

Il voto dei turisti Brava Italia... 8!

Promozione piena in tourist satisfaction per le nostre destinazioni turistiche che si fanno apprezzare, soprattutto, per la bellezza dei luoghi, l'ospitalità della gente e la qualità del cibo

➔ **Aura Marcelli**

In un momento di difficoltà, quando le presenze diminuiscono e la competizione si fa sempre più pesante diventa ancor più importante verificare e monitorare la soddisfazione dei turisti, per analizzare il mercato in dettaglio, ma soprattutto per definire il livello di attrattività delle nostre destinazioni turistiche e la capacità degli operatori di rispondere in modo adeguato alle aspettative dei turisti. Sensazioni e percezioni legate all'immaginario e alle attese di viaggiatori sempre più preparati ed esigenti diventano un elemento fondamentale per valutare e migliorare l'offerta turistica di un territorio. A questo ha inteso rispondere il rapporto annuale "Customer Care Turisti" dell'Osservatorio Nazionale del Turismo, realizzato in collaborazione con UnionCamere. Giunto al suo settimo anno di svolgimento,

il rapporto coinvolge i turisti italiani e stranieri in vacanza in Italia durante il loro soggiorno presso strutture ricettive o abitazioni private.

Turisti soddisfatti (quasi sempre) (tabella 1)

L'Italia passa l'esame con un bell'otto tondo, tondo. L'anno passato conferma l'attrattività delle nostre destinazioni turistiche, con una valutazione positiva da parte della domanda nei confronti dell'esperienza di soggiorno. Margini di miglioramento ce ne sono, eccome, ma sta di fatto che i turisti si sono definiti più che soddisfatti rispetto agli elementi ritenuti più importanti durante un soggiorno turistico, primi tra tutti (per la metà dei visitatori interpellati) l'ospitalità della gente del luogo e la qualità del mangiare e del

Tabella 1. Aspetti ritenuti più importanti durante il soggiorno
possibili 3 risposte: % calcolata sul totale turisti
Anno 2012

	Italiani	Stranieri		Totale	Totale
		Europei	Extraeuropei		
La cortesia/ospitalità della gente	58,3	54,5	59,3	54,9	56,7
La qualità del mangiare e bere	46,2	47,3	46,4	47,2	46,7
L'offerta di intrattenimento	30,3	29,2	25,8	28,9	29,6
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	22,5	22,3	19,3	22,0	22,3
L'organizzazione del territorio	21,3	19,0	17,7	18,9	20,2
L'offerta culturale	17,0	21,6	23,3	21,8	19,3
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	15,2	18,3	15,1	18,0	16,5
La pulizia del luogo	16,7	14,4	16,2	14,6	15,7
Il costo della ristorazione	13,0	15,7	13,6	15,5	14,2
Informazioni turistiche	7,1	13,8	9,8	13,4	10,1
Il traffico	8,4	6,3	8,0	6,4	7,5
La pulizia dell'alloggio	4,6	8,2	3,9	7,8	6,1
Il costo dell'alloggio	6,3	5,3	5,0	5,3	5,8
Accessibilità via terra/via mare	4,1	2,6	4,4	2,7	3,5
Il costo dei trasporti locali	2,7	2,8	5,2	3,0	2,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tabella 2. Giudizio medio sul soggiorno
(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)
Anno 2012

