

ELEMENTI DI STATISTICHE DEL TURISMO:

La gestione delle informazioni

Andrea Macchiavelli

Definizione di turismo basata sull'offerta

L'industria turistica consiste in tutte quelle imprese, organizzazioni e strutture intese a soddisfare le specifiche esigenze e i peculiari desideri del turista

Leiper '79

Definizione di turismo basata sull'offerta

Attività di tipo 1: quelle che non sopravviverebbero senza il turismo



Souvenir

Es.



Hotel



Treno turistico



Definizione di turismo basata sull'offerta

Attività di tipo 2: attività che sopravviverebbero, ma ad un livello inferiore

Es.

Ristoranti



Trasporti



Negozi

A. Macchiavelli

Definizione di turismo basata sull'offerta

CONSEGUENZA

L'approccio industriale per la classificazione è molto difficile

**Approccio industriale =
Quantificazione dei "pezzi"
prodotti e del loro valore**

Definizione di turismo basata sulla domanda

Attività di persone che viaggiano verso, e si trovano in, luoghi diversi da quelli dal proprio ambiente abituale, per un periodo massimo di 1 anno, a scopo di vacanza, lavoro o altre motiv.

Wto e Unstat '94

Elementi che definiscono il turismo:

- **viaggio (spostamento verso)**
- **soggiorno (permanere)**
- **fuori dall'ambiente abituale di resid.o lavoro**
- **intervallo di tempo limitato (da 1 notte a 1 anno)**
- **obiettivi diversi da ricerca di resid.o lavoro**

CLASSIFICAZIONE VISITATORI INTERNAZIONALI (Wto)

VIAGGIATORI

Inclusi nelle statistiche del turismo

VISITATORI

Non inclusi nelle statistiche del turismo

TURISTI

ESCURSIONISTI

Scopo della visita

STRANIERI

EQUIPAG.

RESID. ESTERO

CROCIERISTI

EQUIPAG.

VISIT. GIORNAL.

DIVERTIMENTO

PROFESSIONALI

ALTRI

VACANZE
CULTURA
SPORT
AMICI E PAR.
ALTRI

MEETING
MISSIONI
LAVORO
AFFARI

STUDI
SALUTE
TRANSITO
VARIO

Lavoratori di frontiera

Immigrati tempor.

Immigrati perman.

Nomadi.

Passegg. in transito

Rifugiati

Membri forze armate

Rappres. consolati

Diplomatici

CLASSIFICAZIONE VISITATORI DOMESTICI (Wto)

