



ISNART

IL TURISMO IN ITALIA

ANALISI E TENDENZE

OSSERVATORIO NAZIONALE SULL'ECONOMIA DEL TURISMO DELLE CAMERE DI COMMERCIO REALIZZATO DA ISNART
FONDO DI PEREQUAZIONE 2021-2022

I DATI DEL TURISMO

11 Aprile 2024

Paolo Bulleri, dirigente ISNART



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA



ISNART

FLUSSI TURISTICI IN ITALIA NEL 2023

STRUTTURE RICETTIVE E ABITAZIONI PRIVATE

Fonte: Osservatorio nazionale sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio realizzato da Isnart

**852
mln**

STIMA PRESENZE IN
ITALIA 2023
(strutture ricettive e
abitazioni private)

+2,8%

AUMENTO DEI
FLUSSI TURISTICI
RISPETTO AL 2022

**Oltre
84,6 mld €**

IMPATTO
ECONOMICO SUI
TERRITORI ITALIANI



AUMENTO DEI TURISTI PROVENIENTI DALL'ESTERO

VA STABILIZZANDOSI LA CONTRAZIONE DELLA DOMANDA INTERNA

2023/19



2023/22

+10,3%

+7,0%

-19,8%

-0,5%



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA



ISNART

PAROLA ALLE IMPRESE RICETTIVE ITALIANE

Fonte: Osservatorio nazionale sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio realizzato da Isnart



Ripresa del settore nel 2023



7 imprese su 10 dichiarano di aver chiuso il bilancio di fine anno 2023 conseguendo **utili**

51% è la quota media di camere **vendute** nel 2023 dichiarata dalle imprese intervistate



L'**allungamento** della **stagione** diventa realtà: vendita in media **1 camera in più su 10** rispetto al 2019 (mesi di giugno, settembre e ottobre)

... **1 operatore turistico su 2** segnala di aver **aumentato le tariffe**



Già venduto il **40%** delle camere disponibili per **Luglio e Agosto 2024**

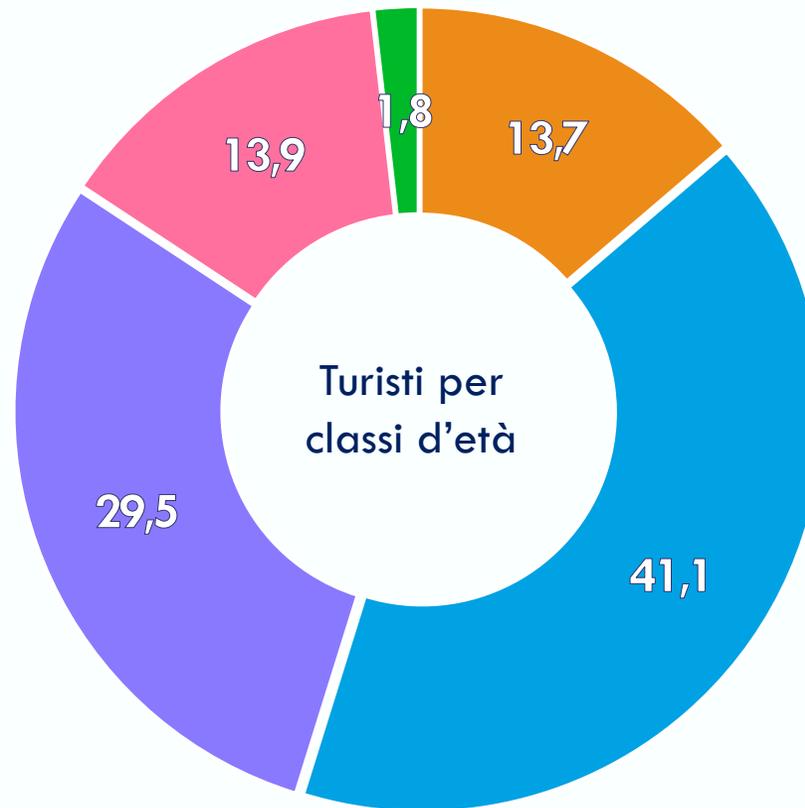


I nuovi target della domanda turistica: l'affermazione dei *Millennial*

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

I **Millennial** (tra i 28 ed i 42 anni) sono il **41,1%**.

