

# Andamento del turismo e tendenze in corso 2023

- Panoramica del settore turistico a livello internazionale e nazionale
- Imprese e addetti della filiera turistica
- Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio: indagini alle imprese in Italia
- Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio: indagini ai turisti in Italia
- Mercato alternativo dell'offerta turistica: il caso Airbnb
- I nuovi strumenti di lettura del fenomeno turistico



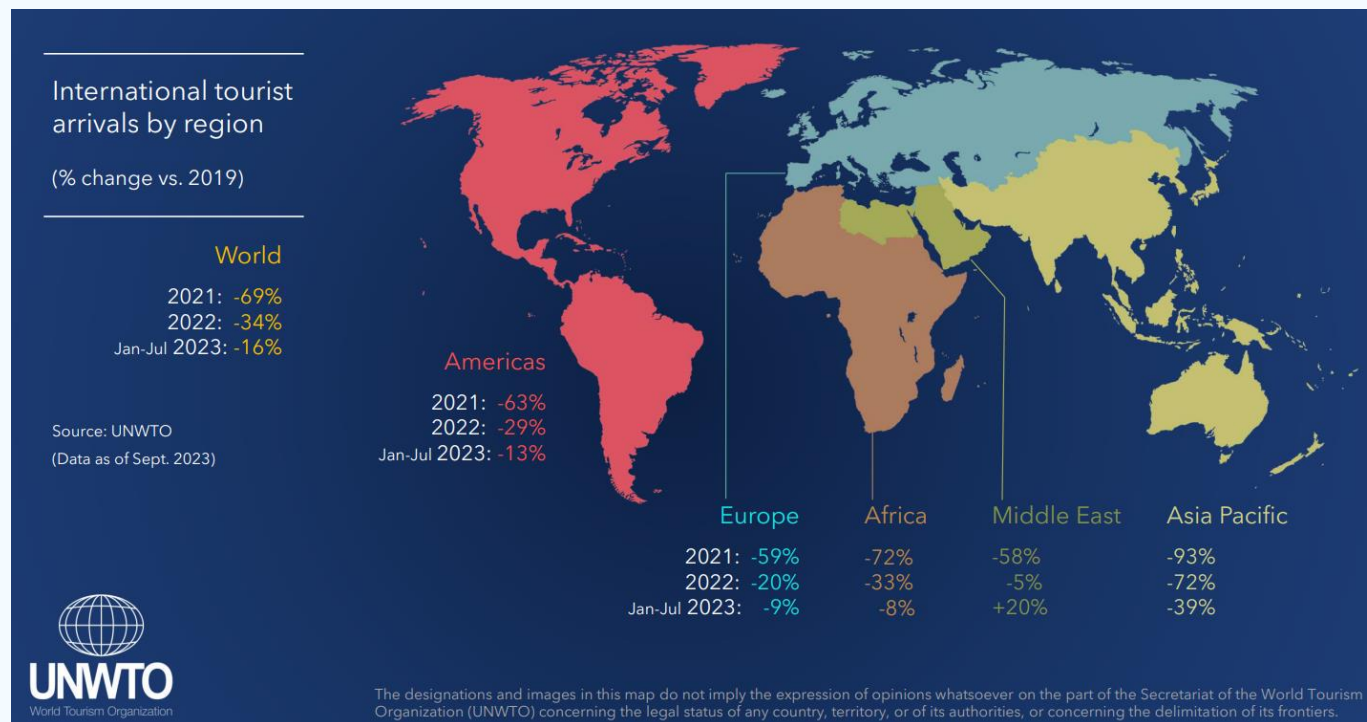
**PANORAMICA DEL SETTORE TURISTICO  
A LIVELLO INTERNAZIONALE E NAZIONALE**

# TENDENZE IN ATTO NEL PANORAMA INTERNAZIONALE DEL TURISMO

Secondo le stime dell'UNTWO, tra gennaio e luglio 2023 sono stati 700 milioni i turisti che hanno viaggiato a livello internazionale, superando i valori del 2022 (+43%), pur rimanendo al di sotto dei livelli pre-covid (-16%). L'Europa ha recuperato il 91% degli arrivi registrati nello stesso periodo dell'anno pre-pandemico.



Le previsioni per i prossimi mesi fino a fine anno 2023, secondo l'indice di fiducia dell'UNTWO, rivelano un costante miglioramento a un ritmo moderato rispetto all'alta stagione estiva.



Il presente contesto economico potrebbe gravare sui modelli di acquisto per il resto dell'anno, con turisti sempre più alla ricerca di un buon rapporto qualità-prezzo, di località vicine e di offerte di viaggio brevi.

# TREND DEL TURISMO IN



Oltre **316 milioni** le **presenze di turisti nelle strutture ricettive italiane** fino agosto 2023, **+3,9%** rispetto allo stesso periodo del **2022** (+10,2 % stranieri e -1,2% italiani)  
ma ancora **sotto i livelli del 2019** (-5,7%)

Elaborazioni Isnart su dati Istat

Si stima una chiusura di anno **positiva rispetto al 2022** (tra **+3 e +8%**).  
Per i primi mesi del 2024 si stima un andamento **stabile in linea con il 2023**.

