



## L'ANDAMENTO DEL TURISMO E I NUOVI TREND



ISNART

X



# Indice



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



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



**I trend della domanda turistica in Italia**



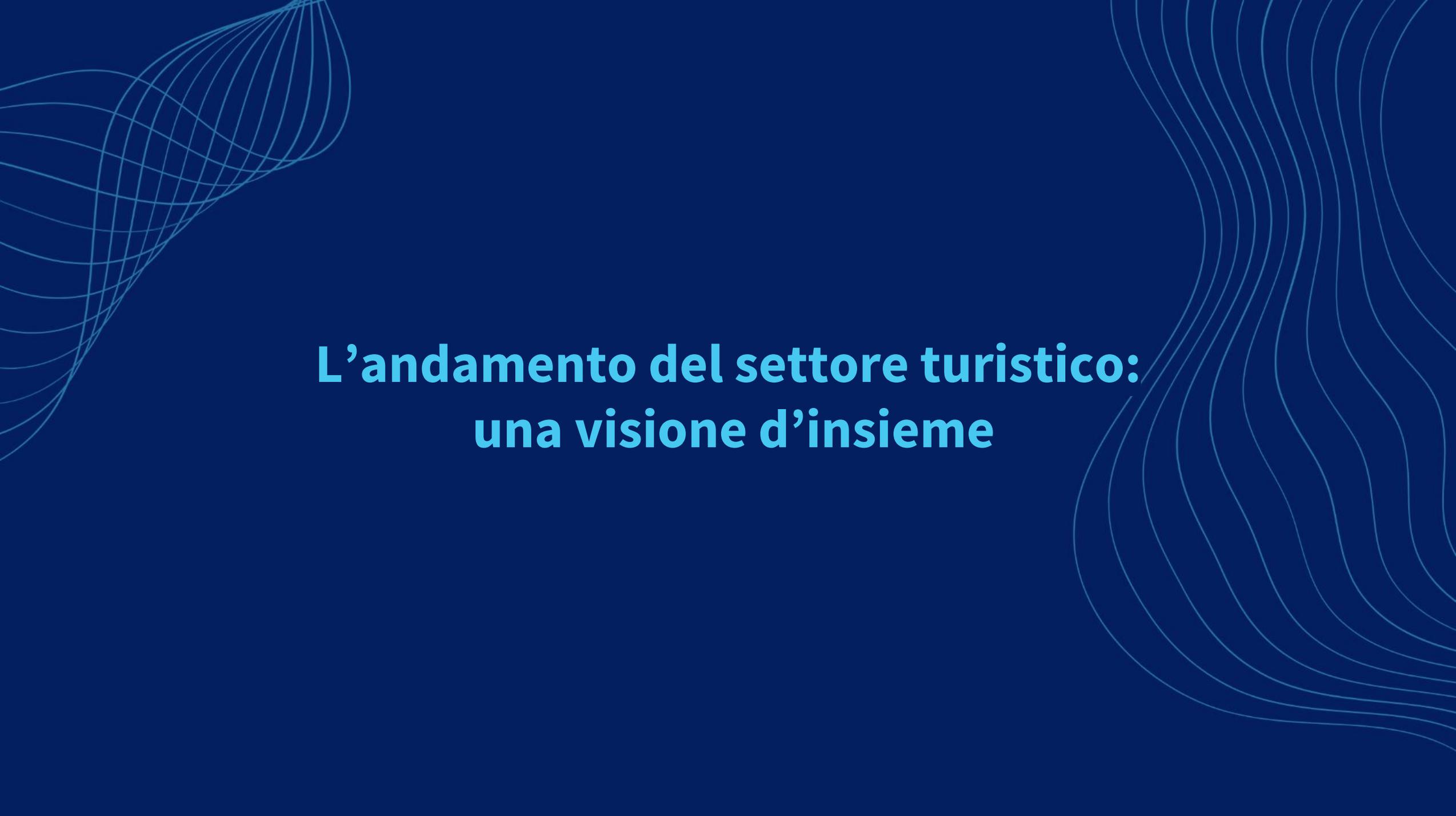
**Comportamenti turistici e di consumo - estate 2024**