Il **29,5%** appartengono alla **generazione X**: turisti con un'età compresa tra 43 e 57 anni.



- Gen. Z <28 anni
- Gen. Y 28-42 anni
- Gen. X 43-57 anni
- Baby boomers 58-72 anni
- Senior >72 anni





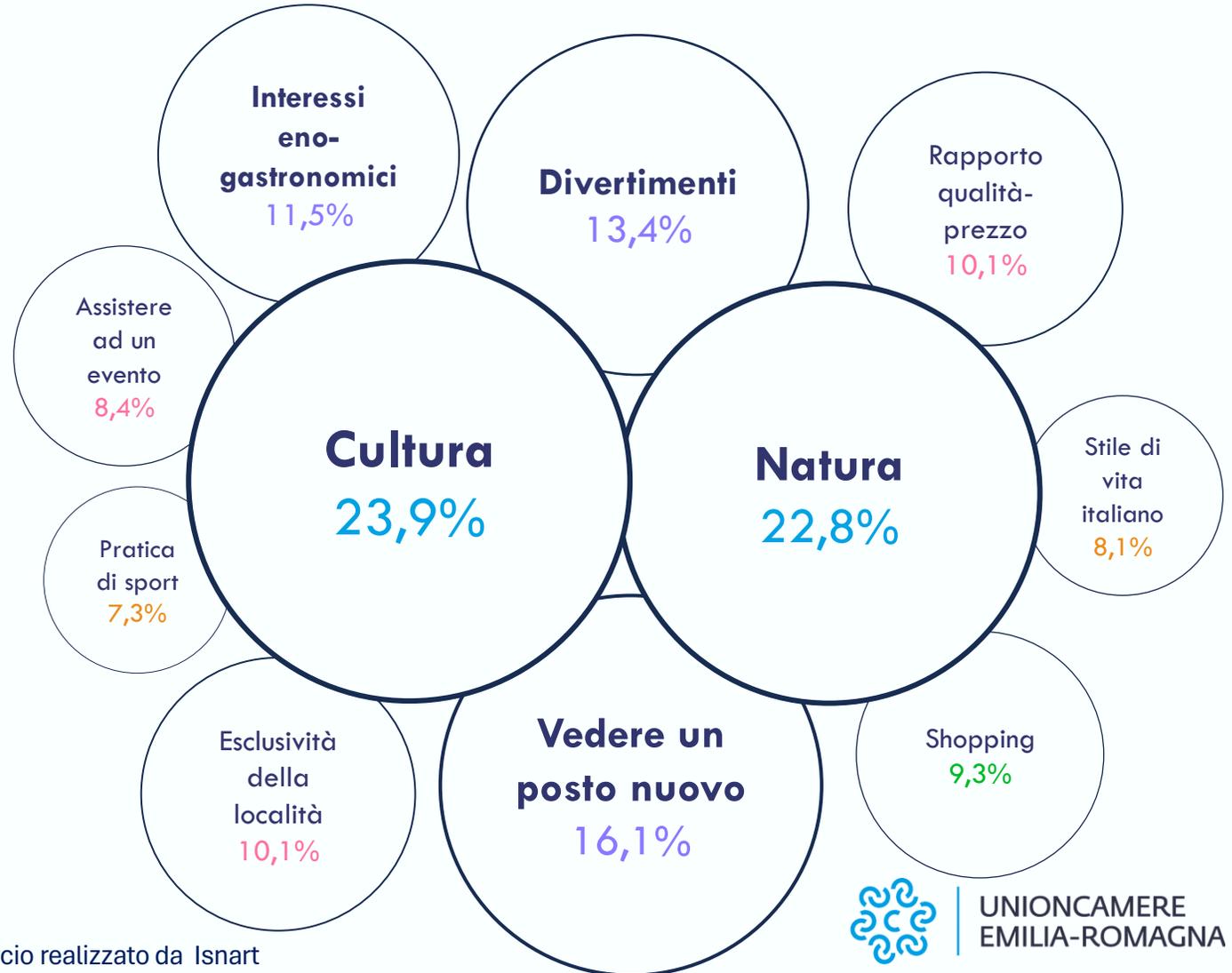
Le motivazioni di viaggio dei *Millennial*

Millennial mossi dalla ricerca di esperienze di **vacanze esclusive ed emozionali**.

