



Ministro del Turismo

**SINTESI DEL DOSSIER
ANDAMENTO DEL TURISMO ITALIANO ANNO 2011
E FOCUS ESTATE**

NEL TURISMO SVILUPPO E CRESCITA SONO OBIETTIVI GIÀ RAGGIUNTI

Nel turismo sviluppo e crescita sono obiettivi già raggiunti. I dati, infatti, certificano gli ottimi risultati del settore nella prima parte dell'anno e nell'estate appena trascorsa. **Il turismo si conferma dunque asset strategico per il Paese, l'unica industria che, nonostante la difficile congiuntura, continua a produrre ricchezza, sviluppo e occupazione.**

PRIMO SEMESTRE 2011: BOOM DEI TURISTI STRANIERI (+6,6) E DELLA LORO SPESA (+7,3)

Bankitalia nei giorni scorsi ha diffuso i dati relativi al periodo gennaio-giugno, che registrano un aumento complessivo dei viaggiatori stranieri in Italia (+5,3 per cento) e della loro spesa (+3,7 per cento). **Considerando solo i viaggiatori "per motivo di vacanza", i dati sono ancora più significativi: + 6,6 per cento di viaggiatori in arrivo e +4,7 per cento in termini di pernottamenti.** La spesa turistica vera e propria sale dunque del 7,3 per cento a 7,37 miliardi di euro nei primi sei mesi, aumento trainato dai turisti provenienti dall'America (+15,9 per cento) e dai paesi Ue (+4 per cento). Interessante la classifica dei Paesi di provenienza che, indipendentemente dal loro apporto in valore assoluto, hanno fatto registrare il maggior aumento percentuale: ai primi tre posti troviamo Cina (+ 86 per cento), Messico (+84,8) e Australia (38,3). Notevole l'aumento di turisti dal Brasile (+22,1), dalla Russia (+20,6) e dagli Stati Uniti (+14,3). In questa classifica compaiono economie emergenti, Cina, Russia e Brasile, mercati verso i quali sono state realizzate dal governo iniziative di promozione e commercializzazione specifiche.

ESTATE: IN AUMENTO LA PERCENTUALE DI CAMERE VENDUTE IN LUGLIO (+3,7%) E IN AGOSTO (+5,4)

I dati dell'estate elaborati dall'Osservatorio nazionale del turismo confermano il trend positivo, già rilevato nei mesi scorsi.

Da luglio a settembre, le imprese ricettive italiane (alberghiere ed extralberghiere) hanno venduto in media il 50,4% delle camere a giugno, il 63,6% delle camere a luglio, il 74,4% ad agosto. **Si registra, dunque, una crescita nel numero di camere vendute rispetto all'estate 2010, del 2,9 % a giugno, del +3,7% a luglio e del +5,4% ad agosto.** Nonostante le differenze tra le macroaree del paese, il segno più compare quasi ovunque e sono ben sei, ad agosto, le Regioni italiane dove si è raggiunta e superata la quota dell'80 per cento di camere occupate: Alto Adige (82,6%), Puglia (81,1%), Veneto (80,4%), Marche (80,3%), Toscana (80,1%) e Liguria (80%).

La crescita riguarda sia le imprese alberghiere (53,8 % il tasso di occupazione a giugno, 64,3% a luglio, 73% ad agosto pari rispettivamente al +1,9% al +4,2% ed al +4,6% sugli stessi mesi del 2010) che extralberghiere (46,3 % a giugno, 62,7% a luglio e 76,1% ad agosto pari al +4,4%, al +3% ed al +6,5%) con i campeggi ed i villaggi che superano la media della ricettività complementare. **Se scomponiamo i dati per prodotti turistici, possiamo apprezzare i risultati del balneare (tuttora nostro principale prodotto +4,2 +3,3 e + 5 % rispettivamente in giugno, luglio e in agosto), dei laghi (+5,9 +9,6 e +8,3), della montagna (-2,9 +3,8 e + 5,5). Le città d'arte, sostanzialmente stabili in luglio (-0,4), hanno fatto registrare un aumento del 3,4 % in giugno e del 2 % in agosto. Ma il risultato di gran lunga migliore è stato quello del turismo del verde, della campagna e della natura (+ 11 e + 13 per cento).**