	Italiani	Stranieri		Totale	Totale
		Europei	Extraeuropei		
Offerta turistica nel complesso	8,0	8,0	7,9	8,0	8,0
Destinazione/Territorio	7,8	7,7	7,7	7,7	7,7
Cortesìa/ospitalità della gente	8,1	8,0	8,0	8,0	8,1
Adozione di misure di sostenibilità ambientale (raccolta differenziata, mezzi pubblici, ...)	7,6	7,6	7,4	7,6	7,6
Atmosfera legata all'identità locale	7,6	7,5	7,5	7,6	7,5
Accessibilità del territorio	8,0	8,0	8,2	8,0	8,0
Pulizia del luogo	7,6	7,6	7,5	7,6	7,6
Presenza di connessioni wi-fi gratuite	7,7	7,7	7,4	7,6	7,7
Rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,7	7,6	7,5	7,6	7,6
Coerenza con l'immagine/aspettative	7,7	7,7	7,6	7,7	7,7
Presenza di aree verdi	8,0	7,9	8,0	8,0	8,0
Attività di sensibilizzazione verso i turisti	7,4	7,5	7,7	7,5	7,5
Informazioni turistiche	7,5	7,5	7,3	7,5	7,5
Organizzazione del territorio	7,3	7,3	7,4	7,3	7,3
Strutture di alloggio	7,9	7,8	7,7	7,8	7,8
Informazioni nelle strutture di alloggio (personale, materiale informativo, Internet)	8,0	7,9	7,9	7,9	8,0
Misure di sostenibilità ambientale nelle strutture di alloggio	7,7	7,6	7,2	7,6	7,7
Capacità di problem solving	7,7	7,7	7,4	7,6	7,7
Valorizzazione dell'identità locale	7,9	7,8	7,6	7,8	7,9
Accoglienza nelle strutture di alloggio	7,8	7,8	7,9	7,8	7,8
Coerenza con l'immagine veicolata (sito/immagini/informazioni)	8,0	7,9	7,8	7,9	7,9
Pulizia dell'alloggio	7,6	7,5	7,4	7,5	7,6
Promozione dei prodotti tipici	7,5	7,5	6,9	7,5	7,5
Professionalità del personale	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9
Conoscenza delle lingue straniere	7,8	7,8	7,7	7,8	7,8
Rapporto qualità prezzo	7,6	7,5	7,5	7,5	7,5
Costo dell'alloggio	7,9	7,9	7,8	7,9	7,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

bere. Il voto medio attribuito alla buona tavola italiana è stato di 8,2, mentre l'accoglienza calorosa Made in Italy si è meritata un 8,1. In particolare i turisti si sono dimostrati soddisfatti della varietà dell'offerta gastronomica e della promozione di prodotti tipici locali, come pure dell'organizzazione di eventi enogastronomici (voto 7,9), ma anche delle informazioni ricevute nelle strutture di alloggio (voto 8), della coerenza con l'immagine che la struttura trasmette nelle campagne informative e pubblicitarie, della valorizzazione dell'identità locale, della professionalità del servizio e del costo dell'alloggio (per tutti voto medio di 7,9).

Piace l'intrattenimento, un po' meno il rispetto per l'ambiente (tabelle 2 e 3)

Un altro elemento ritenuto importante e

determinante nell'esperienza di vacanza dei turisti nazionali e internazionali (un visitatore su 3) è l'offerta di intrattenimento. Nel nostro Paese lo scorso anno questa è stata valutata con un voto medio di 7,7. Le informazioni disponibili sul territorio in merito all'offerta culturale e di divertimento è stata valutata più che soddisfacente, conquistando un voto medio pari a 7,8.

Il rispetto per l'ambiente e l'organizzazione del territorio, al quarto e quinto posto nella scala di importanza dei turisti che hanno visitato le nostre destinazioni turistiche, hanno ricevuto, invece voti più contenuti. Sono soprattutto i turisti extraeuropei a restare un po' delusi dalla sensibilità ambientale della nostra offerta turistica, attribuendole un 7,5, mentre è trasversale ai turisti nazionali e internazionali la valutazione di non eccellenza (voto

Tabella 3. Giudizio medio sul soggiorno
(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)
Anno 2012