Cultura e **natura** sono i pivot del loro interesse.

Enogastronomia e **l'attrattività dei grandi eventi** sono motivazioni caratterizzate da un trend di crescita.

Il Web veicola le scelte del 59% dei Millennial (52% dato medio Italia).





Il contributo dei *Millennial* all'economia turistica 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*

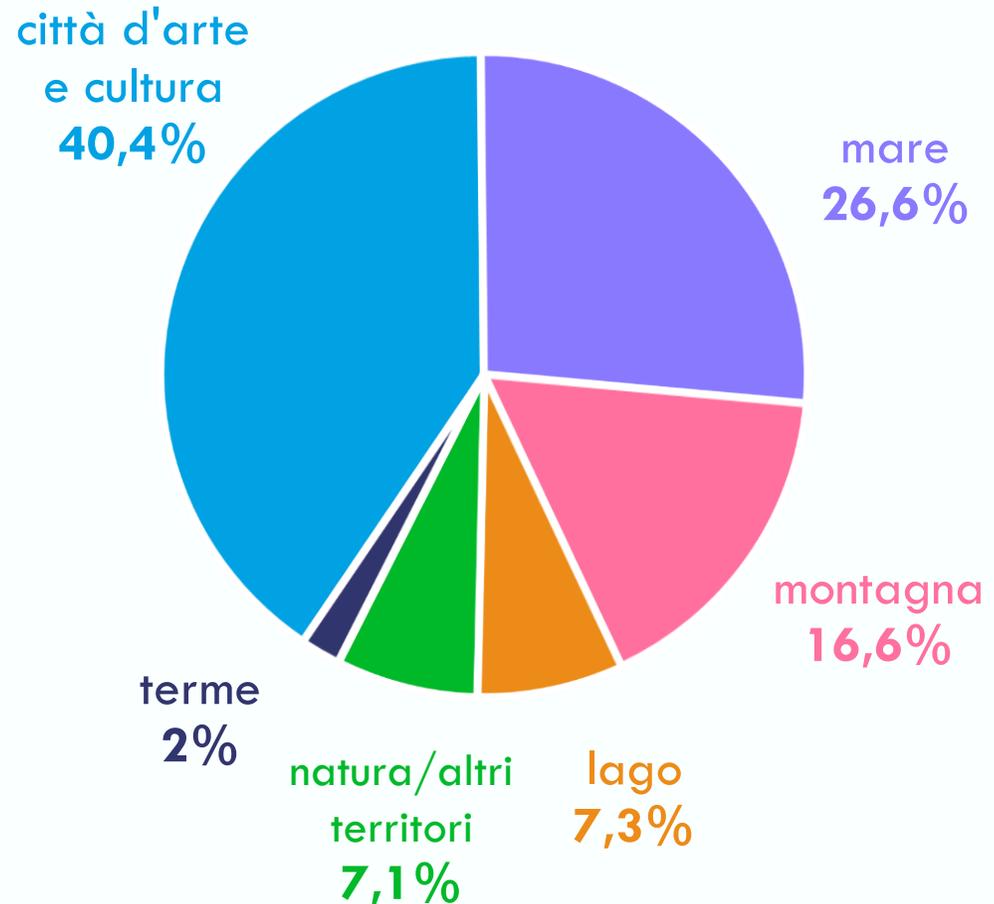




Il trend complessivo della domanda per prodotti turistici in Italia

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

- **40,4%** nelle **città d'arte**
(38,2% italiani e 42,9% stranieri)
- **26,6%** nelle **località di mare**
(32,7% italiani e 19,5% stranieri)
- **16,6%** in **montagna**
(16,6% italiani e 16,6% stranieri)





L'evoluzione delle motivazioni di viaggio

Tra le **motivazioni che spingono i turisti a scegliere di soggiornare in Italia** si assiste **dal 2012** ad oggi ad **un cambiamento** nella graduatoria che vede:

- la **cultura** salire **dal 7° al 1° posto**
- l'**enogastronomia** passare **dall'11° alla 5ª** posizione
- gli **eventi** **dal 19° al 12° posto**

