



Consiglio Nazionale
delle Ricerche



XXIII EDIZIONE **2018/2019**

Rapporto sul Turismo Italiano

a cura di

EMILIO BECHERI - ALFONSO MORVILLO

con il Patrocinio



Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo



CISET



TuRiStIcA
Italian Journal of Tourism

rogiosi
editore

INDICE

Autori	IX
Introduzione	XVII
PARTE PRIMA: STATISTICHE ED ECONOMIA	1
Sezione Generale	
1.1 L'Italia nel contesto mondiale ed europeo	5
1. L'inarrestabile crescita del turismo	5
2. Il turismo come "non settore"	11
3. L'Italia nel contesto del turismo europeo	14
4. Conclusioni	22
1.2 Il movimento dei clienti negli esercizi ricettivi italiani	25
1. Arrivi, presenze ed aree di destinazione	25
2. Le scelte di alloggio	29
3. I flussi internazionali	31
4. Conclusioni	32
1.3 I flussi turistici interregionali	35
1. Introduzione	35
2. I flussi turistici in Italia dei residenti: origine, destinazione, punti nodali	36
3. Mobilità e turismo: serve una prospettiva integrata	42
1.4 Il turismo nell'economia italiana	45
1. Lo scenario economico e la dinamica turistica mondiali nel 2018	45
2. Contabilità economica del turismo in Italia al 2018	46
3. Il comportamento di spesa e i consumi turistici degli stranieri in Italia	49
4. L'impatto macroeconomico del turismo in Italia	50
5. Il quadro macroeconomico del turismo nelle regioni italiane	55
Sezione Focus	
1. A I flussi turistici dall'estero nei comuni italiani	59
1. Introduzione	59
2. I flussi turistici dei clienti stranieri dagli anni '50 ad oggi	59
3. I flussi dei clienti stranieri nel 2018 e la loro dinamica rispetto al 1999	61
4. Che tipo di alloggio sceglie il cliente straniero	63
5. La stagionalità dei flussi turistici dei clienti stranieri	66
6. Le principali destinazioni turistiche dei clienti stranieri	68
7. La spesa turistica dei clienti stranieri	74
8. Conclusioni	76

1.B	La diffusione delle locazioni ad uso turistico in Lombardia	77
1.	Introduzione	77
2.	Il turismo extralberghiero in Lombardia: il conteso di riferimento	77
3.	Le locazioni ad uso turistico: un fenomeno in crescita	82
4.	Le locazioni ad uso turistico: la mappatura regionale	84
5.	Il grado di copertura del monitoraggio del fenomeno	88
6.	Conclusioni	90
1.C	Big Data e turismo: una relazione complicata	91
1.	Dati, dati, dati	91
2.	L'analisi: metodi e tecniche	94
3.	Conclusioni	101
	Allegato: Identikit turistico delle regioni	107
	PARTE SECONDA: IMPRESE E SERVIZI	151
	Sezione Generale	
2.1	L'evoluzione della ricettività alberghiera nel mondo e in Europa	155
1.	Il quadro evolutivo a livello mondiale	155
2.	Il quadro europeo: l'Italia è il paese leader	158
2.2	La ricettività nel sistema turistico italiano	171
1.	Il sistema ricettivo italiano secondo i dati camerali	171
2.	Il sistema ricettivo secondo i dati Istat	173
3.	Conclusioni	188
2.3	La ristorazione nel sistema turistico-ristorativo italiano	189
1.	Evoluzione del sistema della ristorazione	189
2.	Composizione del sistema della ristorazione	192
3.	La forma giuridica	196
4.	La ristorazione nei paesi dell'EU	196
2.4	I servizi turistici	199
1.	I servizi di intermediazione turistica	199
2.	Le guide e gli accompagnatori turistici	204
3.	Il noleggio di imbarcazioni da diporto e di biciclette	206
4.	Le attività museali	210
5.	I parchi di divertimento e tematici	213
6.	Conclusioni	215
2.5	Il trasporto aereo e il turismo	217
1.	Introduzione	217
2.	La domanda di trasporto aereo nel turismo internazionale	217
3.	La domanda di trasporto aereo e di turismo in Italia	221
4.	Il nuovo record di passeggeri negli aeroporti italiani	224
5.	La competitività dei vettori aerei nazionali	226
	Sezione Focus	
2.A	Analisi delle determinanti del comportamento di spesa nei contesti aeroportuali: un focus nel contesto dei servizi Food & Beverage	235
1.	Introduzione	235
2.	La metodologia della ricerca	236

