



IL TURISMO IN ITALIA NEL 2023 E PRIME ANTICIPAZIONI SULLE PRENOTAZIONI 2024

Paolo Bulleri

Dirigente Area per la Valorizzazione degli ecosistemi turistici e culturali

Istituto Nazionale Ricerche Turistiche



ISNART

FLUSSI TURISTICI IN ITALIA NEL 2023

**851
mln**

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

+2,7%

AUMENTO DEI
FLUSSI TURISTICI
RISPETTO AL 2022

**Oltre
84 mld €**

IMPATTO
ECONOMICO SUI
TERRITORI ITALIANI



AUMENTO DEI TURISTI PROVENIENTI DALL'ESTERO

STABILIZZATA LA CONTRAZIONE DELLA DOMANDA INTERNA

2023/19



2023/22

+10,2%

+7%

-20%

-0,7%



L'IMPATTO ECONOMICO DEI TURISTI NEL 2023



**+33%
rispetto al 2022**

Aumenta la spesa dei turisti italiani e stranieri per l'**alloggio**



**Dai 74€ del 2022
ai 65€ del 2023**

Contrazione dei consumi per altri **servizi a destinazione** a causa dell'aumento dei costi per viaggio e alloggio



**+13%
rispetto al 2022**

Crescono le spese per il **settore dell'abbigliamento e del manifatturiero** da parte dei turisti in Italia



68€ spesi da stranieri vs 62€ da italiani

Spesa sui territori giornaliera pro capite maggiore per gli stranieri in Italia rispetto ai turisti italiani

PAROLA ALLE IMPRESE RICETTIVE ITALIANE



Assoluta 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 **venduto** nel 2023 dichiarata dalle imprese intervistate, quasi **4 p.p. in più** rispetto all'anno record 2019



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

...nonostante l'**aumento** delle **tariffe** apportato da **1 operatore turistico su 2**



Già venduto il 40% delle camere disponibili per Pasqua 2024



ISNART

LE IMPRESE PUNTANO SU PERSONALE QUALIFICATO



7 imprese della filiera turistica su 10

ritengono la qualificazione e la formazione del personale

leve indispensabili affinché vengano soddisfatte efficientemente

le esigenze della clientela straniera alto-spendente e l'offerta di servizi 'green'

PERCHÉ I TURISTI SCELGONO LA DESTINAZIONE



Patrimonio culturale e bellezze naturali: la combinazione vincente

Confermato il binomio **cultura-natura** come motivazione principale di soggiorno, rispettivamente per il **24%** e il **20%** dei turisti che visitano l'Italia





In consolidamento per la **domanda estera** è la capacità attrattiva dello **stile di vita italiano e della sua esclusività**: **1 turista straniero su 5** sceglie l'Italia per questa motivazione

In costante crescita la motivazione legata agli **eventi culturali, religiosi e sportivi** sul territorio: attraggono oltre il **6,5% dei turisti**, generando **55 milioni di presenze** tra italiani e stranieri, le cui spese sul territorio (escluso viaggio e alloggio) sono superiori alla media (**93€ vs 65€**)





IMPATTO ECONOMICO DI EVENTI E AREE GEOGRAFICHE

Analisi delle transazioni finanziarie su pagamenti con carte di credito/debito

In termini di:

- Volume di speso 
- Numero di transazioni 
- Valore dello scontrino medio 
- Speso medio per carta 

Articolato per:

- Categoria merceologica 
- Nazionalità della carta estera 
- Singola giornata dell'evento 
- Evento complessivo 

OUTPUT E POTENZIALI UTILIZZI

Confronti con:

- Benchmark temporali
- Benchmark spaziali
- Benchmark pre e post eventi e con edizioni precedenti








IL TURISTA CHE VISITA L'ITALIA È MILLENIAL!

In Italia più di **2 turisti su 5** appartengono alla **generazione Y**:

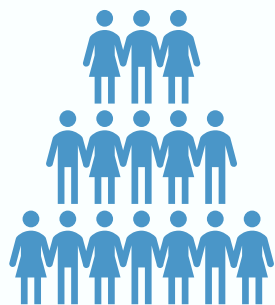
hanno un'età compresa **tra i 28 e i 44 anni**



-  Diplomati, laureati e occupati
-  Status economico medio-alto
-  Buona propensione alla spesa
-  Alla ricerca di esperienze di qualità
-  Principalmente in coppia

LOCATION INTELLIGENCE


dati strutturali che
costituiscono la
base anagrafica



**sexo, età,
nazionalità**



**caratteristiche
comportamentali**
nell'ambito dell'utilizzo di
app mobile

ricerche, download, carrelli di acquisto



interessi, preferenze, abitudini

Cluster comportamentali

green / natura



sport



enogastronomico



culturale



business



cicloturistico



family



spirituale



pets



LOCATION INTELLIGENCE

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



LOCATION INTELLIGENCE A LIVELLO NAZIONALE



Regioni italiane a confronto



Regioni italiane in cui è aumentato il peso relativo alla quota di **stranieri** in inverno rispetto all'estate 2023:

Lazio

(+8 p.p.)

Trentino-Alto Adige

(+7 p.p.)

Lombardia

(quasi +7 p.p.)



Regioni in cui l'incidenza % dei **millennial** sul totale dei turisti è cresciuta più della media nazionale (+1/2 p.p. in inverno rispetto all'estate):

Piemonte

Sardegna

Calabria

Cluster comportamentali emergenti di **interesse turistico prevalente** per regione