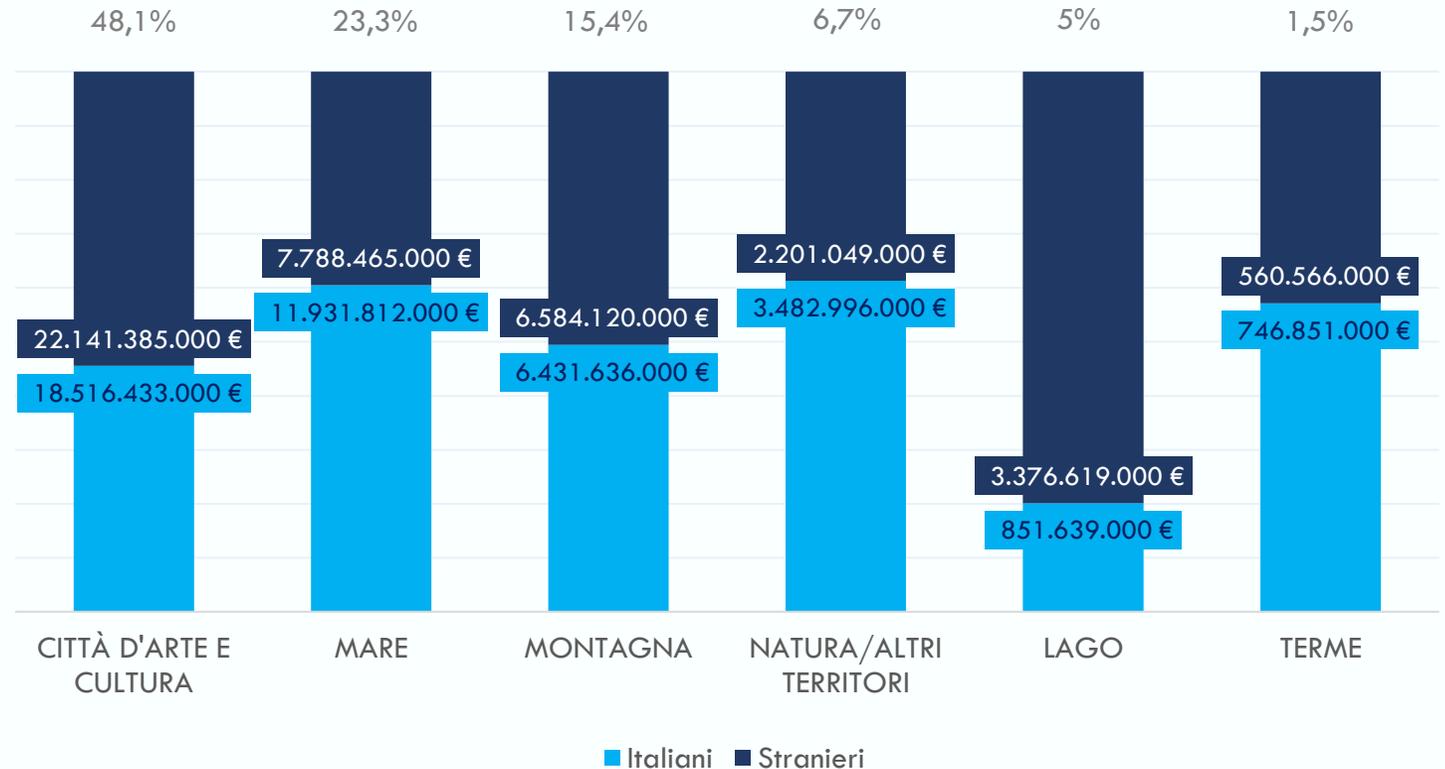
ranking 2023	MOTIVAZIONI DI VIAGGIO	ranking 2012
1°	Ricchezza del patrimonio culturale	7°
2°	Natura - ecoturismo (aree protette)	2°
3°	Il desiderio di vedere un posto mai visto	4°
4°	Posto ideale per riposarsi	1°
5°	Interessi enogastronomici	11°
12°	Assistere ad eventi	19°



La spesa dei turisti nelle località italiane

Presenze che generano **un giro d'affari sul territorio di 84,6 miliardi di euro** (spese per acquisto di beni e servizi):

- **48,1%** nelle **città d'arte** (44,1% italiani e **51,9%** stranieri)
- **23,3%** nelle **località di mare** (28,4% italiani e 18,3% stranieri)
- **15,4%** in **montagna** (15,3% italiani e 15,4% stranieri)





