



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Questioni di Economia e Finanza

(Occasional Papers)

Gli stranieri in vacanza in Italia:
prodotti turistici, destinazioni e caratteristiche dei viaggiatori

di Andrea Filippone, Massimo Gallo, Patrizia Passiglia e Valentina Romano

Luglio 2019

Numero

501



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Questioni di Economia e Finanza

(Occasional Papers)

Gli stranieri in vacanza in Italia:
prodotti turistici, destinazioni e caratteristiche dei viaggiatori

di Andrea Filippone, Massimo Gallo, Patrizia Passiglia e Valentina Romano

La serie Questioni di economia e finanza ha la finalità di presentare studi e documentazione su aspetti rilevanti per i compiti istituzionali della Banca d'Italia e dell'Eurosistema. Le Questioni di economia e finanza si affiancano ai Temi di discussione volti a fornire contributi originali per la ricerca economica.

La serie comprende lavori realizzati all'interno della Banca, talvolta in collaborazione con l'Eurosistema o con altre Istituzioni. I lavori pubblicati riflettono esclusivamente le opinioni degli autori, senza impegnare la responsabilità delle Istituzioni di appartenenza.

La serie è disponibile online sul sito www.bancaditalia.it.

ISSN 1972-6627 (stampa)

ISSN 1972-6643 (online)

Stampa a cura della Divisione Editoria e stampa della Banca d'Italia

GLI STRANIERI IN VACANZA IN ITALIA: PRODOTTI TURISTICI, DESTINAZIONI E CARATTERISTICHE DEI VIAGGIATORI

di Andrea Filippone^{*}, Massimo Gallo[§], Patrizia Passiglia[#] e Valentina Romano^Δ

Sommario

Il lavoro analizza le tendenze recenti dei viaggi degli stranieri in vacanza in Italia, distinguendo i diversi tipi di vacanza offerti, le relative destinazioni, classificate in base al grado di urbanizzazione e alla dotazione di patrimonio culturale, e le caratteristiche dei viaggiatori che vi si associano. Dal 2010 l'Italia ha registrato una dinamica degli arrivi internazionali per turismo *leisure* in linea con quella globale, grazie alla crescita sostenuta del turismo culturale che rappresenta ormai la metà dei pernottamenti degli stranieri in vacanza in Italia. Il patrimonio artistico e culturale del Paese esercita una grande attrazione e anche altri prodotti di rilievo, come le vacanze rurali e al mare, si sono arricchiti di tali contenuti. Poiché le grandi città d'arte sono il principale polo di attrazione, specialmente per il turista che giunge per la prima volta in Italia; ne consegue un aumento della concentrazione dei turisti nelle principali aree urbane nazionali. I turisti che decidono di tornare in Italia visitano con maggior frequenza i centri minori.

Classificazione JEL: L83, Z31.

Parole chiave: viaggi di vacanza, turismo culturale.

Indice

1. Introduzione.....	5
2. Viaggi e vacanze: l'Italia nel confronto internazionale.....	6
3. I prodotti turistici dell'Italia	8
3.1 Le vacanze culturali.....	11
3.2 Le vacanze al mare	12
3.3 Le vacanze rurali	13
3.4 Le vacanze in montagna	14
3.5 Borghi caratteristici e parchi naturali	14
4. Caratteristiche dei turisti e fidelizzazione	15
5. Caratteristiche dei turisti e tipo di vacanza.....	17
6. Conclusioni.....	20
Bibliografia.....	22
Appendice statistica.....	23

^{*} Banca d'Italia, Filiale di Ancona.

[§] Banca d'Italia, Filiale di Venezia.

[#] Banca d'Italia, Filiale di Palermo.

^Δ Banca d'Italia, Filiale di Napoli.

1. Introduzione¹

Il turismo è in forte espansione in tutto il mondo dalla metà degli anni ottanta. Due fattori ne alimentano lo sviluppo: la riduzione dei costi di viaggio, determinata dalla liberalizzazione del settore dei trasporti e, più di recente, dall'introduzione delle nuove tecnologie digitali, e la crescita della domanda mondiale, in particolare nelle economie emergenti, dove un'ampia fascia di popolazione sta registrando un netto aumento del reddito disponibile (OECD 2018).

L'Italia, per la ricchezza del proprio patrimonio artistico e culturale, oltre che per la bellezza e la varietà del paesaggio e dei luoghi di attrazione naturale, è stata storicamente meta di viaggi di vacanza per la popolazione di tutto il mondo. All'inizio degli anni ottanta era la seconda meta turistica internazionale in termini di spesa, dopo gli Stati Uniti, ma nei decenni successivi la competizione con i paesi emergenti (Cina, Thailandia, Messico, tra i principali) e, specialmente, con i concorrenti europei (Francia e, soprattutto, Spagna) ha indebolito la sua posizione.

L'apporto del turismo all'economia italiana è rilevante². Considerato che le proiezioni del World Tourism Organization (UNWTO 2011) prevedono una crescita sostenuta degli scambi turistici anche nel prossimo decennio³, è importante individuare quali prodotti turistici italiani siano più adatti a competere nel mercato turistico internazionale. L'Italia presenta, infatti, un'offerta diversificata di mete e tipi di vacanza (cosiddetti "prodotti" turistici) che fa perno su un'ampia dotazione di patrimonio culturale e paesaggistico; per questo, a fronte dei trend internazionali di crescita del turismo (come l'attenzione ai contenuti artistici e culturali da parte di un'emergente classe media globale, l'invecchiamento della popolazione nei paesi avanzati, l'affermazione di un modello di turismo – specialmente fra i più giovani – basato su viaggi più frequenti ma di minor durata, l'utilizzo del web e lo sviluppo della *sharing economy*) è utile capire come si caratterizzano i prodotti turistici offerti dall'Italia e a chi sono principalmente destinati.

Tra la seconda metà degli anni novanta e lo scorso decennio, il turismo internazionale in Italia ha registrato un periodo critico, con un andamento deludente degli arrivi e della spesa, coinciso con la fase più tumultuosa della globalizzazione (con lo sviluppo delle economie emergenti e l'accelerazione degli scambi internazionali di beni e servizi), con l'avvento della moneta unica europea e anche con un periodo di assenza di programmazione istituzionale del settore (nel 1993 venne abrogato il Ministero del Turismo). Dall'inizio di questo decennio il settore turistico ha registrato performance migliori ed è rientrato nell'agenda del Governo con una nuova stagione di pianificazione, che nel 2017 ha visto la definizione del "Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022" da parte del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (MIBACT, 2017). Il Piano, frutto di un processo condiviso con tutti gli operatori del settore, propone alcune azioni di

¹ Le opinioni espresse in questo lavoro sono degli autori e non riflettono necessariamente quelle della Banca d'Italia. Gli autori ringraziano Paolo Sestito, Roberto Torrini, Alessandra Staderini e Andrea Petrella per gli utili suggerimenti.

² In base al conto satellite del turismo esso rappresenta il 6 per cento del valore aggiunto totale dell'economia (Istat, 2017).

³ Il World Tourism Organization prevede una crescita media degli arrivi internazionali del 3,3 per cento all'anno tra il 2010 e il 2030, più marcata per le destinazioni emergenti (4,4 per cento) rispetto a quella nei paesi avanzati (2,2).

medio e lungo termine per cogliere le opportunità di crescita. Il primo obiettivo del piano (Obiettivo A) è quello di “Innovare, specializzare e integrare l’offerta nazionale”, ovvero ampliare l’offerta turistica per renderla più sostenibile e competitiva, puntando sugli attrattori culturali e paesaggistici (città d’arte di medie dimensioni, siti Unesco, borghi caratteristici, aree protette e parchi naturali).

Questo lavoro si concentra sui viaggi di vacanza e si pone due obiettivi: i) definire i tipi di vacanza (i cosiddetti prodotti turistici) più rilevanti per il Paese al fine di analizzarne l’andamento recente e capire se i contenuti del prodotto sono cambiati nel tempo, ii) individuare le caratteristiche prevalenti dei turisti che acquistano i singoli prodotti per valutare le potenzialità di sviluppo di questi ultimi e i fattori di criticità nei mercati di riferimento. Verrà utilizzata a tal fine l’Indagine sul turismo internazionale dell’Italia, condotta dalla Banca d’Italia, che per l’ampiezza del campione intervistato e per l’articolazione delle domande poste ai visitatori costituisce un’ampia e dettagliata base informativa sui viaggi dei turisti stranieri in Italia (Alivernini, Breda e Iannario, 2013). Poiché l’indagine della Banca d’Italia rileva il singolo comune in cui pernottano i turisti, è stato possibile definire le destinazioni aggregando i comuni appartenenti al medesimo sistema locale del lavoro: tali destinazioni rappresentano tutta l’area agevolmente visitabile in giornata senza cambiare luogo di pernottamento. Utilizzando altre classificazioni adottate dall’Istat, le destinazioni sono state inoltre classificate in base al livello di urbanizzazione e a quello di dotazione di patrimonio culturale.

L’analisi condotta mostra come il turismo culturale stia accrescendo il proprio ruolo di primario prodotto turistico italiano e come i contenuti culturali stiano completando l’offerta costituita anche dai prodotti “rurale” e mare. Il patrimonio artistico e culturale esercita infatti un grande potere di attrazione, sia per chi arriva per la prima volta in Italia dai paesi extraeuropei (e sceglie le mete più note), sia per chi vi ritorna e, sempre più frequentemente, sceglie destinazioni “culturali” secondarie.

Dopo aver ricostruito il quadro di confronto per le statistiche internazionali sugli arrivi e chiarito qual è la posizione dell’Italia (paragrafo 2), il paragrafo 3 individua quattro prodotti turistici nazionali (vacanze culturali, mare, vacanze rurali e montagna) e ne analizza in dettaglio gli andamenti nel corso di questo decennio (2010-17). Il paragrafo 4 descrive le principali caratteristiche dei turisti che giungono in Italia, distinguendo quelli che vi arrivano per la prima volta, mentre il capitolo 5 analizza come le caratteristiche dei viaggiatori si associno alla scelta dei prodotti turistici. Il paragrafo 6 trae alcune conclusioni.

2. Viaggi e vacanze: l’Italia nel confronto internazionale

Nel 2017 l’Italia era il quarto paese al mondo per arrivi di turisti internazionali in viaggio per vacanza (con 36 milioni di arrivi): solo Spagna, Francia e Stati Uniti registravano un numero superiore di arrivi internazionali per viaggi di vacanza. Nel corso di questo decennio gli arrivi per vacanza in Italia sono aumentati del 48 per cento, contro il 50 per cento a livello globale (Tavola

A1): la quota di mercato internazionale nei viaggi di vacanza, in termini di arrivi, è quindi rimasta pressoché inalterata al 5 per cento.

