	7,6	8,1
Nessuna	0,0	14,9

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Le previsioni di bilancio

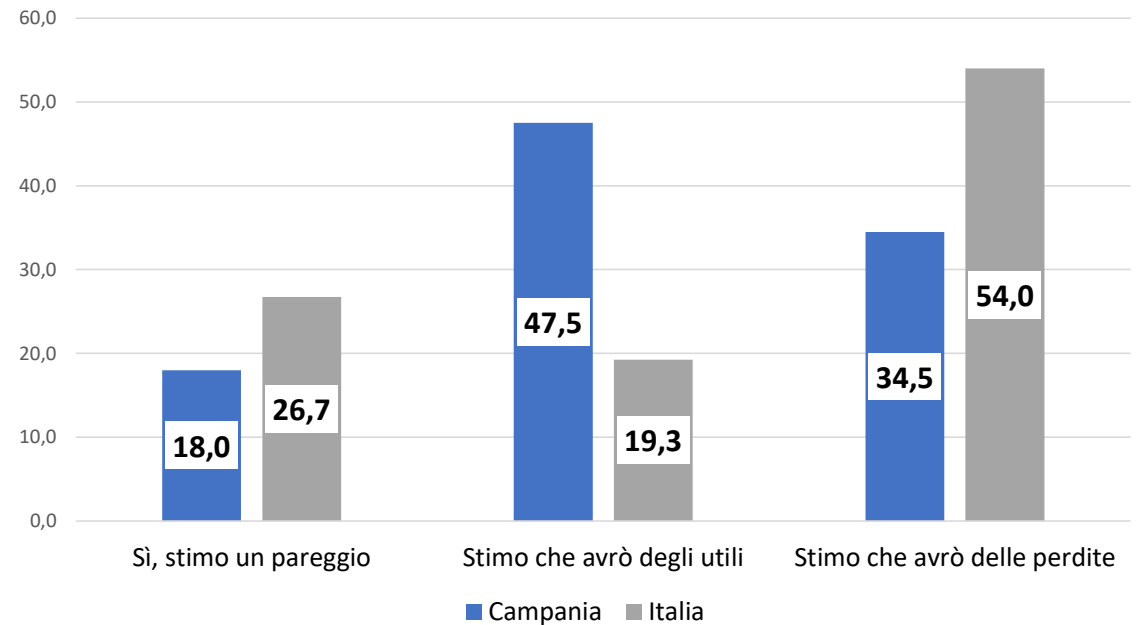
Nonostante le difficoltà importanti, quasi la metà delle imprese turistiche campane ha stimato di conseguire utili a fine esercizio 2021 (meno di 2 su 10 quelle italiane).

Quasi 2 su 10 hanno stimato di raggiungere il *break even point*.

Il 34,5% ha stimato perdite di bilancio, quota comunque inferiore alla media nazionale (54,0%).

Questo scenario incoraggiante si è tradotto in un +1,9% di ricavi nel periodo 2021-2020, rispetto all'Italia in perdita per il -9,6%.

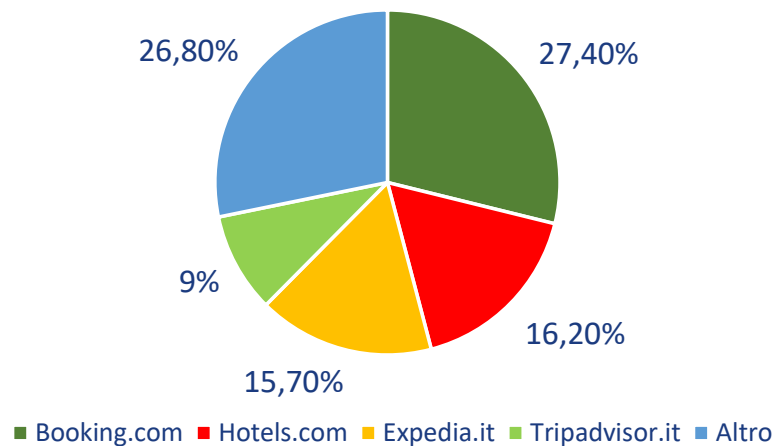
Rispetto a come è andato il 2021, pensa di raggiungere il punto di pareggio (Break Even Point) entro dicembre 2021?



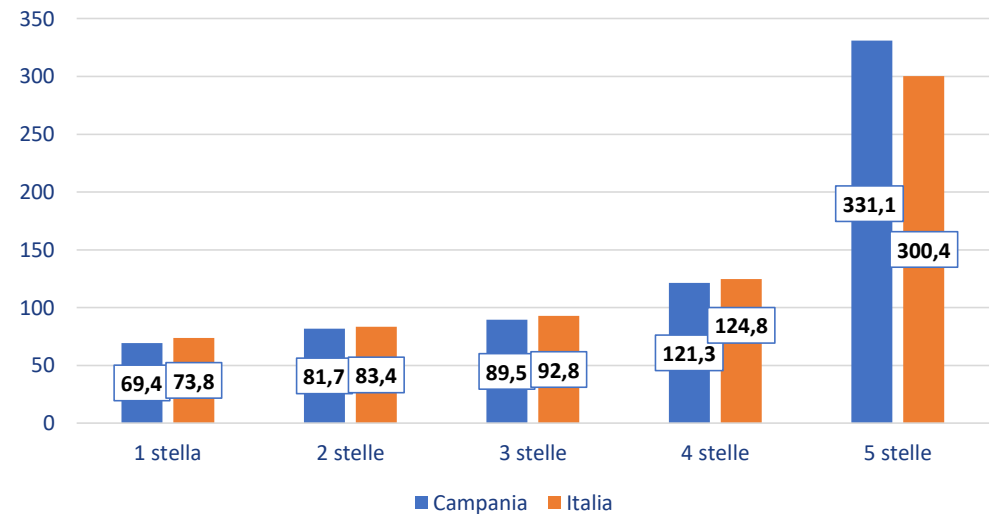
Stima di variazione dei ricavi rispetto al 2020 (%)	
Campania	1,9
Italia	-9,6

I Prezzi degli hotel e la presenza di offerte sui grandi portali di commercializzazione online

Presenza sui principali motori di ricerca (%)



Strutture alberghiere - Prezzi medi per categoria



Fonte: Google 2° bimestre 2021

Le imprese ricettive della Campania sono presenti online sui principali motori di ricerca delle OTA (*Online Travel Agencies*) tra cui Booking, che conferma il suo primato su tutte con il 27,4% delle proposte online delle strutture. Seguono Hotels.com con il 16,2% delle offerte disponibili, Expedia con il 15,7% e TripAdvisor con il 9,0% delle offerte. Emerge però, al contempo, una quota di offerte direttamente sui siti web che indica una forte tendenza alla disintermediazione, essendo tale quota quasi pari a quella delle offerte su Booking (26,8%). La competizione sui prezzi mostra che gli hotel in Campania si offrono a prezzi lievemente più bassi della media nazionale, ad eccezione della ricettività di lusso (5 stelle).