Stime Isnart su dati vari piattaforma Stendhal



**IMPRESE E ADDETTI  
DELLA FILIERA TURISTICA**

# LE IMPRESE TURISTICHE ITALIANE

oltre  
**628 mila**



IMPRESE TURISTICHE  
REGISTRATE AL III  
TRIMESTRE DELL'ANNO 2023

**1 su 10**



IMPRESE DEL TESSUTO  
ECONOMICO ITALIANO CHE  
APPARTENGONO AL SETTORE  
TURISTICO

**2,9 mln**



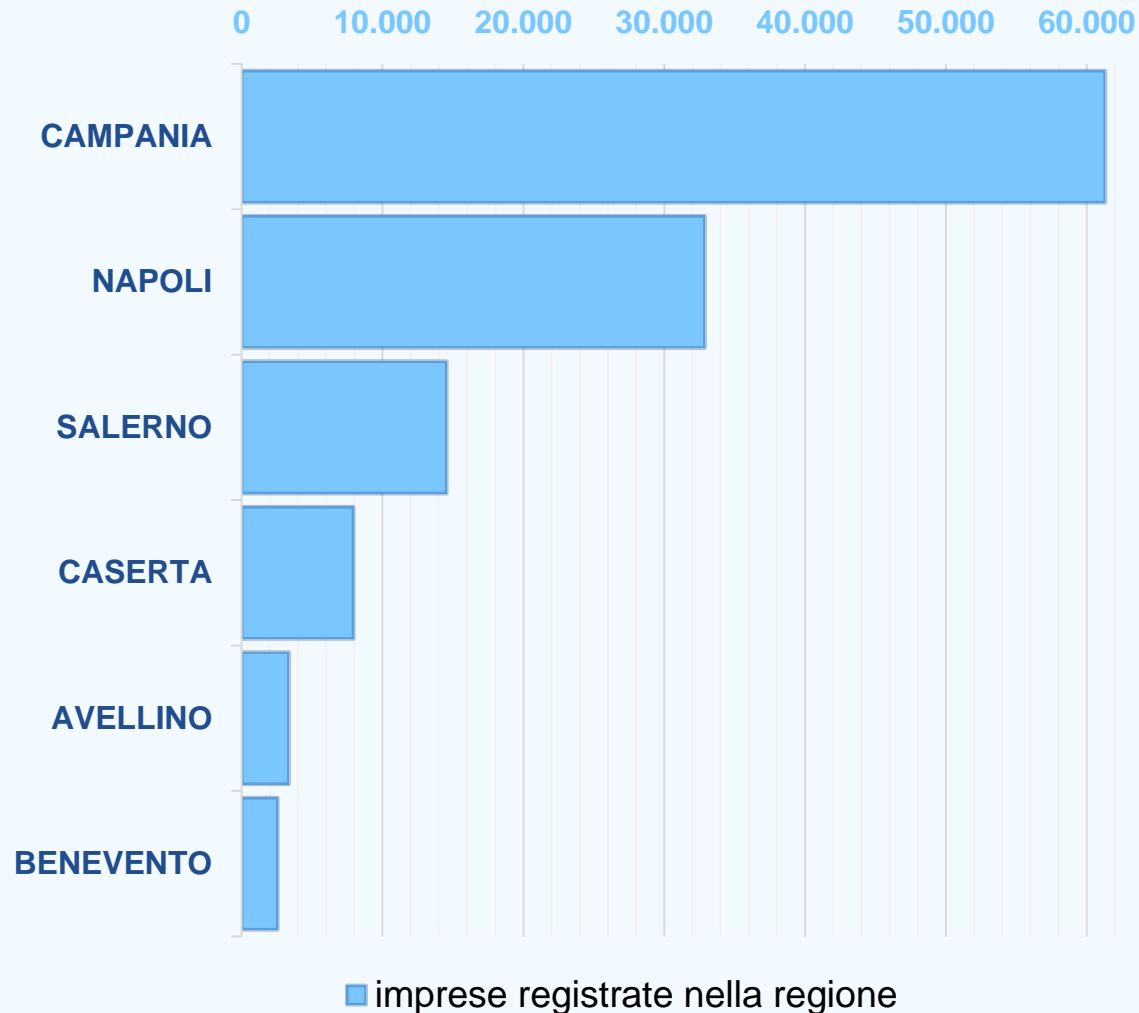
ADDETTI DEL SETTORE  
TURISTICO

**13%**



% ADDETTI DEL SETTORE  
TURISTICO RAPPORATA  
AL TOTALE DEI SETTORI  
ECONOMICI

# IMPRESE TURISTICHE IN CAMPANIA



Oltre 61 mila le imprese turistiche registrate al III trimestre dell'anno 2023, **+0,7%** rispetto allo stesso periodo del 2022.

**INCIDENZA DELLE IMPRESE DEL SETTORE TURISTICO SU TOTALE SETTORI ECONOMICI**

**▶ 10,1%**

**NELLA REGIONE CAMPANIA**

11,3% - alloggio  
62,3% - ristorazione  
3,4% - ADV e TO

- ❖ AVELLINO: 7,8%
- ❖ BENEVENTO: 7,3%
- ❖ CASERTA: 8,1%
- ❖ NAPOLI: 10,6%
- ❖ SALERNO: 12%

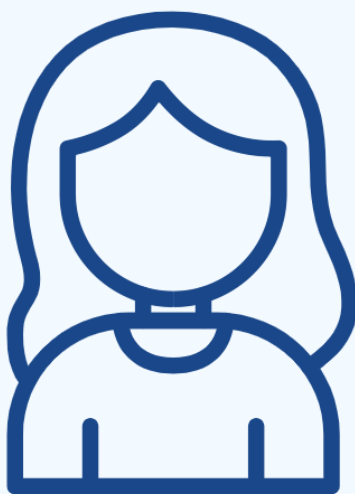
# IMPREDITORIA GIOVANILE, FEMMINILE E STRANIERA\*

Campania



% imprese giovanili  
totale settori

**10,5%**



% imprese femminili  
totale settori

**22,9%**



% imprese straniere  
totale settori

**8,5%**

% imprese giovanili  
settore turistico

**13,9%**

% imprese femminili  
settore turistico

**26,8%**

% imprese straniere  
settore turistico

**3,7%**



**10%**



**27,2%**



**10,5%**

\*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%.



# GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA IN CAMPANIA



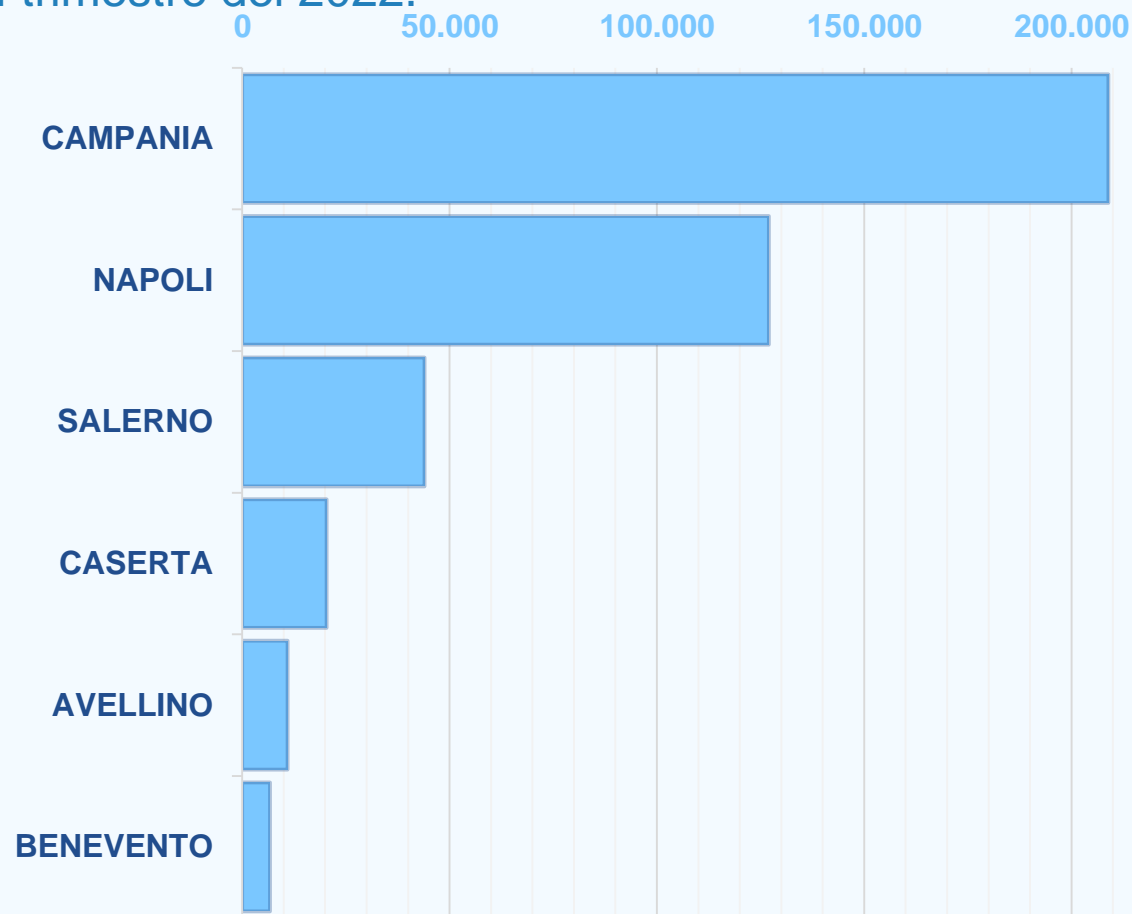
La regione Campania offre lavoro nel settore turistico a oltre **200 mila addetti**, circa **8 mila unità in più** rispetto al III trimestre del 2022.