ISNART

ITALIA:

Il 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



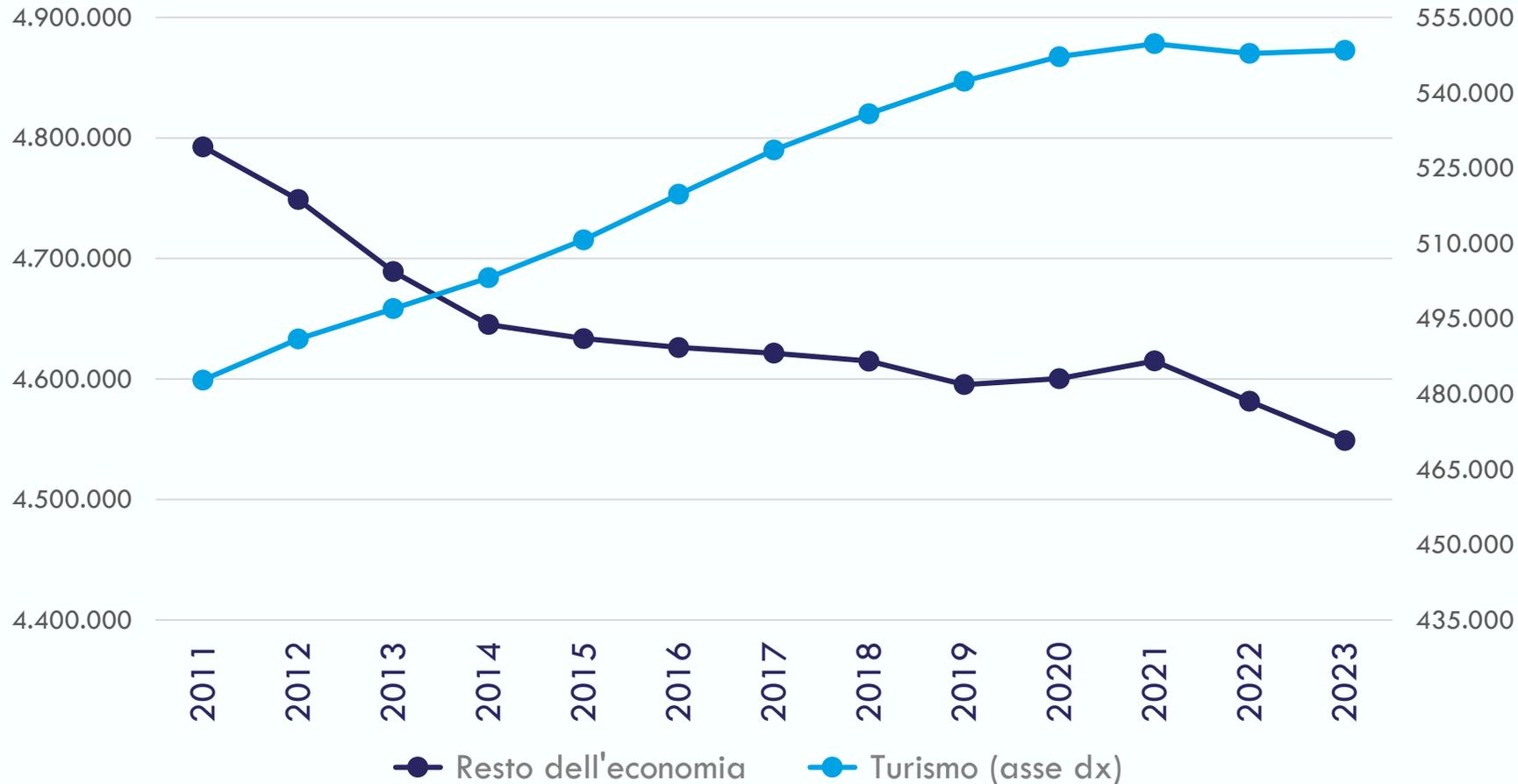
UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA



ISNART

L'andamento delle imprese attive: turismo vs resto dell'economia, un settore resiliente