Il mercato alternativo

Dai dati fonte Airdna, il numero di strutture disponibili è pari a 49.675.

Di queste, 38.202 sono appartamenti per locazioni brevi e 9.910 le camere in affitto o in B&B.

Il sistema ricettivo ufficiale registra però 8.181 strutture, di cui 2.919 B&B.

In generale, anche il mercato alternativo ha sofferto gli effetti della pandemia Covid. L'offerta estiva ha subito il -12,4% di strutture presenti sul mercato legato a Airbnb.

L'offerta campana del mercato alternativo



Fonte: Airdna

4. La domanda: l'andamento dei flussi turistici

Gli indicatori

La variazione degli arrivi e delle presenze (2020/2019)

Tasso di variazione 2020-2019 degli arrivi e delle presenze per regione/provincia e provenienza, confronto con variazione media nazionale.

	VAR % 2020/2019					
	arrivi			presenze		
	Totale	Paesi esteri	Italia	Totale	Paesi esteri	Italia
Caserta	-55,6	-56,3	-83,3	-82,8	-49,1	-46,3
Benevento	-60,4	-61,3	-81,9	-84,1	-56,8	-55,5
Napoli	-68,3	-71,2	-87,1	-88,1	-46,5	-48,7
Avellino	-57,4	-56,3	-82,7	-83,3	-52,7	-48,3
Salerno	-58,3	-60,0	-87,2	-87,4	-39,8	-45,8
Campania	-64,7	-66,9	-87,0	-87,7	-45,4	-47,5
Italia	-57,6	-52,3	-74,6	-70,3	-41,0	-33,8

Fonte: Dati Istat

Come visto in precedenza, la pandemia ha colpito duramente il settore turistico, in Italia come nel resto del Mondo, con una flessione della domanda che ha interessato soprattutto il turismo internazionale.

Nel 2020, rispetto al periodo pre-pandemia, in Campania si registrano flessioni del 64,7% negli arrivi turistici e dell'87,7% nelle presenze complessive. In entrambi i casi, si assiste a perdite consistenti che vanno ben oltre i dati nazionali, rispettivamente del -57,6% degli arrivi e del -70,3% delle presenze.

L'unica provincia, che registra un calo maggiore di arrivi e presenze rispetto alla media regionale, è Napoli (rispettivamente -68,3% e -88,1%). La provincia di Salerno, invece, è negativamente in linea con il calo campano delle presenze (-87,4%).

Incidenza delle presenze turistiche di italiani e stranieri (2020)

In Campania si concentra il 4,0% degli arrivi turistici registrati in Italia nel 2020, e in particolare il 2,3% dei flussi internazionali.

La sola provincia di Napoli ospita il 60,0% circa degli arrivi regionali e il 56,0% circa delle presenze. Sul fronte internazionale, la quota ammonta al 74,7% in media tra arrivi e presenze.

Segue la provincia di Salerno che, con destinazioni come la Costiera Amalfitana e il Cilento, raccoglie il 27,3% degli arrivi in regione e il 33,4% delle presenze.

Ultimo posto per la provincia di Benevento, che attrae l'1,4% di arrivi e meno dell'1,0% di presenze regionali. Tra Salerno e Benevento, si ricollocano Caserta (9,3% ; 3,9%) e Avellino (2,4% ; 0,9%).

Incidenza percentuale delle presenze turistiche della regione/provincia di italiani e stranieri sul totale nazionale.

	Totale		Paesi esteri		Italia	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Caserta	0,4	0,3	0,1	0,1	0,5	0,4
Benevento	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Napoli	2,4	1,9	1,7	1,5	2,6	2,2
Avellino	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Salerno	1,1	1,2	0,4	0,4	1,4	1,5
Campania	4,0	3,5	2,3	2,0	4,7	4,2

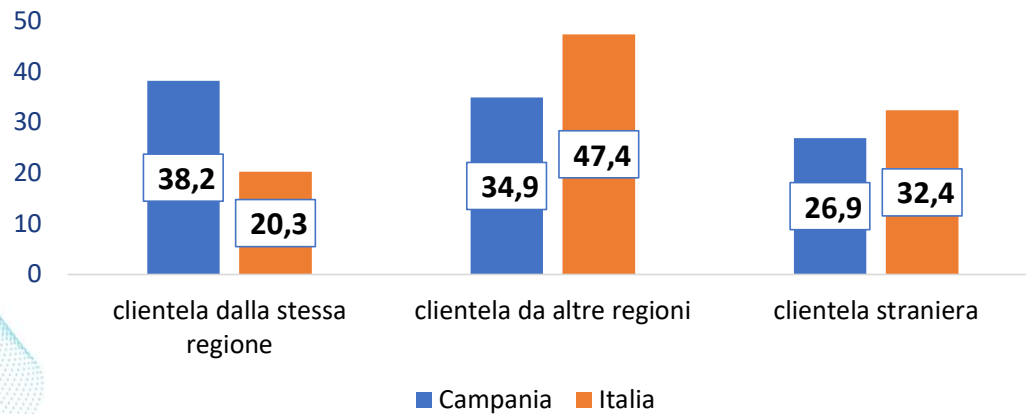
Fonte: Dati Istat

Incidenza percentuale delle presenze turistiche di italiani e stranieri della provincia sul totale regionale.

	Totale		Paesi esteri		Italia	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Caserta	9,3	8,2	3,9	5,0	10,4	9,0
Benevento	1,4	0,9	0,5	0,4	1,6	1,0
Napoli	59,5	55,7	75,7	73,8	56,2	51,8
Avellino	2,4	1,6	0,9	0,8	2,8	1,8
Salerno	27,3	33,4	19,0	20,0	29,1	36,4
Campania	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Dati Istat

Provenienza della clientela prenotata per il periodo luglio-settembre 2021



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Andamento della clientela rispetto all'estate 2020 (prevalenza di giudizi)



Il turismo campano nel periodo luglio-settembre 2021 ha beneficiato di flussi di turisti provenienti dalla Campania stessa, in aumento rispetto all'estate 2020: quasi 4 imprese campane su 10 hanno infatti segnalato la presenza predominante di un turismo domestico interno, quasi il doppio della media Italia.

C'è però da dire che la Campania goda anche di un flusso parallelo di clientela proveniente dalle altre regioni (35,0%), che ne rende l'andamento turistico complessivamente più stabile, considerando tra l'altro il suo aumento rispetto all'estate 2020. Rilevante e in aumento, inoltre, è il ritorno della clientela internazionale con il 27,0% di turisti.

È importante porre attenzione al c.d. «effetto guerra», dovuto all'attuale conflitto geopolitico tra Russia e Ucraina, che stimolerà un turismo di prossimità anche europeo.