Media regionale  
di addetti per impresa

3,4

Media nazionale  
di addetti per impresa

4,6



■ addetti alla filiera nella regione

# ASSUNZIONI PREVISTE DALLE IMPRESE TURISTICHE NEL PROSSIMO TRIMESTRE E FABBISOGNI FORMATIVI

Novembre 2023 – Gennaio  
2023

In Italia, il **24,6%** delle imprese turistiche **prevede entrate entro gennaio 2024**, per un totale di **195 mila figure**



## ENTRATE PREVISTE

In Campania, il **18,9%** delle imprese turistiche **prevede entrate entro gennaio 2024**, per un totale di **oltre 13 mila dipendenti**.

## PROFESSIONI PIÙ RICHIESTE

La professione maggiormente richiesta in Campania è l'**addetto alle attività di ristorazione** (82,8%), in particolare il **cameriere di sala**.

**2 imprese turistiche su 5** riscontrano difficoltà nel reperimento di tale figura a causa del **ridotto numero di candidati**.

## TITOLI e INDIRIZZI DI STUDIO RICERCATI

Tra i vari titoli e indirizzi di studio ricercati nei candidati, emergono il diploma professionale a indirizzo **ristorazione** (27,7%) e il diploma superiore a indirizzo **turismo, enogastronomia e ospitalità** (28,9%).





**OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL TURISMO DELLE CAMERE  
DI COMMERCIO: INDAGINI ALLE IMPRESE IN ITALIA**

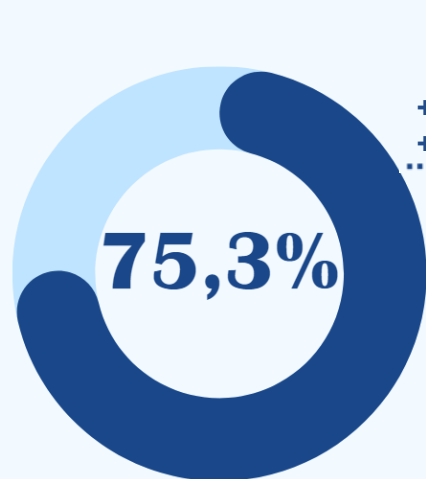
# ANDAMENTO DEL TURISMO NELLE STRUTTURE RICETTIVE NAZIONALI

Indagine diretta alle strutture ricettive italiane a metà settembre 2023:

Aumento delle vendite nelle strutture ricettive rispetto al 2019

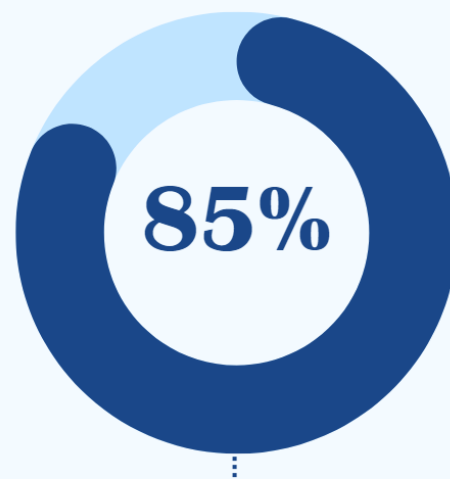
Tariffe estive più alte del 2022 per la metà degli operatori

1 impresa su 2 pensa di chiudere in utile l'anno



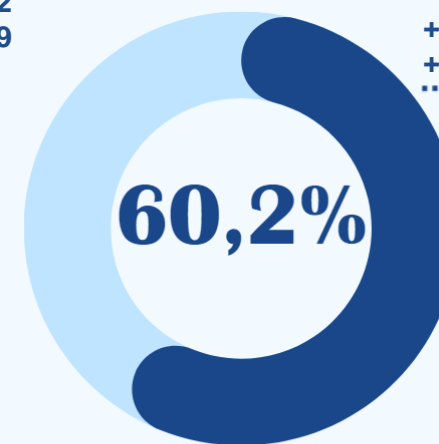
+2,6 p.p. rispetto al 2022  
+6 p.p. rispetto al 2019

LUGLIO



+6,2 p.p. rispetto al 2022  
+6,9 p.p. rispetto al 2019

AGOSTO



+18,8 p.p. rispetto al 2022  
+11,2 p.p. rispetto al 2019

SETTEMBRE  
\*dato provvisorio

Tasso di occupazione camere nell'estate 2023

ENIT-Unioncamere, indagine diretta Isnart settembre 2023

# PRENOTAZIONE CAMERE

Previsioni per i prossimi mesi – ottobre, novembre, dicembre 2023

Crescono rispetto al 2022  
le prenotazioni camere  
per  
i mesi autunnali:

**+3,6 p.p.**  
ottobre

**+3,7 p.p.**  
novembre

**+24,7  
p.p.**  
dicembre



Le 3 principali modalità di prenotazione – estate 2023

**30,7%**

**OTA**  
(Booking.com, TripAdvisor,  
Trivago)

**27,3%**

**SITO DI  
PROPRIETÀ**

**20,9%**

**INTERMEDIAZIONE  
TRADIZIONALE**  
(TO e Adv)

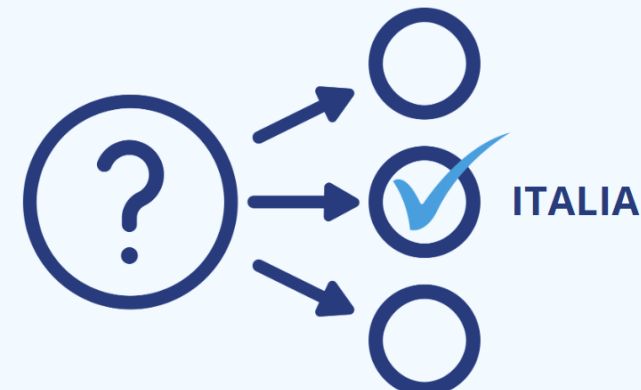




**OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL TURISMO DELLE CAMERE DI COMMERCIO  
INDAGINI AI TURISTI IN ITALIA**

# MOTIVAZIONE PRINCIPALE DEL SOGGIORNO IN ITALIA

italiani e stranieri



Posizione nel periodo 2008-2013	2023	Risposte (% sul totale; possibili più risposte)
7	Ricchezza del patrimonio culturale	31,0
2	Natura – ecoturismo (aree protette)	16,6
5	Il desiderio di vedere un posto mai visto	15,4
12	Interessi enogastronomici	13,5
1	Posto ideale per riposarsi	13,0
18	Assistere ad eventi	7,0

- ❖ Si conferma per il secondo anno consecutivo **la ricchezza del patrimonio culturale come driver principale per il turista che visita l'Italia (31%)**
- ❖ segue l'interesse per il **patrimonio naturale (17%)**
- ❖ per le **esperienze enogastronomiche (13%,** che passano dalla 12ma posizione nel 2013 alla 4a del 2023);
- ❖ **in crescita la motivazione legata agli eventi** sul territorio (culturali, religiosi, sportivi ecc.), decisivi per il 7% dei turisti.