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

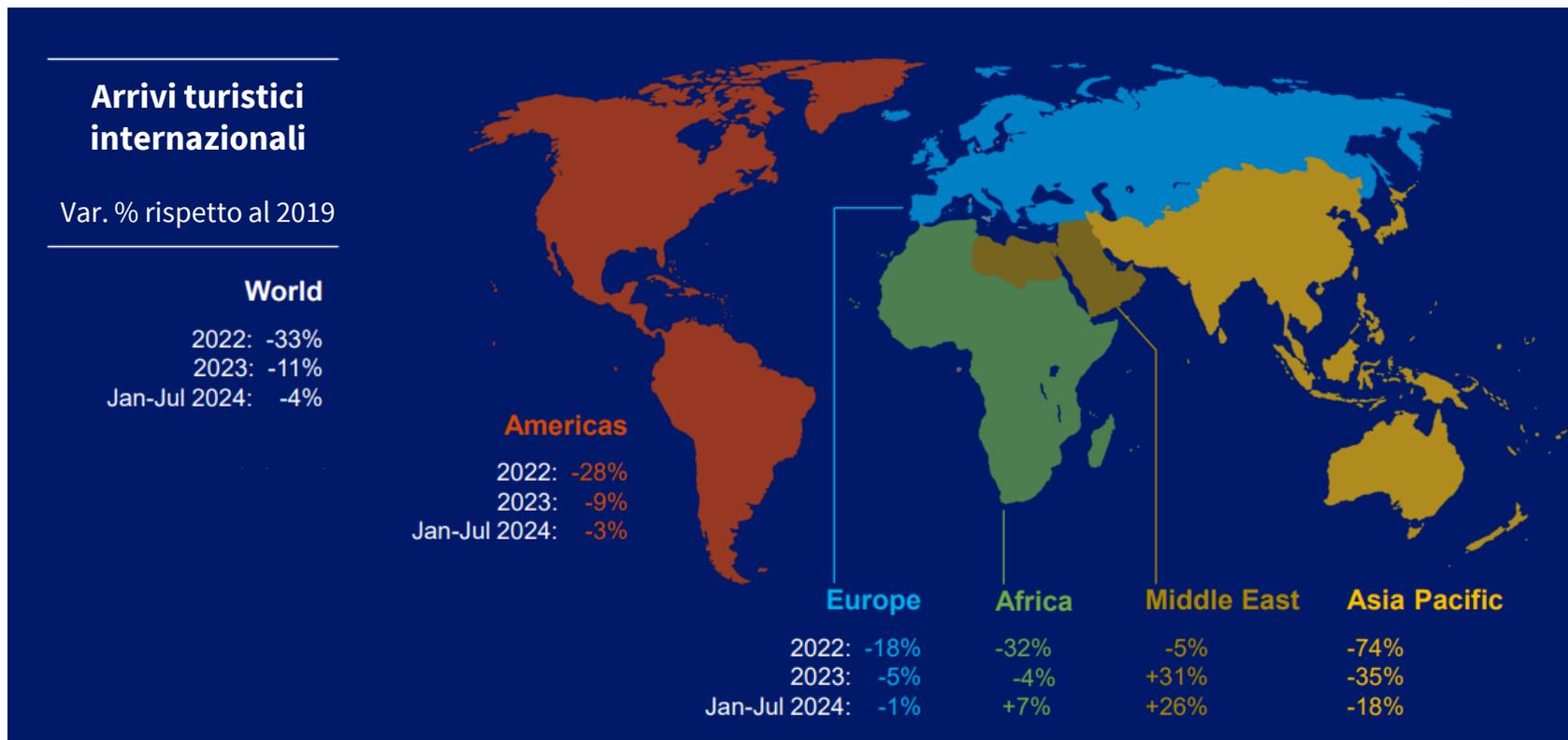


**Nota metodologica**



**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.

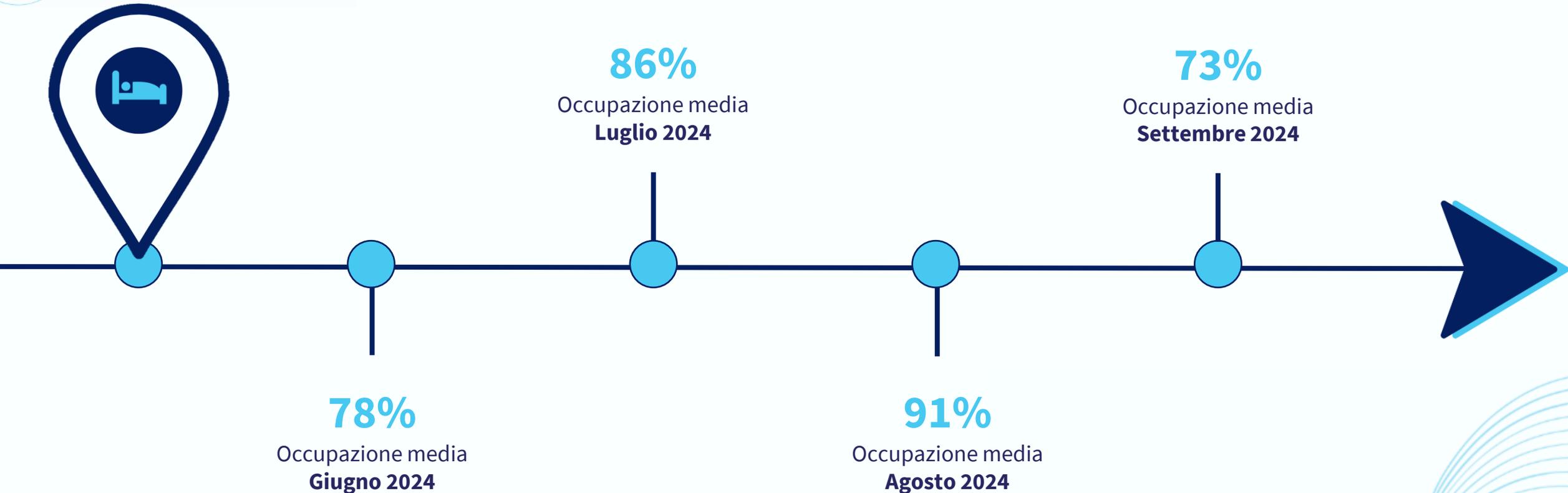
Gli **arrivi turistici** internazionali hanno raggiunto il **96% dei livelli pre-pandemia** fino a luglio 2024. L'**Europa** ha recuperato il **97%** degli arrivi precedenti alla pandemia (+1 p.p. rispetto al resto del mondo).

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 vendute a settembre oltre la metà delle camere disponibili per il mese di **ottobre (58%)** ed il **45%** per **novembre** e **dicembre**.

**58%**

camere prenotate  
già a metà settembre per  
**ottobre 2024**

**45%**

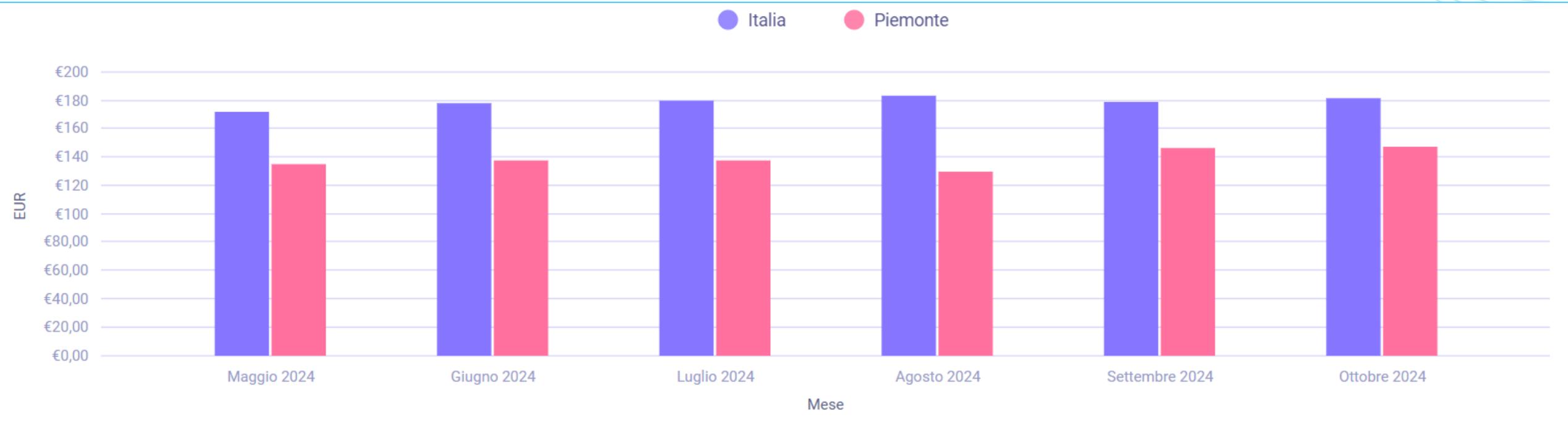
camere prenotate  
già a metà settembre per  
**novembre e dicembre 2024**



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

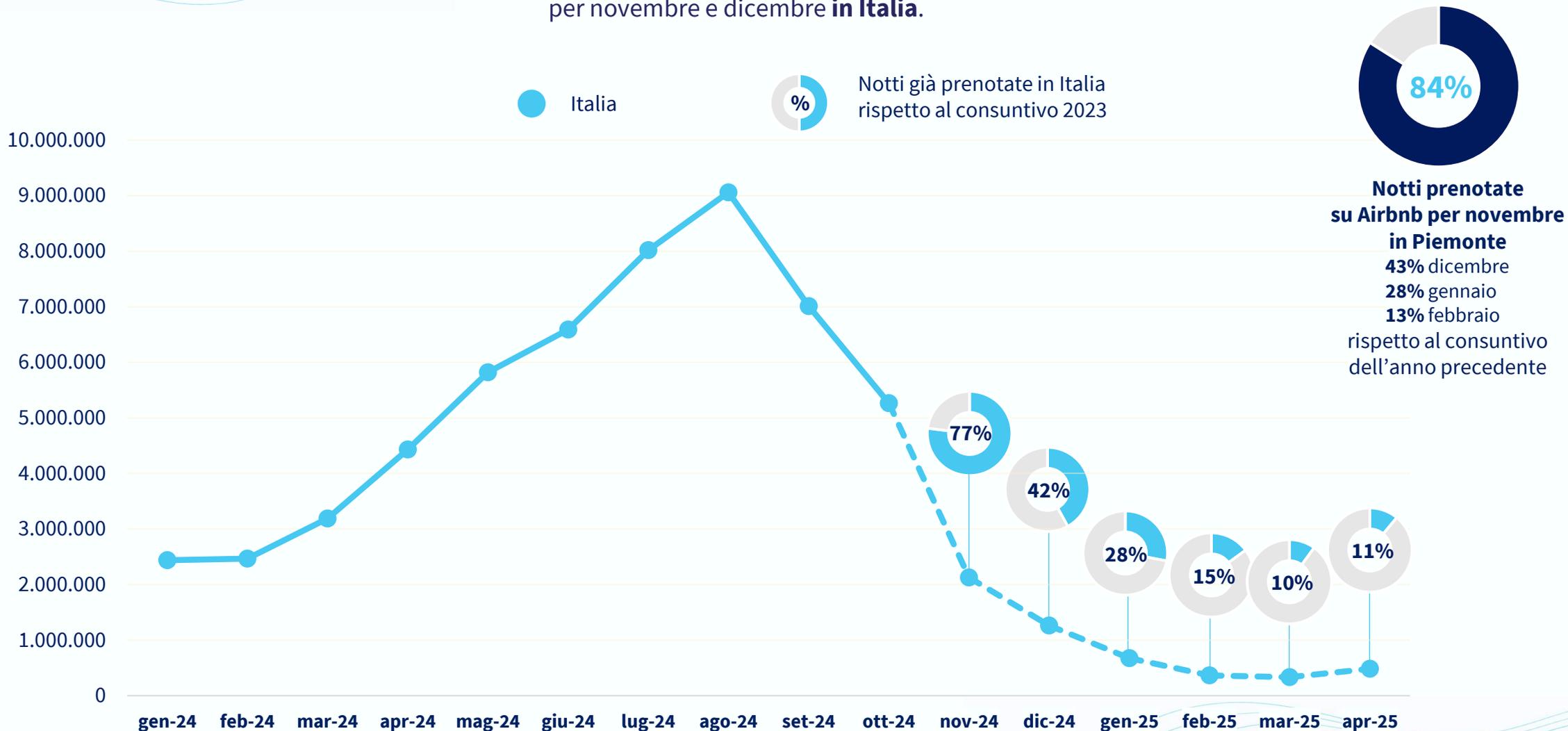
Prezzo medio per soggiorno in albergo rilevato nelle varie OTA attraverso *scraping* su Google