Le rilevazioni dell'Osservatorio nazionale confermano anche l'aumento delle presenze straniere nei mesi estivi registrato dall'indagine campionaria di Federalberghi, pubblicata la scorsa settimana. Durante il trimestre estivo, da luglio a settembre 2011, le imprese ricettive italiane hanno ospitato in media il 65,9% di clientela italiana ed il 34,1% di turisti stranieri. Rispetto al 32,8% dell'estate 2010, dunque, cresce di 1,3 punti percentuali l'incidenza del turismo internazionale. Nell'estate appena trascorsa, i principali mercati stranieri di riferimento per le strutture ricettive sono stati la Germania (primo per il 52,1% delle imprese), la Francia (per il 28,6% delle imprese) ed i Paesi Bassi/Olanda (per il 15,5%). I dati sulla presenza degli stranieri nelle strutture durante l'estate sono in linea con quelli di Bankitalia.

ESTATE 2011: 24,5 MILIONI DI ITALIANI IN VACANZA

Secondo l'Osservatorio nazionale del turismo, durante l'estate 2011 (nei mesi di giugno, luglio ed agosto) gli italiani che hanno trascorso almeno un periodo di vacanza sono stati 24,5 milioni, quasi la metà della popolazione, con un numero di vacanze effettuate di 37,5 milioni. La spesa media per le vacanze estive è aumentata da 662 euro nel 2010 a 743 euro nel 2011, in valore assoluto da 23,5 a 27,9 miliardi di euro. L'80,9 per cento dei viaggi ha avuto come meta una località italiana (dato in crescita rispetto allo scorso anno).

Contrariamente alle aspettative, il mese di agosto è tornato protagonista. Le vacanze degli italiani sono state 10,2 milioni a giugno (sostanzialmente stabili rispetto al 2010, +274 mila), 10,5 milioni a luglio (in calo rispetto allo scorso anno, -1,5 milioni) e 16,9 milioni ad agosto (in aumento, +1,1 milioni). Hanno svolto un ruolo importante la tendenza, ormai consolidata, a decidere all'ultimo momento - il cosiddetto "last minute" - e l'andamento incerto, a luglio, delle condizioni atmosferiche.

In grande espansione il **turismo con gli animali domestici**. Tra luglio ed agosto 2011 gli italiani hanno svolto quasi 3,3 milioni di vacanze con i propri amici a quattro zampe, il 31,9 per cento in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

LE TENDENZE DEI PRODOTTI TURISTICI: IN CRESCITA FIUMI/LAGHI ED ENOGASTRONOMIA

L'Osservatorio nazionale del turismo ha elaborato l'andamento dei singoli prodotti analizzando le informazioni disponibili, cioè la quota percentuale di incidenza delle motivazioni di prodotto, stimata sulle presenze totali sia nelle imprese ricettive che nelle abitazioni private; la variazione di tale quota tra il 2009 ed il 2010; la variazione rilevata tra gennaio-agosto 2011 rispetto allo stesso periodo del 2010 nella vendita delle camere nelle imprese ricettive italiane; la variazione rilevata tra gennaio-agosto 2011 rispetto al 2010 nel numero di vacanze degli italiani.

Si registra un trend di crescita dei prodotti enogastronomico, fiumi/laghi, montagna, della natura e faunistico.

TURISMO ENOGASTRONOMICO

I turisti che soggiornano in Italia motivati dal turismo enogastronomico rappresentano il 5% del totale (pari a 18 milioni di presenze nelle strutture ricettive), quota che per il solo mercato straniero sale al 7% (oltre 11 milioni).