# I PRODOTTI ENOGASTRONOMIA E ARTE: L'ITALIA CHE PIACE

I turisti che scelgono di soggiornare in Italia spinti dalla motivazione

«**enogastronomia**» sono visitatori curiosi di quanto il territorio ha da offrire, disposti a spendere per un'offerta di qualità, **amente *made in Italy***:



- ❖ **Internet**, da solo, influenza il 56,7% di questo target di turisti;



- ❖ vivono il territorio visitando **musei e mostre temporanee, monumenti e siti archeologici, centri storici di città d'arte e borghi antichi**, facendo **escursioni, gite e sport all'aria aperta**;



- ❖ spendono in media **79 euro al giorno pro-capite** (extra viaggio e alloggio), **18 euro in più** del turista medio in Italia.





# IL TURISMO DEL LUSSO IN ITALIA

I turisti stranieri rappresentano il 75,5% del totale alto spendenti

❖ **Motivazioni di vacanza:** ricchezza del patrimonio artistico-culturale, shopping per il *Made in Italy* di alta gamma, stile di vita italiano, enogastronomia.

❖ **Spesa media pro-capite al giorno degli stranieri:**

Alloggio: 184 euro (74 euro il turista straniero in Italia).

Altri beni e servizi: 209 euro (media stranieri in Italia 63 euro) spendono in quota

maggiore in ristoranti, in abbigliamento e artigianato tipico, gioielli, attività ricreative e culturali (musei, card, visite guidate, ecc.)



# IL CICLOTURISMO IN ITALIA:

## CONIUGARE SPORT E SAPORI LOCALI, ARTE E IDENTITÀ DEL TERRITORIO

- ❖ **Motivazioni di vacanza:** il 36% dei cicloturisti è motivato dalle ricchezze culturali e naturalistiche della destinazione di vacanza, per 1 cicloturista su 4 è decisiva anche la voglia di degustare le eccellenze enogastronomiche locali, una motivazione di vacanza che si sposa con la passione per lo sport e la scoperta dei piccoli e grandi tesori di un territorio;
- ❖ **Il peso della «community»:** social network e blog di esperti influenzano il 56,4% di questo target (34,6% turista medio in Italia);
- ❖ **Spesa media pro-capite al giorno:** alloggio 67 euro (-5 euro rispetto al turista medio in Italia) e 95 euro per altri beni e servizi **(+35 euro)**





**OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL TURISMO DELLE CAMERE DI COMMERCIO  
INDAGINI AI TURISTI IN ITALIA: APPROFONDIMENTO CAMPANIA**

# TURISTI IN CAMPANIA

Indagine diretta turisti italiani e stranieri durante il soggiorno in Campania, estate 2023



**73 €**

SPESA MEDIA PROCAPITE  
GIORNALIERA SUL  
TERRITORIO (60 euro media  
Italia)

**40,7%**

TURISTI CHE APPARTENGONO  
ALLA GENERAZIONE Y  
(1981-1995)

**2 turisti su 5**

VIAGGIANO IN COPPIA  
(SENZA BAMBINI)

**7.8 la soddisfazione**

VOTO MEDIO  
SULL'OFFERTA TURISTICA  
NEL COMPLESSO

# PERCHÉ I TURISTI VISITANO LA CAMPANIA?

Principali motivazioni del soggiorno a confronto

Ricchezza del patrimonio culturale  
43,3%

Interessi enogastronomici 21%

Svago e relax in località balneari 23,3%

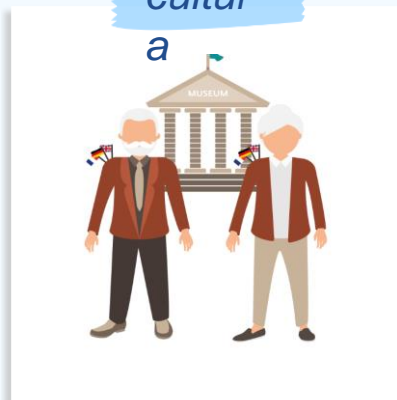
Desiderio di dedicarsi allo shopping 18,8%

Bellezza della natura e contatto con essa 22%

Ottimo rapporto qualità-prezzo  
15,3%

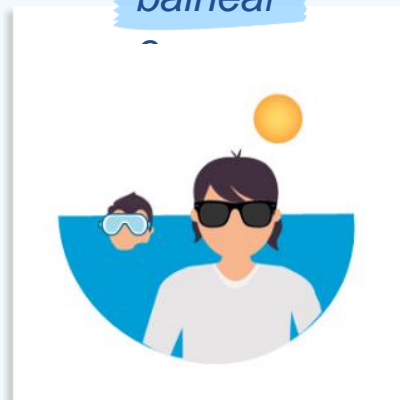
Top 3 province con valori superiori alle altre

*cultur*  
a



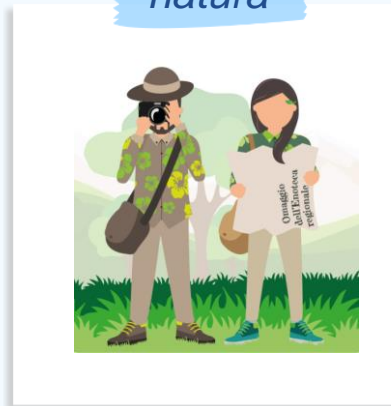
- ❖ Napoli: 49,7%
- ❖ Caserta: 39,4%
- ❖ Benevento: 37,8%

*balnear*



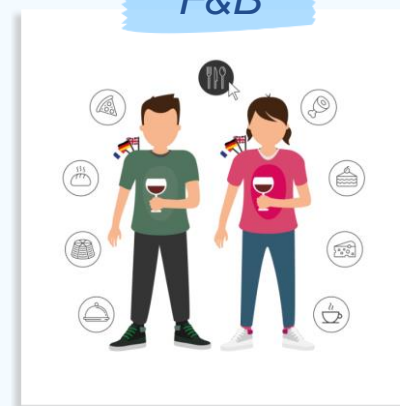
- ❖ Salerno: 26,9%
- ❖ Caserta: 23,9%
- ❖ Napoli: 22%

*natura*



- ❖ Napoli: 26,6%
- ❖ Caserta: 16,1%
- ❖ Benevento: 14,3%

*F&B*



- ❖ Avellino: 28,9%
- ❖ Caserta: 25,2%
- ❖ Benevento: 25%

# ATTIVITÀ SVOLTE DAI TURISTI DURANTE IL SOGGIORNO IN CAMPANIA



# QUANTO SPENDE IN MEDIA UN TURISTA PER RAGGIUNGERE LA CAMPANIA E SOGGIORNARVI?



Viaggio A/R

**215 €**



Alloggio (al gg)

**75 €**



Altre spese (al gg)

**73 €**

 **269 €**

 **71 €**

 **60 €**



## QUANTO SI RITIENE SODDISFATTO UN TURISTA da 1 a 10?

in Campania



**Enogastronomia**  
(8.2/10)



**Intrattenimento** (7.8/10)



**Ospitalità locale** (8/10)



**Organizzazione del territorio**  
(7.7/10)



**Qualità strutture di alloggio**  
(8/10)



**Costi strutture** (7.5/10)



**Offerta culturale**  
(7.9/10)



**Efficienza dei trasporti locali**  
(6.9/10)

Giudizio sull'offerta turistica nel complesso: **7.8**

**Avellino**  
7,7

**Benevento**  
⚠ 7,3

**Caserta**  
7,6

**Napoli**  
7,8

**Salerno**  
7,9

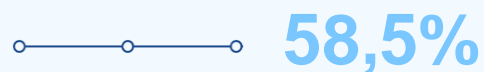


# CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUISCONO SULLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE

Campania



## INTERNET



Top 3 province con valori superiori alle altre

- ❖ Napoli: 62,5%
- ❖ Caserta: 57,3%
- ❖ Avellino: 56,8%

## PASSAPAROLA



- ❖ Salerno: 21,1%
- ❖ Benevento: 20,9%
- ❖ Napoli: 20,5%



## ESPERIENZA PERSONALE



- ❖ Caserta: 27,5%
- ❖ Benevento: 25,5%
- ❖ Salerno: 24,8%

# COMMENTI ONLINE

Campania e top 3 province con valori superiori alle altre

**3 turisti su 5 lasciano una recensione in rete**



**37,9%**

- ❖ Salerno: 40,7%
- ❖ Napoli: 36,7%
- ❖ Avellino: 36%



**33%**

- ❖ Benevento: 41,4%
- ❖ Salerno: 37,8%
- ❖ Avellino: 33,6%



**25%**

- ❖ Napoli: 29,7%
- ❖ Salerno: 17,2%
- ❖ Benevento: 16,1%



**24,6%**

- ❖ Benevento: 32,3%
- ❖ Napoli: 27,1%
- ❖ Caserta: 26,5%



**19,9%**

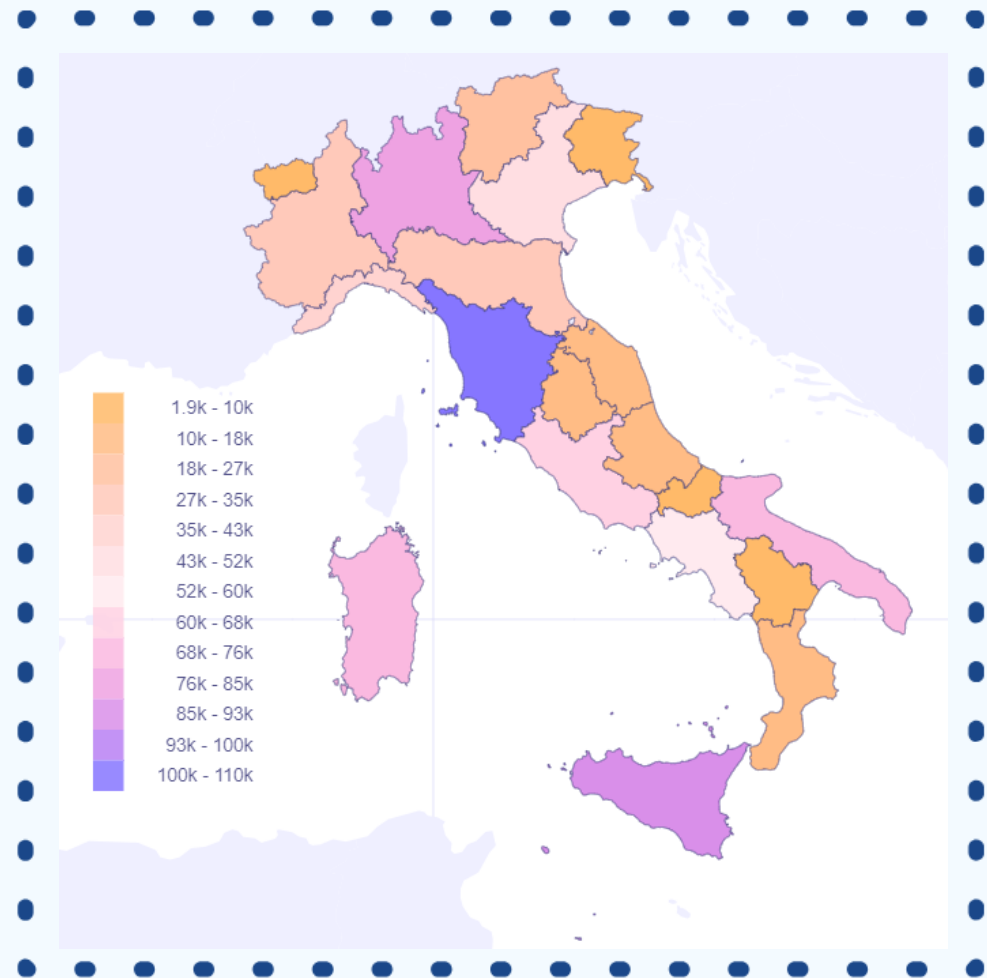
- ❖ Napoli: 23,4%
- ❖ Avellino: 20,6%
- ❖ Benevento: 19,4%