In effetti, i viaggi internazionali in Italia presentano una netta specializzazione nelle vacanze, con una quota degli arrivi pari al 61 per cento, contro il 55 per cento a livello mondiale⁴.

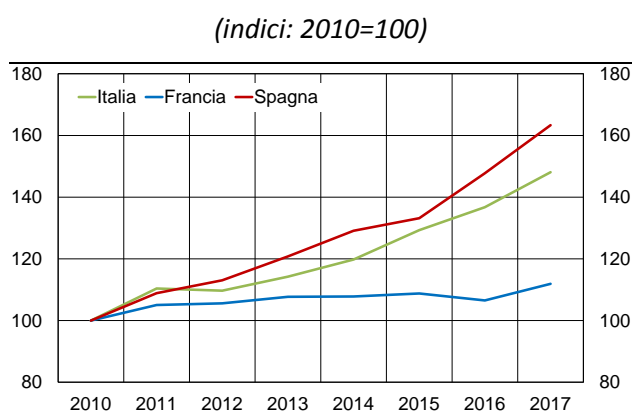
Nel 2010 la quota di arrivi per viaggi di vacanza in Italia era del 55 per cento (contro il 51 per cento a livello globale). Negli ultimi anni, infatti, in Italia gli arrivi di viaggiatori per motivi diversi dalla vacanza (lavoro o altri motivi personali, come studio, cure sanitarie, visita a parenti e amici, pellegrinaggi, ecc.) sono aumentati a un ritmo sensibilmente inferiore a quello registrato nel resto del mondo, dove, specialmente nei paesi emergenti, sono cresciuti sospinti dalla globalizzazione e dalla crescita dei viaggi di lavoro.

Per quanto riguarda l'Europa, in mancanza di dati aggregati sui viaggi di vacanza, è possibile fare un confronto solo con i principali concorrenti dell'Italia: Francia e Spagna.

La Francia è la prima destinazione europea per numero di arrivi di turisti internazionali (87 milioni nel 2017)⁵. Nel periodo 2010-15 gli arrivi sono però aumentati in misura contenuta (9 per cento) e nel 2016, in seguito agli attentati di Parigi di novembre 2015, c'è stata una riduzione dei turisti stranieri (del 2,2 per cento rispetto all'anno precedente; Figura 1), in particolare di quelli provenienti da paesi europei, che sono tornati a crescere solo nel 2017. In base ai dati sul turismo internazionale della Francia del 2016, poco meno del 60 per cento dei turisti stranieri arrivati in Francia aveva effettuato visite a siti culturali, una percentuale crescente negli ultimi sette anni.

La Spagna è la seconda destinazione europea per numero di arrivi e nel 2017 ha ospitato, nel complesso, 81,8 milioni di persone. Oltre l'85 per cento di queste ha scelto la Spagna come destinazione di un viaggio di vacanza. Nel periodo 2010-17 gli arrivi internazionali in Spagna per viaggi di vacanza sono cresciuti del 63 per cento. In base ai dati relativi al

Figura 1
Arrivi internazionali per viaggi di vacanza (1)



Fonte: Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia; Indagine sul turismo internazionale della Francia (EVE), Direzione generale delle imprese (DGE), Banca di Francia; Istituto nazionale di statistica, Frontur.

(1) Per la Francia è stato considerato il numero complessivo di viaggiatori mentre per l'Italia e la Spagna solo i viaggiatori per motivi di vacanza.

⁴ Se si considerano gli arrivi complessivi (che oltre alla vacanza includono i viaggi di lavoro e quelli per altri motivi personali), anche la Cina registra un numero di arrivi superiore a quello dell'Italia. Nel 2016, dei 59 milioni di arrivi in Cina, 28 erano però costituiti da viaggiatori provenienti da Hong Kong che si muovono in gran parte per motivi di lavoro; degli altri 31 milioni solo un terzo arrivava in Cina per motivi di vacanza. Anche negli Stati Uniti il peso dei flussi turistici non connessi alla vacanza è rilevante: dei 76 milioni di arrivi complessivi registrati nel 2016, 16 milioni erano costituiti da cittadini messicani che attraversano la frontiera terrestre prevalentemente per motivi di lavoro; tra gli altri 60 milioni di arrivi la quota dei viaggiatori per vacanza era del 63 per cento.

⁵ Non è disponibile, per la Francia, la ripartizione esatta degli arrivi in base al motivo del viaggio (vacanza, altri motivi personali e affari/lavoro); si può comunque stimare che circa il 16 per cento degli arrivi riguardi, nel complesso, viaggiatori in transito e viaggi di affari.

movimento del turismo internazionale alle frontiere⁶, tra il 2005 e il 2012 la quota di turisti internazionali che ha svolto attività culturali in Spagna ha oscillato intorno al 54 per cento.

Rispetto ai principali concorrenti europei, l'Italia si pone quindi in una situazione intermedia, con una dinamica dei viaggi per vacanza migliore di quella della Francia ma peggiore di quella della Spagna. Quest'ultimo paese, peraltro, non ha evidenziato, negli anni più recenti per i quali sono disponibili dati, una netta tendenza alla crescita del turismo culturale, come è invece accaduto in Francia e, vedremo, in Italia.

3. I prodotti turistici dell'Italia

Definire un prodotto turistico non è semplice come per i beni materiali. La letteratura specialistica ritiene unanimemente che il prodotto turistico *"may be viewed as an amalgam of individual products and experience opportunities that combine to form a total experience of the area visited"* (Murphy, Pritchard e Smith, 2000). Questa definizione ha anche il pregio di chiarire la relazione tra destinazione e prodotto acquistato: la destinazione, ovvero il sito naturale o urbano visitato, è solo una delle componenti del prodotto che il turista combina per definire soggettivamente il prodotto acquistato. A questo elemento se ne sommano altri di natura materiale e immateriale come gli attributi sociali, culturali, politici e tecnologici della destinazione scelta e le infrastrutture di servizio disponibili (alloggio, ristorazione, ricreazione e trasporto). Ne deriva che questi elementi possono essere combinati diversamente, anche nella stessa destinazione, per formare prodotti turistici differenti.

L'indagine della Banca d'Italia rileva sia il motivo del viaggio sia la destinazione. Il viaggiatore intervistato indica il motivo principale del viaggio ed, eventualmente, una motivazione secondaria. Egli può distinguere tra vacanze al mare, in montagna, in una città d'arte (culturale), oppure al lago, in agriturismo, e sportiva⁷. Questa tassonomia coincide con quella proposta da Buhalis (2000) (ovvero *urban, seaside, alpine e rural tourism*) e, applicata al motivo principale, verrà utilizzata in questo lavoro per definire il prodotto acquistato dai viaggiatori internazionali in vacanza in Italia. La destinazione coincide invece con il comune in cui il viaggiatore pernotta per il maggior numero di notti del viaggio (destinazione principale); l'intervista rileva comunque anche le altre destinazioni (secondarie), ovvero gli altri comuni di pernottamento. Per alcune elaborazioni statistiche la destinazione è stata aggregata nel sistema locale del lavoro (SLL) di appartenenza che, per costruzione, comprende l'area agevolmente visitabile in giornata senza cambiare luogo di pernottamento.

Il numero di pernottamenti di turisti stranieri in vacanza in Italia ha registrato un calo in corrispondenza della crisi finanziaria internazionale toccando il livello minimo di 165 milioni nel

⁶ Il Rapporto annuale dell'Indagine turistica spagnola (FRONTUR, EGATUR), disponibile fino al 2012, riporta i dati dei turisti internazionali in base all'attività svolta durante la propria vacanza per i turisti arrivati in aereo, nave o auto.

⁷ La classificazione è disponibile dal 2002. Nel lavoro consideriamo come vacanza rurale quella al lago, in agriturismo o sportiva.

2010⁸. Successivamente l'attività turistica ha mostrato una ripresa, con una crescita media annua, nel periodo 2010-17, del 4,9 per cento.

La crescita dei pernottamenti è stata eterogenea tra i prodotti turistici: il prodotto turistico "città d'arte – vacanze culturali" ha registrato la crescita maggiore (7,2 per cento all'anno; Tavola A2), mentre le vacanze al mare e quelle rurali sono cresciute meno (del 4,5 e dell'1,0 per cento, rispettivamente); le vacanze in montagna sono rimaste stabili. La quota di pernottamenti per vacanze culturali è passata dal 45 al 52 per cento nel periodo, quella per vacanze balneari è rimasta pressoché invariata a poco più del 25 per cento; le quote dei pernottamenti per vacanza rurale e in montagna sono calate, portandosi rispettivamente a quasi il 16 e il 6 per cento.

In questi anni i viaggi dei turisti internazionali in vacanza in Italia hanno inoltre registrato un'articolazione crescente, con un aumento delle destinazioni secondarie e un ampliamento delle motivazioni del viaggio.

Tra il 2010 e il 2017 la quota di viaggiatori che ha pernottato in più di una località è passata dal 30 al 35 per cento; questo fenomeno ha riguardato prevalentemente le vacanze culturali, che hanno registrato un incremento dei pernottamenti nelle città del *grand tour* (Roma, Firenze, Venezia e Napoli) ma anche nei grandi centri del Nord Ovest (Milano, Torino e Genova) e nelle città d'arte più piccole (come Verona, Pisa, Bologna, Siena, Palermo, Catania e Siracusa).

Il prodotto acquistato si è arricchito inoltre di elementi nuovi e differenziati e, con frequenza crescente, sono state ricomprese nel viaggio esperienze che caratterizzano altri tipi di vacanza. La quota di turisti che ha dichiarato una motivazione secondaria del viaggio è passata dal 16 al 33 per cento. Questa ibridazione dei contenuti del viaggio ha riguardato tutti i quattro prodotti considerati e, nel complesso, ha arricchito i viaggi con contenuti tipici delle vacanze rurali e di quelle culturali. Essa è stata particolarmente significativa per le vacanze rurali e in montagna, per le quali si è registrata una reciproca condivisione dei contenuti (Tavola A3). Per tutte le tipologie di viaggi, è significativamente aumentata la quota di viaggiatori che ha dichiarato come motivazione secondaria della vacanza la visita a città d'arte (giunta a rappresentare, nel 2017, per le vacanze rurali e al mare circa il 24 per cento). Contemporaneamente è aumentato il peso delle vacanze culturali che contemplavano come motivazione secondaria contenuti di tipo rurale o balneare (al 13 e 10 per cento rispettivamente, nel 2017).