Indice di specializzazione turistica internazionale della regione

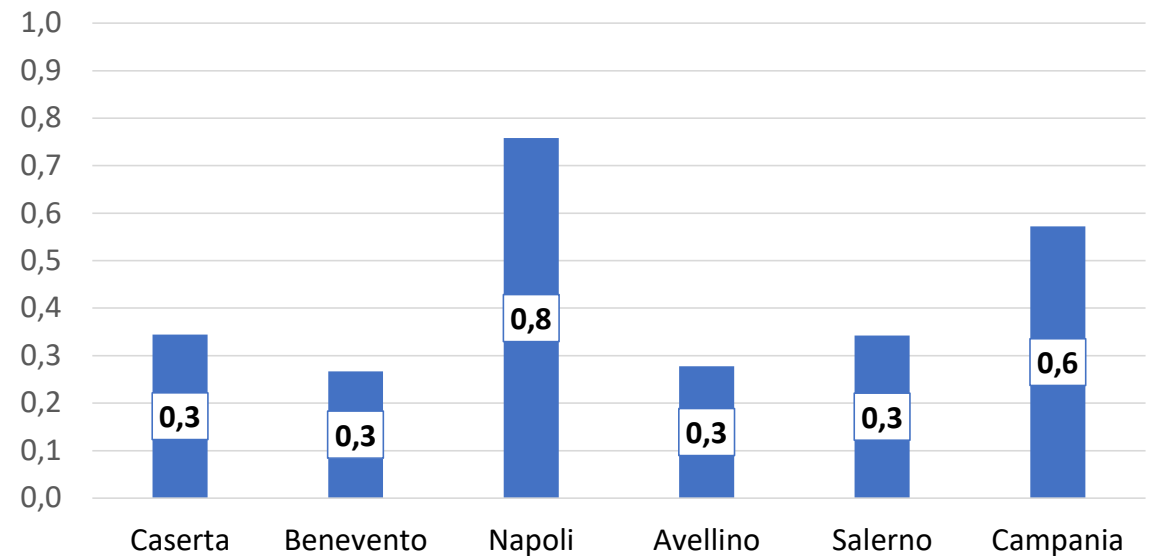
Dai dati si evince che la Campania ha un indice di specializzazione inferiore alla media nazionale (0,6).

Napoli è la provincia che più si avvicina alla media italiana (0,8) mentre tutte le altre si mantengono al di sotto dello 0,4.



L'indice di specializzazione turistica internazionale della provincia/regione è il rapporto tra il peso % delle presenze turistiche straniere nella provincia e il peso % delle presenze straniere in Italia. Valori dell'indice maggiori di 1 segnalano che la provincia è relativamente specializzata nel turismo internazionale rispetto all'Italia cioè ha una quota di stranieri maggiore.

Indice di specializzazione turistica internazionale della regione



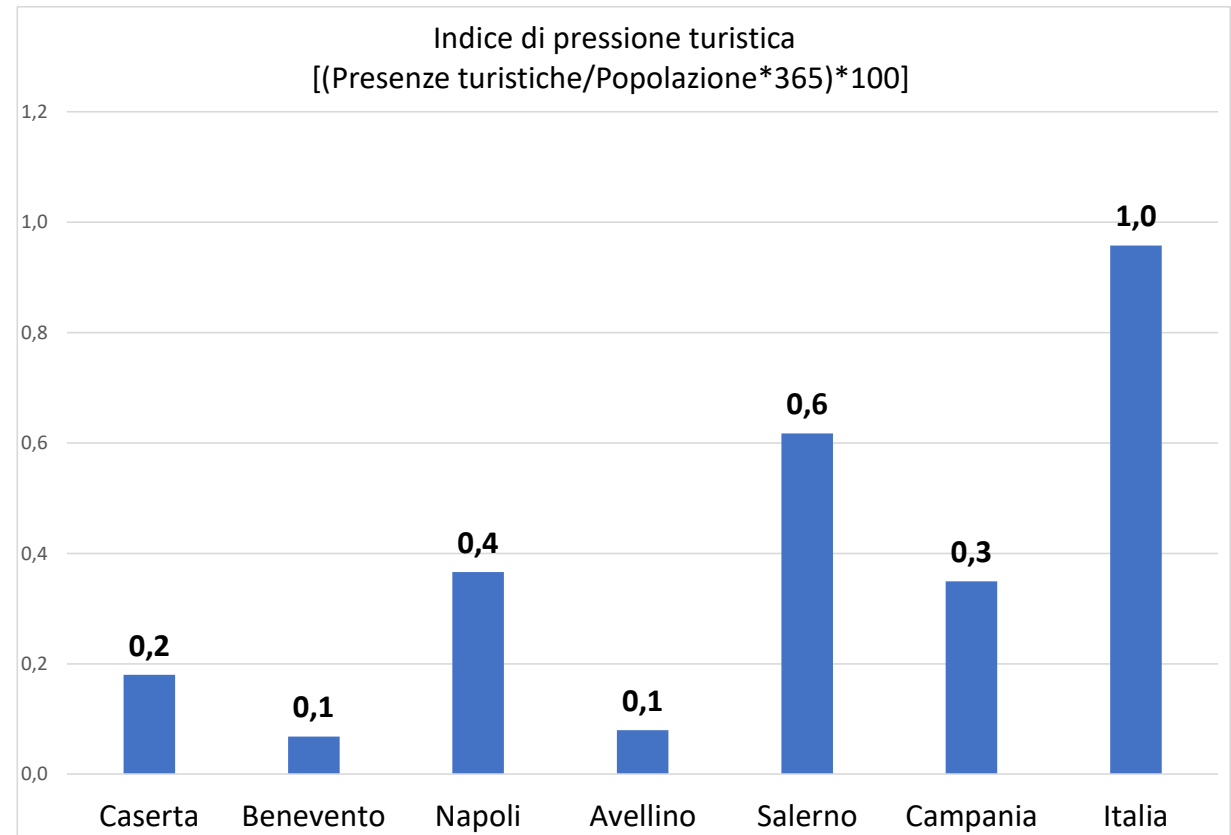
Fonte: Dati Istat

Indice di pressione turistica

La pressione turistica registrata in Campania è inferiore alla media Italia: nello specifico, per ogni abitante corrispondono 0,3 presenze turistiche su media annua.

Salerno e Napoli sono le uniche province a superare il valore regionale (rispettivamente 0,6 e 0,4).

Una bassa pressione turistica non è da considerarsi necessariamente negativa: ne deriva lo sviluppo di un'offerta turistica di qualità (organizzando più facilmente i servizi a disposizione dei turisti) e nel rispetto della popolazione locale a contatto con essi, a dispetto di mete invece afflitte dall'*overtourism*.