3.	Risultati	237
4.	Conclusioni	240
2.B	L'impatto di Airbnb sul sistema turistico italiano	245
1.	Introduzione	245
2.	Il nuovo scenario competitivo fra tipologie ricettive regolamentate e locazioni turistiche brevi	246
3.	L'impatto di Airbnb sulle destinazioni	248
4.	La situazione attuale degli annunci su Airbnb in Italia	249
5.	Le locazioni di immobili privati ad uso turistico tra normativa statale e regionale	260
6.	Conclusioni	263
2.C	Il contratto di rete nel turismo: scelte organizzative e valutazione della performance	265
1.	Introduzione	265
2.	L'Osservatorio nazionale sulle reti d'impresa e i CdR nel turismo	266
3.	Struttura, organizzazione e performance delle reti nel settore turistico	268
4.	Conclusioni	273
2.D	Turismo nautico: una prospettiva manageriale per una domanda in cambiamento	277
1.	Il turismo nautico: il contesto europeo	277
2.	Le tendenze della domanda e le implicazioni per l'offerta	278
3.	La segmentazione della domanda	284
	PARTE TERZA: COMPETITIVITÀ DELLE DESTINAZIONI	291
	Sezione Generale	
3.1	La competitività della destinazione Italia: un'opportunità da non perdere	295
1.	Introduzione	295
2.	L'evoluzione della quota di mercato della destinazione Italia	296
3.	Il posizionamento competitivo del paese	301
4.	Conclusioni	305
3.2	La competitività delle destinazioni turistiche diffuse: programmazione territoriale e governance turistica per il miglioramento delle performance	309
1.	Introduzione	309
2.	Le destinazioni turistiche diffuse: analisi dei flussi turistici	310
3.	I fattori di supporto alla competitività	319
4.	Politica, pianificazione e sviluppo della destinazione	334
5.	Conclusioni	338
3.3	Dalla competitività delle città d'arte italiane alla sfida dell'innovazione smart per il turismo culturale	341
1.	Introduzione	341
2.	La competitività delle principali città d'arte italiane	343
3.	La competitività delle città d'arte nella prospettiva Smart Tourism	354
4.	Conclusioni	358
3.4	L'immagine turistica italiana attraverso la stampa online: una content e sentiment analysis in USA e UK	361
1.	Introduzione	361
2.	La metodologia dello studio	362
3.	Le "parole tema" (keywords) associate all'Italia sulla stampa UK e USA e l'analisi delle co-occorrenze (keywords in context)	363