La progressiva ibridazione dei contenuti della vacanza ha interessato un numero di destinazioni crescente. Nel periodo 2010-17 il 22 per cento delle presenze turistiche ha interessato destinazioni (SLL) per le quali è variata la caratterizzazione principale della vacanza dichiarata dal turista. La fattispecie più frequente riguarda destinazioni che offrono sia il prodotto "mare" che quello "culturale": tra l'inizio e la fine del periodo la caratterizzazione prevalente delle destinazioni Sorrento, Amalfi, Positano, Capri e Genova è passata dal prodotto "città d'arte" a quello "mare" mentre il contrario è accaduto ad alcune importanti destinazioni siciliane come Palermo, Taormina, Agrigento, Siracusa e Ragusa, in cui alla fine del periodo prevaleva la motivazione della

⁸ Per tenere conto della diversa durata media dei tipi di vacanza, il paragrafo analizza i pernottamenti, anziché gli arrivi, misura maggiormente correlata all'output di servizi turistici.

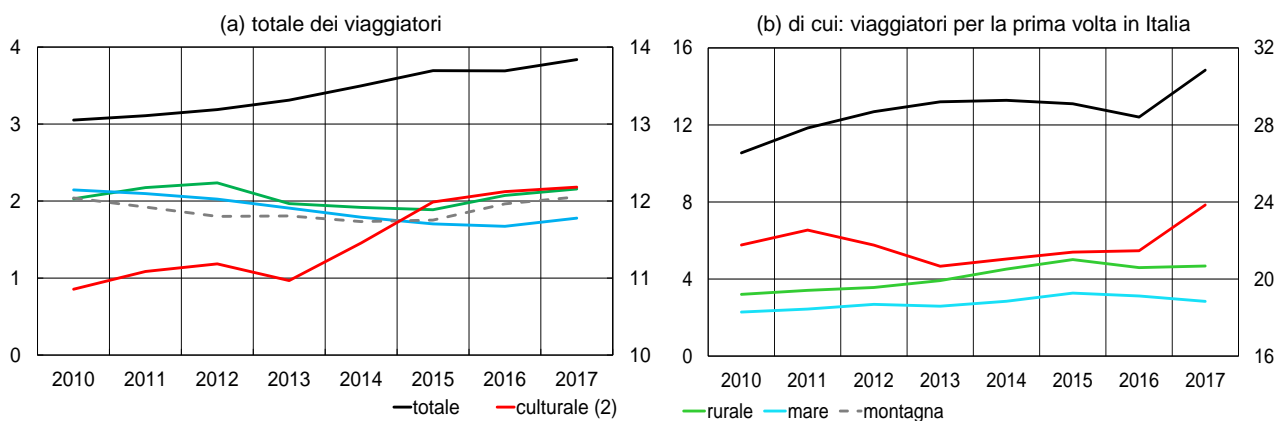
vacanza culturale. In Trentino-Alto Adige alcuni importanti SLL hanno perso la caratterizzazione propria della vacanza in montagna a favore di quella rurale (è il caso di Bolzano e Trento) o culturale (Merano).

Nel complesso le vacanze degli stranieri in Italia vanno sempre più caratterizzandosi per i contenuti culturali. Questo andamento ha contribuito a concentrare ulteriormente le presenze turistiche in alcune destinazioni con un'altissima dotazione di patrimonio artistico e culturale. L'indice di concentrazione di Herfindahl (HH) calcolato sulle presenze a livello comunale ha registrato, nel complesso, una crescita tra il 2010 e il 2017 dal 3,1 al 3,8 per cento (Figura 2.a). L'aumento è stato determinato dalla crescita della quota di pernottamenti per vacanza culturale e dal fatto che, per questi ultimi, il livello di concentrazione geografica, già elevato, è ulteriormente cresciuto: l'indice di concentrazione per questo tipo di vacanze è passato dal 10,9 al 12,2 per cento⁹. La concentrazione delle destinazioni è rimasta pressoché invariata per le vacanze rurali e quelle in montagna ed è invece leggermente diminuita per le vacanze al mare (dal 2,1 all'1,8 per cento).

La dotazione di patrimonio artistico e culturale è sicuramente l'elemento attrattivo per chi visita l'Italia per la prima volta. I pernottamenti di questi turisti, che rappresentano meno di un quinto del totale (era quasi un quarto nel 2010), si riferiscono per tre quarti a una vacanza di tipo culturale. L'indice di concentrazione calcolato solo sui pernottamenti di chi visita l'Italia per la prima volta risulta ancora più elevato e in crescita, di circa 5 punti percentuali tra il 2010 e il 2017, proprio per il fatto che questi visitatori si dedicano in maniera preponderante a vacanze di tipo culturale (Figura 2.b).

Figura 2

Indice di concentrazione dei pernottamenti a livello comunale per tipologia di vacanza (1)
(valori percentuali)



Fonte: Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia e Istat.

(1) Indice di concentrazione di Herfindahl dei pernottamenti (HH) dei turisti stranieri nei comuni italiani in base al tipo di vacanza. Media mobile triennale. Per chi soggiorna in Italia per la prima volta non si riporta l'indice (HH) per le vacanze in montagna vista la numerosità esigua dei relativi pernottamenti. - (2) Scala di destra.

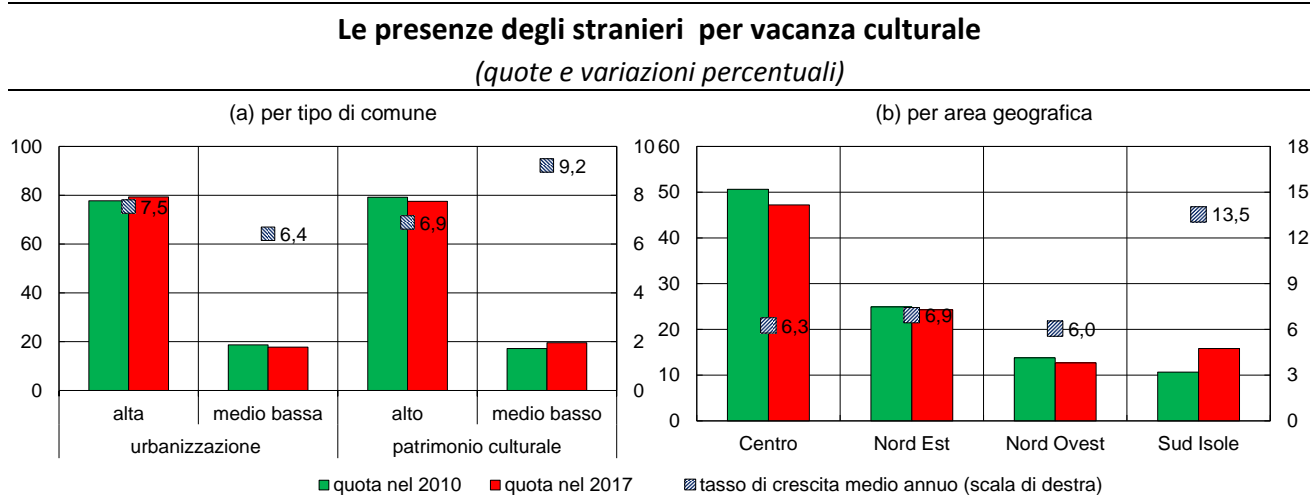
⁹ L'indice di concentrazione (HH) calcolato sulle presenze a livello di SLL fornisce le stesse indicazioni, con una crescita dal 2010 al 2017 di 0,8 punti percentuali per il totale dei pernottamenti e di 1,4 per quelli riferiti alle vacanze di tipo culturale; nel 2017 l'indice era pari, rispettivamente, al 4,1 e al 12,3 per cento.

3.1 Le vacanze culturali

Dal 2010 al 2017 le vacanze culturali hanno contribuito per oltre i due terzi alla crescita delle presenze di turisti stranieri in Italia.

I flussi turistici relativi a questo prodotto si sono concentrati nelle aree più urbanizzate¹⁰ e, ovviamente, in quelle con una dotazione di patrimonio culturale elevato; questa tipologia di comuni assorbe oltre i tre quarti dei pernottamenti. Allo stesso tempo, tra il 2010 e il 2017, si è osservata una crescita di presenze anche nei luoghi con una densità di popolazione inferiore e, specialmente, in quelli con una dotazione di patrimonio culturale meno elevata (Figura 3.a).

Figura 3



Fonte: Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia e Istat.

La classificazione dei comuni in base alla dotazione di patrimonio culturale e paesaggistico si basa sull'identificazione dei sistemi locali del lavoro elaborata dall'Istat nel volume "La nuova geografia dei sistemi locali". Per valutare la dimensione del patrimonio culturale e paesaggistico nei sistemi locali, l'Istat utilizza i risultati di un'analisi cluster condotta su 10 variabili che rilevano la presenza di musei, siti archeologici, archivi, biblioteche, il corrispondente numero di visitatori e utenti, il numero di eventi (festival e mostre) di rilevanza nazionale realizzati e lo stato di conservazione del paesaggio (naturale e urbano)¹¹. Ai fini della nostra analisi consideriamo comuni ad alto livello di dotazione culturale quelli compresi nei sistemi locali definiti come "Le potenzialità del patrimonio" e "La grande bellezza", per i quali gli indicatori della suddetta analisi sono più elevati (cfr. Istat, 2015).

La destinazione maggiormente prescelta per la vacanza di tipo culturale rimane la città di Roma, che riceve mediamente ogni anno oltre un quarto del flusso di turisti che vengono in Italia per

¹⁰ La classificazione dei comuni in base al grado di urbanizzazione è calcolata da Eurostat utilizzando una griglia di territorio di 1 kmq di superficie; il dato demografico è relativo al 2006.

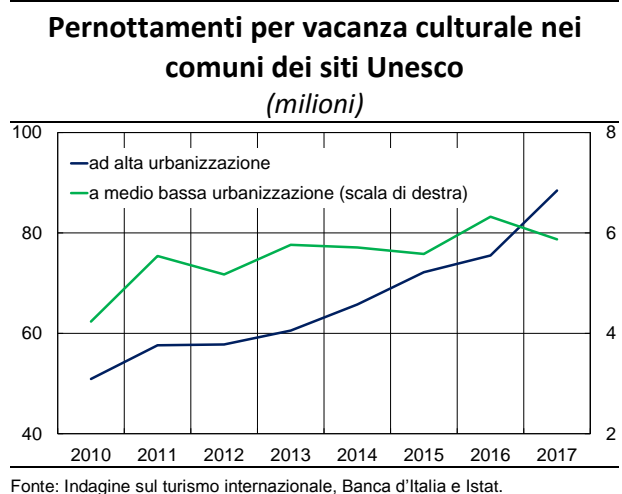
¹¹ Le altre variabili prese in considerazione sono: le aree sottoposte a regime di protezione in percentuale della superficie totale, la percentuale di borghi e comuni appartenenti a associazioni di identità enogastronomica, ambientale, culturale e turistica presenti sul totale dei comuni del sistema locale, l'incidenza di superficie non urbana e lo stato di conservazione degli edifici costruiti prima del 1919.

questo tipo di vacanza. Tra il 2010 e il 2017 si mantiene rilevante anche l'attrattività di Firenze, dove pernottano oltre un decimo dei turisti; l'intera area del Centro continua a ricevere quasi la metà dei flussi.