	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Ristorazione	7,8	7,8	7,7	7,8	7,8
Qualità del mangiare e bere	8,2	8,2	8,1	8,2	8,2
Azioni di sensibilizzazione ambientale verso la clientela	7,7	7,7	7,5	7,7	7,7
Presenza di menù per persone con esigenze speciali (celiachia, intolleranze, bambini piccoli, ecc.)	7,7	7,7	7,8	7,7	7,7
Varietà dell'offerta	7,9	7,8	7,9	7,8	7,9
Promozione dei prodotti tipici	7,9	8,0	8,0	8,0	7,9
Tipicità dell'offerta	7,5	7,4	7,3	7,4	7,4
Misure di sostenibilità ambientale nei luoghi di ristoro (ristoranti, bar, aree pubbliche)	7,5	7,5	7,4	7,5	7,5
Organizzazione di eventi enogastronomici	7,9	8,0	8,1	8,0	7,9
Costo della ristorazione	7,4	7,4	7,3	7,4	7,4
Trasporti	7,5	7,4	7,4	7,4	7,5
Bike sharing/car sharing	7,5	7,6	7,4	7,6	7,6
Informazioni sui trasporti locali	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5
Accessibilità via terra/via mare	7,5	7,5	7,7	7,5	7,5
Presenza e qualità dei collegamenti (strade, nodi di scambio, ecc.)	7,4	7,3	7,4	7,3	7,4
Attenzione alle esigenze speciali di mobilità (scivoli, semafori per non udenti, ecc.)	7,3	7,2	7,1	7,2	7,2
Costo dei trasporti locali	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9
Piste ciclabili	7,4	7,4	7,2	7,4	7,4
Offerta dei porti turistici	7,4	7,3	7,1	7,3	7,3
Accoglienza nei porti turistici	7,2	7,4	7,2	7,3	7,3
Prezzi nei porti turistici	7,2	7,3	7,1	7,3	7,3
Traffico	7,1	7,2	7,0	7,2	7,1
Attività	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7
Occasioni di socializzazione (eventi a tema, ecc.)	7,6	7,7	7,8	7,7	7,6
Varietà dell'offerta per il tempo libero	7,6	7,7	7,7	7,7	7,6
Rapporto qualità prezzo delle attività ricreative	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6
Informazioni sull'offerta culturale	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5
Fruibilità dell'offerta (orari e giorni di apertura, accessi gratuiti, ecc.)	7,5	7,6	7,6	7,6	7,6
Offerta culturale legata al territorio (eventi folcloristici e della cultura locale)	7,7	7,6	7,7	7,6	7,7
Informazioni sull'offerta di intrattenimento	7,8	7,8	7,8	7,8	7,8
Offerta culturale (musei, monumenti, chiese, castelli, ...)	7,8	7,8	7,8	7,8	7,8
Offerta di intrattenimento (cinema, teatri, discoteche, ecc.)	7,7	7,8	7,7	7,8	7,8

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

7,3) dell'organizzazione del territorio nelle destinazioni turistiche italiane. Altro ambito nel quale resta ampio il margine di miglioramento è quello dei trasporti. Dal traffico (voto 7,1) all'attenzione alle esigenze speciali di mobilità (voto 7,2), fino all'offerta, l'accoglienza e i prezzi dei porti turistici (voto 7,3) i turisti nazionali e internazionali, pur riconoscendo la sufficienza, non hanno mostrato piena soddisfazione.

Identikit del turista (tab. 4 e 5)

Ma chi sono questi turisti che tutto sommato hanno espresso un giudizio più che

positivo sulla destinazione Italia? Sono italiani (60,7% delle presenze) e stranieri (39,3%) che hanno fatto registrare 845 milioni di presenze (in calo del 3,7% sull'anno precedente a causa della forte contrazione del turismo interno, pari all'11,7%). Sono turisti che nella metà dei casi (53% degli italiani e 49,3% degli stranieri) scelgono le località turistiche nostrane per trascorrere la vacanza principale dell'anno, quanto a durata e a spesa. Tra i turisti stranieri che hanno visitato l'Italia nel 2012 è maggiore l'incidenza del mercato tedesco (32,9%) seguito da quello francese (17,6%) e da quello inglese (13,7%). Sei