4.	L'analisi del sentiment: un focus sulle città di Roma, Venezia e Napoli, sulle regioni italiane e sull'Italia come destinazione turistica	365
5.	Conclusioni	369
Sezione Focus		
3.A	La cultura in piazza (virtuale). Le strategie di comunicazione social dei festival culturali	371
1.	Introduzione	371
2.	Il consumo degli eventi culturali e dei festival in Italia e l'impatto sul territorio ospitante	372
3.	Eventi e destinazioni turistiche	373
4.	Il ruolo dei social network nella comunicazione dei festival: opportunità e rischi	375
5.	Social network e festival culturali italiani in una content analysis esplorativa	378
3.B	Il ruolo dei grandi eventi per lo sviluppo delle destinazioni minori: il caso di "Matera Capitale della Cultura 2019"	385
1.	Introduzione	385
2.	Il ruolo delle comunità residenti nella pianificazione di una destinazione turistica e il carico turistico	386
3.	Matera "Capitale Europea della Cultura 2019": l'impatto del turismo e la trasformazione	388
4.	Metodologia della ricerca	390
5.	Risultati	390
6.	Conclusioni	392
3.C	Comunicazione e percezione dell'immagine della destinazione	397
1.	Introduzione	397
2.	Immagine della destinazione	397
3.	Content analysis per indagare l'immagine della destinazione	398
4.	Isola di Capraia come caso di studio	399
5.	Conclusioni	404
3.D	Dal Grand Tour alla mobilità dolce: la via accessibile all'ospitalità Italiana	407
1.	Introduzione	407
2.	Il nuovo modello di turismo lento e inclusivo dal globale al locale	408
3.	La mobilità dolce e lo sviluppo turistico	409
4.	Analisi di scenario	410
5.	Un caso di studio: i Cammini di Leuca	413
6.	Laboratori esperienziali di lentezza	415
7.	Il turismo inclusivo: opportunità e limiti	416
8.	Conclusioni	419
PARTE QUARTA: COMPETITIVITÀ DELLE DESTINAZIONI		421
Sezione Generale		
4.1	Il turismo d'arte e culturale	425
1.	Il turismo come modo di essere della cultura	425
2.	Le visite ai musei	426
3.	Il movimento dei clienti secondo le tipologie di località turistiche	429
4.	Conclusioni	436
4.2	I turismi del mare	439
1.	Introduzione	439
2.	L'andamento complessivo del turismo balneare	440
3.	L'andamento nelle macroaree e nelle singole località	441
4.	Gli stabilimenti balneari; una tipicità nazionale	445

4.3	Il turismo crocieristico	453
	1. Le nuove sfide del turismo crocieristico	453
	2. La crescita della crocieristica nel mondo	454
	3. Europa e mediterraneo	455
	4. Il traffico crocieristico in Italia	457
	5. Gli under 30 e la vacanza in crociera	463
4.4	Le determinanti di offerta del turismo nautico e l'industria cantieristica in Italia	469
	1. Il turismo nautico: dalla definizione allo schema interpretativo	469
	2. Gli snodi: il parco nautico	470
	3. I porti	474
	4. La ripresa della cantieristica segnala la ripresa del turismo nautico	476
4.5	Il turismo lacuale	481
	1. Introduzione	481
	2. Sport e tempo libero sui laghi italiani	481
	3. Il soggiorno al lago	484
	4. Conclusioni	490
4.6	Il sistema termale e del benessere	491
	1. Dalle terme al wellness	491
	2. La domanda nelle località termali	494
	3. Un confronto internazionale: il caso della Francia	497
	4. La domanda di Benessere termale in Italia	498
	5. Conclusioni	501
4.7	I turismi della montagna	503
	1. Introduzione	503
	2. Si consolida la ripresa del turismo alpino	503
	3. La stagione invernale nel turismo della neve	509
	4. Conclusioni	518
4.8	Il turismo congressuale in Italia	521
	1. Introduzione	521
	2. La distribuzione geografica delle sedi per congressi ed eventi	522
	3. Il mercato dei congressi e degli eventi in Italia	523
	4. Il mercato dei congressi ed eventi per area geografica	524
	5. La forte diversificazione del mercato in base al tipo di sede	525
	6. L'analisi in base alla tipologia di organizzazione promotrice	529
	7. L'analisi in base alla provenienza geografica dei partecipanti	530
	8. La dimensione economica dell'attività congressuale delle sedi	533
	9. Conclusioni	534
4.9	Caratteristiche, attitudini e comportamento del turista italiano nei confronti delle proposte enogastronomiche	537
	1. Il turismo enogastronomico: un mercato in crescita	537
	2. Il profilo del turista italiano	538
	3. Conclusioni	544
Sezione Focus		
4.A	Nuove frontiere del turismo: il turismo spaziale	547
	1. Introduzione	547