VIAGGIATORI

Inclusi nelle statistiche del turismo

VISITATORI

Non inclusi nelle statistiche del turismo

TURISTI

ESCURSIONISTI

Scopo della visita

DIVERTIMENTO

PROFESSIONALI

ALTRI

- VACANZE
- CULTURA
- SPORT
- AMICI E PAR.
- SECONDE CASE
- ALTRI

- MEETING
- MISSIONI
- AFFARI
- ALTRO

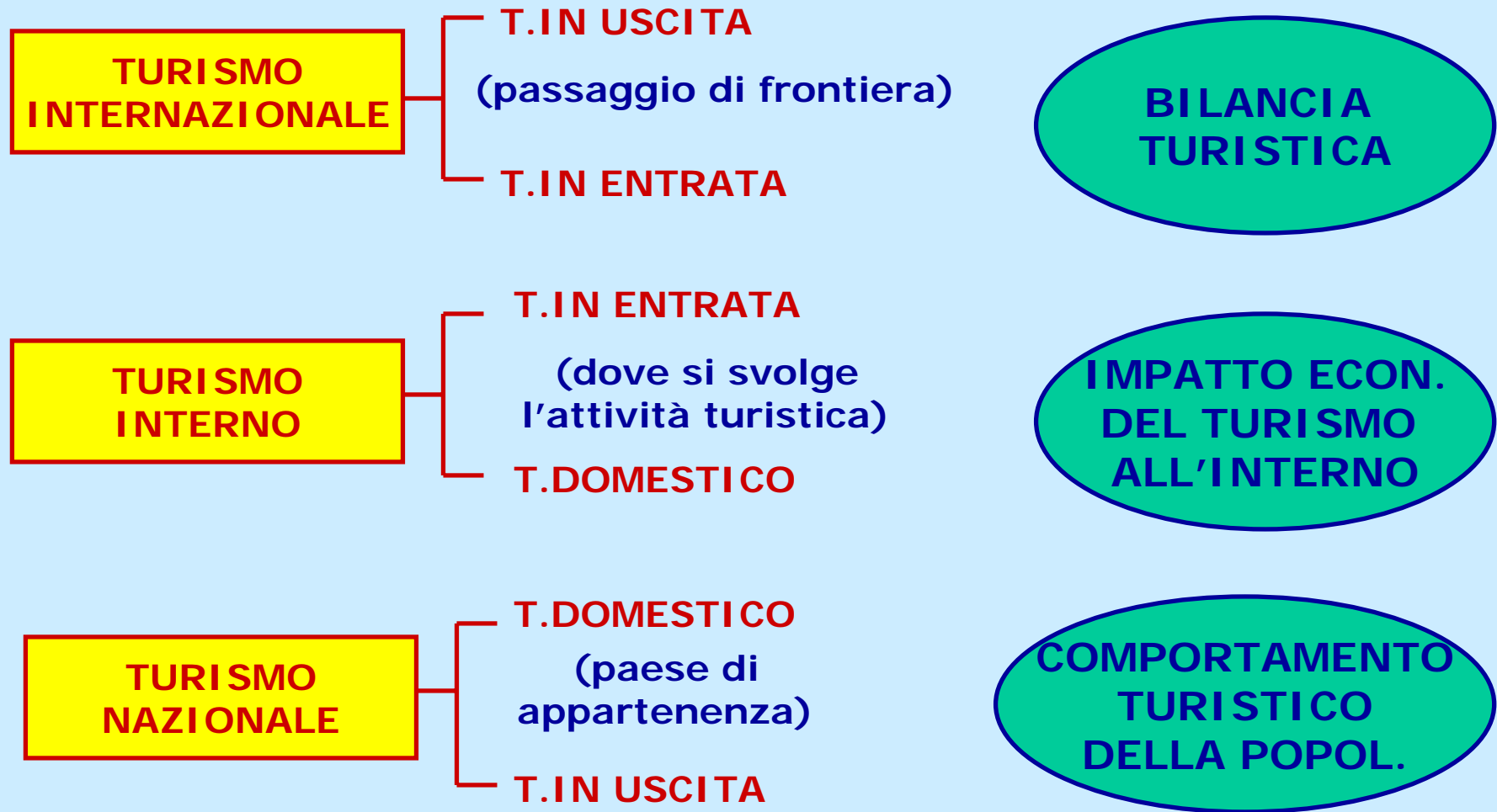
- STUDI
- TRATTAMENTI MEDICI
- AFFARI FAMILIARI
- SOGG. TERMALI

- Immigrati permanenti
- Immigrati temporanei
- Ammessi ad istituzioni
- Forze armate
- Nomadi
- Pendolari
- Viaggi regolari

FORME BASE DI TURISMO DAL LATO DELLA DOMANDA



FORME DI TURISMO DAL LATO DELLA DOMANDA



INDICATORI STATISTICI DEL TURISMO

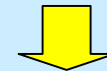
Per rilevare i movimenti dei turisti:

Rilevare
I PASSAGGI

Difficile e costoso,
ma più completo

Rilevare
I PERNOTTAMENTI

Più semplice e organico, ma
incompleto e sottostimato



c/o strutture ricettive

Solo esercizi
ufficiali

esercizi
Apt –
Province-
regioni

ISTAT

Solo il numero,
ma non le
caratteristiche

INDICATORI DI BASE DELLA DOMANDA

arrivi



Coloro che arrivano in una località o paese indipendentemente dal tempo di soggiorno

Mette in evidenza il turnover

presenze



Numero dei pernottamenti

Mette in evidenza l'uso delle strutture

- Disponibili per:
- periodo (anno, mesi)
 - italiani/stranieri
 - livello territoriale (reg., prov. comune)
 - tipo di ricettività (alberghiero, extralb.)