Nello stesso periodo sono cresciute molto le presenze di turisti stranieri per vacanza culturale nel Mezzogiorno (Figura 3.b), area che pur realizzando un tasso di crescita medio annuo del 13,5 per cento ospita ancora una quota esigua dei flussi per vacanze culturali (nel 2017 la quota di pernottamenti sul totale era pari al 15,3 per cento). I comuni che hanno visto aumentare maggiormente i relativi flussi di turisti stranieri sono quelli di Napoli e Palermo e di Torino nel Nord Ovest. Come mostrato anche dall'indice di Herfindahl presentato in precedenza, la concentrazione del numero di pernottamenti di turisti stranieri in poche destinazioni si è rafforzata per il prodotto culturale: nel 2017 i primi 10 Sistemi locali del lavoro hanno ospitato il 70 per cento delle presenze straniere per vacanze culturali (il 68 nel 2010).

Tra le destinazioni hanno rilievo i comuni dichiarati dall'UNESCO patrimonio dell'umanità¹², che ospitano la metà dei turisti stranieri e circa i tre quarti di quelli che vengono in Italia per una vacanza di tipo culturale. La crescita media annua dei pernottamenti in questi comuni, nel periodo 2010-17, è stata dell'8 per cento, superiore a quella media realizzata complessivamente per le vacanze culturali (7,2 per cento). Rimane più frequente la scelta di alloggiare in comuni a elevata urbanizzazione, ma le presenze nei comuni minori in cui è ubicato un sito culturale Unesco hanno mostrato una tendenza crescente (Figura 4).

Figura 4



3.2 Le vacanze al mare

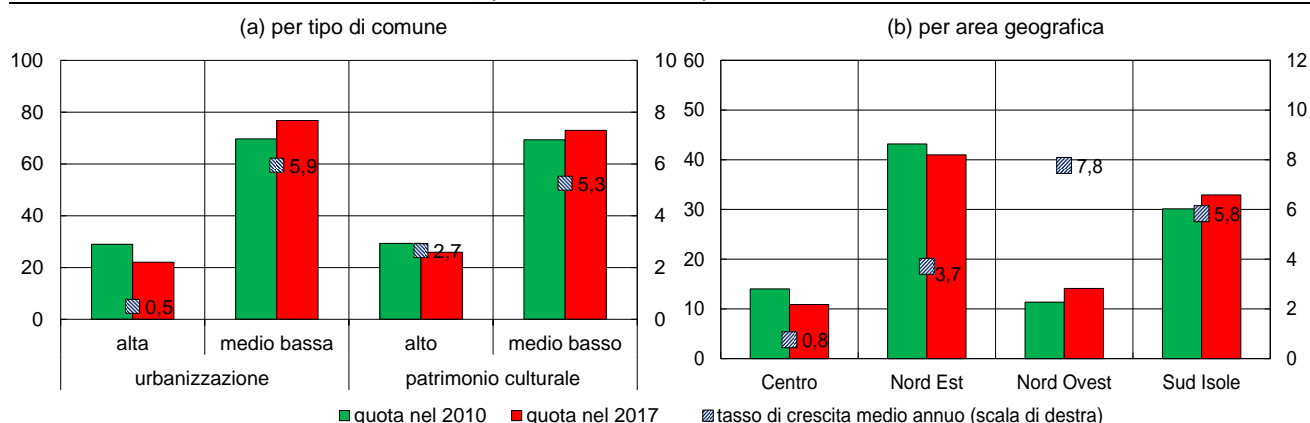
Dal 2010 al 2017 il prodotto mare ha contribuito per un quarto della crescita della presenza di turisti stranieri in Italia. I pernottamenti per vacanze al mare sono cresciuti nel periodo del 4,5 per cento in media all'anno.

Più dei due terzi dei flussi turistici relativi a vacanze al mare riguardano destinazioni con un livello di urbanizzazione medio-basso e con una più scarsa dotazione di patrimonio culturale (Figura 5.a). Tra il 2010 e il 2017 la crescita delle presenze è stata sostenuta maggiormente da questo tipo di destinazioni, che hanno realizzato un tasso di crescita medio annuo superiore a quello del prodotto mare nel suo complesso.

¹² Ricordiamo che l'Italia è il secondo paese, dopo la Cina, per numero complessivo di siti dichiarati "patrimonio dell'umanità" dall'UNESCO e il primo paese per numero di siti di carattere culturale (44 su 832), seguito, in Europa, da Spagna (38), Francia (36), Germania (35) e Regno Unito (25). Per l'individuazione dei comuni ricadenti nel territorio dei siti Unesco si è utilizzata l'elaborazione presente nel sito www.comuniverso.it.

I pernottamenti per vacanza al mare

(quote e variazioni percentuali)



Fonte: Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia e Istat.

Il Mezzogiorno e il Nord Est ospitano ciascuno oltre un terzo dei flussi turistici stranieri per vacanza balneare. Tra il 2010 e il 2017 il Mezzogiorno ha fornito il contributo maggiore alla crescita delle presenze; nel Nord Est la quota è diminuita, mentre nel Nord Ovest si è registrato un aumento consistente del numero dei pernottamenti (Figura 5.b). Per il prodotto mare la concentrazione delle presenze turistiche, notevolmente più contenuta di quella delle vacanze culturali, si è mantenuta pressoché stabile: i primi dieci sistemi locali del lavoro nel 2017 hanno ospitato il 42 per cento delle presenze.

3.3 Le vacanze rurali

Dal 2010 al 2017 il prodotto rurale ha contribuito per meno di un ventesimo della crescita della presenza di turisti stranieri in Italia (1,0 per cento in media all'anno).

Il Nord raccoglie oltre l'80 per cento dei flussi turistici internazionali. Tra il 2010 e il 2017 il Nord Ovest ha fornito il maggiore contributo alla crescita; il Centro e il Nord Est hanno visto ridurre la propria attrattività e per il Mezzogiorno si è registrato un aumento rilevante del numero dei pernottamenti (4,8 per cento medio annuo), sebbene la sua quota sia rimasta molto contenuta nel confronto con le altre aree geografiche.

La maggior parte del flusso turistico internazionale di chi sceglie il prodotto rurale si concentra nei primi dieci sistemi locali del lavoro del Nord (50,2 per cento nel 2017).

Sulla diversificazione delle destinazioni per vacanze rurali potrebbe incidere lo sviluppo dei comuni riconosciuti come bandiere arancioni (cfr. paragrafo 3.5: "Borghi caratteristici e parchi naturali"), che nel periodo hanno contribuito per poco meno di un terzo alla crescita totale delle presenze per il prodotto rurale.

3.4 Le vacanze in montagna

Il prodotto montagna è l'unico a non aver realizzato un aumento significativo del numero dei pernottamenti tra il 2010 e il 2017 (0,4 per cento in media all'anno). Un contributo positivo alla crescita è pervenuto solo da destinazioni caratterizzate da un livello di urbanizzazione e di dotazione culturale elevati, che tuttavia hanno un minor peso sul totale. In particolare, il SLL di Trento ha registrato una crescita media annua delle presenze per vacanza in montagna particolarmente sostenuta.

Essendo strettamente legato alle caratteristiche del territorio, il prodotto montagna è quello che presenta la maggiore concentrazione dei flussi turistici in termini di aree geografiche, con il 90 per cento dei pernottamenti che afferiscono al Nord. All'interno di questo, prevalgono le destinazioni del Nord Est, almeno in parte favorite dalla vicinanza fisica e culturale con i paesi di lingua tedesca. Per il prodotto montagna i primi dieci sistemi locali del lavoro accolgono il 44 per cento dei flussi turistici (il 50 nel 2010).

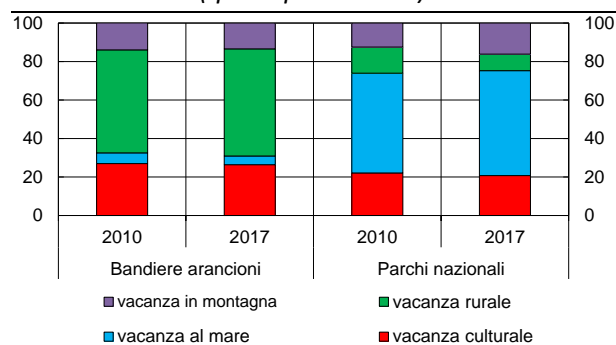
3.5 Borghi caratteristici e parchi naturali

L'ampliamento dell'offerta turistica è un obiettivo del Piano Strategico 2017-2022, la cui realizzazione può avvantaggiarsi dello sviluppo di aree meno conosciute, ma ricche di beni archeologici, artistici e paesaggistici ufficialmente riconosciuti.

Tra queste vi sono innanzitutto i borghi caratteristici, che il Touring Club Italiano ha individuato nei comuni "bandiera arancione"¹³: 227 piccoli borghi di eccellenza nell'entroterra, due terzi dei quali localizzati nel Nord Ovest e nel Centro. Nel 2017 i comuni bandiere arancioni hanno ospitato il 2,1 per cento dei pernottamenti dei turisti stranieri e, tra il 2010 e il 2017, hanno registrato una crescita poco inferiore a quella media nazionale (3,9 per cento in media all'anno). Il contributo maggiore alla crescita è provenuto dai flussi per vacanze di tipo rurale: l'incremento in questi comuni per questa motivazione è stato ampiamente superiore all'incremento medio delle vacanze rurali (4,5 e 1,0 per cento, rispettivamente, in media all'anno). Fra le bandiere arancioni si registra una significativa concentrazione delle presenze: nel 2017 le prime cinque destinazioni bandiera arancione hanno ospitato oltre il 50 per cento del totale dei flussi turistici rivolti a questi comuni.

Figura 6

Presenze nelle destinazioni secondarie per prodotto (quote percentuali)



Fonte: Indagine sul turismo internazionale - Banca d'Italia, Touring Club Italiano, Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare, Comuniverso.

¹³ Il Touring Club Italiano assegna le bandiere arancioni ai piccoli borghi eccellenti dell'entroterra. Alla fine del 2017 erano stati classificati come bandiere arancioni 227 borghi caratteristici (<http://bandierearancioni.touringclub.it/sites/default/files/attachments/INFOGRAFICA%20E%20MAPPA.pdf>).