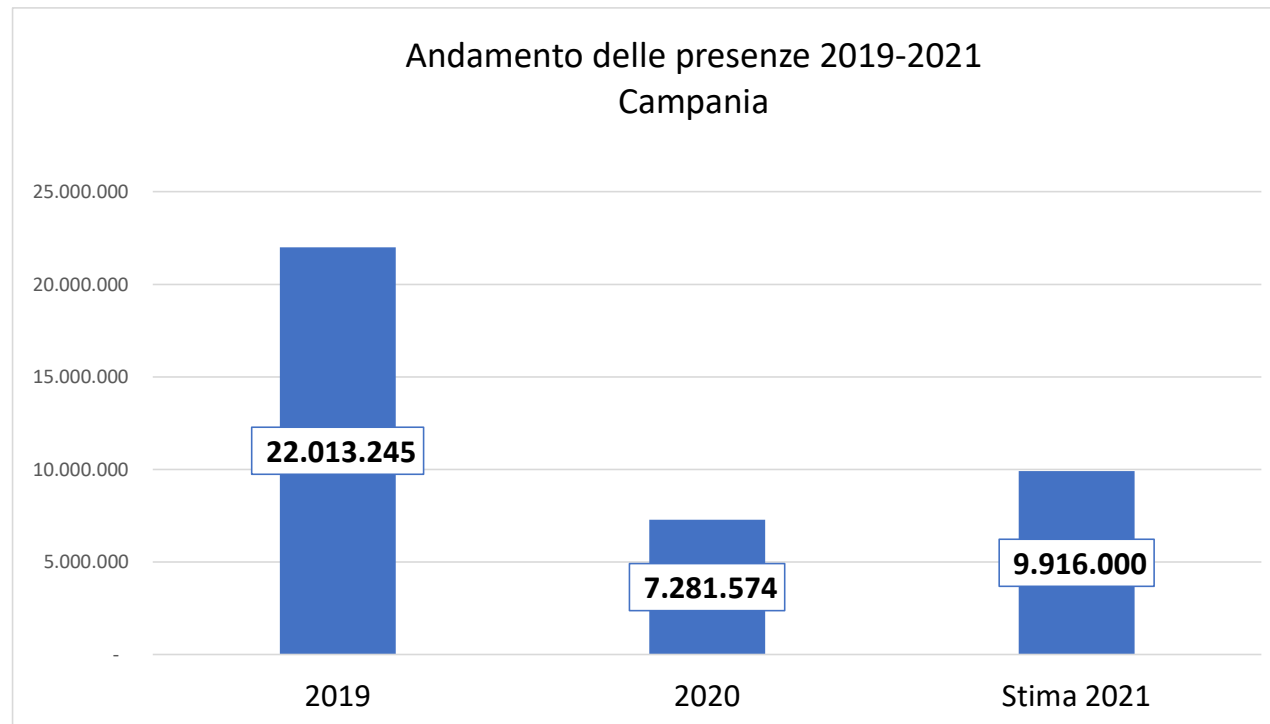


Fonte: Dati Istat

Nonostante lo scenario drammatico, che ha visto calare le presenze turistiche in Campania da oltre 22 milioni nel 2019 a poco più di 7 nel 2020, il 2021 si conferma anno della ripresa: oltre 9 milioni, con una variazione del +36,2% rispetto all'anno precedente. Un risultato importante, se paragonato alla variazione nazionale (+19,3%).

Tuttavia, si è ancora lontani dai valori pre-pandemia e infatti la variazione delle presenze turistiche in Campania nel periodo 2021-2019 è del -55,0% (una ripresa più lenta rispetto all'Italia con il -43,1%).

Andamento 2019-2021



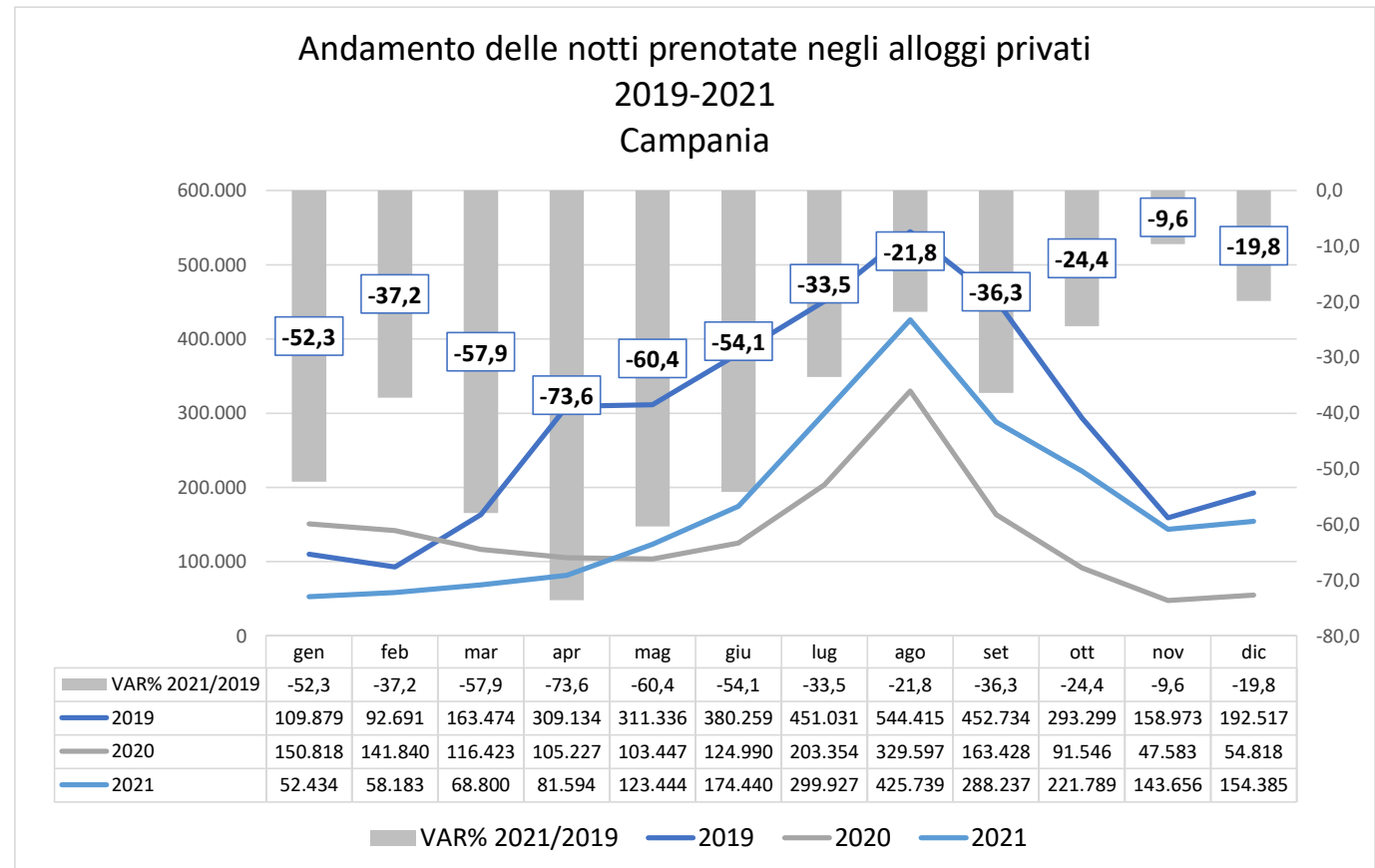
Andamento delle presenze		
	Var % 2021/2020	Var % 2021/2019
Campania	36,2	-55,0
Italia	19,3	-43,1

La prenotazione degli alloggi in affitto

L'andamento delle notti prenotate nelle strutture Airbnb in Campania si caratterizza per variazioni negative nel periodo 2021-2019, influenzate da una forte stagionalità tra giugno e settembre.