Tabella 4. Identikit del turista (%)
 Anno 2012

	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Sesso					
Maschio	63,5	70,7	67,9	70,5	66,8
Femmina	36,5	29,3	32,1	29,5	33,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Età					
18-20 anni	2,8	3,1	7,7	3,5	3,1
da 21 anni a 30 anni	23,0	21,9	26,6	22,4	22,7
da 31 a 40 anni	27,3	29,2	22,7	28,6	27,9
da 41 a 50 anni	22,6	22,7	22,0	22,6	22,6
da 51 a 60 anni	12,8	12,5	6,1	11,8	12,4
oltre 60 anni	11,5	10,6	15,0	11,0	11,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Titolo di studio					
Licenza elementare	2,0	1,5	2,3	1,6	1,8
Scuola media inferiore	14,3	10,8	13,9	11,1	12,8
Diploma scuola media superiore	54,4	54,4	51,9	54,2	54,3
Laurea	29,3	33,2	31,9	33,1	31,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Stato civile					
Single	27,9	29,1	29,9	29,1	28,5
Sposato/convivente con figli	48,8	46,7	44,4	46,5	47,7
Sposato/convivente senza figli	21,3	23,2	25,2	23,4	22,3
Altro	2,1	1,0	0,5	1,0	1,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Professione					
Occupato	69,9	71,3	64,8	70,7	70,3
Ritirato	8,8	8,6	12,5	8,9	8,8
Disoccupato/inoccupato	5,1	3,5	3,1	3,4	4,3
Casalinga	8,3	7,6	8,0	7,7	8,0
Studente	7,9	9,1	11,5	9,3	8,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

turisti stranieri su dieci hanno visitato l'Italia più di una volta, mentre nel 47,2% dei casi tornano nella stessa località turistica. Quanto ai turisti italiani, vengono per il 17% dalla Lombardia, per il 9,2% dal Lazio, per l'8,8% dal Piemonte e per l'8,7% dall'Emilia Romagna, seguite da Campania e Toscana (7%), Veneto (6,8%) e Puglia (5,3%). Il target più numeroso (28%) è composto da persone tra i 31 e i 40 anni. Aumenta la durata media del soggiorno, 12 notti per gli italiani (2 notti in più del 2011) e 10 notti per gli stranieri (1 notte in più). Il 46,9% dei turisti, soprattutto italiani (54,6%), sceglie di soggiornare in abitazioni private (seconda casa 19,3%, alloggi in affitto 9%, ospiti presso parenti e

amici 18,6%) mentre il 34% pernotta negli hotel (40,8% degli stranieri). A seguire il 7,4% soggiorna nei B&B e il 6,1% in campeggio.

I criteri di scelta (tab. 6)

Tra le motivazioni di scelta emergono fattori chiave della nostra offerta turistica, ma anche nuovi interessi di nicchia che stanno acquisendo sempre più una valenza di rilievo per il futuro del settore. I turisti cercano in Italia relax (26%), natura (23% turisti italiani e 27% turisti stranieri) e arte/storia, soprattutto per quanto riguarda gli stranieri (11,7% rispetto al 6,5% degli italiani). Cresce però il peso dello sport (nuoto, sci, ciclismo e trekking),

Tabella 5. Identikit del turista (%)
 Anno 2012

	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Dirigenti d'azienda	4,4	4,7	7,2	5,0	4,6
Piccoli imprenditori	15,2	16,9	15,0	16,7	15,9
Professionisti e tecnici	19,1	22,9	20,8	22,7	20,8
Ritirati dal lavoro benestanti	4,2	4,7	3,6	4,6	4,4
Lavoratori autonomi	15,3	16,0	12,0	15,6	15,5
Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a elevata qualificazione	20,7	19,7	23,3	20,1	20,4
Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a medio-bassa qualificazione	14,8	11,2	12,3	11,3	13,2
Lavoratori atipici	6,3	3,8	5,6	4,0	5,2
Altro	0,0	0,0	–	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tabella 6. Motivazione principale del soggiorno
 possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti
 Anno 2012