Altre destinazioni caratterizzate dalla ricchezza di beni archeologici, artistici e, soprattutto, paesaggistici sono quelle rientranti nelle aree naturali protette, in particolare nei Parchi Nazionali¹⁴. I comuni nel cui territorio ricade, anche parzialmente, un Parco Nazionale hanno ospitato meno del 3 per cento dei turisti stranieri, con una crescita media annua del 2,4 per cento tra il 2010 e il 2017. Escludendo dall'analisi i maggiori comuni¹⁵, con una connotazione di tipo prevalentemente urbano, l'incidenza sul totale dei pernottamenti scende al 2 per cento, ma il tasso di crescita medio annuo sale a circa il 5 per cento. La maggior parte dei viaggiatori che pernotta in questi comuni ha scelto una vacanza balneare, coerente con l'ubicazione litoranea di molti parchi nazionali (Figura 6).

4. Caratteristiche dei turisti e fidelizzazione

Tra il 2010 e il 2017 i viaggiatori stranieri che hanno pernottato in Italia per un viaggio di vacanza sono aumentati da 24,1 a 35,7 milioni (in media del 5,8 per cento all'anno; Tavola A5). L'aumento, in linea con quello stimato da UNWTO per gli arrivi a livello mondiale, è stato più intenso per i visitatori extraeuropei (8,9 per cento), che nel 2017 rappresentavano circa il 17 per cento del totale (14 per cento nel 2010; Tavola A6). Sono fortemente aumentati gli arrivi dall'America Centro-meridionale e dall'Asia (del 16,6 e 9,7 per cento in media all'anno, rispettivamente), che comunque rappresentano ancora una quota limitata del totale degli arrivi (complessivamente circa il 6 per cento nel 2017), mentre quelli dal Nord America sono cresciuti dell'8,1 per cento (con una quota di quasi il 9 per cento nel 2017). La dinamica dei flussi dall'Europa è stata più moderata (5,2 per cento).

In tutte le aree di provenienza la crescita degli arrivi ha riguardato, in particolare, i viaggiatori con età compresa tra 25 e 34 anni (i cd. *millennials*), aumentati del 7,7 per cento all'anno. Nelle altre classi di età la crescita è stata inferiore (compresa tra il 4,5 per cento della classe 15-24 anni e il 6,1 degli ultrasessantacinquenni).

Nel periodo considerato sono aumentati in particolare i viaggiatori singoli (in media dell'8,9 per cento all'anno), superando la quota dell'11 per cento degli arrivi complessivi. Anche i gruppi con bambini fino a 14 anni e i viaggiatori in coppia sono aumentati in misura superiore alla media, con questi ultimi che nel 2017 rappresentavano oltre la metà degli arrivi. L'aumento è stato invece più contenuto per i gruppi senza bambini.

La crescita degli arrivi si commisura a una dinamica della popolazione mondiale più contenuta e mostra come lo sviluppo del turismo si ricollegi alla crescente propensione a viaggiare, favorita anche dalla liberalizzazione del settore dei trasporti internazionali e dal calo dei relativi costi. La quota di popolazione mondiale giunta in Italia per motivi turistici è passata, nel periodo, dal 3,5 al

¹⁴ In Italia sono presenti 24 Parchi nazionali (<http://www.minambiente.it/pagina/elenco-dei-parchi>). Per l'individuazione dei comuni ricadenti nel territorio dei parchi si è utilizzata l'elaborazione presente nel sito www.comuniverso.it.

¹⁵ Si escludono i comuni di Grosseto, Latina, Livorno, L'Aquila e Reggio Calabria che pesano poco più di un quarto dei flussi turistici in queste aree.

4,7 per mille. La popolazione europea è quella presente in Italia con maggiore frequenza, ma è l'America centrale e meridionale ad aver registrato la crescita più forte (Tavola 1).

Tavola 1: Arrivi per turismo internazionale in Italia (per mille abitanti dell'area di provenienza)

	Totale						di cui: per la prima volta					
	Europa	Nord America	America centro-meridionale	Asia	Oceania e Africa	Totale	Europa	Nord America	America centro-meridionale	Asia	Oceania e Africa	Totale
2010	28,11	5,30	0,59	0,14	0,55	3,46	5,29	2,68	0,38	0,09	0,37	0,84
2011	30,55	6,27	0,81	0,16	0,63	3,77	5,09	3,39	0,55	0,10	0,42	0,88
2012	30,16	6,12	0,92	0,19	0,56	3,71	4,83	3,45	0,61	0,13	0,35	0,86
2013	30,57	6,99	1,10	0,23	0,64	3,81	4,83	3,60	0,72	0,15	0,41	0,89
2014	31,87	7,46	1,30	0,24	0,63	3,95	5,79	3,43	0,87	0,15	0,37	0,98
2015	34,32	8,07	1,42	0,25	0,67	4,22	5,91	3,34	0,92	0,14	0,36	0,97
2016	37,12	7,34	1,47	0,25	0,56	4,41	6,10	2,81	0,93	0,13	0,31	0,95
2017	39,84	8,68	1,61	0,25	0,62	4,72	5,46	3,34	1,11	0,14	0,36	0,93

Fonte: Banca d'Italia e ONU.

In un contesto caratterizzato dalla crescita della quota di popolazione mondiale che viaggia, diventa rilevante valutare la capacità di fidelizzazione della clientela posseduta dai prodotti turistici offerti dall'Italia. L'indagine della Banca d'Italia, rilevando il numero di volte che il viaggiatore ha visitato l'Italia nell'arco della propria vita, fornisce alcuni interessanti elementi di valutazione.

La crescita degli arrivi dei turisti che giungono per la prima volta in Italia è stata inferiore a quella dei visitatori che vi sono ritornati (2,8 e 7,2 per cento in media all'anno, rispettivamente); quest'ultima ha contribuito al 90 per cento dell'aumento complessivo.

I nuovi arrivi sono molto meno frequenti per i visitatori europei, mentre sono maggioritari per le aree extra-europee, dove hanno registrato anche la crescita più sostenuta. Tre quarti dei turisti che arrivano in Italia per la prima volta scelgono una vacanza in una città d'arte; questa preferenza caratterizza oltre il 90 per cento dei visitatori extraeuropei, mentre riguarda i due terzi dei turisti europei. I turisti che arrivano in Italia per la prima volta per una vacanza culturale visitano prevalentemente i grandi centri urbani: solo il 4 per cento sceglie località a urbanizzazione medio-bassa.

La quota di vacanze culturali per i viaggiatori che ritornano in Italia diminuisce al 43 per cento, pur rimanendo elevata per i turisti extraeuropei (quasi l'80 per cento). La vacanza culturale rappresenta, invece, solo il 39 per cento delle scelte degli europei che tornano in Italia. Tra i visitatori che tornano in Italia per una vacanza culturale la quota di quelli che visitano un centro a urbanizzazione medio-bassa sale al 14 per cento, in particolare tra i turisti europei (oltre il 15 per cento).

La vacanza culturale conferma quindi il proprio ruolo di prodotto di punta della destinazione Italia, in grado di orientare la scelta del Paese come meta privilegiata dei viaggiatori extraeuropei e rimanendo ancora la motivazione principale dei turisti europei che per la prima volta giungono in Italia. È quindi sui contenuti culturali del viaggio in Italia che si può fare leva per cercare di fidelizzare il turista internazionale e indurlo a ritornare, per consentirgli di fruire anche degli altri prodotti turistici.

5. Caratteristiche dei turisti e tipo di vacanza

Per analizzare la relazione tra il tipo di vacanza e le principali caratteristiche dei turisti stranieri giunti in Italia abbiamo stimato un modello logit per ciascun prodotto (vacanza al mare, in montagna, culturale, rurale) utilizzando i dati dell'indagine della Banca d'Italia sul turismo internazionale dal 2010 al 2017.

La variabile dipendente è una dicotomica che assume valore 1 se il viaggio del turista straniero è riconducibile al prodotto in esame (es. vacanza al mare) oppure 0 nel caso di uno dei prodotti alternativi. Le variabili esplicative sono tutte categoriche e includono la classe di età del rispondente, la tipologia del gruppo di persone che condivide il viaggio, l'area geografica di provenienza e la specificazione che si tratti o meno della prima vacanza in Italia.

Nella Tavola 2 sono riportati i risultati delle stime per l'intero campione (anni 2010-17): i parametri (colonne 1-4), stimati per differenza rispetto a una categoria di riferimento, catturano l'effetto di ciascuna modalità della variabile in esame alternativa a tale categoria, a parità delle altre caratteristiche; le diverse categorie di riferimento individuano un termine di confronto (che di seguito chiameremo "viaggiatore tipo") rappresentato da un viaggiatore di 45-64 anni, proveniente da uno stato dell'Unione Europea, che viaggia in coppia con un altro turista (con cui divide le spese del viaggio) e ha già visitato l'Italia in precedenza. Al fine di agevolare l'interpretazione dei coefficienti, nella tavola gli effetti sono espressi anche in termini di probabilità stimate (colonne 5-8).

Tavola 2. Modelli logit per il tipo di vacanza dei viaggiatori stranieri in Italia: intero periodo 2010-2017

Caratteristiche	Parametri (1)				Probabilità (%)			
	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale
viaggiatore tipo	-1,1924	-2,8984	0,0291	-1,3614	23,3	5,2	50,7	20,4
	differenze rispetto al viaggiatore tipo							
15-24 anni	-0,0260	-0,8984	0,4650	-0,5299	-0,5	-3,0	11,4	-7,3
25-34 anni	-0,0751	-0,5914	0,4307	-0,4719	-1,3	-2,3	10,6	-6,6
35-44 anni	-0,1359	-0,2906	0,3084	-0,2459	-2,3	-1,3	7,6	-3,7
65+ anni	0,1904	0,2090	-0,2829	0,1486	3,6	1,1	-7,0	2,5
viaggiatore singolo	-0,4936	0,3367	0,0998	0,2123	-7,7	1,9	2,5	3,7
gruppo con bambini	0,9192	0,4699	-1,0589	0,3065	19,9	2,9	-24,4	5,4
altro gruppo 2+ viaggiatori	0,0814	0,5592	-0,2387	0,1264	1,5	3,6	-5,9	2,1
Europa non UE	0,3147	0,5282	-0,3176	-0,0940	6,1	3,3	-7,9	-1,5
Nord America	-1,4305	-1,2167	1,1890	-0,4537	-16,5	-3,6	26,4	-6,4
Centro-Sud America	-2,1956	-1,8528	1,9588	-1,2086	-20,0	-4,4	37,2	-13,3
Asia	-2,1981	-0,9304	1,5745	-0,7351	-20,0	-3,1	32,5	-9,5
altro	-1,5293	-1,2319	1,3717	-0,7166	-17,1	-3,6	29,5	-9,3
prima volta in Italia	-0,4868	-0,9321	0,8474	-0,7723	-7,6	-3,1	19,9	-9,8
osservazioni	250.240	250.240	250.240	250.240				
Akaike Information Criterion (solo intercetta)	224.379 (243.554)	80.305 (85.375)	294.926 (331.966)	200.715 (209.214)				
Wald (Prob> χ^2)	13.401,7 (<0,0001)	3.838,7 (<0,0001)	27.598,1 (<0,0001)	6.984,5 (<0,0001)				
pseudo R ² (2)	0,1187	0,0697	0,1874	0,0591				

Fonte: elaborazioni sui dati dell'Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia.