In Piemonte, da maggio a ottobre prezzi al di sotto della media nazionale

# Notti prenotate su Airbnb

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



**84%**

**Notti prenotate su Airbnb per novembre in Piemonte**  
43% dicembre  
28% gennaio  
13% febbraio  
rispetto al consuntivo dell'anno precedente

# 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

**4,2 mld**

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

**+5,2%**

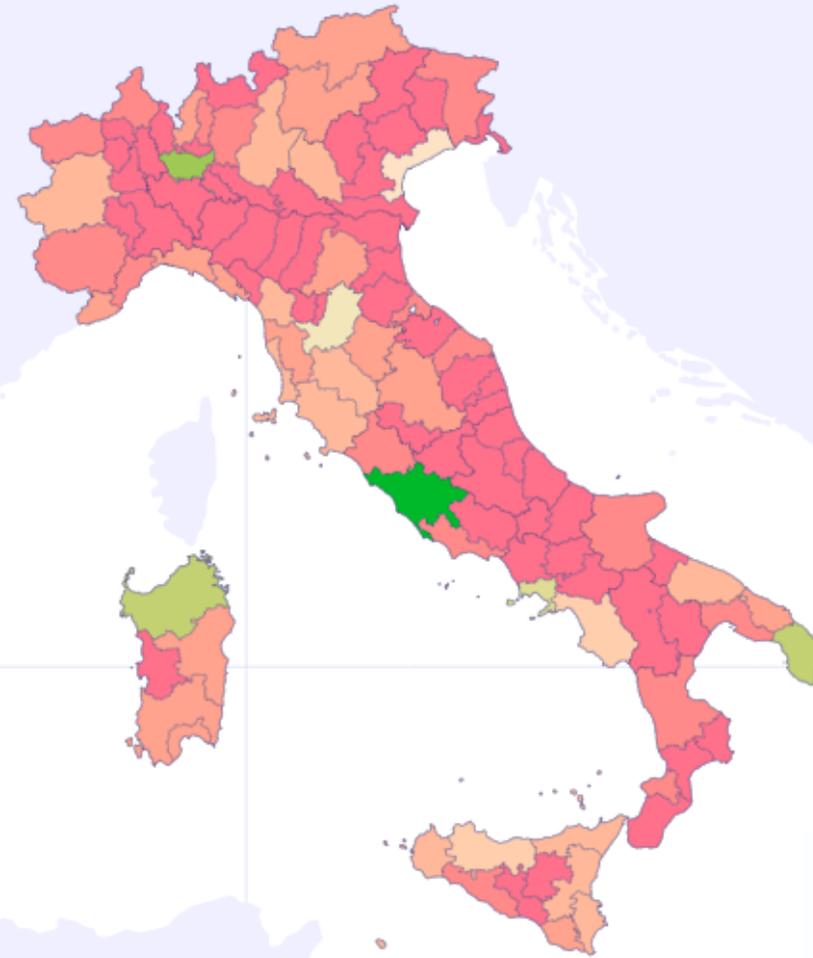
**Aumento** di notti prenotate in Italia  
rispetto allo stesso periodo del 2023

**7,5 mld €**

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

**180 €**

**entrate in € per notte**  
in alloggi Airbnb  
tra gennaio e agosto 2024



# Soggiorni in abitazioni private in Piemonte

**Oltre 36 mila**

gli **alloggi disponibili**  
per affitti brevi  
ad agosto 2024

**1,5 mln**

le **notte prenotate** su  
Airbnb tra gennaio  
e agosto 2024

**Oltre 194 mln €**

**indotto economico**  
generato da alloggi Airbnb  
tra gennaio e agosto 2024

**+18,6%**

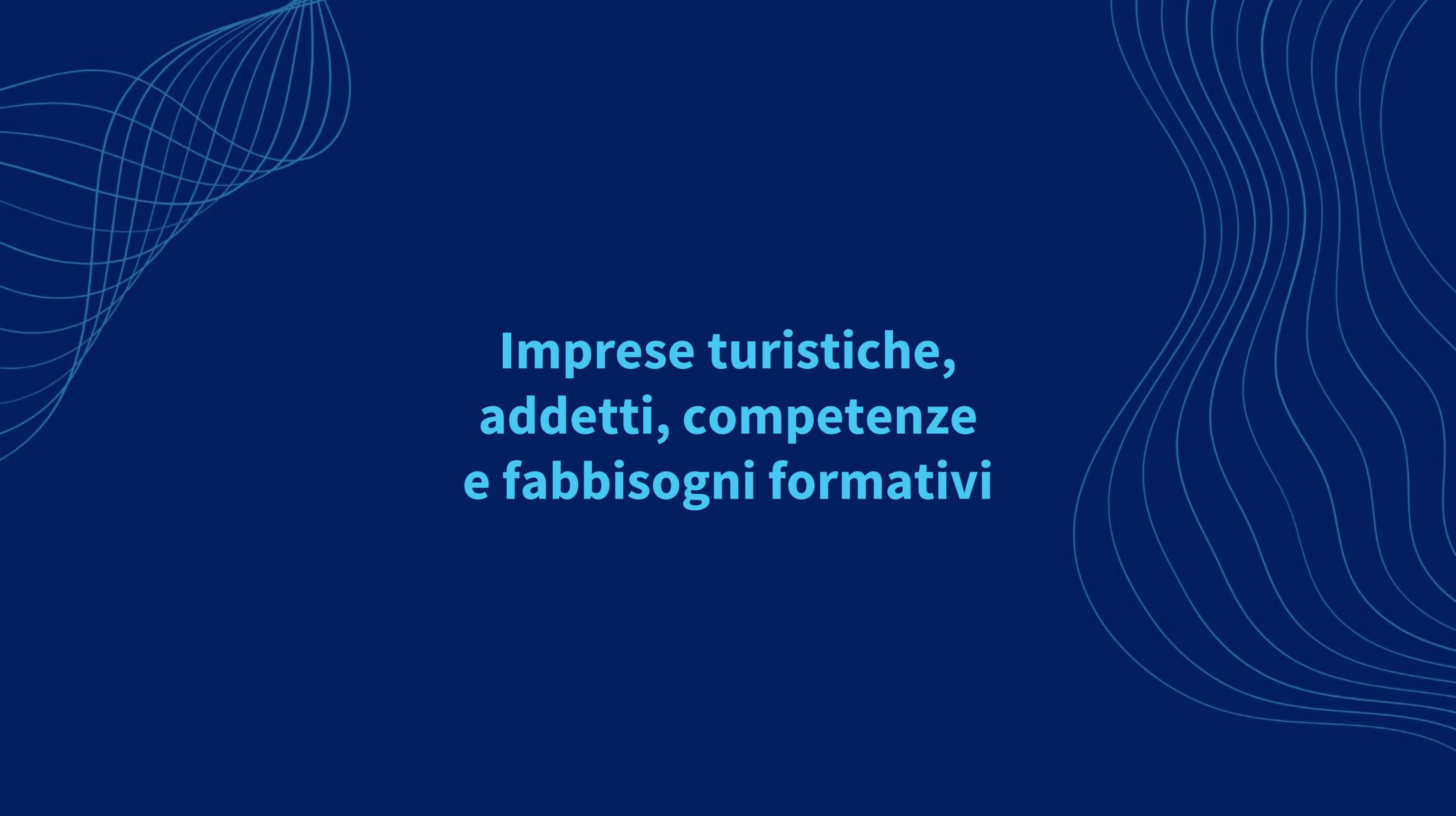
**aumento** del n° di alloggi  
rispetto allo stesso periodo del 2019