	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Posto ideale per riposarsi	26,6	26,4	21,4	25,9	26,0
Bellezze naturali del luogo	23,0	27,8	17,5	26,9	24,8
Posto ideale per praticare un particolare sport	15,5	17,1	9,0	16,4	15,9
Per i divertimenti che offre	14,7	17,0	12,3	16,6	15,6
Il desiderio di vedere un posto mai visto	8,9	20,1	20,7	20,2	14,2
Prezzi convenienti	12,0	12,1	11,0	12,0	12,0
Decisione altrui	8,3	11,4	10,9	11,3	9,7
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	6,5	11,2	17,5	11,7	9,0
Abbiamo la casa in queste località	12,3	4,8	3,3	4,7	8,7
Ho i parenti/amici che mi ospitano	8,9	5,3	6,5	5,4	7,2
Vicinanza	8,8	4,9	4,9	4,9	6,9
Interessi enogastronomici	4,7	9,0	4,9	8,6	6,6
Località esclusiva	6,0	6,6	12,3	7,2	6,5
Shopping	4,1	9,5	6,6	9,2	6,5
Per il gusto dell'avventura	4,1	9,5	6,1	9,1	6,5
Posto adatto per bambini piccoli	5,3	4,4	2,8	4,2	4,8
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	5,8	3,4	3,0	3,4	4,7
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	2,5	6,0	4,5	5,9	4,1
Benessere, beauty farm, fitness	3,7	3,7	2,2	3,6	3,7
Eventi (musicali, culturali, religiosi, sportivi)	3,0	4,1	6,0	4,3	3,6
Motivi di lavoro	3,0	2,8	3,4	2,9	2,9
Partecipare ad eventi folcloristici e della cultura locale	2,2	2,2	3,7	2,3	2,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tabella 7. Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai turisti che non hanno utilizzato pacchetti
Anno 2012 (spesa media a persona in euro)

	Italiani	Stranieri		Totale	Totale
		Europei	Extraeuropei		
Viaggio A/R (media a persona)	88,73	130,10	490,69	164,39	122,53
Alloggio (media giornaliera a persona)	42,63	45,42	54,33	46,10	44,35
Spesa media giornaliera a persona	66,44	67,81	75,70	68,54	67,43

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

che nel 2012 ha attratto il 16% dei turisti, e dell'enogastronomia (6,6%). È in crescita la sensibilità ai prezzi più convenienti, che rappresentano un elemento sempre più importante nella scelta di una destinazione (12% contro il 7,3% dello scorso anno). Una volta giunti a destinazione, quattro turisti su dieci cercano informazioni attraverso Internet (15% degli stranieri e 10,4% degli italiani), o recandosi direttamente all'ufficio informazioni locali.

Le spese in viaggio (tab. 7)

L'impatto economico sul territorio italiano generato dai turisti nazionali e stranieri durante il loro soggiorno è stimato intorno ai 72,2 miliardi di euro. Si tratta di spese per l'alloggio e spese sul territorio. Rispetto all'anno precedente si registra una sostanziale stabilità nei consumi dopo la costante diminuzione registrata dal 2008 (-6,7%). Ma ciò che di più indicativo si rileva è il cambiamento nei comportamenti di acquisto dei turisti, con una tendenza al risparmio per il viaggio e l'alloggio e una maggiore propensione a spendere di più una volta arrivati a destinazione.

Complessivamente le spese per il viaggio A/R diminuiscono, sebbene con trend differenti tra italiani e stranieri: aumenta la spesa per il viaggio dei turisti italiani (che passa dai 63 euro del 2011 agli 89 euro del 2012), mentre si riduce notevolmente quella degli stranieri (passando dai 229 euro spesi in media nel 2011 ai 164 euro di quest'anno).

Per l'alloggio, che costituisce il 27,3% della spesa, si spende di meno, da parte dei turisti italiani (50 euro in media al giorno nel 2011, 43 euro nel 2012), ma soprattutto degli stranieri (74 euro nel 2011, 46 euro nel 2012), mentre ad aumentare sono le spese extra sostenute sul territorio nel corso della vacanza (si passa dai 52 euro spesi in media al giorno nel 2011 ai 67 eu-

ro del 2012), sia per gli italiani che per gli stranieri. Si tratta innanzi tutto di spese presso ristoranti, pizzerie e bar (il 19,3% del totale), ma anche quelle per prodotti agroalimentari (il 14%, con un aumento del 43% rispetto al 2011), souvenir e artigianato (vedi grafico).