(1) Tutti i parametri risultano significativi con $p < 0,01$ tranne quello riferito alla classe di età 15-24 anni per la vacanza al mare. –

(2) Max-rescaled R², cfr. Nagelkerke (1991).

Il tipo di vacanza¹⁶ risulta con una certa evidenza associato all'età del rispondente. Al crescere dell'età si riduce la probabilità di una vacanza culturale (dal 62 per cento per i giovani fino a 24 anni al 44 per cento circa per gli ultra 65enni, per una coppia proveniente dall'Unione Europea e già stata in Italia in precedenza), a vantaggio degli altri prodotti. La probabilità di una vacanza rurale sale così progressivamente con l'età, fino ad aumentare di 10 punti percentuali (dal 13 al 23 per cento) per gli ultra 65enni rispetto ai più giovani; per la vacanza al mare o in montagna la stessa differenza risulta più contenuta, attestandosi sui 4 punti percentuali.

Un turista straniero che viaggia da solo è maggiormente incline a visitare le città d'arte, con una probabilità del 53 per cento, mentre si reca più difficilmente in una località balneare; non vi sono differenze sostanziali, invece, nella sua decisione di trascorrere una vacanza in montagna rispetto alle altre tipologie di gruppo. I gruppi con bambini fino a 14 anni, al contrario delle altre categorie di viaggiatori, privilegiano la vacanza al mare (con il 43 per cento di probabilità, 20 punti percentuali in più delle coppie, a parità delle altre caratteristiche di riferimento); per questi gruppi anche la probabilità di fare una vacanza in montagna o rurale è più elevata nel confronto con le

¹⁶ A questo proposito ricordiamo che la variabile dipendente non è assimilabile alla probabilità di fare quel determinato tipo di vacanza in Italia, ma piuttosto alla probabilità di fare quel tipo di vacanza condizionatamente al fatto di essere arrivati in Italia per turismo.

coppie, mentre risulta sensibilmente inferiore quella associata a una meta culturale: quanto osservato evidenzia una consistente e nondimeno attesa influenza delle peculiari esigenze dei più piccoli nella scelta del prodotto turistico da parte delle famiglie.

I viaggiatori provenienti da paesi Europei extra Unione (in larga parte dalla Svizzera, ma anche dalla Russia) tendono a privilegiare il mare e la montagna più dei comunitari. Gli extraeuropei, al contrario, prediligono nettamente le città d'arte come destinazione del loro viaggio (con probabilità che raggiungono quasi il 90 per cento).

Distinguendo tra i turisti stranieri che visitavano il nostro Paese per la prima volta (circa il 30 per cento delle nostre osservazioni) e quelli che vi erano già stati in passato emerge come il tipo di vacanza sia influenzato da questa specifica circostanza. Nel primo caso la probabilità di una vacanza culturale si attesta al 70 per cento per il viaggiatore tipo, per scendere al 51 in caso di un ritorno nel nostro Paese, a beneficio di tutti gli altri prodotti alternativi e in particolare della vacanza rurale e di quella balneare (cfr. le probabilità stimate riportate nella Tavola 3). Tale differenza è ancora più ampia per i viaggiatori di 65 anni e oltre, per i quali la probabilità di visitare una meta culturale, simile a quella stimata per i 45-64enni al primo viaggio in Italia¹⁷, scende di circa 25 punti percentuali nelle occasioni successive. Con riferimento all'area geografica di residenza, la provenienza dalle aree extra europee fa sì che la vacanza culturale rimanga l'opzione ampiamente prevalente anche per i visitatori che tornano in Italia dopo esserci già stati in precedenza.

Tavola 3. Modelli logit per il tipo di vacanza: stima delle probabilità (%) con distinzione per prima volta

Caratteristiche	Prima volta in Italia				Già stati in precedenza in Italia			
	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale
viaggiatore tipo	16,0	2,4	69,8	11,4	23,3	5,2	50,9	20,2
	differenze rispetto al viaggiatore tipo				differenze rispetto al viaggiatore tipo			
15-24 anni	-2,1	-1,4	9,3	-5,1	0,5	-3,0	11,0	-6,8
25-34 anni	-2,0	-1,2	8,2	-4,5	-1,0	-2,2	10,6	-6,4
35-44 anni	-1,8	-0,7	6,4	-3,6	-2,4	-1,2	7,5	-3,3
65+ anni	2,9	-0,8	-1,6	0,0	3,6	1,3	-7,7	2,8
viaggiatore singolo	-5,7	0,8	3,1	1,9	-7,6	1,9	2,3	3,7
gruppo con bambini	18,3	3,0	-25,3	6,4	19,5	2,6	-24,5	4,8
altro gruppo 2+ viaggiatori	2,2	1,1	-2,8	-0,1	1,2	3,7	-6,8	2,6
Europa non UE	6,4	1,5	-7,9	-0,2	5,6	3,3	-7,6	-1,6
Nord America	-11,6	-1,7	16,1	-2,1	-16,5	-3,6	28,0	-7,4
Centro-Sud America	-14,4	-2,2	25,2	-8,2	-19,1	-4,0	35,5	-12,1
Asia	-14,6	-1,5	22,4	-5,4	-18,9	-3,0	31,6	-9,4
altro	-12,8	-1,8	21,0	-5,9	-15,9	-3,4	28,1	-8,4

Fonte: elaborazioni sui dati dell'Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia.

¹⁷ Nelle stime riferite alla vacanza culturale (e a quella rurale) in occasione della prima volta in Italia il parametro associato alla classe di età 65 anni e oltre perde di significatività. Cfr. le stime riportate nella Tavola A7.

Concentrando la nostra analisi distintamente sul triennio iniziale e su quello finale del periodo considerato è possibile individuare i cambiamenti intervenuti negli anni più recenti.

Da questo tipo di analisi emerge che negli ultimi tre anni la probabilità di una vacanza al mare è aumentata, per il viaggiatore tipo, di circa 3 punti percentuali (al 25 per cento; cfr. Tavola 4), mentre quella di una vacanza culturale approssimativamente di 2 punti; al contempo la probabilità è diminuita per gli altri prodotti e in particolare per quello rurale, di quasi 5 punti (al 18 per cento). L'aumento della probabilità di una vacanza al mare si associa soprattutto ai meno giovani, cui si può contestualmente riferire il calo osservato per la vacanza rurale. Quest'ultimo può essere anche ricondotto alle mutate preferenze dei gruppi di viaggiatori, in particolare di quelli con bambini al seguito, che nell'ultimo triennio si sono maggiormente orientati verso il prodotto culturale rispetto al passato. Per i gruppi con bambini resta in ogni caso confermata la preferenza relativa per le mete balneari rispetto a quelle culturali che, come evidenziato in precedenza, osserviamo solo per questa particolare categoria di viaggiatori. Infine, non si rilevano più differenze significative nella fruizione di viaggi a carattere culturale da parte dei viaggiatori singoli, nel confronto con i viaggiatori che si muovono in coppia e che rappresentano la categoria di riferimento nelle nostre analisi (cfr. le stime dei parametri riportate nella Tavola A8).

Tavola 4. Modelli logit per il tipo di vacanza: stima delle probabilità (%) con distinzione per triennio

Caratteristiche	Triennio 2010-2012				Triennio 2015-2017			
	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale
viaggiatore tipo	21,4	5,5	50,2	22,5	24,6	4,9	52,5	17,8
	differenze rispetto al viaggiatore tipo				differenze rispetto al viaggiatore tipo			
15-24 anni	-0,4	-3,1	13,5	-9,6	-2,6	-2,3	10,2	-4,9
25-34 anni	-1,8	-2,2	12,4	-8,1	-2,1	-1,9	9,9	-5,4
35-44 anni	-2,7	-1,2	8,8	-4,6	-2,7	-1,3	6,7	-2,4
65+ anni	2,2	0,9	-5,9	3,0	5,7	0,7	-9,3	3,1
viaggiatore singolo	-6,7	1,6	3,9	1,4	-7,4	1,8	-0,1	5,9
gruppo con bambini	23,0	2,4	-26,3	5,5	20,0	3,0	-23,7	3,5
altro gruppo 2+ viaggiatori	1,7	4,3	-6,5	2,2	2,1	1,9	-5,2	1,8
Europa non UE	6,4	2,2	-5,8	-3,3	5,3	6,2	-12,0	1,0
Nord America	-15,3	-4,0	24,7	-5,2	-17,5	-3,1	26,5	-6,1
Centro-Sud America	-18,5	-5,0	38,8	-15,7	-20,1	-3,8	33,7	-10,4
Asia	-18,6	-2,5	31,5	-10,3	-20,5	-3,3	30,4	-6,9
altro	-16,5	-3,8	30,4	-10,4	-16,1	-3,1	25,5	-6,9
prima volta in Italia	-7,7	-3,4	22,0	-11,8	-6,7	-2,7	16,3	-7,3

Fonte: elaborazioni sui dati dell'Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia.

6. Conclusioni

Il confronto internazionale delle statistiche sui viaggi di vacanza mostra come l'Italia mantenga ancora una posizione di rilievo come meta per i turisti di tutto il mondo: è la terza destinazione in Europa (ben distanziata rispetto a Spagna e Francia) e la quarta nel mondo, prossima agli Stati Uniti. In termini dinamici ha mostrato, dal 2010, una crescita in linea con quella del turismo *leisure* a livello globale.

L'Italia offre una molteplicità di prodotti turistici prevalentemente basati sull'ampia dotazione di patrimonio artistico, culturale e paesaggistico del Paese. Dal 2010 gli arrivi per vacanze culturali (o nelle città d'arte) hanno registrato la crescita maggiore e anche gli altri prodotti di rilievo (vacanze rurali e vacanze al mare) si sono arricchiti di contenuti culturali e artistici: mete come la Sicilia e la Campania hanno abbinato i propri asset artistici e culturali all'attrazione di tipo balneare ed è aumentata, nel complesso, la quota di turisti che ha pernottato in più di una località.