2.	Turismo spaziale: definizione e tipologie	548
3.	Space missions vs. space tourism: passato, presente e futuro prossimo dell'avventura umana nello spazio	549
4.	Turismo spaziale quale nuovo prodotto per segmenti già esistenti: alcuni dati sulla domanda	552
5.	Status ed esperienzialità: le due facce del lusso che si fondono nel turismo spaziale	554
6.	Turismo spaziale: altre componenti del pacchetto e rilevanza per gli operatori e le destinazioni	556
7.	Turismo spaziale tra benefici per la società e sostenibilità: alcune riflessioni conclusive	559
4.B	I turisti esperienziali: chi sono, dove sono e come raggiungerli	565
1.	Introduzione	565
2.	Esperienziale: termine multiuso e multi significato	566
3.	La parola ai turisti: il mercato italiano delle "esperienze"	567
4.	Dove si trovano e acquistano le esperienze	572
5.	Conclusioni	574
4.C	Il turismo delle radici in Italia: dai flussi migratori ai flussi turistici. Un focus sulla Calabria	577
1.	Introduzione	577
2.	Il turismo delle radici in Italia e in altri Paesi europei: un'analisi comparativa	578
3.	Turisti delle radici e viaggiatori che visitano amici e parenti: analogie e differenze fra i due segmenti	583
4.	Retirement migration, turismo residenziale ed event tourism sono fenomeni connessi al turismo delle radici?	584
5.	Il turismo delle radici in Calabria: situazione attuale e prospettive	585
6.	Conclusioni	591
4.D	Il turismo equestre. Quadro nazionale e prospettive di crescita	595
1.	Un quadro di partenza sul turismo equestre	595
2.	L'offerta e la domanda di turismo equestre in Italia: un'indagine tra gli operatori di turismo equestre in Italia	598
3.	Le prospettive future	602
4.	Linee guida per il settore	604
5.	Conclusioni	606
4.E	Il turismo della montagna in un'ottica sostenibile: ruolo e nuove tendenze, indicatori e policy	609
1.	Introduzione	609
2.	Il senso e le condizioni per un turismo montano sostenibile e competitivo	609
3.	Il turismo montano: ruolo, cambiamenti, implicazioni di policy	612
4.	La funzione degli indicatori	616
5.	Il set di indicatori per un turismo montano sostenibile e competitivo	617
6.	L'articolazione del set di indicatori	618
7.	Conclusioni	625
4.F	Shopping tourism: da componente accessoria a motivazione di viaggio	627
1.	Introduzione	627
2.	Alcune dimensioni del fenomeno in Italia	628
3.	Gli Italiani e lo shopping in viaggio	630
4.	Gli shopping tourist italiani	631
5.	Lo shopping come attività accessoria in viaggio	633