**+1,9%**

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

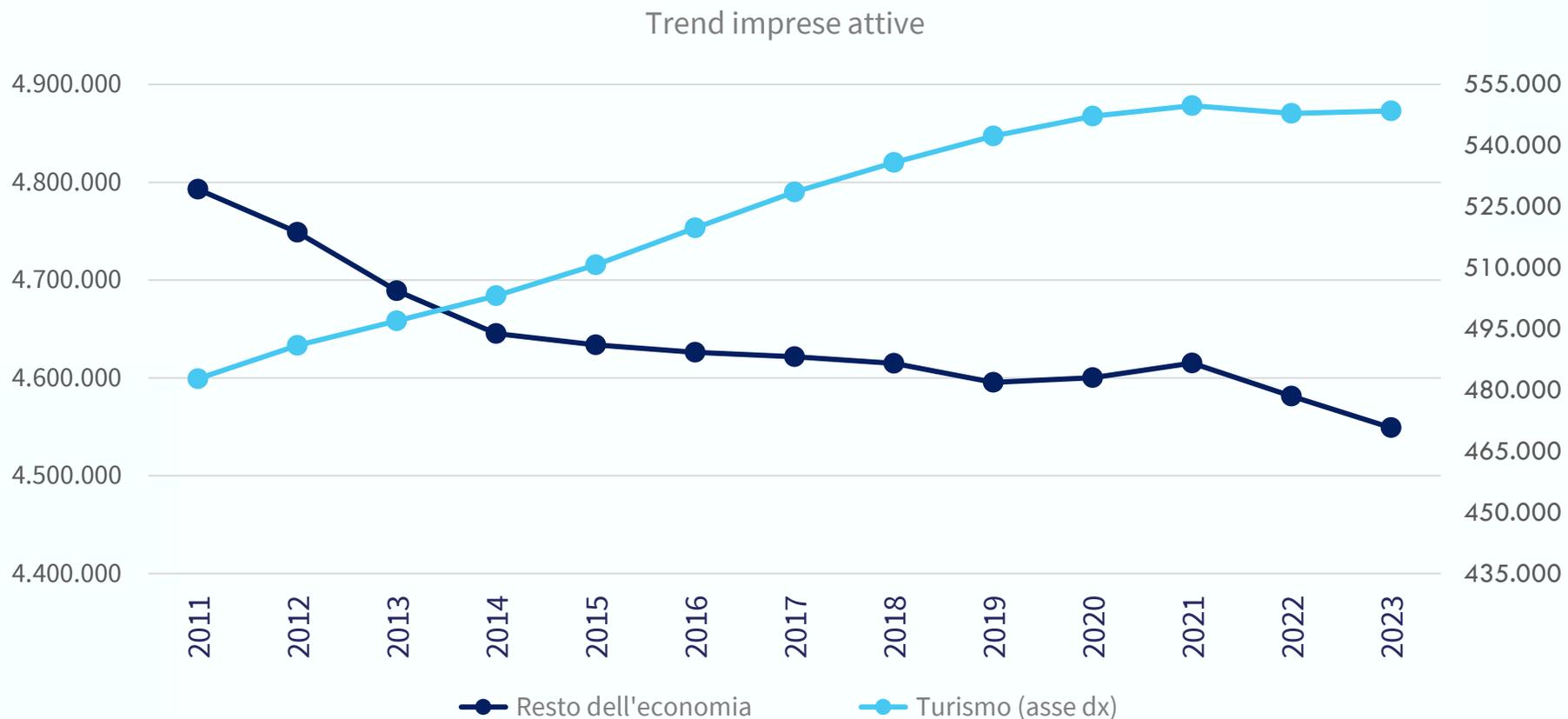
**129€ al gg**

**entrate in € per notte**  
in alloggi Airbnb  
tra gennaio e agosto 2024



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

# Turismo: un settore resiliente



**- 4,2%**  
var. % 2023/2012  
imprese attive  
resto dell'economia

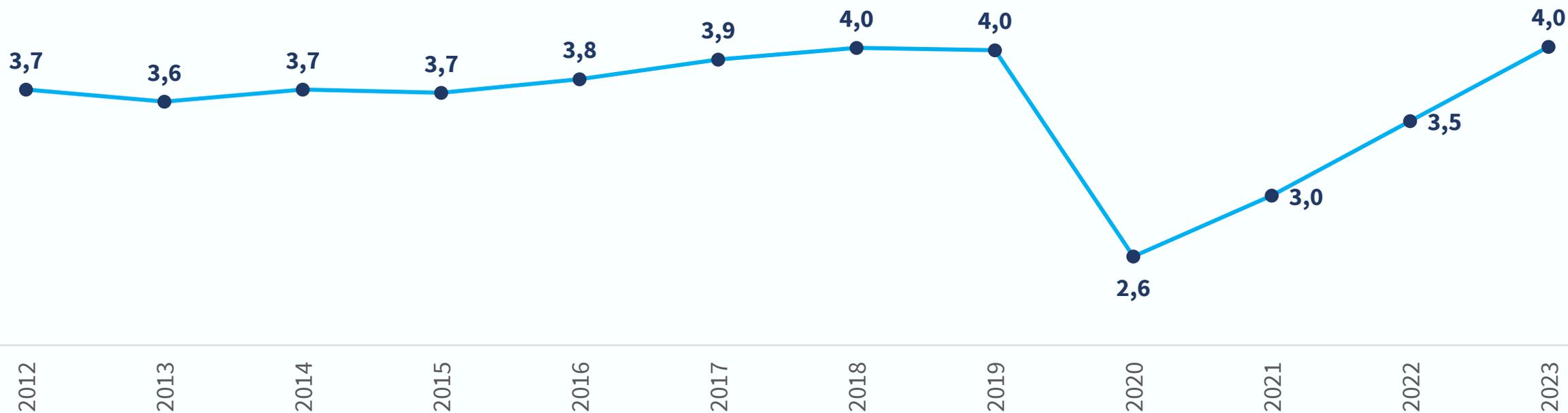
**+ 11,7%**  
var. % 2023/2012  
imprese attive  
settore turistico



# 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



# Imprese turistiche e addetti al turismo in Italia



**quasi 555 mila**

**Imprese turistiche attive in Italia**  
(10,9% del totale economia)

**+0,7%**

rispetto al III trim. 2023

**155 mila**

Imprese turistiche **femminili** attive

**58 mila**

Imprese turistiche **giovanili** attive

**62 mila**

Imprese turistiche **straniere** attive



**oltre 3 mln**

**Addetti al turismo in Italia**  
(13,9% dei totali)

**+8,6%**

rispetto al II trim. 2023

**565 mila**

Addetti in imprese turistiche **femminili**

**324 mila**

Addetti in imprese turistiche **giovanili**

**237 mila**

Addetti in imprese turistiche **straniere**



# Imprese turistiche e addetti al turismo in Piemonte

**35 mila**

**Imprese turistiche attive**  
(9,4% del totale economia)

**+0,3%**

rispetto al III trim. 2023

**162 mila**

**Addetti al turismo**  
(10,2% dei totali)

**+2,5%**

rispetto al III trim. 2023



**10,3 mila**

Imprese turistiche **femminili** attive

**12,1%**

Incidenza imprese turistiche femminili  
attive su totale economia  
(**13,4% media Italia**)



**3,8 mila**

Imprese turistiche **giovani** attive

**11,2%**

Incidenza imprese turistiche giovani  
attive su totale economia  
(**13,5% media Italia**)



**4,9 mila**

Imprese turistiche **straniere** attive

**10%**

Incidenza imprese turistiche straniere  
attive su totale economia  
(**10,3% media Italia**)

N.B.: le Imprese Femminili, Giovanili e Straniere sono le imprese la cui percentuale di partecipazione delle donne, dei giovani e dei non nati in Italia è superiore al 50%.