Poiché il turismo culturale si dirige innanzi tutto verso un numero ristretto di aree caratterizzate da un'elevata dotazione di patrimonio artistico e culturale (come i siti Unesco), la sua crescita sta determinando un aumento della concentrazione dei turisti nelle principali aree urbane nazionali, con esternalità negative connesse con la sostenibilità ambientale dei flussi turistici ed effetti sui prezzi degli immobili che, a loro volta, condizionano l'assetto urbanistico ed economico delle città d'arte.

Fortunatamente la crescita delle vacanze culturali sta interessando anche destinazioni minori (meno urbanizzate o con una dotazione di patrimonio culturale più contenuta), specialmente nel Nord Ovest e nel Mezzogiorno, offrendo nuove opportunità di sviluppo in territori talvolta caratterizzati da livelli di reddito inferiori. Più contenuto appare invece il ruolo di parchi naturali e borghi caratteristici, destinazioni che attraggono una quota limitata e stabile di visitatori stranieri.

In Italia la crescita del turismo è stata alimentata, come a livello globale, dalla crescente propensione a viaggiare della popolazione mondiale, specialmente di quella più giovane e di quella proveniente dai paesi emergenti (Asia e America centro-meridionale); sono aumentati i turisti che viaggiano da soli o, al più, in coppia. Alla crescita degli arrivi hanno contribuito prevalentemente i turisti che sono tornati in Italia dopo esserci già stati, solo per i viaggiatori provenienti dall'America Latina e dall'Asia l'apporto di chi è giunto per la prima volta è stato rilevante.

Le vacanze culturali sono la tipologia più frequente per i turisti extraeuropei, nelle classi d'età più giovani, che viaggiano da soli o in coppia. Queste caratteristiche sono ancor più rilevanti per coloro che arrivano in Italia per la prima volta e che, con maggior frequenza, visitano le grandi città d'arte. Il prodotto mare e quello rurale sono le soluzioni più frequenti per le classi d'età più avanzate, per gli europei, per chi viaggia in gruppo (specialmente con bambini) e per chi torna in Italia dopo esserci già stato. Tra gli europei che tornano in Italia per fare una vacanza culturale è più frequente la visita di un centro minore.

Le analisi condotte mostrano, in definitiva, come il patrimonio artistico, culturale e paesaggistico del Paese rivesta un ruolo di attrazione primario sia per i viaggiatori extraeuropei sia per quelli europei che per la prima volta giungono in Italia. Questo patrimonio assume un ruolo crescente anche nel completamento delle esperienze di viaggio dei turisti che tornano in Italia per una vacanza rurale o al mare. Le grandi città d'arte italiane costituiscono un'importante leva di fidelizzazione del viaggiatore internazionale che, decidendo di tornare in Italia, con maggior frequenza visita anche i centri minori. In questo senso sembra esservi complementarità tra la visita alle grandi città d'arte e lo sviluppo turistico dei centri culturali minori.

Bibliografia

Alivernini A., E. Breda e E. Iannario (2013), "Quindici anni di turismo internazionale dell'Italia (1997-2011)", in *Il turismo internazionale in Italia: dati e risultati*, Banca d'Italia, collana Seminari e convegni, n. 12.

Breda E., R. Cappariello e V. Romano (2018), "Il turismo internazionale dell'Italia: recenti tendenze evolutive e confronto con i principali concorrenti europei", in corso di pubblicazione.

Buhalis D. (2000), "Marketing the competitive destination of the future", *Tourism management*, vol. 21, pp. 97-116.

Istat (2015), *La nuova geografia dei Sistemi locali*.

Istat (2017), *Conto satellite del turismo per l'Italia - Anno 2015*, comunicato del 13 dicembre 2017.

MIBACT (2017), *Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022*.

Murphy P., M. P. Pritchard e B. Smith (2000), "The destination product and its impact on traveler perceptions", *Tourism Management*, vol. 21, pp. 43-52.

OECD (2018), *Tourism Trends and Policies*, 2018.

UNWTO (2011), *Tourism Towards 2030 / Global Overview*

UNWTO (2019), *Tourism Highlights, 2018 Edition*

Appendice statistica

Tavola A1: Statistiche del turismo: l'Italia nel confronto internazionale

	2000	2010	2017	2000-17	2010-17
Arrivi (esclusi escursionisti, milioni)					
<i>World Tourism Organization (a)</i>					
Mondo	674	953	1326	95%	39%
Europa	387	489	672	71%	38%
EU28	331	384	539	60%	41%
Italia	42	44	58	39%	34%
<i>Italia-Mondo</i>				-56%	-6%
<i>Italia-EU28</i>				-21%	-7%
<i>Eurostat (b)</i>					
EU28 (1)	210	244	366	74%	50%
Italia	35	44	61	72%	38%
<i>Italia-EU28 (1)</i>				-2%	-12%
Arrivi per viaggi di vacanza (esclusi escursionisti, milioni)					
<i>World Tourism Organization (a)</i>					
Mondo	..	486	729	..	50%
Italia	..	24	36	..	48%
<i>Italia-Mondo</i>				..	-2%
Pernottamenti (milioni)					
<i>Eurostat (b)</i>					
EU28 (1)	928	1.004	1.399	51%	39%
Italia	140	165	211	50%	28%
<i>Italia-EU28 (1)</i>				-1%	-12%

Note: (a) I dati sugli arrivi del *World Tourism Organization* provengono da fonti nazionali miste (indagini alle frontiere e dati rilevati presso le strutture ricettive). Per l'Italia i dati provengono dall'Indagine sul turismo internazionale dell'Italia della Banca d'Italia. – (b) I dati *Eurostat* provengono da indagini e dati amministrativi rilevati presso le strutture ricettive. Per l'Italia la fonte è costituita dal Movimento nelle strutture ricettive dell'Istat. - (1) I dati non comprendono Regno Unito, Irlanda, Estonia e Malta.

Tavola A2: Presenze per tipo di vacanza e tipo di comune di destinazione (1)

	Quota % nel 2010	Quota % nel 2017	Tasso di crescita medio annuo 2010-2017
Vacanza culturale	44,8	52,3	7,2
<i>per grado di urbanizzazione del comune:</i>			
alto	77,7	79,3	7,5
medio-basso	18,7	17,7	6,4
<i>per dotazione di patrimonio culturale del comune</i>			
alta	79,2	77,5	6,9
medio-bassa	17,2	19,6	9,2
Vacanza al mare	27,0	26,3	4,5
<i>per grado di urbanizzazione del comune:</i>			
alto	29,0	22,1	0,5
medio-basso	69,7	76,8	5,9
<i>per dotazione di patrimonio culturale del comune:</i>			
alta	29,4	25,9	2,7
medio-bassa	69,3	73,0	5,3
Vacanza rurale	20,5	15,8	1,0
<i>per grado di urbanizzazione del comune:</i>			
alto	21,5	25,5	3,5
medio-basso	76,9	73,4	0,3
<i>per dotazione di patrimonio culturale del comune:</i>			
alta	37,6	32,9	-1,1
medio-bassa	60,8	66,0	2,6
Vacanza in montagna	7,6	5,6	0,4
Totale	100,0	100,0	4,9
<i>per grado di urbanizzazione del comune:</i>			
alto	48,2	52,3	6,1
medio-basso	49,5	46,7	3,7
<i>per dotazione di patrimonio culturale del comune:</i>			
alta	53,7	54,7	5,2
medio-bassa	44,0	43,3	4,6

Fonte: Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia e Istat.

Note: (1) La classificazione dei comuni in base al grado di urbanizzazione è calcolata da Eurostat utilizzando la griglia di popolazione di 1 kmq; il dato demografico è relativo al 2006. La classificazione dei comuni in base alla dotazione di patrimonio culturale e paesaggistico si basa sulla classificazione dei sistemi locali del lavoro elaborata dall'Istat nel volume "La nuova geografia dei sistemi locali". Tale classificazione sfrutta i risultati di un'analisi cluster condotta su 10 variabili relative alla dotazione di patrimonio culturale e paesaggistico. Ai fini della nostra analisi consideriamo comuni ad alto livello di dotazione culturale e paesaggistica quelli rientrati nei sistemi locali definiti come "La grande bellezza" e "La potenzialità del patrimonio" (cfr. Istat, 2015). La mancata quadratura a 100 per le quote delle suddette classificazioni è dovuto all'assenza dell'indicazione del comune di destinazione in alcuni record dell'Indagine sul turismo internazionale. Tale quota riferibile ai pernottamenti che non si possono ripartire è di circa il 3 per cento.

Tavola A3: Presenze per motivazione principale e secondaria

MOTIVAZIONE SECONDARIA	MOTIVAZIONE PRINCIPALE									
	Vacanza rurale		Vacanza culturale		Vacanza al mare		Vacanza in montagna		Totale	
	2010	2017	2010	2017	2010	2017	2010	2017	2010	2017
Rurale	-	-	6,1	13,3	5,5	11,4	8,0	40,2	5,5	14,4
Culturale	8,7	23,7	-	-	15,0	23,6	4,3	17,6	6,1	10,4
Mare	2,9	4,6	5,3	9,9	-	-	4,7	2,7	3,3	6,0
Montagna	2,9	7,8	0,7	1,2	2,1	0,9	-	-	1,5	19,0
Totale (con motivazione secondaria)	14,5	36,2	12,1	24,4	22,6	36,0	17,0	60,5	16,4	32,7
Nessuna motivazione secondaria	85,5	63,8	87,9	75,6	77,4	64,0	83,0	39,5	83,6	67,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia.

Tavola A4: Presenze nei comuni in cui sono ubicati siti Unesco, borghi caratteristici e parchi naturali (1)

	Quota % nel 2010	Quota % nel 2017	Tasso di crescita medio annuo 2010-2017
Siti Unesco	44,5	51,1	7,0
<i>per grado di urbanizzazione del comune:</i>			
alto	82,9	86,3	7,6
medio-basso	17,1	13,7	3,7
Bandiere arancioni	2,3	2,1	3,9
<i>per grado di urbanizzazione del comune:</i>			
alto	-	-	-
medio-basso	100,0	100,0	3,9
Parchi nazionali	2,8	2,4	2,4
<i>per grado di urbanizzazione del comune:</i>			
alto	18,7	9,7	-6,8
medio-basso	81,3	90,3	4,0
<i>Parchi nazionali (esclusi i grandi comuni) (2)</i>	1,9	1,9	4,9

Fonte: Indagine sul turismo internazionale - Banca d'Italia, Touring Club Italiano, Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare, Comuniverso e Istat.