Trend imprese attive



2023/12

var. %

Imprese attive

+ 11,7%

settore turistico

- 4,2%

resto dell'economia

	VAR% 2023-2019	
	TURISMO	RESTO ECONOMIA
EMILIA-ROMAGNA	-0,7	-2,2
ITALIA	1,1	-1,0

In Emilia Romagna il settore turismo conta oltre 41 mila imprese attive, per quasi 276 mila addetti (9% del totale Italia). Il turismo ha un andamento migliore rispetto al resto dell'economia



UNIONCAMERE EMILIA-ROMAGNA

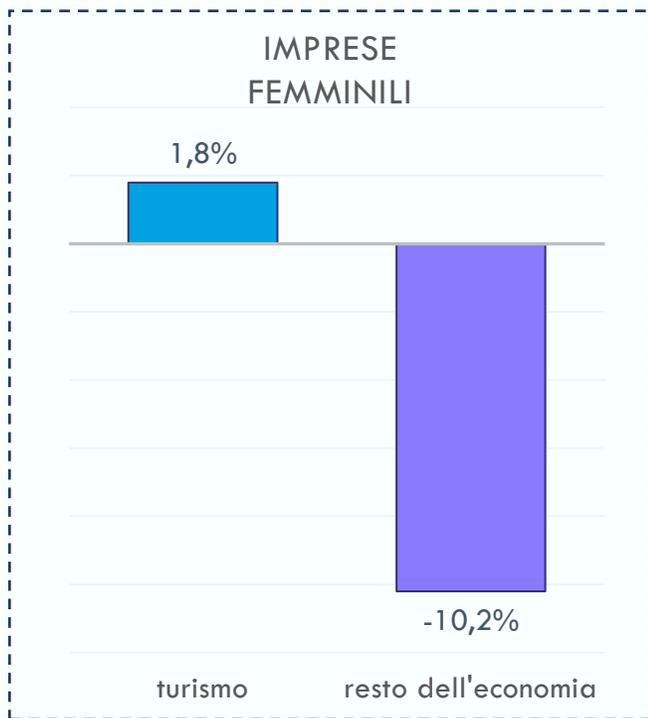
Elaborazioni Isnart su dati Infocamere



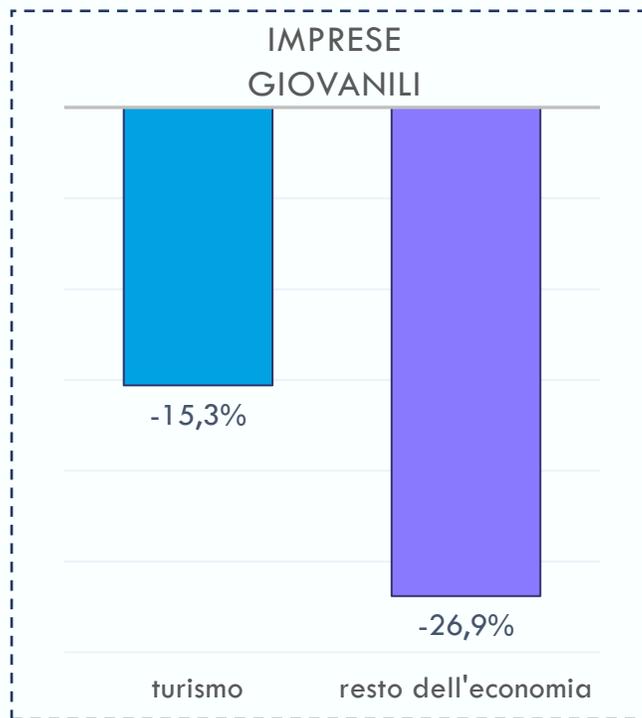
ISNART

L'andamento delle imprese turistiche: donne e giovani guidano la resilienza

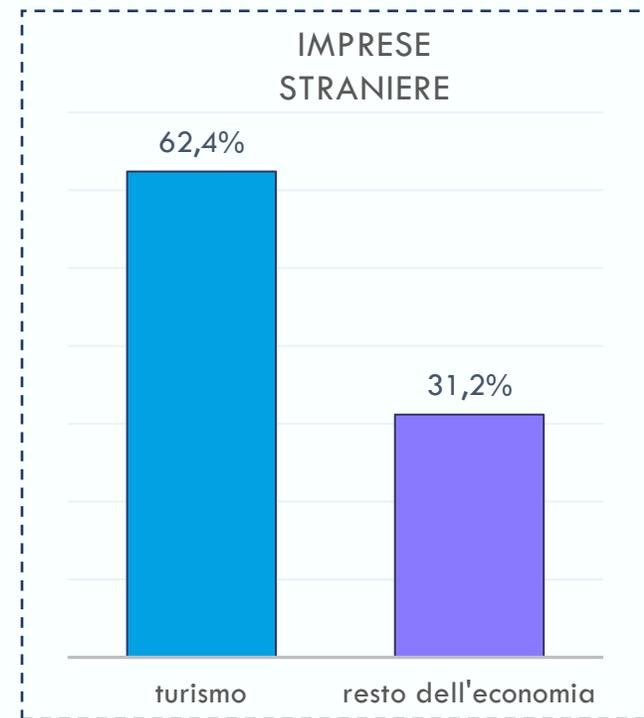
Variazioni % 2023/12 del numero di imprese attive



L'imprenditoria femminile turistica cresce, in controtendenza con la flessione registrata nel RdE



Le imprese giovanili della filiera turistica mostrano una maggior resilienza rispetto a quelle del RdE



Le imprese straniere che operano nei servizi turistici presentano un tasso di crescita all'incirca doppio rispetto a quello rilevato nel RdE

In Emilia Romagna:

le imprese turistiche «femminili» sono il **28%** (in linea con la media Italia pari a 27,8%)

Le imprese turistiche «straniere» sono il **14,5%** (superiore alla media Italia pari a 11%)

Le imprese turistiche giovanili sono il **9%** (inferiore alla media Italia pari a 11%)





ISNART

Le competenze richieste dalle imprese catturano le esigenze dei turisti e delle comunità ospitanti