# 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**

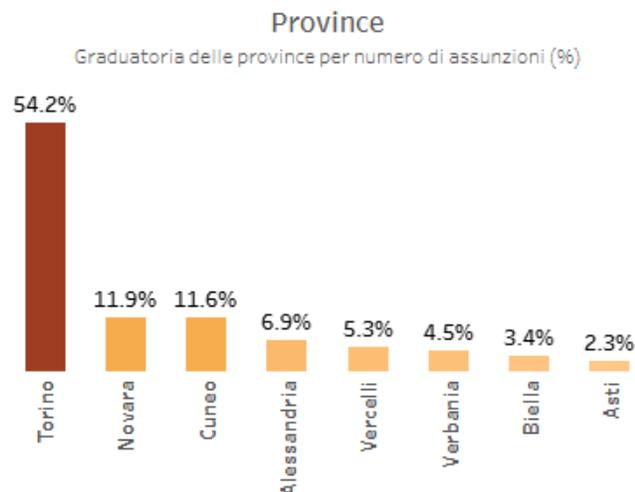
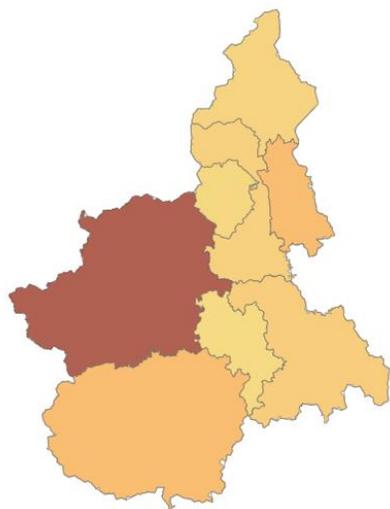
**assunzioni previste in Italia**  
nel **settore turistico**  
tra novembre 2024 e gennaio 2025



**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 4 mila**

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

**1,9%**

**% assunzioni** previste nella regione  
**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



Mare



Montagna



Lago



Natura e altro



Terme

# L'evoluzione delle motivazioni di viaggio in Italia

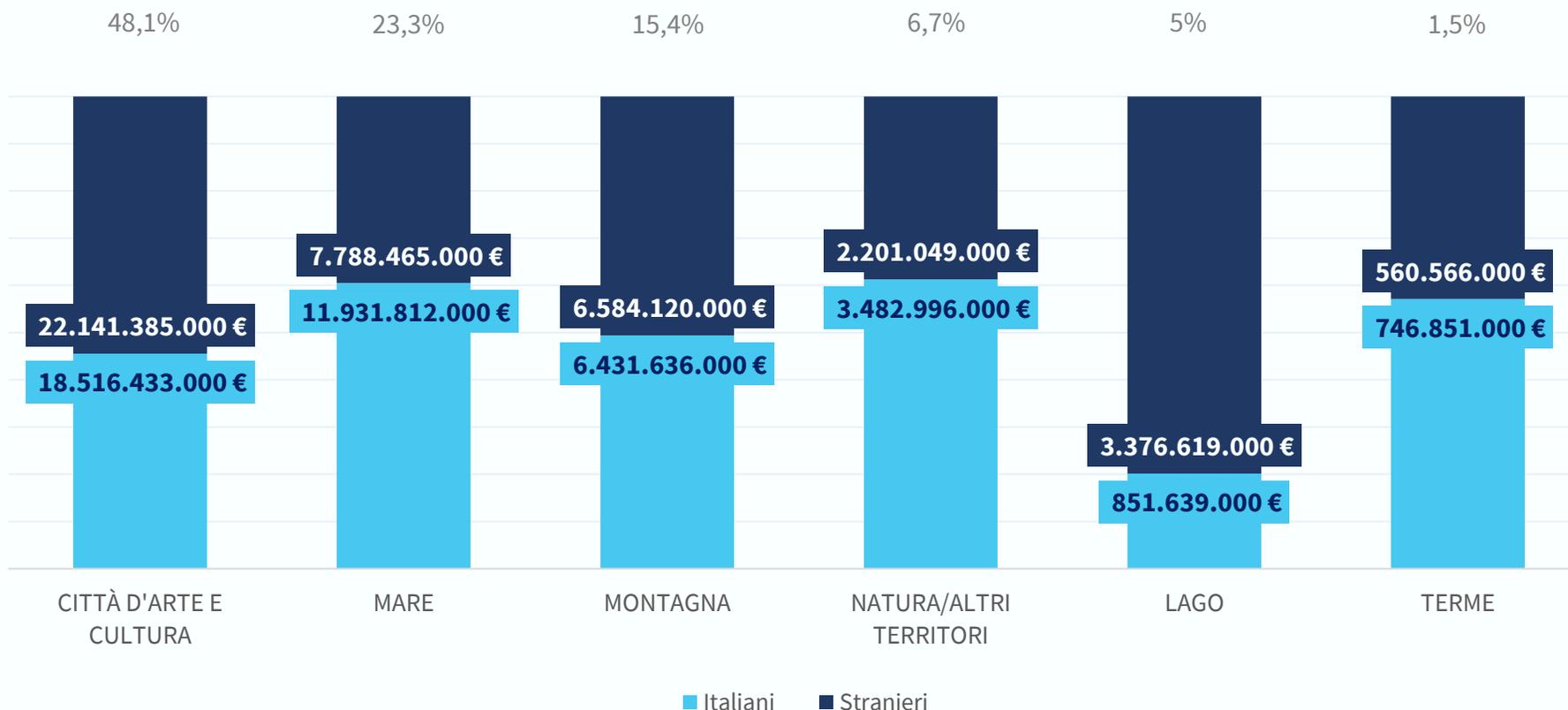
Nell'ultimo decennio le **motivazioni** che spingono i turisti a scegliere di soggiornare in Italia sono mutate, si assiste dal 2012 ad oggi ad un **cambiamento** nella graduatoria che vede:

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

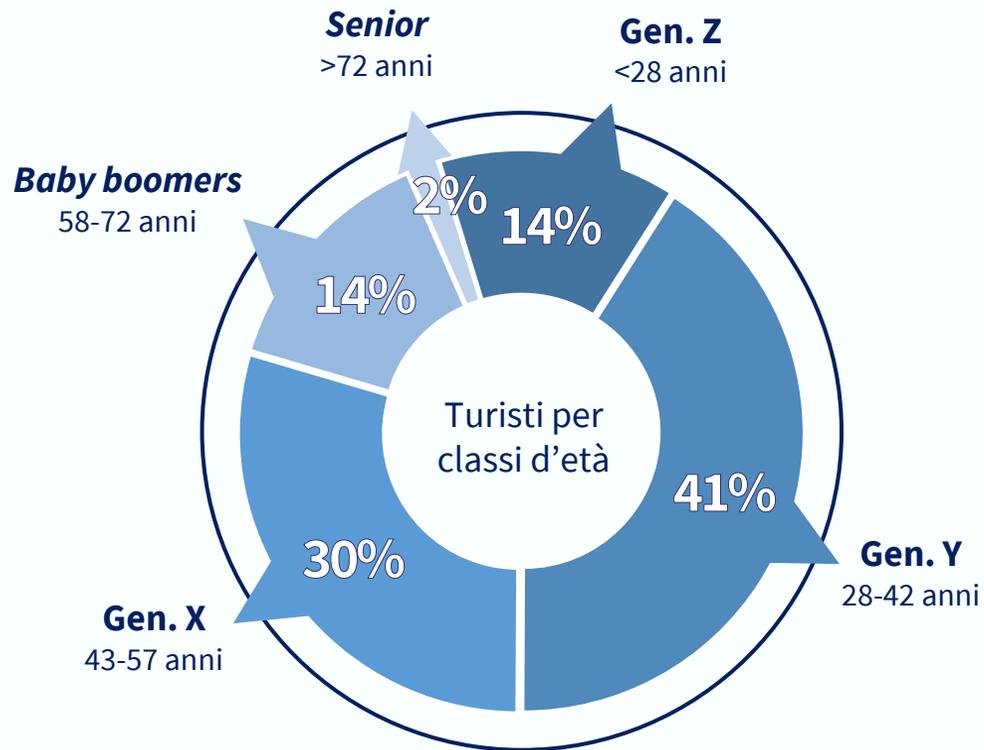


# La spesa dei turisti nelle località italiane

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 Millennial



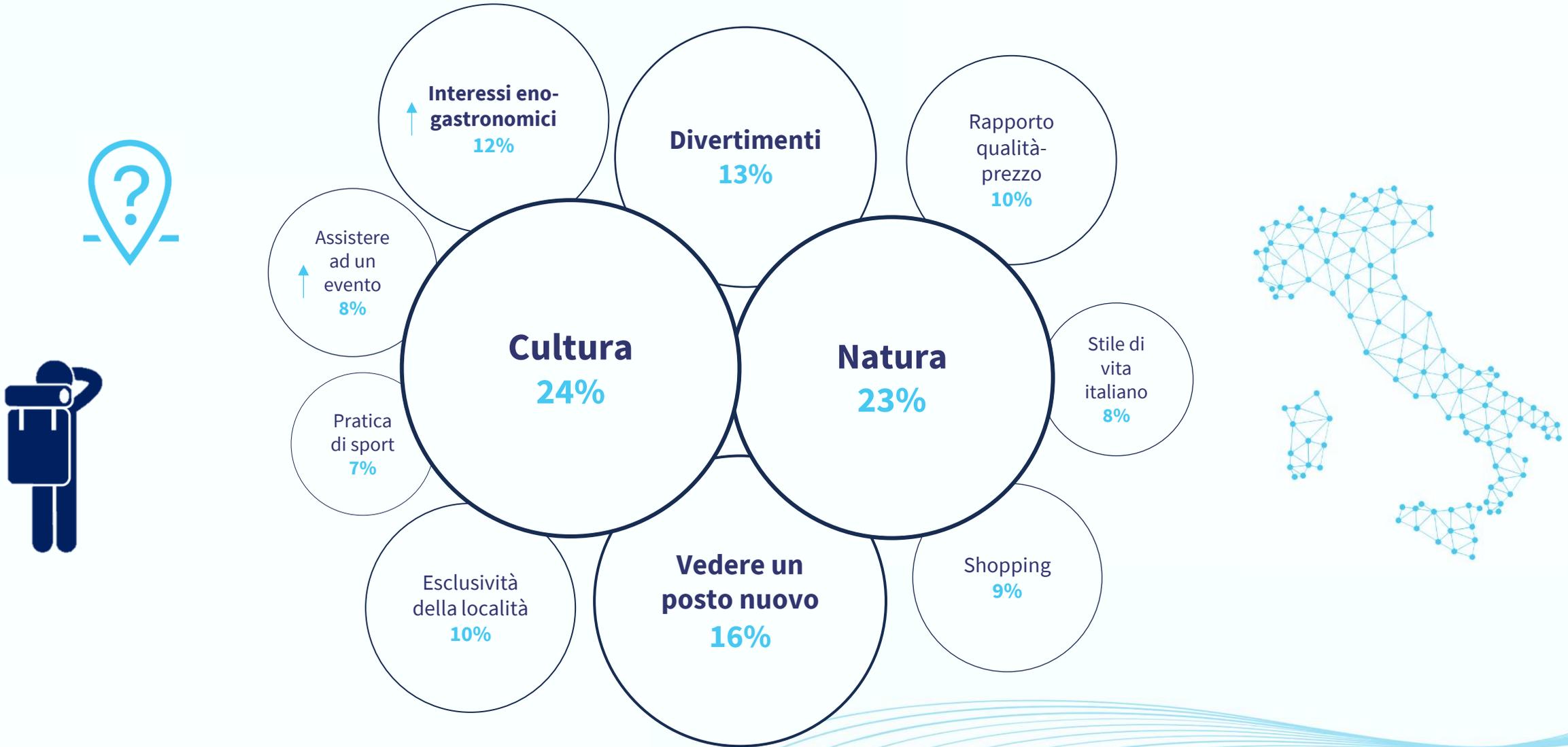
Nel 2023, in Italia si sono registrate **852 milioni di presenze turistiche**.

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

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 Italia

**2 turisti su 5**

appartengono alla generazione Y,  
cosiddetti **Millennial**  
(39,8% nell'estate 2023)

**54,6%**

Turisti con **diploma**  
(52,7% nell'estate 2023)

**39,9%**

Turisti in una **situazione  
economica** dichiarata  
**media e medio-alta**  
(36,9% nell'estate 2023)



**43%**

Turisti che viaggiano  
**in coppia**  
(41,8% nell'estate 2023)

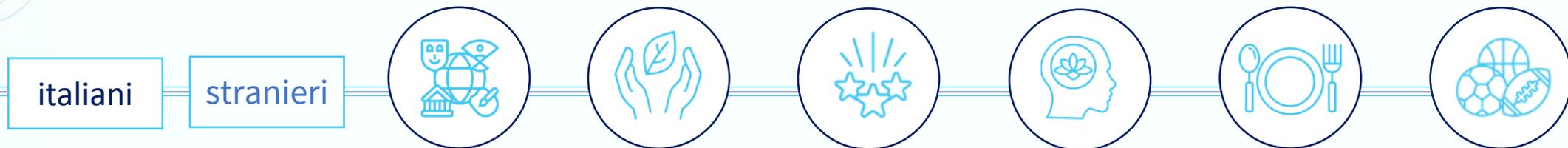
**8/10**

**Voto** attribuito dai turisti  
all'**offerta turistica** nel complesso  
(8.3/10 nell'estate 2023)

**3 turisti su 5**

rilasciano **recensioni  
online** sulla vacanza  
(46,4% nell'estate 2023)

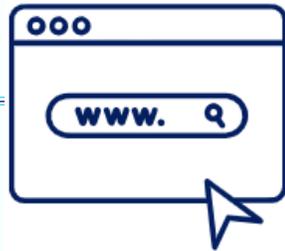
# Perché i turisti visitano l'Italia?



<b>43,9%</b>	39,9%	47,4%	Ricchezza del patrimonio artistico e monumentale <b>+</b>
<b>43,4%</b>	44,9%	42,1%	Stile di vita italiano e/o locale <b>+</b>
<b>40,3%</b>	38,5%	41,8%	Bellezza della natura e contatto con essa <b>+</b>
<b>37,8%</b>	38,1%	37,5%	Posto ideale per riposarsi
<b>35,2%</b>	36,7%	33,9%	Posto ideale per praticare un particolare sport <b>+</b>
<b>33,7%</b>	31,3%	35,9%	Ristorazione di eccellenza
<b>33,3%</b>	32,4%	34%	Rapporto qualità-prezzo

**+** in aumento rispetto all'estate 2023

# Canali di comunicazioni influenti sulla scelta della destinazione Italia



**51,4%**

## Internet

informazioni, offerte, social network, recensioni online  
(48,2% nell'estate 2023)

**52,6%**  
italiani

**50,4%**  
stranieri



**25,8%**

## Passaparola

suggerimento di amici e conoscenti  
(32,9% nell'estate 2023)

**25,4%**  
italiani

**26,2%**  
stranieri



**24,4%**

## Esperienza personale

destinazione già visitata in passato  
(28,1% nell'estate 2023)

**22,5%**  
italiani

**26%**  
stranieri

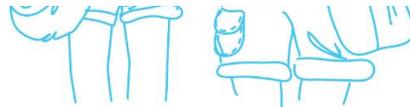


in aumento rispetto all'estate 2023

# Luoghi visitati dai turisti in Italia



Cosa hanno visitato i turisti durante il soggiorno?