Note: (1) La classificazione dei comuni in base al grado di urbanizzazione è calcolata da Eurostat utilizzando la griglia di popolazione di 1 kmq; il dato demografico è relativo al 2006. - (2) Si escludono i comuni di Grosseto, Latina, Livorno, L'Aquila e Reggio Calabria.

Tavola A5. Variazione degli arrivi per caratteristiche dei viaggiatori stranieri (var. % media 2010-17)

Caratteristiche	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale	Totale
15-24 anni	-1,7	13,9	5,7	0,9	4,5
25-34 anni	7,2	4,0	9,2	3,0	7,7
35-44 anni	5,4	1,0	6,3	3,8	5,2
45-64 anni	6,7	2,2	7,7	-0,1	5,2
65+ anni	9,3	0,4	8,9	1,2	6,1
viaggiatore singolo	5,1	9,5	8,6	6,2	7,9
coppia di viaggiatori	8,3	4,6	8,2	3,3	7,1
gruppo con bambini	6,4	8,1	10,6	1,7	6,5
altro gruppo 2+ viaggiatori	2,8	-3,2	5,3	-2,8	2,4
Europa UE	6,5	0,7	7,2	1,5	5,2
Europa non UE	2,6	13,1	5,1	2,1	4,9
Nord America	12,2	3,3	8,5	2,5	8,1
Centro-Sud America	17,9	14,6	16,8	8,4	16,6
Asia	9,1	-14,1	10,4	8,2	9,7
altro	9,2	-14,0	3,9	5,6	4,2
prima volta in Italia	-3,9	-1,6	4,5	-2,5	2,8
già stati in Italia in precedenza	7,3	2,9	10,4	2,7	7,2
Totale	6,2	2,4	7,6	1,7	5,8

Fonte: elaborazioni su dati dell'Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia.

Tavola A6. Quote di arrivi per caratteristiche dei viaggiatori stranieri (%)

Caratteristiche	vacanza al mare		vacanza in montagna		vacanza culturale		vacanza rurale		Totale	
	quota % 2010	quota % 2017	quota % 2010	quota % 2017	quota % 2010	quota % 2017	quota % 2010	quota % 2017	quota % 2010	quota % 2017
15-24 anni	6,8	4,0	3,2	6,7	11,5	10,2	5,0	4,8	8,4	7,7
25-34 anni	15,8	16,9	14,3	15,9	25,5	28,2	15,8	17,3	20,4	23,2
35-44 anni	29,8	28,2	24,3	22,0	27,9	25,6	26,6	30,8	27,7	26,8
45-64 anni	37,7	39,0	42,7	42,0	29,0	29,3	41,5	36,5	34,7	33,4
65+ anni	9,8	12,0	15,5	13,5	6,2	6,7	11,0	10,6	8,8	9,0
viaggiatore singolo	5,5	5,1	7,9	12,5	12,8	13,7	7,6	10,3	9,7	11,2
coppia di viaggiatori	41,6	47,7	38,0	44,0	51,6	53,7	47,4	52,8	47,5	51,6
gruppo con bambini	23,9	24,1	9,0	13,0	5,7	6,9	14,7	14,7	11,7	12,3
altro gruppo 2+ viaggiatori	29,1	23,1	45,2	30,4	29,9	25,7	30,3	22,1	31,1	24,9
Europa UE	85,5	86,7	86,6	77,0	68,4	66,6	86,2	85,0	77,3	74,7
Europa non UE	11,6	9,0	10,5	20,9	7,4	6,3	8,2	8,4	8,7	8,2
Nord America	1,9	2,8	1,4	1,5	12,6	13,4	3,8	4,0	7,5	8,8
Centro-Sud America	0,2	0,4	0,1	0,2	2,8	5,0	0,2	0,4	1,5	2,9
Asia	0,3	0,4	1,1	0,3	4,3	5,2	0,8	1,2	2,4	3,2
altro	0,6	0,7	0,3	0,1	4,5	3,5	0,7	0,9	2,5	2,3
prima volta in Italia	17,9	9,1	6,7	5,0	38,7	30,1	10,7	7,7	25,5	20,3
già stati in Italia in precedenza	82,1	90,9	93,3	95,0	61,3	69,9	89,3	92,3	74,5	79,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni sui dati dell'Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia.

Tavola A7. Modelli logit per il tipo di vacanza: stima dei parametri con distinzione per prima volta

Caratteristiche	Prima volta in Italia (1)				Già stati in precedenza in Italia (1)			
	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale
viaggiatore tipo	-1,6598***	-3,7040***	0,8379***	-2,0519***	-1,1939***	-2,9124***	0,0379***	-1,3739***
15-24 anni	-0,1693***	-0,9286***	0,4949***	-0,6524***	0,0294	-0,8892***	0,4473***	-0,4914***
25-34 anni	-0,1559***	-0,6878***	0,4270***	-0,5521***	-0,0568***	-0,5740***	0,4338***	-0,4583***
35-44 anni	-0,1375***	-0,3439***	0,3254***	-0,4135***	-0,1384***	-0,2848***	0,3049***	-0,2170***
65+ anni	0,2006***	-0,3990**	-0,0764	-0,0033	0,1912***	0,2402***	-0,3110***	0,1630***
viaggiatore singolo	-0,5118***	0,3000***	0,1503***	0,1799***	-0,4901***	0,3373***	0,0909***	0,2153***
gruppo con bambini	1,0096***	0,8504***	-1,0578***	0,5197***	0,9035***	0,4324***	-1,0585***	0,2765***
altro gruppo 2+ viaggiatori	0,1549***	0,3835***	-0,1310***	-0,0117	0,0651***	0,5832***	-0,2713***	0,1568***
Europa non UE	0,4141***	0,4899***	-0,3529***	-0,0237	0,2910***	0,5315***	-0,3072***	-0,1056***
Nord America	-1,4247***	-1,2356***	0,9726***	-0,2257***	-1,4356***	-1,2074***	1,2853***	-0,5466***
Centro-Sud America	-2,4555***	-2,4385***	2,1077***	-1,3464***	-1,9360***	-1,5629***	1,8190***	-1,0580***
Asia	-2,6292***	-1,0133***	1,6340***	-0,6965***	-1,8857***	-0,8837***	1,5126***	-0,7381***
altro	-1,7582***	-1,4754***	1,4560***	-0,7873***	-1,3436***	-1,1073***	1,2926***	-0,6346***
osservazioni	73.717	73.717	73.717	73.717	176.523	176.523	176.523	176.523
Akaike Information Criterion (solo intercetta)	46.238 (51.354)	10.660 (11.218)	67.070 (73.183)	37.093 (38.034)	178.062 (187.556)	69.607 (71.947)	227.723 (243.229)	163.507 (165.835)
Wald (Prob> χ^2)	3.464,9 (<0,0001)	477,9 (<0,0001)	4.836,3 (<0,0001)	862,5 (<0,0001)	7.395,0 (<0,0001)	2.069,9 (<0,0001)	12.867,2 (<0,0001)	2.172,7 (<0,0001)
pseudo R ² (2)	0,1342	0,0557	0,1269	0,0323	0,0802	0,0397	0,1126	0,0217

Fonte: elaborazioni sui dati dell'Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia.

(1) Significatività dei parametri: * p<0,10, ** p<0,05, *** p<0,01. – (2) Max-rescaled R², cfr. Nagelkerke (1991).

Tavola A8. Modelli logit per il tipo di vacanza: stima dei parametri con distinzione per triennio

Caratteristiche	Triennio 2010-2012 (1)				Triennio 2014-2017 (1)			
	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale	vacanza al mare	vacanza in montagna	vacanza culturale	vacanza rurale
viaggiatore tipo	-1,2992***	-2,8473***	0,0094	-1,2396***	-1,1180***	-2,9657***	0,0982***	-1,5324***
15-24 anni	-0,0211	-0,8687***	0,5546***	-0,6778***	-0,1453***	-0,6700***	0,4177***	-0,3772***
25-34 anni	-0,1079***	-0,5480***	0,5057***	-0,5496***	-0,1190***	-0,5243***	0,4052***	-0,4226***
35-44 anni	-0,1705***	-0,2477***	0,3561***	-0,2852***	-0,1509***	-0,3127***	0,2701***	-0,1718***
65+ anni	0,1268***	0,1608***	-0,2369***	0,1664***	0,2869***	0,1386**	-0,3755***	0,2002***
viaggiatore singolo	-0,4559***	0,2689***	0,1544***	0,0802***	-0,4524***	0,3240***	-0,0026	0,3635***
gruppo con bambini	1,0765***	0,3839***	-1,1642***	0,2933***	0,9045***	0,5108***	-1,0063***	0,2262***
altro gruppo 2+ viaggiatori	0,0974***	0,6214***	-0,2634***	0,1196***	0,1108***	0,3464***	-0,2093***	0,1196***
Europa non UE	0,3487***	0,3562***	-0,2346***	-0,1977***	0,2657***	0,8829***	-0,4849***	0,0672**
Nord America	-1,4300***	-1,3726***	1,0842***	-0,3281***	-1,4496***	-1,0129***	1,2255***	-0,4967***
Centro-Sud America	-2,2152***	-2,3981***	2,0867***	-1,3793***	-1,9373***	-1,4938***	1,7260***	-1,0045***
Asia	-2,2357***	-0,6251***	1,4895***	-0,7351***	-2,0288***	-1,1550***	1,4764***	-0,5728***
altro	-1,6676***	-1,2403***	1,4158***	-0,7445***	-1,2545***	-1,0145***	1,1654***	-0,5769***
prima volta in Italia	-0,5390***	-1,0006***	0,9489***	-0,8838***	-0,4022***	-0,8342***	0,6915***	-0,6138***
osservazioni	98.675	98.675	98.675	98.675	87.923	87.923	87.923	87.923
Akaike Information Criterion (solo intercetta)	84.217 (91.932)	32.172 (34.225)	114.437 (130.225)	80.385 (84.651)	82.351 (88.803)	28.059 (29.687)	105.962 (117.181)	69.568 (71.596)
Wald (Prob> χ^2)	5.553,3 (<0,0001)	1.472,0 (<0,0001)	11.610,2 (<0,0001)	3.410,0 (<0,0001)	4.676,5 (<0,0001)	1.393,7 (<0,0001)	8.744,0 (<0,0001)	1.774,3 (<0,0001)
pseudo R ² (2)	0,1245	0,0712	0,2021	0,0739	0,1117	0,0650	0,1631	0,0415

Fonte: elaborazioni sui dati dell'Indagine sul turismo internazionale, Banca d'Italia.

(1) Significatività dei parametri: * p<0,10, ** p<0,05, *** p<0,01. – (2) Max-rescaled R², cfr. Nagelkerke (1991).