L'estate del 2021 segna una lieve ripresa sul periodo pre-pandemia, nel quarto trimestre (novembre) quasi si sfiora il valore 2019 di notti prenotate (oltre 158 mila, più di 143 mila quelle campane).

Interessante anche il mese di febbraio, in cui si registra un trend negativo meno marcato (sia rispetto a gennaio che al periodo successivo fino a giugno compreso).



Fonte: Airdna

5. La domanda: i comportamenti

Indagine locale ai turisti

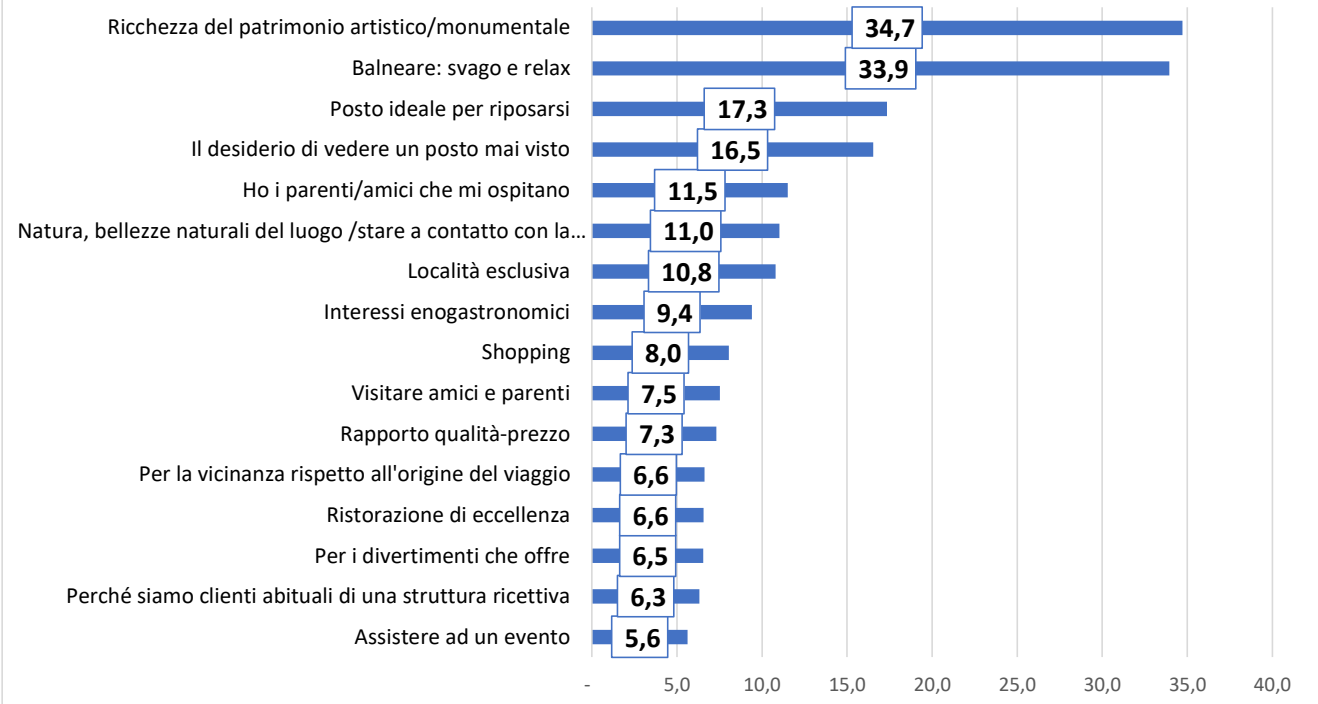
I turisti scelgono di far vacanza in Campania principalmente per motivi:

1. culturali (34,7%);
2. di svago e relax (17,3%), in pieno stile *beach&sun* (33,9%);
3. naturalistici (11,0%);
4. enogastronomici (9,4%).

L'eterogeneità e la vastità territoriale che caratterizzano la Campania permettono alla regione di porsi sul mercato turistico con un'offerta diversificata, fatta non solo di turismo artistico/culturale ma anche di turismo balneare, relax e unicità.

La storia e la tradizione racchiusa nei marchi e prodotti tipici della regione, dall'artigianato all'enogastronomia, deve rappresentare per la Campania un forte driver d'opportunità per la regione, poiché dalle indagini emerge come migliorabile la componente motivazionale al viaggio correlata a questo tema.

Motivazione principale del soggiorno
possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti
Campania 2021