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%

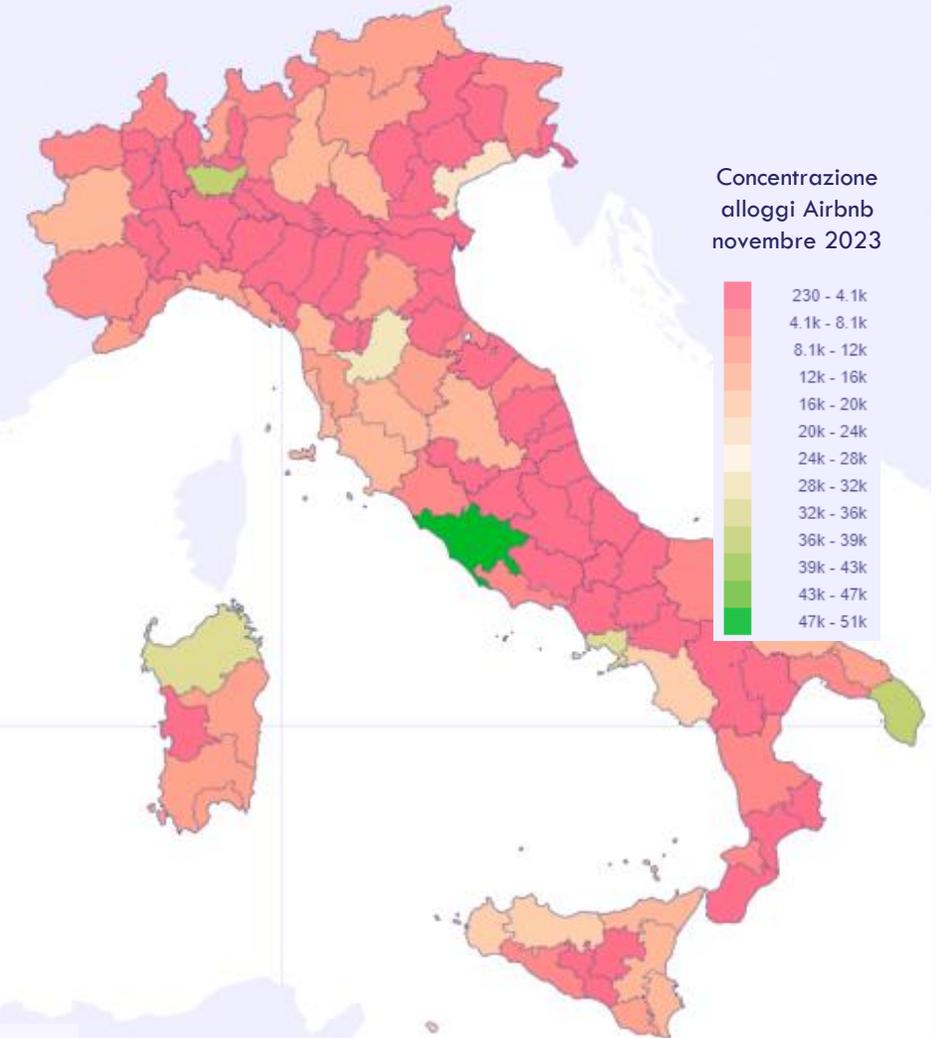
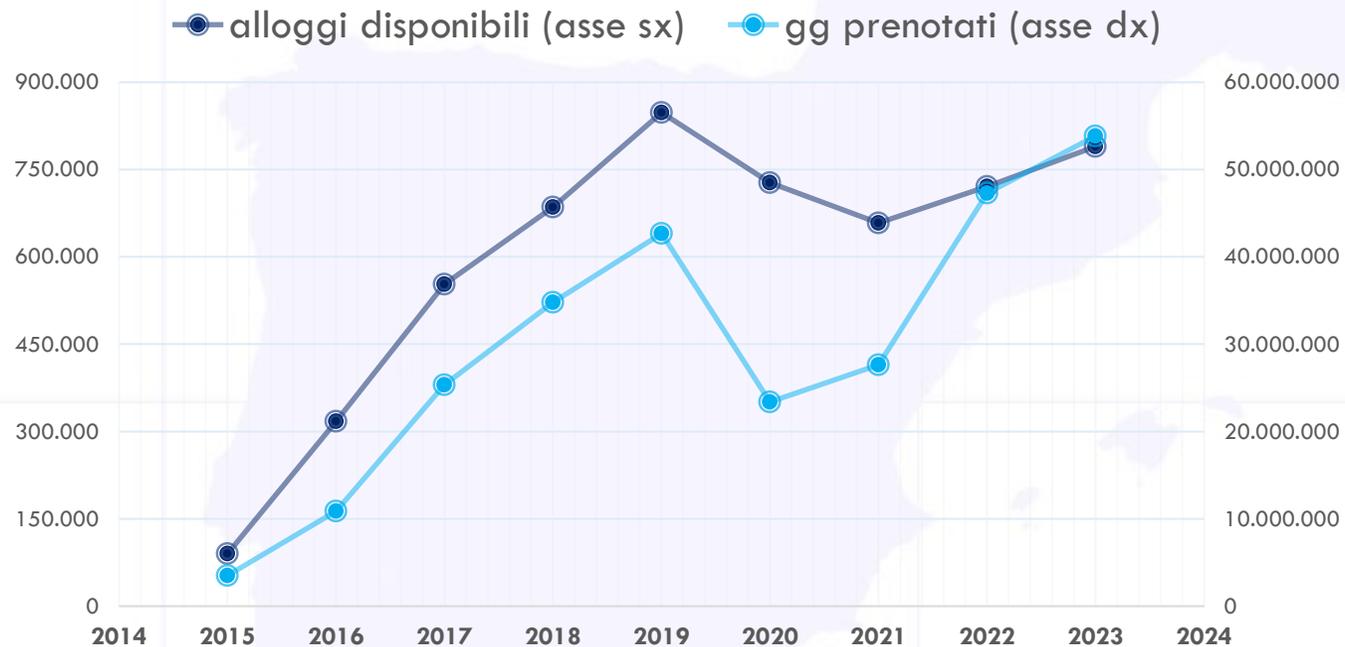
Comprensione, rispetto, valorizzazione, e coinvolgimento delle **comunità locali** e delle economie locali

DIGITAL
32,6%

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



La concentrazione e l'evoluzione degli alloggi Airbnb in Italia



Airbnb, il nuovo fenomeno con una media di alloggi offerti pari a **760mila** (+67% negli ultimi 6 anni).

Maggiore concentrazione in: **Toscana** (14%), **Sicilia** (12%), **Lombardia** (10%).

Quasi **54 milioni di notti prenotate** per un fatturato di **7,2 miliardi** (2023)