**MERCATO ALTERNATIVO DELL'OFFERTA TURISTICA:  
IL CASO AIRBNB**

# QUANTIFICAZIONE DEL FENOMENO AIRBNB

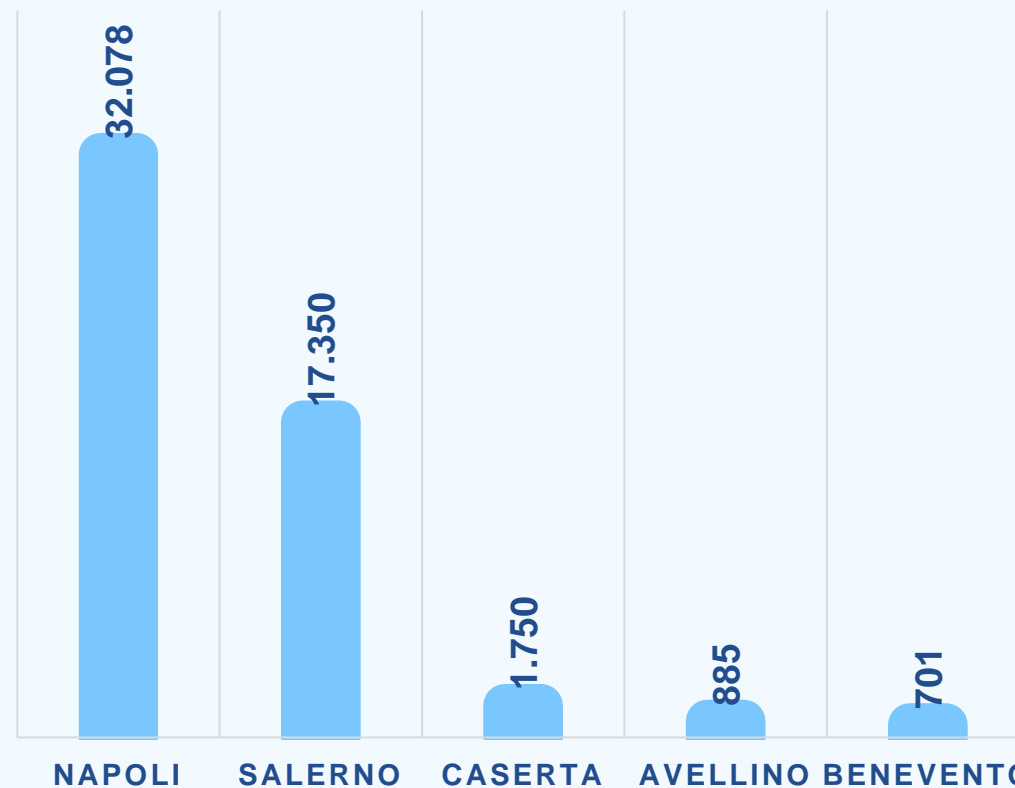
aggiornamento agosto 2023



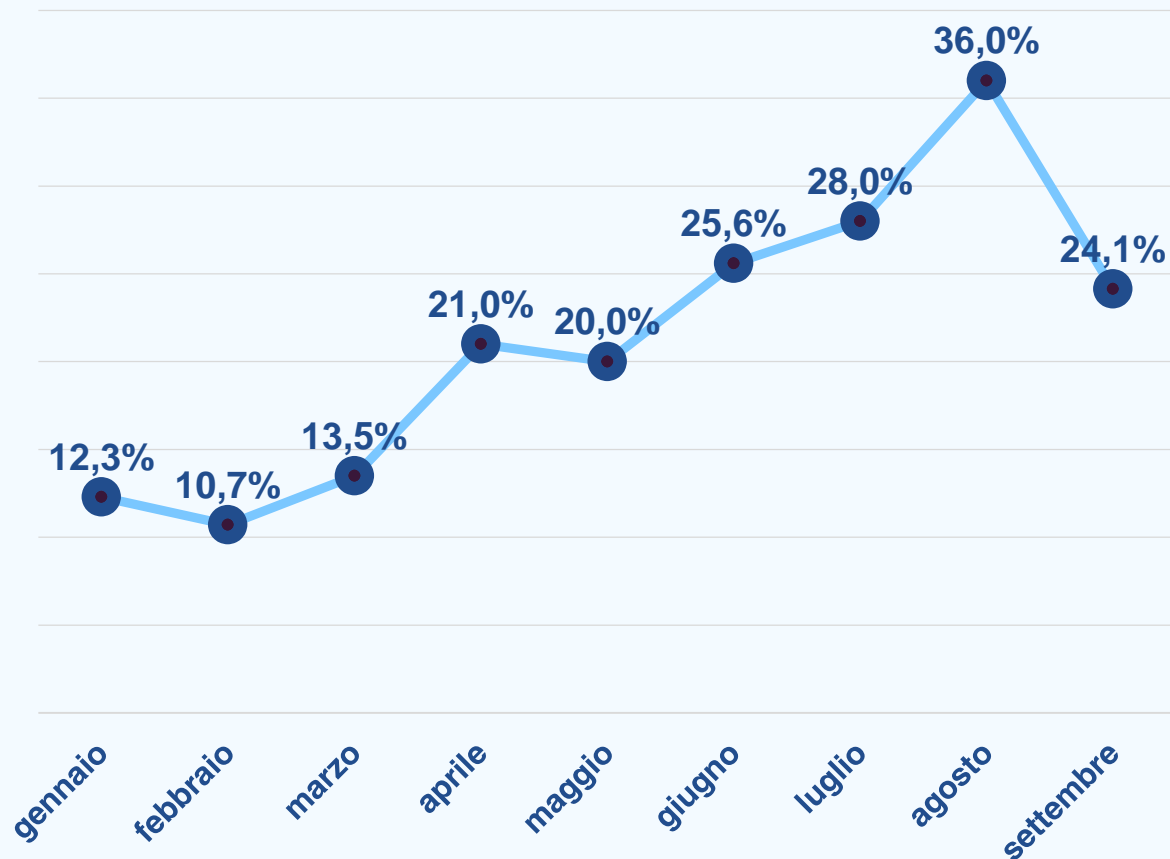
ALLOGGI IN AFFITTO SU AIRBNB IN ITALIA PER REGIONE



In **Campania** si concentra il **6,7%** degli alloggi Airbnb disponibili in Italia. Nella regione sono aumentati del **17,5%** rispetto al mese di agosto 2022. La provincia con il maggior numero di alloggi è **Napoli**, seguita a distanza da **Salerno**.

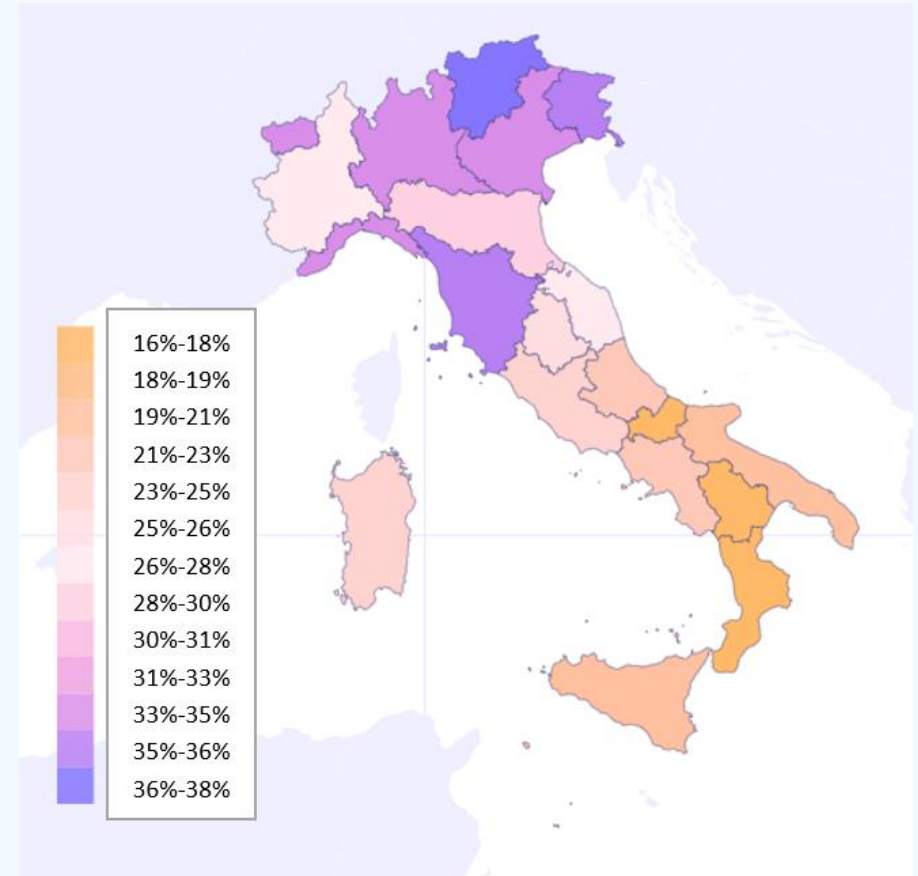


# TASSO MEDIO DI OCCUPAZIONE ALLOGGI SU AIRBNB



**TASSO MEDIO DI OCCUPAZIONE ALLOGGI  
AIRBNB 2023**

**in Campania**



In **Italia**, da gennaio a settembre 2023, il tasso medio di occupazione alloggi Airbnb è del

**27,7%.**

# PRENOTAZIONI DI ALLOGGI SU AIRBNB

quasi  
**15 mln**

PRENOTAZIONI DI  
ALLOGGI AIRBNB IN  
ITALIA

gennaio - settembre 2023

oltre

**1,2 mln**

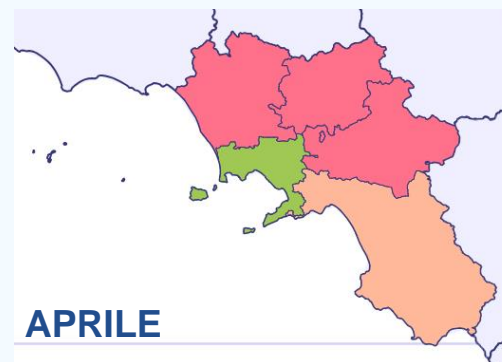
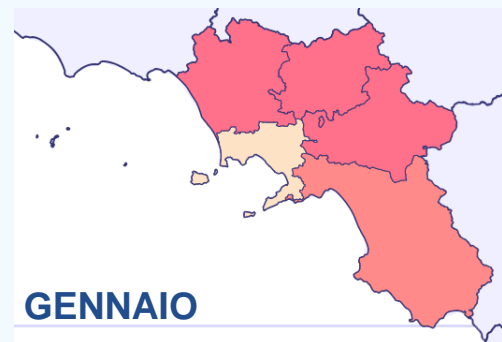
PRENOTAZIONI DI  
ALLOGGI AIRBNB IN  
CAMPANIA