Arrivi e presenze di clienti italiani e stranieri nel complesso degli esercizi ricettivi

Arrivi e presenze di clienti italiani e stranieri nel complesso degli esercizi ricettivi.
Italia, Lombardia e province lombarde. Anno 2006

	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Varese	332.768	639.259	299.220	592.053	631.988	1.231.312
Como	266.363	538.814	457.405	1.323.076	723.768	1.861.890
Sondrio	395.282	1.479.471	150.587	740.960	545.869	2.220.431
Milano	2.518.750	5.171.755	2.515.447	5.408.636	5.034.197	10.580.391
Bergamo	389.438	987.038	248.288	471.353	637.726	1.458.391
Brescia	881.529	3.093.431	840.652	4.529.662	1.722.181	7.623.093
Pavia	209.827	484.659	50.540	126.207	260.367	610.866
Cremona	127.252	227.590	42.147	97.457	169.399	325.047
Mantova	131.655	310.212	40.965	95.648	172.620	405.860
Lecco	90.258	276.660	66.317	181.184	156.575	457.844
Lodi	98.690	183.643	38.494	62.991	137.184	246.634
Lombardia	5.441.812	13.392.532	4.750.062	13.629.227	10.191.874	27.021.759
Italia	51.850.572	209.903.437	41.193.827	156.861.341	93.044.399	366.764.778

Fonte: Istat

INDICATORI DERIVATI DELLA DOMANDA

**Permanenza
Media
(P.M.)**

= Presenze/arrivi

⇒ **Durata media del soggiorno**

**Densità
turistica**

= Presenze/popolazione residente

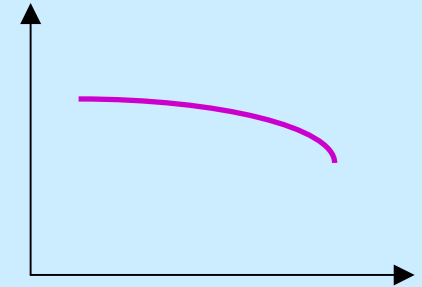
⇒ **Ruolo del turismo nell'economia
locale**