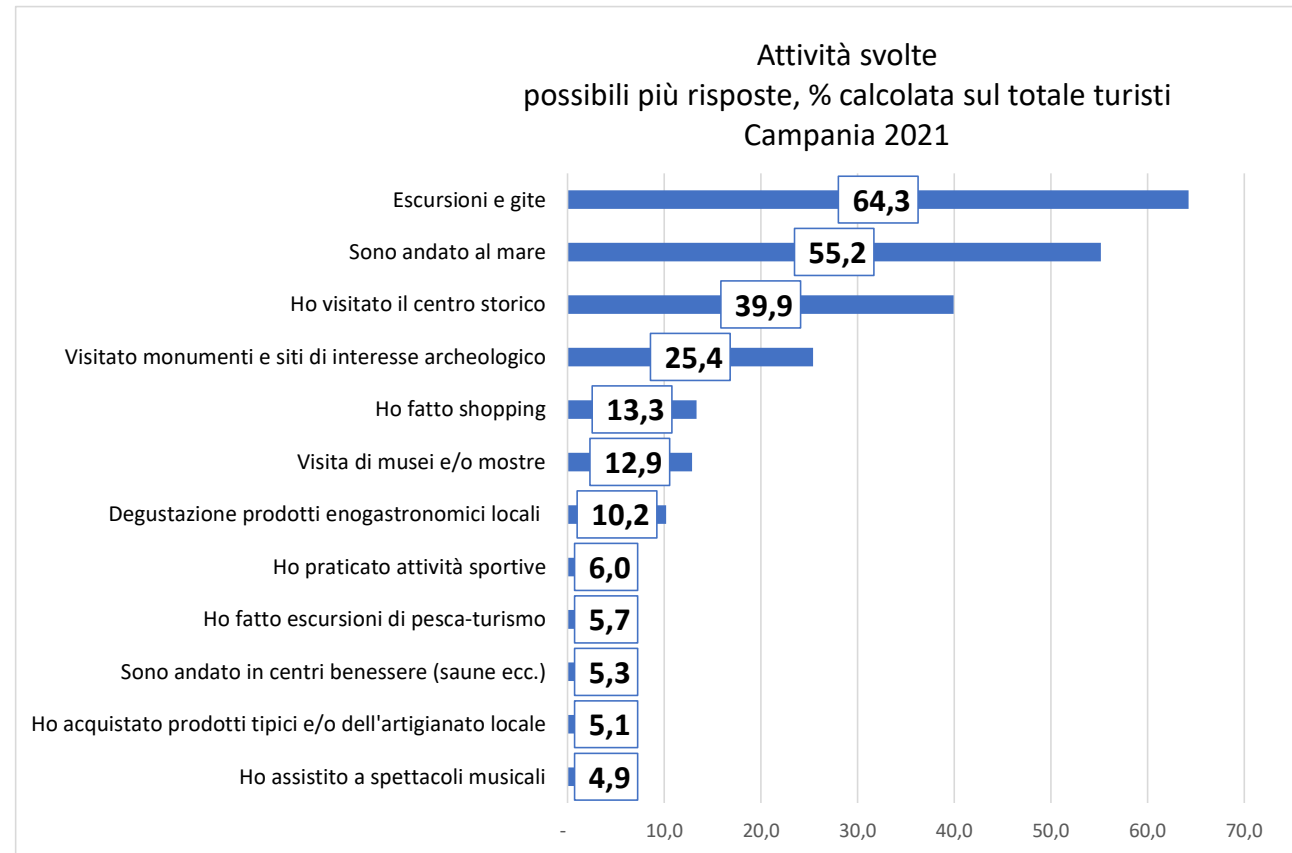


Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Una volta a destinazione, i turisti svolgono attività in linea con le motivazioni di vacanza in partenza.

La loro ricerca di svago e relax porta, però, le attività a contatto con la natura come escursioni e gite (64,3%) o nuotare al mare (55,2%) a essere preferite a quelle tipicamente culturali, tra visite ai centri storici (39,9%), ai monumenti e siti di interesse archeologico (25,4%) e a musei/mostre (12,9%).

Seguono le degustazioni di prodotti enogastronomici locali (10,2%) che rappresenta un dato troppo marginale nelle attività svolte dai turisti.

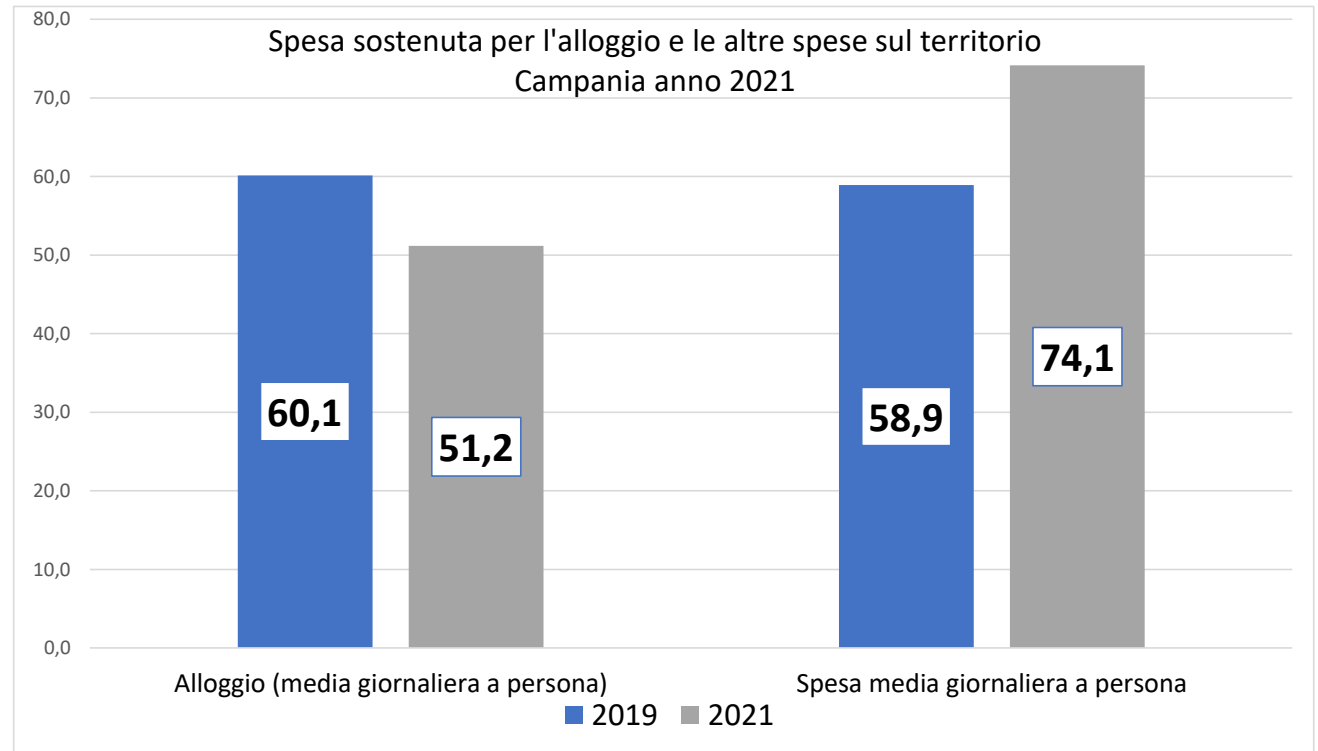


Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

La spesa dei turisti

La spesa media giornaliera dei turisti in Campania nel 2021 è aumentata rispetto ai tempi pre-pandemia (da 58,9 a 74,1 euro), complice anche la staycation che crea un turismo *bleisure* anche di lunga durata.

Diminuita invece la spesa media per l'alloggio, tra cui anche le case in affitto (da 60,1 a 51,2 euro). Complice un 11,5% di turisti che si fa ospitare da amici e parenti, proprio per ridurre il peso economico del pernottamento e destinare così il proprio budget di vacanza alle spese di svago turistico.



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

L'analisi del Sentiment

Navigando su Simoo++ *Sentiment Analysis – Modalità Pie*

Lo strumento *Sentiment Analysis* di Simoo++ permette di effettuare un'analisi semantica delle destinazioni scelte sulla base di più elementi rilevanti, con rappresentazioni grafiche ad hoc.