gennaio - settembre 2023

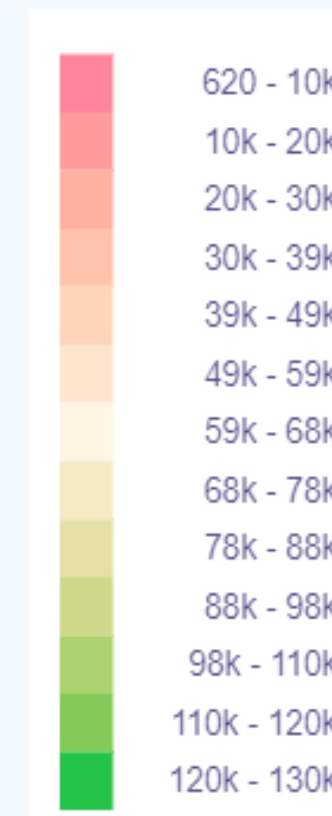
**+23,7%**

PRENOTAZIONI AIRBNB IN  
CAMPANIA RISPETTO AL  
2022

gennaio - settembre 2023



Prenotazioni alloggi  
Airbnb 2023 per  
mese in **Campania**

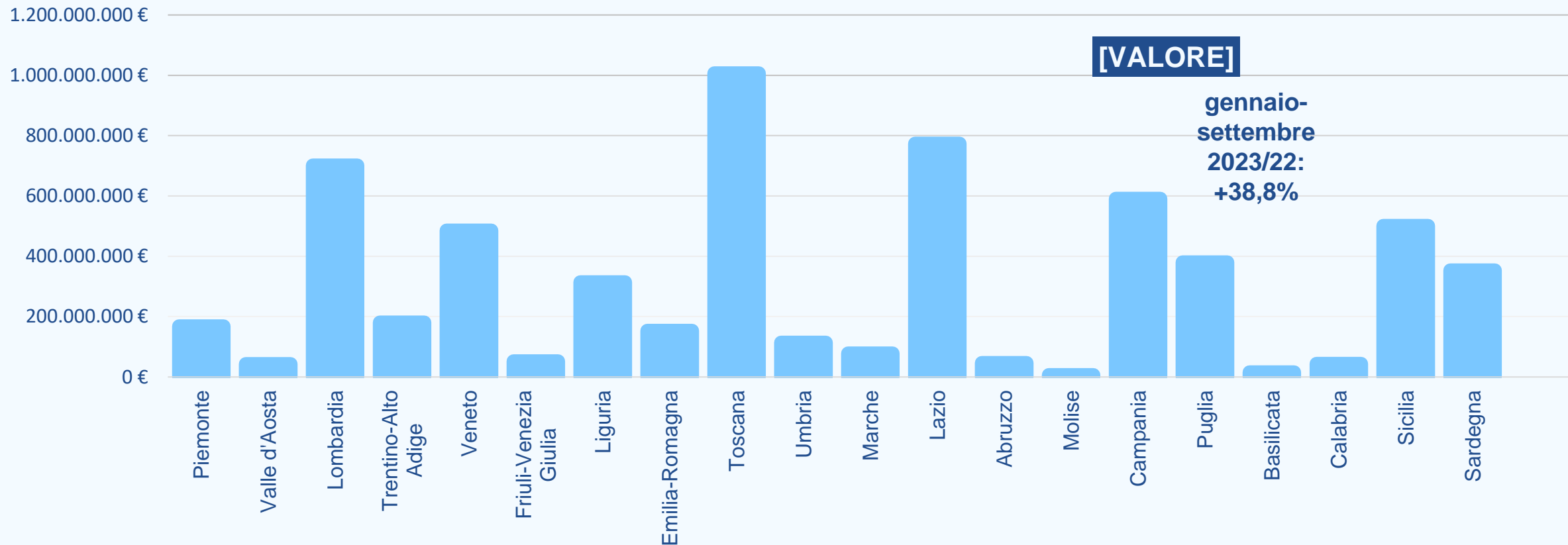


# QUANTO VALE IN ITALIA IL MERCATO ALTERNATIVO DI OFFERTA TURISTICA AIRBNB?

gennaio-settembre  
2023  
**Oltre 6 miliardi di euro**

**+54%**  
in Italia rispetto allo  
stesso periodo del  
2022

## Entrate in euro negli alloggi Airbnb



# ANDAMENTO DEL TURISMO E TENDENZE IN CORSO



## CULTURA, MARE E NATURA

L'inestimabile ricchezza del patrimonio culturale, il desiderio di rilassarsi nelle località balneari campane e le bellezze naturalistiche sono le motivazioni-traino di turisti italiani e stranieri nella regione.



## CRESCONO IMPRESE E ADDETTI

Al terzo trimestre del 2023, le imprese turistiche registrate sono circa 400 in più rispetto allo stesso periodo del 2022; anche per gli addetti della filiera si segnala un forte incremento, di oltre 8 mila unità.



## TURISTI DISPOSTI A SPENDERE

In media, al giorno, i turisti che soggiornano nella regione spendono più che nel resto d'Italia per l'alloggio (75€ vs 71€) e per altre spese sul territorio (73€ vs 60€).



## AIRBNB IN FERMENTO

Nel 2023, rispetto all'anno precedente, cresce il fenomeno Airbnb, sia in termini di quantità di strutture (agosto 2023/22: +17,5%), sia in termini di volumi economici generati (gennaio-settembre 2023/22: +38,8%)





# **I NUOVI STRUMENTI DI LETTURA DEL FENOMENO TURISTICO**

# I NUOVI STRUMENTI ISNART DI LETTURA DEL FENOMENO TURISTICO



## Analisi delle transazioni finanziarie

### ANALIZZA BIG DATA DERIVANTI DALLE TRANSAZIONI ECONOMICHE FINO AL CODICE POSTALE



L'analisi delle transazioni finanziarie effettuata tramite il circuito Mastercard, valuta l'indotto economico generato su una determinata area geografica (intera provincia, singoli comuni, destinazione) o in occasione di eventi tematici.

Rilevando informazioni suddivise per italiani e stranieri relative al numero di transazioni effettuate tramite POS, allo speso medio per le principali categorie merceologiche in un confronto temporale con periodi precedenti (es. volume di spesa nella settimana precedente e successiva l'evento ecc.)



## Analisi di Location Intelligence

### ANALIZZA BIG DATA SECONDO CRITERI SPAZIALI E CRONOLOGICI, STRATIFICANDO LE INFORMAZIONI SU MAPPA



La location intelligence restituisce una profilazione anagrafica dei turisti (sesso, 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.