## Siti Unesco

33,2% italiani  
40,4% stranieri



## Grandi città

27,1% italiani  
34,9% stranieri



## Borghi

23,2% italiani  
25,3% stranieri

## Cattedrali, chiese, conventi

20,8% italiani  
23,6% stranieri



## Palazzi storici e castelli

14,1% italiani  
17,1% stranieri



## Monumenti

13,3% italiani  
16,4% stranieri

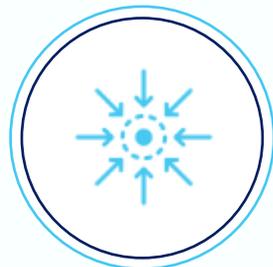


## Cantine, frantoi, strade del vino e dell'olio

17,1% italiani  
17,5% stranieri



# Attività dei turisti in Italia



		italiani	stranieri
<b>Gita al mare e/o al lago</b>	<b>60,2%</b> <sup>+</sup>	63,9%	57%
<b>Escursioni e gite</b>	<b>52,2%</b>	48,8%	55,1%
<b>Visita di musei e/o mostre</b>	<b>23,8%</b> <sup>+</sup>	21,7%	25,7%
<b>Visita del centro storico</b>	<b>22,8%</b>	21%	24,3%
<b>Pratica di attività sportive</b>	<b>21,9%</b> <sup>+</sup>	22,9%	21%
<b>Acquisto di prodotti tipici e artigianali</b>	<b>19,2%</b> <sup>+</sup>	19,6%	18,8%

<sup>+</sup> in aumento rispetto all'estate 2023

# Spesa dei turisti in Italia

## VIAGGIO

spesa pro capite



**114,06 €** italiani

**210,68 €** stranieri

## ALLOGGIO

spesa pro capite al gg



**76,49 €** italiani <sup>+</sup>

**83,73 €** stranieri <sup>+</sup>

## ALTRO

spesa pro capite al gg



**92,47 €** italiani <sup>+</sup>

**101,50 €** stranieri <sup>+</sup>

<sup>+</sup> in aumento rispetto all'estate 2023

# Il giudizio dei turisti in Italia

## Qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio



7.8/10

## Ristorazione



7.9/10

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



7.5/10

## Cortesìa e ospitalità della gente



8.1/10

## Qualità del mangiare e del bere



7.9/10

## L'efficienza dei trasporti locali



7.4/10

## Costo dell'alloggio



7.8/10



## Costo della ristorazione



8.2/10



## Costo dei trasporti locali



7.6/10



in aumento rispetto all'estate 2023

# Le recensioni online dei turisti in Italia

**3 turisti su 5** lasciano una **recensione in rete**  
(60,9% italiani e 61,3% stranieri)

**27%**  
TripAdvisor



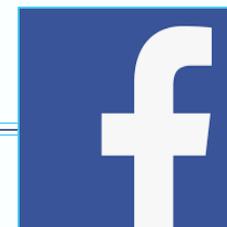
**24,8%**  
Google



**20,1%**  
Booking



**16,2%**  
Facebook



italiani 28,5%

26,9%

20,2%

15,4%

stranieri 25,7%

23%

20%

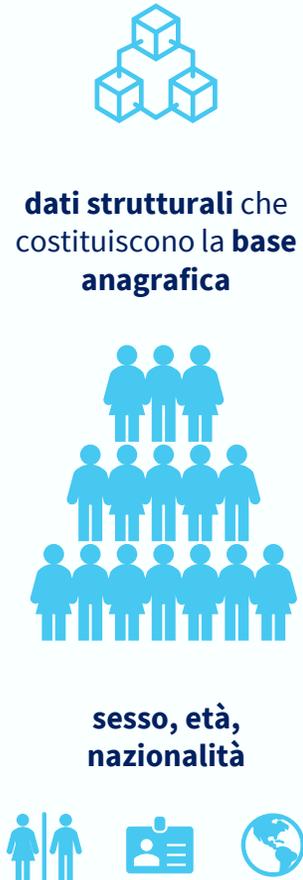
16,8%

**+** in aumento rispetto all'estate 2023



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

# Location Intelligence

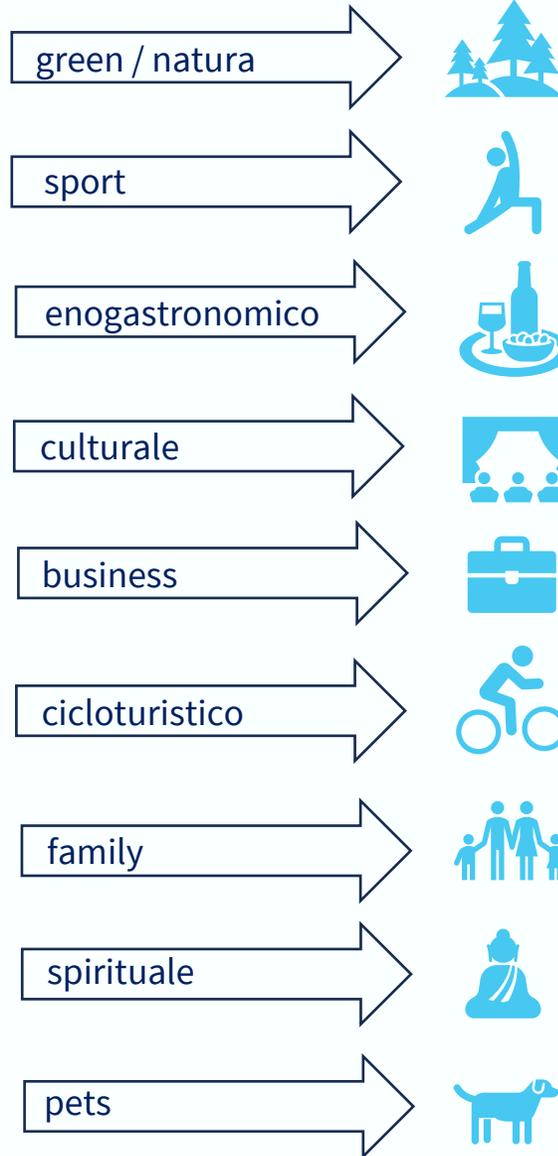


**caratteristiche comportamentali** nell'ambito dell'utilizzo quotidiano e in viaggio del **browser** e di **app mobile**