La modalità *Pie* crea dei grafici a torta che evidenziano le recensioni su TripAdvisor, sia positive che negative, suddivise in tre macro aspetti semantici: percezione qualità-servizi, esperienza individuale, percezione complessiva.

La gran parte delle recensioni dei turisti in visita in Campania fa riferimento alla destinazione Napoli e dintorni (che comprende 7 comuni), per via della predominanza turistica del capoluogo regionale.

Napoli e dintorni

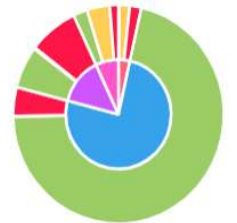
Percezione qualità servizi: 25618 recensioni



Esperienza individuale: 67684 recensioni

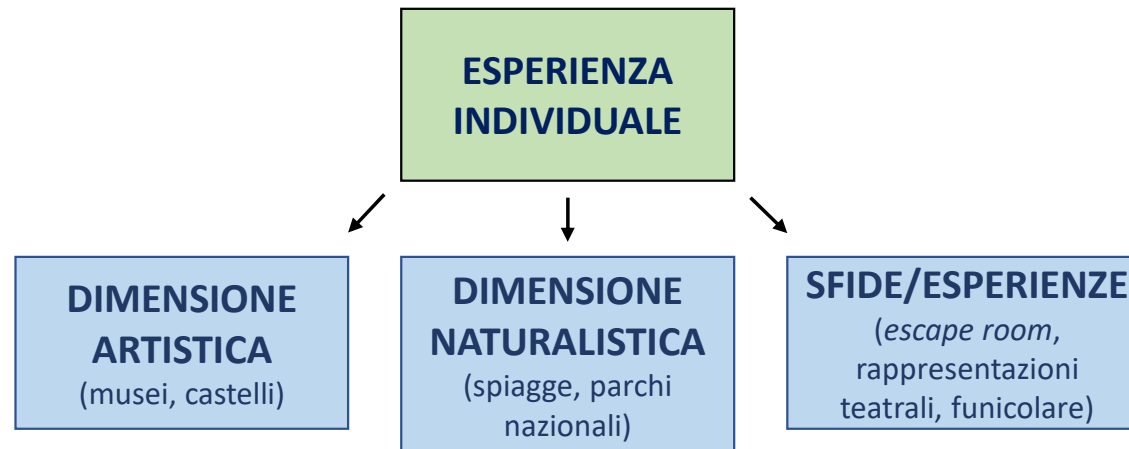


Percezione complessiva: 71833 recensioni



Navigando su Simoo++ *Sentiment Analysis – Modalità Pie*

Osservando il grafico a torta centrale, denominato Esperienza individuale, di tutte le destinazioni della Campania, emerge un numero elevato di **recensioni positive dei turisti sui seguenti aspetti regionali**:



- **L'area L'Irpinia del Principe e dei Tre Re** (che comprende 11 comuni a Est di Avellino e Benevento) **registra il più alto numero di recensioni che si riferiscono alla Dimensione enogastronomica** (cantine, *wine bus*).
- **L'area Napoli e dintorni** registra il più alto numero di recensioni riferite alla **dimensione Cuore (11.667)**, la quale racchiude l'aspetto tipicamente emozionale di un'esperienza vissuta dal turista e che lo spinge più facilmente a far ritorno, in questo caso, a Napoli e dintorni per turismo.

Osservando il grafico a sx, denominato Percezione qualità servizi, di tutte le destinazioni della Campania, emergono le seguenti **recensioni, positive e negative, dei turisti sui seguenti servizi offerti**:



L'area L'Irpinia del Principe e dei Tre Re registra il più alto numero di recensioni che si riferiscono al servizio Prodotti tipici (*wine tasting*).

La modalità *Topic* crea una *cloud* dei prodotti turistici e delle attività svolte più ricorrenti nelle recensioni TripAdvisor sulle singole destinazioni.

I risultati descrivono la Campania come una destinazione turistica multi-prodotto, dove i turisti fanno:

**TURISMO
BALNEARE**

**TURISMO
NATURALISTICO**

**TURISMO
RELIGIOSO**

**TURISMO
ENOGASTRONOMICO**

**TURISMO
CULTURALE**

Il turismo predominante a livello regionale è quello culturale, gli altri caratterizzano in modo particolare le seguenti destinazioni:

- Turismo balneare = Pollica e il Cilento (4 comuni costieri)
- Turismo naturalistico = Alta Irpinia (25 comuni tra Avellino-Benevento e Melfi)
- Turismo religioso = Partenio (11 comuni tra Avellino e Benevento)
- Turismo enogastronomico = Irpinia del Principe e dei Tre Re

Le attività più svolte dai turisti in Campania, in linea con i turismi emersi, sono le seguenti:

**ESCURSIONI
E GITE**

MARE/SPIAGGIA

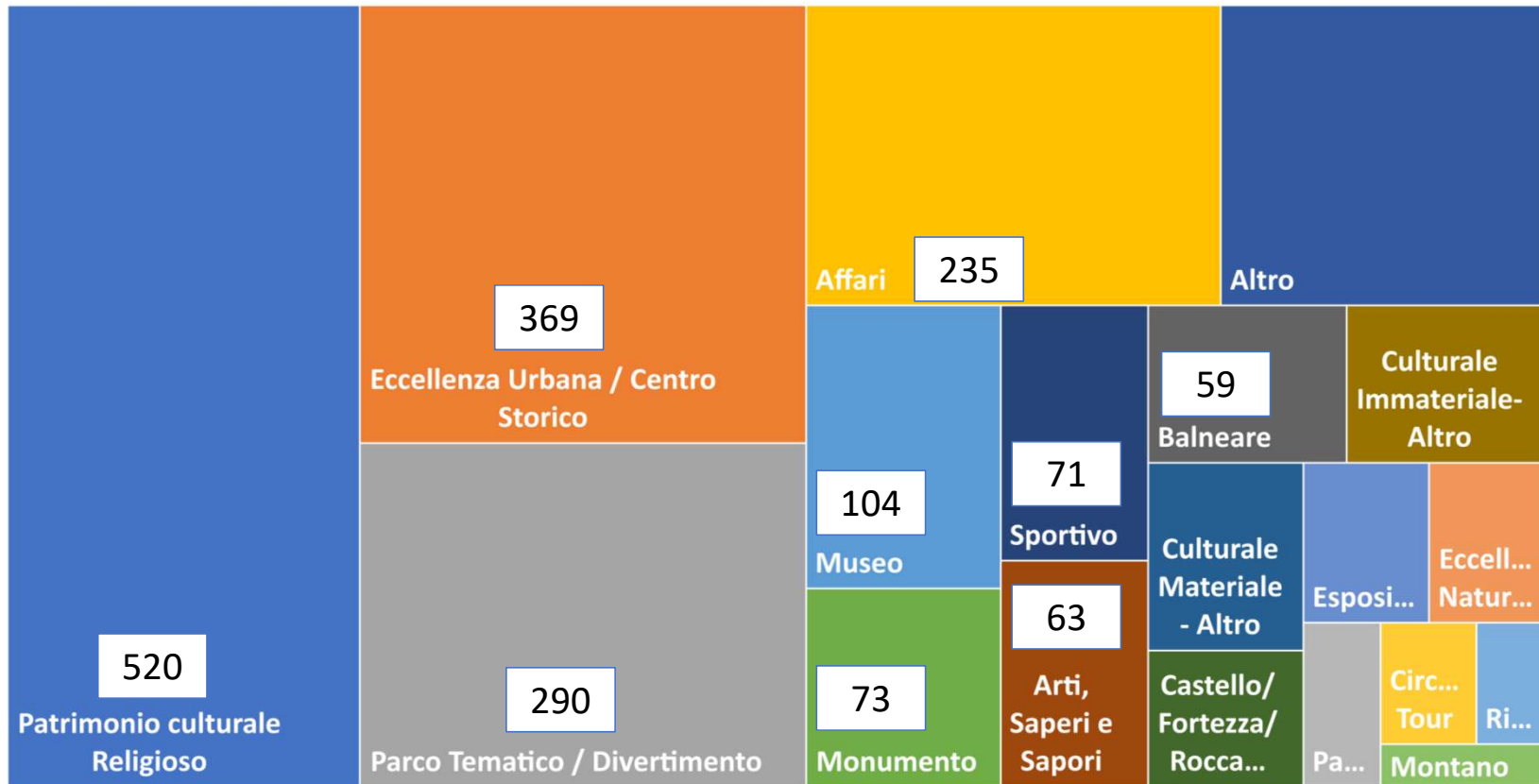
**VISITE A
MUSEI/MOSTRE
E CENTRI STORICI**