## Use Case:

# ANALISI DI IMPATTO ECONOMICO RELATIVA ALL'EVENTO "UMBRIA JAZZ"

L'edizione 2023 di Umbria Jazz ha consolidato i trend di crescita evidenziati negli ultimi anni



Variazione della spesa totale rispetto all'edizione 2022

Nelle ultime edizioni la **crescita della spesa totale** è stata costante (2023/21: +61%; 2023/19: +83%\*)



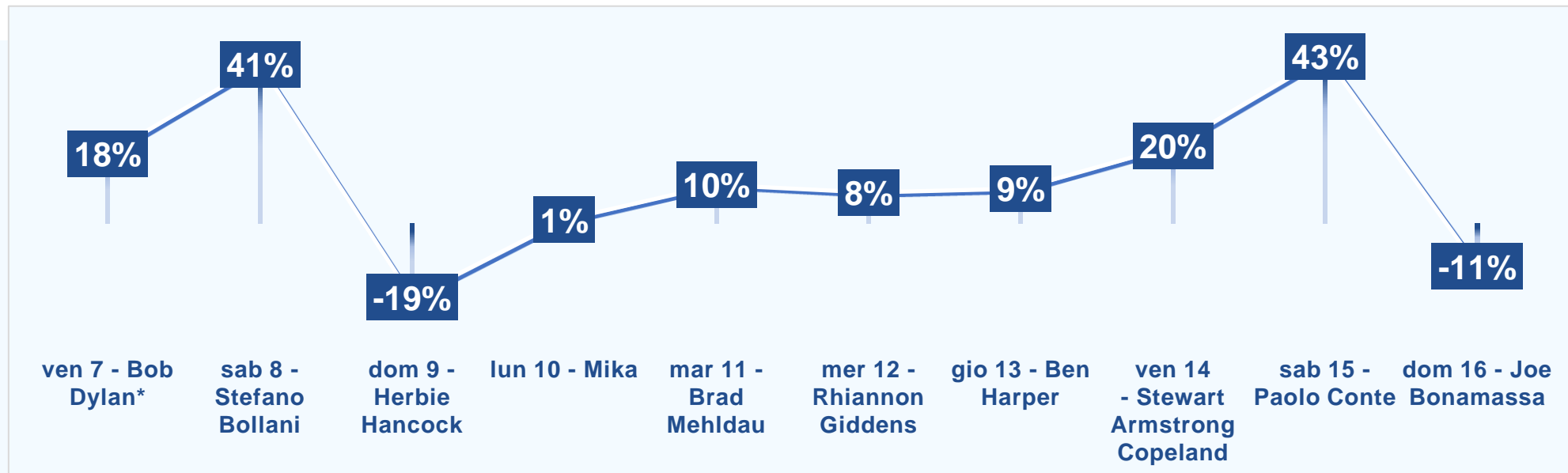
Crescita rilevata rispetto alla **décade precedente** l'evento

Più **moderato l'impatto sull'economia del territorio** sia rispetto alla **décade precedente** che a quella **successiva (+15%)**



Percentuale della spesa effettuata da **carte straniere** sul totale

Il festival è un **evento soprattutto nazionale**. Si nota tuttavia un incremento del **30% degli stranieri** rispetto alla settimana precedente che indica un interesse crescente all'evento anche dall'estero



\* N.B.: Un notevole incremento che trova in parte spiegazione nel minor utilizzo delle carte prima della pandemia

# LOCATION INTELLIGENCE

## Processo



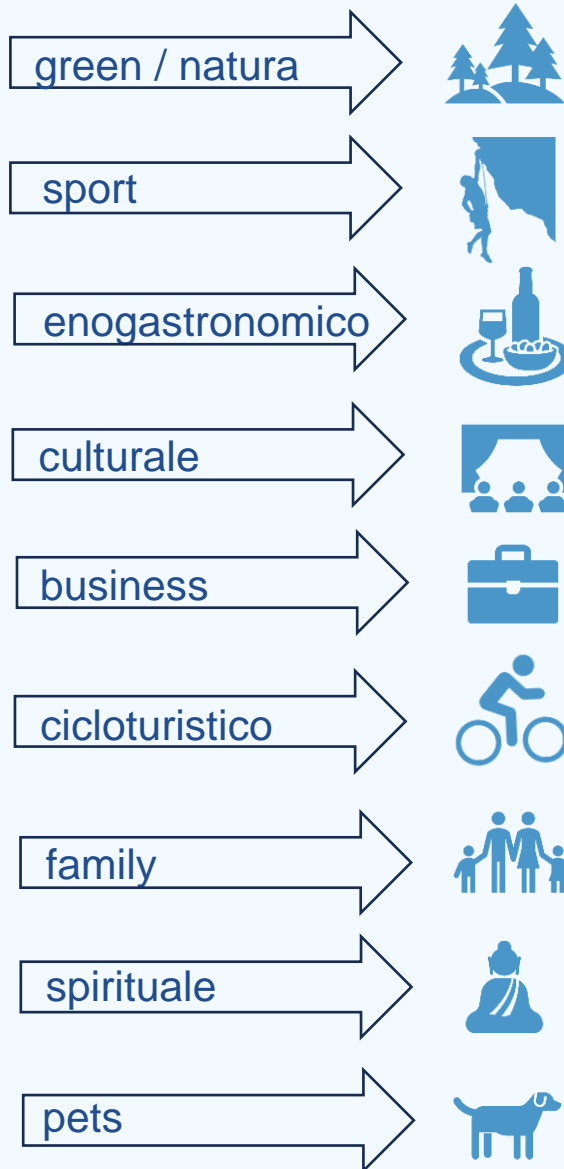
**caratteristiche comportamentali**  
nell'ambito dell'utilizzo di  
**app mobile**

**ricerche, download, carrelli di**  
**acquisto**



**interessi, preferenze,**  
**abitudini**

## Cluster comportamentali



**LOCATION**  
**INTELLIGENC**  
**E**



# OUTPUT POTENZIALI E UTILIZZI

## Location Intelligence



### ➤ REALIZZAZIONE DI MAPPE



Oltre alle classiche rappresentazioni tabellari e grafiche, il livello di dettaglio territoriale in cui si articolano i dati consentiranno di realizzare **mappe regionali, provinciali, comunali** e, nel caso di cinque grandi città (Torino, Milano, Roma, Napoli, e Palermo), focus per CAP per ciascun profilo di turista (enogastronomico, spirituale, sportivo, etc.), segmentando le analisi per sesso, età e nazionalità.

### ➤ CONCENTRAZIONE COMUNALE



Al di là delle analisi per singolo profilo, ulteriori importanti informazioni verranno desunte dallo studio della **concentrazione comunale del numero assoluto di utenti rilevati** (eventualmente dettagliate per le già note variabili sociodemografiche).

### ➤ ANTICIPATORE DATO ISTAT



Considerato che i dati ISTAT su arrivi e presenze turistiche in Italia vengono prodotti con un lag temporale di circa 9 mesi e con dettaglio:

- comunale, nel caso di dati annuali;
- provinciale, nel caso di dati mensili,

i dati di Location Intelligence si caratterizzano per un significativo **valore aggiunto in termini di tempestività**, in quanto potenzialmente **disponibili a poche settimane dalla chiusura della rilevazione**.

# 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 30.000 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.

Per il territorio della Campania nell'ambito del progetto FONDO DI PEREQUAZIONE 2021-2022 Sostegno del Turismo è stato effettuato un sovra campionamento per un totale di 2.500 turisti.

## ❖ INDAGINE ALLE IMPRESE

Nel periodo dall'11 al 17 settembre 2023 è stata realizzata una indagine C.A.T.I. a 3000 strutture ricettive italiane (alberghiere ed extralberghiere). È il secondo step di analisi di un'analisi a cadenza trimestrale, avviata a luglio 2023. Tale indagine mira a conoscere l'andamento della stagione e le caratteristiche delle imprese turistiche.

**IS.NA.R.T. SCPA**

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



INDIRIZZO

Via Lucullo, 8 - Roma