LA PERMANENZA MEDIA

- E' tendenzialmente in calo

⇒ soggiorni brevi e ripetuti

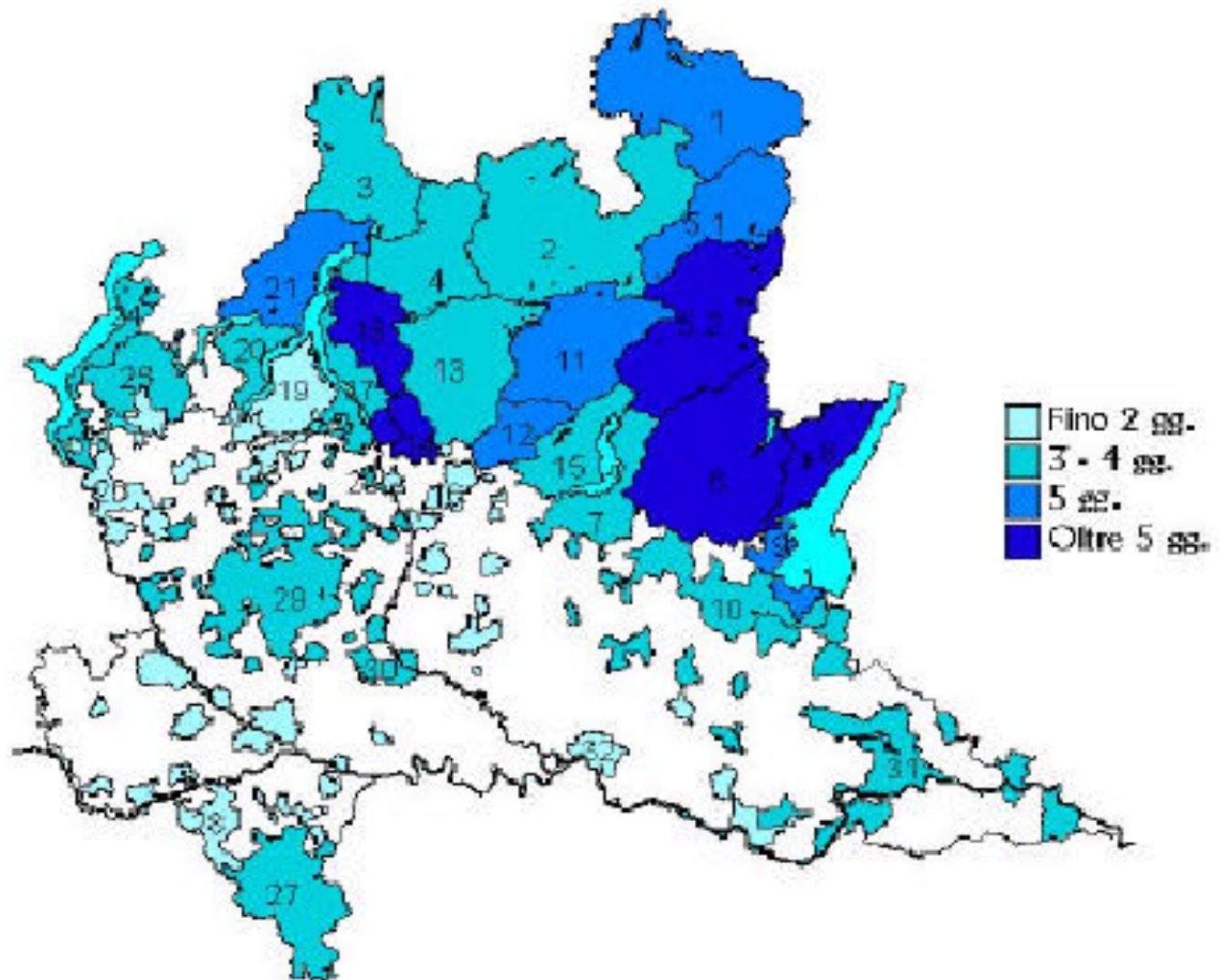
- Interpreta il tipo di turismo



ES: p.m. alb. in provincia di Bergamo (2007)

Bergamo città	1,8 gg.
Montagna	4,2 gg.
Lago estate	3,6 gg.