**DEGUSTAZIONI DI
PRODOTTI TIPICI
LOCALI**

Le attività predominanti a livello regionale sono escursioni e gite, le altre vengono svolte principalmente nelle seguenti destinazioni:

- Mare/spiaggia = Pollica e il Cilento
- Visita a musei/mostre e centri storici = Napoli e dintorni
- Degustazioni di prodotti tipici locali = Irpinia del Principe e dei Tre Re

Gli attrattori della Campania recensiti dai turisti



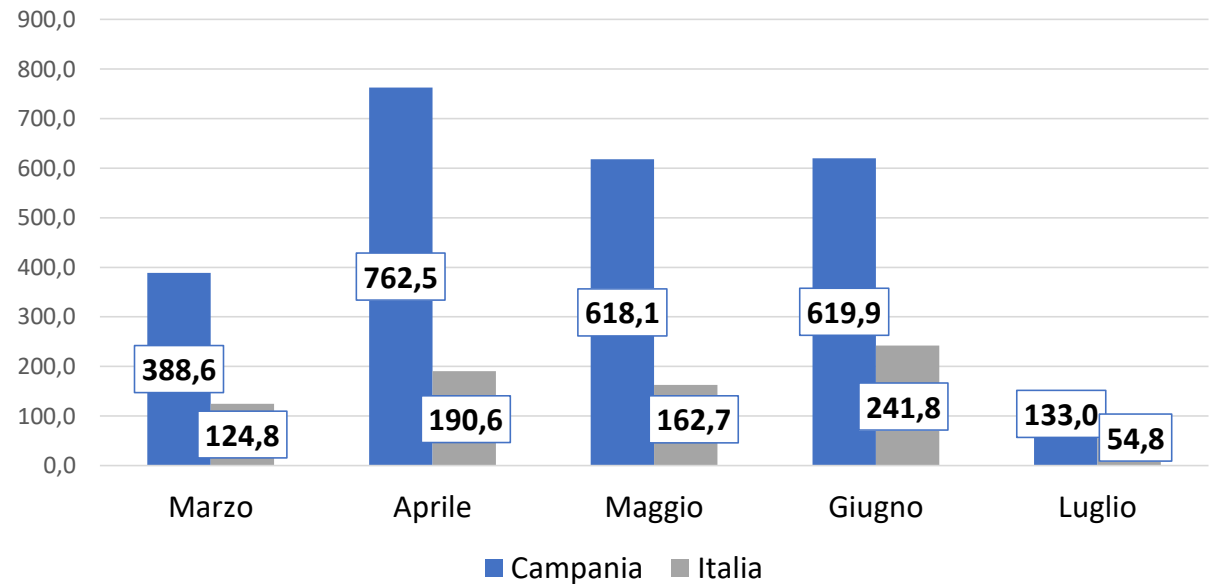
6. Previsioni dei flussi

Le prenotazioni previste negli alloggi privati per il 2022

Le previsioni sulle prenotazioni di alloggi privati in Campania per il 2022 mostrano un chiaro segnale di crescita rispetto al 2021, con valori nettamente superiori alla media Italia.

La stagione primaverile con Pasqua e quella fino all'estate mostra segnali più che positivi con variazioni percentuali delle notti prenotate ad aumentare del +762,5% nel mese di aprile, di circa +618% a maggio e giugno, restando stabile fino alle porte dell'estate.

La VAR % delle prenotazioni 2022/2021
(notti prenotate in alloggi privati)
Campania



Fonte: elaborazioni Isnart su dati Istat, Airdna

Domanda turistica verso la Campania per i primi mesi del 2022



Google Trends - travelinsights

Oltre allo scenario sulle prenotazioni, anche quello della ricerca online delle destinazioni campane per vacanza è positivo: nel primo trimestre 2022 si registra una crescita rispetto allo stesso periodo del 2021, con un picco massimo a metà febbraio.

Il trend delle ricerche svolte dagli italiani tramite Google, in merito al far vacanza in Campania, mostra una loro maggior fiducia sulla possibilità di viaggiare nei prossimi mesi (visto il divario positivo tra marzo 2022-2021), il che fa ben sperare in un ulteriore aumento delle prenotazioni in vista del prossimo periodo pasquale (anche last-minute).

7. Nota metodologica

INDAGINE AI TURISTI

Per monitorare la domanda turistica, nel corso del mese di agosto e dicembre si è svolta una indagine a turisti italiani e stranieri, su un campione di circa 10.000 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.

INDAGINE ALLE IMPRESE

Nel corso del mese di settembre e nel mese di dicembre sono state svolte due indagini rivolte alle imprese ricettive italiane. Le indagini hanno lo scopo di monitorare l'andamento della stagione estiva in termini di occupazione camere e le caratteristiche della clientela.

Lo studio è stato realizzato tramite indagine CAWI ed indirizzato ad oltre 100.000 imprese ricettive italiane. All'indagine hanno risposto 2.500 imprese ricettive italiane (tra le strutture alberghiere e extralberghiere).

Area per la valorizzazione degli ecosistemi Turistici e culturali

Coordinatore Flavia Maria Coccia – f.coccia@isnart.it