L'enogastronomia, dunque, conferma la sua attrattiva sui mercati stranieri, la quota dei flussi internazionali passa dal 6,9% nel 2009 al 7% nel 2010, mentre diminuisce il mercato interno che perde 2,8 punti percentuali, per poi ripartire nel corso del 2011. Infatti, da gennaio ad agosto, sono già oltre 3 milioni le vacanze legate all'enogastronomia che gli italiani hanno effettuato nel Paese, con una variazione positiva rispetto allo stesso periodo dello scorso anno del +66,2%.

LAGHI/FIUMI

L'incidenza del prodotto laghi/fiumi è pari al 7,7% del turismo italiano, con una forte prevalenza del mercato internazionale (12,2% contro il 3,8% di quello italiano). Nei primi otto mesi del 2011, il mercato interno sembra recuperare importanza, con un aumento del 35,7% del numero di vacanze degli italiani. Per le imprese ricettive di questo segmento, il 2011 vede una partenza di difficoltà (-8,1% a gennaio), una primavera di assestamento (+2,8% a marzo) ed una estate di vera crescita (+9,6% a luglio, +8,3% ad agosto).

MONTAGNA

Negli ultimi tre anni il peso del prodotto oscilla tra il 16% ed il 17%, con una maggiore incidenza sul mercato italiano (18,6% del totale) rispetto a quello internazionale dove rappresenta nel 2010 il 13,5%. Anche la tendenza rilevata sulle vacanze 2011 fino ad agosto vede crescere il mercato interno (+4% di partenze). Nel 2011 la tendenza rilevata nella vendita delle camere nelle imprese ricettive di montagna mostra un inverno positivo che recupera sul 2010 (+3,4% a gennaio, +2% a febbraio, +3,3% a marzo). Bisogna poi attendere l'estate quando con il +3,8% a luglio, ed il +5,5% ad agosto, la montagna supera le difficoltà climatiche incontrate nel resto dell'anno.

NATURA/FAUNISTICO

Il turismo verso le località della natura interessa il 5,2% del turismo in Italia. Nel 2010 ha visto una maggiore incidenza sui mercati internazionali (6,5%). In questi primi otto mesi del 2011 però il mercato italiano ha incrementato del +10,7% le vacanze del turismo verde. Nel 2011, nel complesso, queste destinazioni hanno sofferto una primavera di instabilità climatiche che ha visto diminuire le quote di camere occupate nelle strutture ricettive fino al mese di giugno. In estate, però, le vendite per queste tipologie di destinazioni hanno registrato la maggiore crescita di prodotto con un +11% a luglio e +13% ad agosto.

Risultano stabili i prodotti: balneare, città d'arte, turismo religioso, sportivo, congressuale, turismo del made in Italy, turismo dell'arte e dello spettacolo, turismo termale e del benessere.

BALNEARE

Il peso del turismo balneare è pari al 38,4% del turismo totale, 47,6% per il turismo degli italiani, 27,6% dei turisti stranieri. Nell'ultimo triennio le oscillazioni del mercato hanno messo in evidenza una maggiore concentrazione di turismo balneare nel 2009, mentre nel 2010 si è tornati alle quote del 2008. Anche sul mercato italiano il 2011 si sta dimostrando un anno di stabilità (+0,1% le partenze tra gennaio ed agosto degli italiani).

Nel complesso dei flussi, nel 2011 le località balneari ritrovano però un trend positivo rispetto al 2010 e già da inizio anno, per raggiungere in estate le crescite più evidenti (+4,2% a giugno, +3,3% a luglio, +5% ad agosto).