4.G Patrimonio archeologico e turismo	635
1. Introduzione	635
2. Consistenza degli Istituti Archeologici	636
3. Il personale addetto e l'attività svolta	638
4. Tecnologie ICT, web e social	639
5. Visitatori, turisti e introiti	641
6. Impatto economico generato dal movimento dei visitatori	643
7. L'accessibilità al patrimonio archeologico	646
8. Promocommercializzazione e marketing	647
PARTE QUINTA: POLITICHE PUBBLICHE PER IL TURISMO	651
Sezione Generale	
5.1 Il turismo nelle politiche di coesione comunitarie e nazionali	655
1. Introduzione	655
2. Gli investimenti in natura, cultura e turismo nei cicli di programmazione 2007-2013 e 2014-2020	656
3. Gli investimenti infrastrutturali nei musei e istituzioni similari	663
4. Considerazioni conclusive e prospettive per il prossimo ciclo di programmazione	667
5.2 Il turismo nelle politiche di sviluppo rurale e della pesca	671
1. Introduzione	671
2. Il turismo nelle politiche di sviluppo rurale: stato di avanzamento dell'attuale ciclo di programmazione	672
3. Cooperazione e turismo rurale nel PSR: caratteristiche e risorse finanziarie della sotto-misura 16.3	676
4. La fruizione socio-culturale e la fruizione dei boschi nella politica di sviluppo rurale	681
5. L'approccio Leader, turismo rurale e capitale territoriale: alcuni esempi	686
6. Le attività collegate con il turismo nella Politica comune della pesca	693
7. Conclusioni	694
5.3 Il turismo come opportunità di sviluppo per le aree interne del paese	697
1. Introduzione	697
2. Le Strategie di Area per la valorizzazione territoriale e l'attrattività turistica	700
3. Flussi turistici e fruizione culturale nelle Aree Interne	704
4. Politiche di coesione nei territori delle Aree Interne: investimenti in natura, cultura e turismo	707
5. Le prospettive 2021 -2027 per la Strategia Nazionale Aree Interne	715
5.4 La spesa per il turismo: un'analisi dei conti pubblici territoriali	717
1. La spesa pubblica per il Turismo in Italia nel periodo 2000-2017	717
2. I soggetti di spesa	722
3. Confronti regionali	723
4. Conclusioni: la spesa pubblica e le dinamiche di domanda e offerta	726
Sezione focus	
5.A I processi di pianificazione partecipata nelle destinazioni demand-driven. Il caso del piano strategico del turismo di Centola-Palinuro	729
1. Introduzione	729
2. Analisi degli attuali trend turistici	730
3. I cambiamenti nelle attuali forme d'offerta turistica	730
4. Il Caso Centola – Palinuro	732
5. La metodologia della pianificazione partecipata	733
6. I risultati della partecipazione degli attori locali	733

7.	Le priorità strategiche degli attori locali	735
8.	Azioni prioritarie d'intervento	737
9.	Go to market	738
5.B	Le strategie per la tutela e valorizzazione turistica delle aree parco.	
	Un'analisi basata sul text mining	743
1.	Introduzione	743
2.	Le aree Parco Nazionali: caratteristiche e grado di attrazione turistica	744
3.	L'analisi delle reti di similarità e dei temi prioritari dei documenti interi	747
4.	Lo studio delle linee programmatiche sul turismo	752
5.	Conclusioni	755
5.C	La formazione scolastica in ambito turistico	757
1.	Introduzione	757
2.	Una "necessaria" panoramica storica	757
3.	L'evoluzione dell'offerta e della domanda formativa	759
4.	Conclusioni	765
5.D	La formazione universitaria in ambito turistico	769
1.	Introduzione	769
2.	La situazione dei corsi di studio	770
3.	La laurea triennale	771
4.	La laurea magistrale	777
5.	Il gradimento di laureati e le prospettive occupazionali	781
6.	Conclusioni	782
5.E	Impatti della "shadow hospitality" su spazi e comunità: verso nuovi modelli di governance urbana	787
1.	Introduzione	787
2.	Turistificazione e sviluppo locale	788
3.	Esperienze di reazione	791
4.	Il possibile ruolo di politiche urbane e planning	794
5.F	Strumenti e procedure per la valorizzazione delle terme storiche in Italia	799
1.	Introduzione	799
2.	Il Termalismo come sistema complesso di reti integrate di Cluster	800
3.	Partenariato Pubblico Privato per la ristrutturazione dei beni immobiliari pubblici del settore termale	804
4.	La costituzione di fondi di investimento immobiliari ad apporto pubblico per lo sviluppo delle terme storiche	805
5.	Casi Studio	808
6.	Conclusioni	811
	Alcune considerazioni finali	813