**Ricerche online, download, attivazione e utilizzo di app, carrelli d'acquisto**



**interessi, preferenze, abitudini**

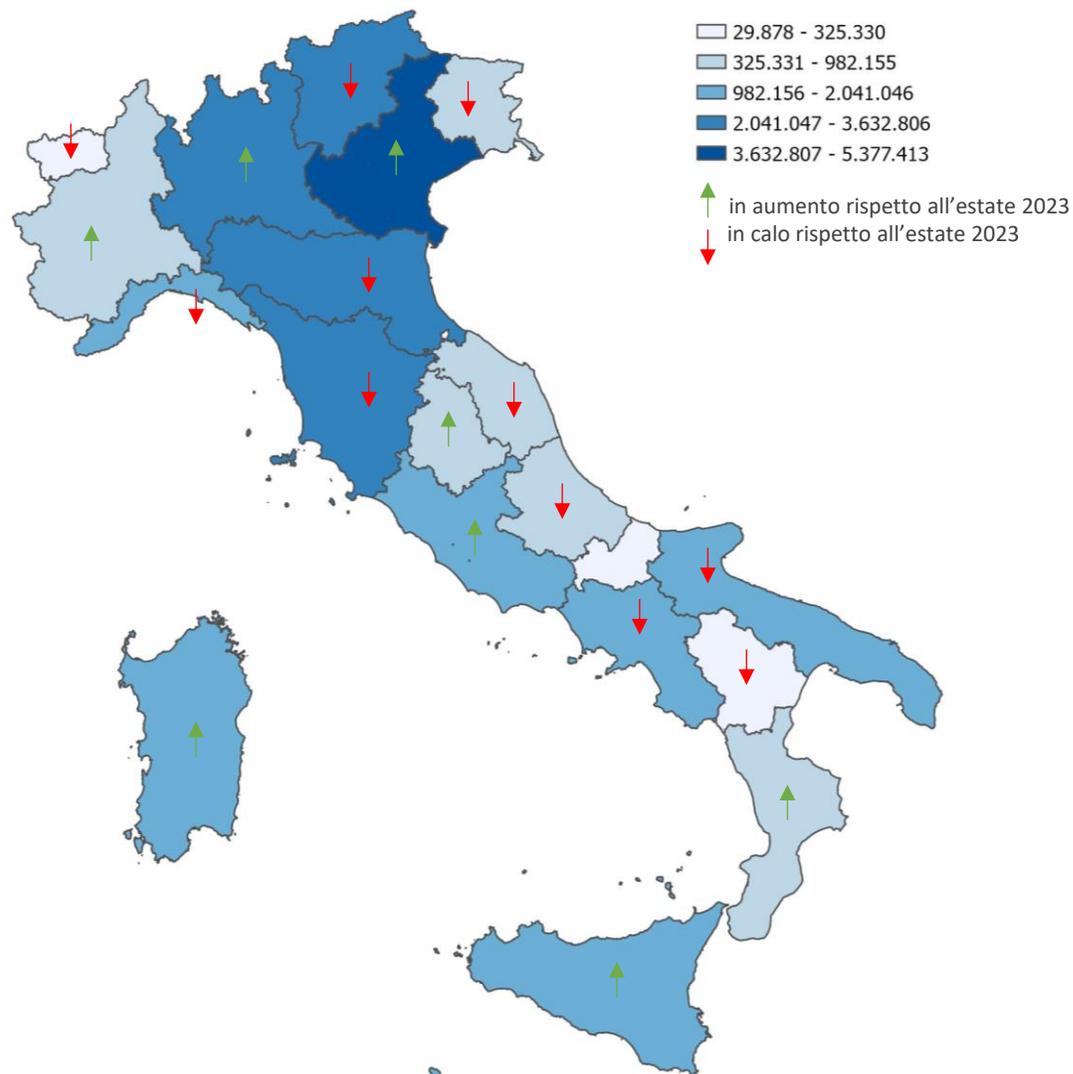


## LOCATION INTELLIGENCE

La **Location Intelligence** restituisce una **profilazione anagrafica dei turisti** (sexo, fascia d'età e provenienza) e una **profilazione comportamentale**. L'analisi permette di capire che tipologia di turisti frequenta una determinata area e cosa attira maggiormente la loro attenzione.



# Analisi di Location Intelligence estate 2024



**Oltre 32 milioni di turisti in Italia nell'estate 2024, più di 982 mila in Piemonte**

Comuni più rilevanti per cluster turistici prevalenti in regione:



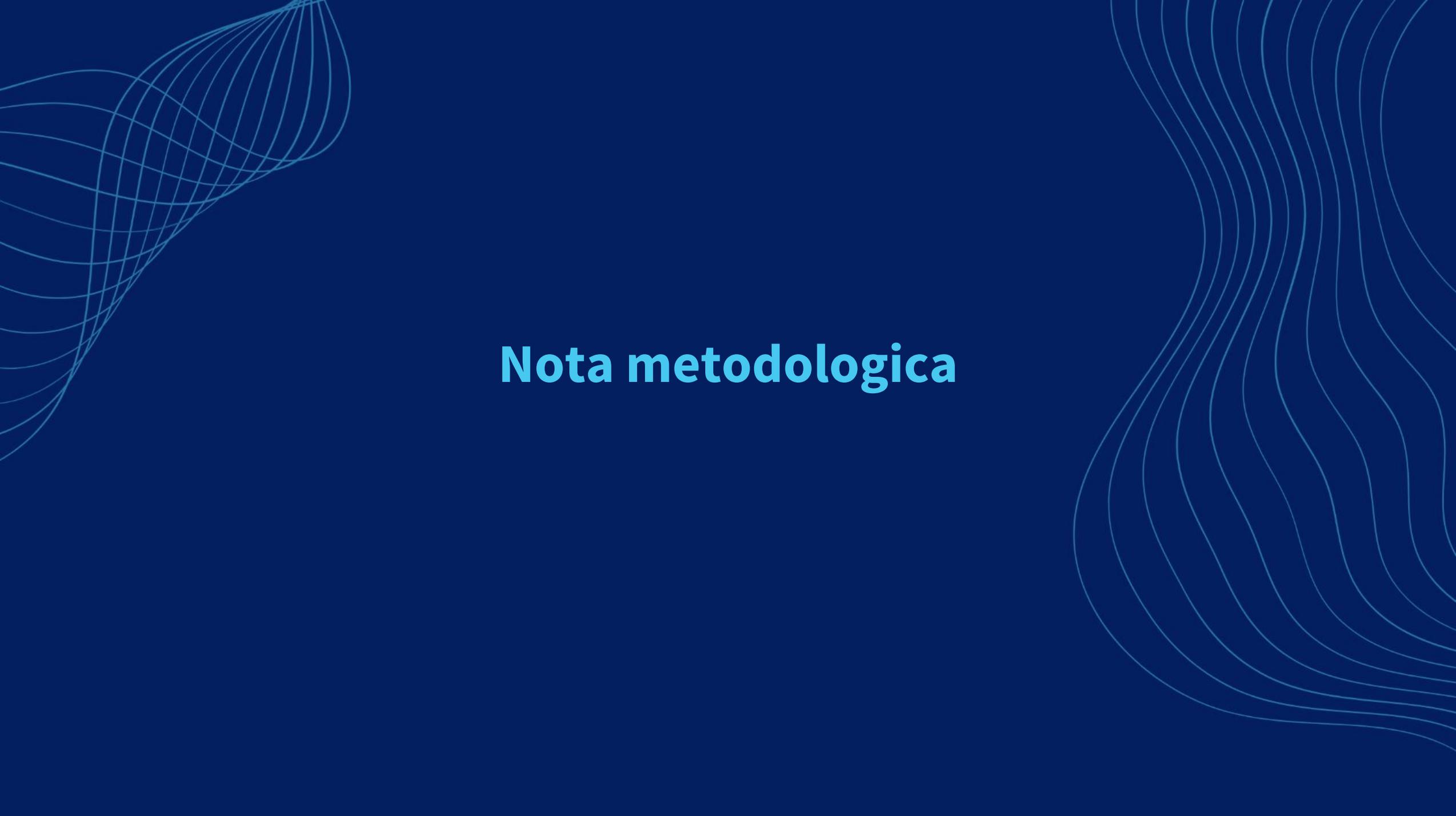
**Torino**  
cluster culturale



**Alba**  
cluster enogastronomico



**Bardonecchia**  
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.

### ❖ **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.).

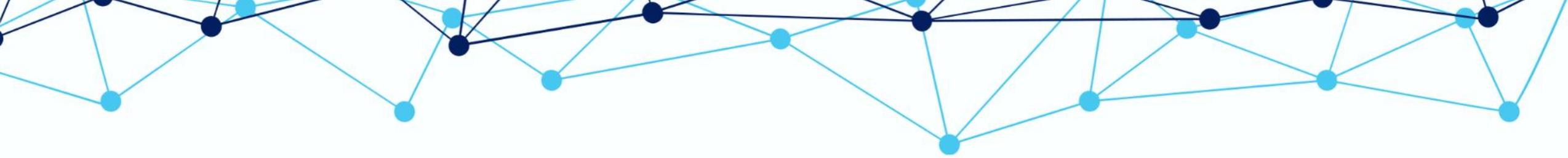
L'ID viene qualificato come turista qualora si trovi, per almeno 24 ore, in uno o più comuni diversi da quelli di sua abituale presenza.

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](http://www.isnart.it)**



**ISNART**

INDIRIZZO

Via Lucullo, 8 - Roma

Report realizzato nell'ambito delle attività previste dall'articolo 8 Statuto dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche  
Contributo consortile aggiuntivo