CITTA' D'ARTE

Le città d'arte si confermano al secondo posto tra i prodotti turistici, con un peso costante del 28,2% tra il 2010 ed il 2009 sulle presenze in Italia. La ricchezza del patrimonio storico-artistico del territorio registra un forte appeal sul mercato internazionale considerando che il peso del turismo estero corrisponde al 37% contro il 20,7% di quello italiano, sebbene quest'ultimo nel 2011 sia in crescita del +10,1% sul numero delle partenze.

Nel confronto con le performance del 2010, che già da inizio anno segnavano buoni livelli di occupazione camere, nel 2011 le città di interesse storico artistico italiane mostrano un contenuto calo di vendite nei primi tre mesi per poi ripartire in primavera ma soprattutto in estate, quando realizzano +3,4% a giugno e +2% ad agosto.

TURISMO RELIGIOSO

In Italia, i turisti che soggiornano per motivazioni religiose rappresentano circa il 2% sul totale dei flussi. Questa motivazione che incide maggiormente per il mercato straniero (2,3% contro l'1,5% degli italiani). Rispetto al biennio precedente raddoppia la quota dei turisti spinti da motivazioni religiose, in particolare gli stranieri che passano dall'1,1% del 2008 al 2,3% del 2010.

SPORTIVO

Lo sport motiva il 15,9% delle scelte di vacanza dei turisti che soggiornano in Italia: il 16,4% degli italiani e il 15,4% degli stranieri. La quota, nonostante sia in

diminuzione rispetto all'anno precedente (-3,5 punti percentuali) si allinea ai risultati del 2008 (+0,6 p.p.).

Da gennaio ad agosto 2011, gli italiani hanno generato nel Paese 1,7 milioni di vacanze legate a motivazioni sportive, in aumento del +6,8% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

MADE IN ITALY

Nel 2010 il 40,7% dei turisti durante il soggiorno si è dedicato allo shopping e/o alla riscoperta del territorio acquistando i prodotti dell'enogastronomia e dell'artigianato locale. Attività che interessano entrambi i mercati, in particolare quello straniero (42,5%).

Rispetto al 2009 aumenta notevolmente la quota dei turisti stranieri legati al "Made in Italy" passando dal 32,6% al 42,5%, mentre diminuisce quella dei turisti italiani (dal 44,7% nel 2009 al 39,2% nel 2010).

ARTE e SPETTACOLO

Il 17,8% dei turisti che ha soggiornato in Italia nel 2010 si è dedicato ad attività legate agli eventi e alle manifestazioni dell'arte e dello spettacolo, in particolare i turisti italiani (19,8% contro il 15,4% degli stranieri).

Rispetto all'anno precedente la quota aumenta notevolmente passando dall'11,2% al 17,8% sebbene non eguagli ancora i risultati del 2008 (22,1%) sui quali incide in particolare il mercato straniero. Se nel 2008, infatti ben il 22,6% dei turisti stranieri si dedicava ad attività legate al turismo "arte e spettacolo", nel 2010 tale quota scende al 15,4%.

TERMALE

Le località termali e quelle legate al turismo del benessere incidono sul 4,1% del turismo italiano. In particolare questo prodotto si rivela più attrattivo per il mercato italiano con un peso pari al 4,9% delle motivazioni di vacanza contro una quota del 3,1% per gli stranieri.

Comunque, dopo un periodo di difficoltà, in questi ultimi due anni il turismo termale recupera spazi di mercato, con vendite delle camere nelle imprese ricettive che crescono notevolmente in tutto il primo semestre del 2011, specie in primavera (marzo +6,6%, aprile +6,7%, maggio +6,1%).

CONGRESSUALE

Nel corso del 2011 il turismo business nelle strutture ricettive italiane incide sul totale della clientela il 18,2% nel I trimestre, l'11,1% nel II trimestre e l'8,1%

durante l'estate. A sostegno di questo comparto, il Ministro del Turismo, ha creato il Convention Bureau nazionale, per coordinare, promuovere e valorizzare la nostra offerta nel settore MICE (Meetings Incentive Congress Events).