Permanenza media totale



LA DENSITA' TURISTICA

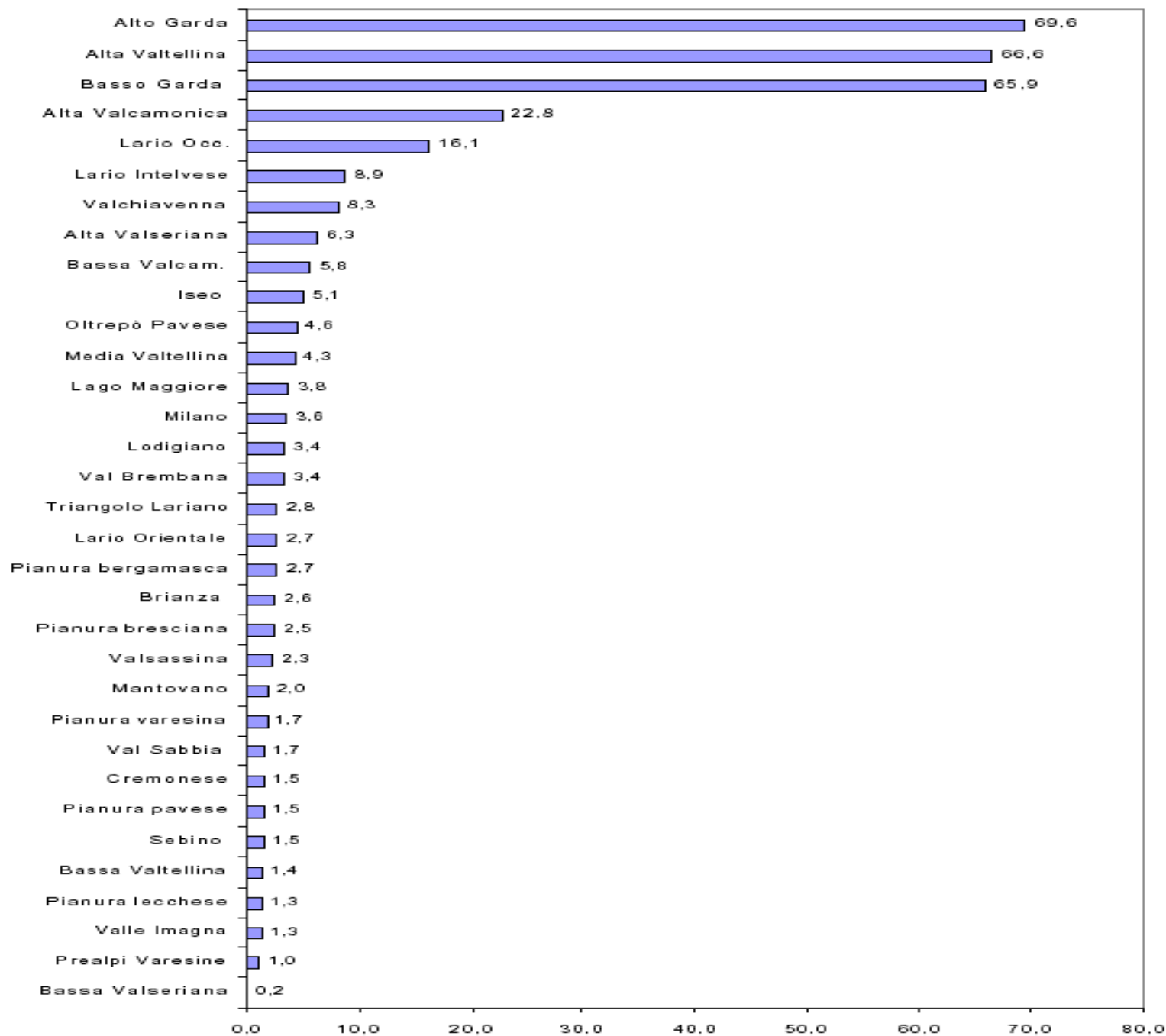
Presenze/ pop.resid.

Qualche esempio (2006):

Regioni	Pres. ('000)	Pop.resid. ('000)	Pres.x abit.
LOMBARDIA	27.021	9.545,4	2,8
VENETO	59.359	4.773	12,4
VAL D'AOSTA	3.208	124,8	25,7
TRENTINO AA	40.989	994,7	41,2

E' più turistica la Lombardia o la Valle d'Aosta?

Figura 1. La densità turistica nelle aree lombarde
(Presenze per abitante)



INDICATORI DI BASE DELL'OFFERTA



ALBERGHIERA

N. esercizi
N. camere
N. Posti letto (p.l.)
N bagni

RICETTIVITA'



COMPLEMENTARE

Campeggi e v.t.

Superficie (mq)

N. Piazzole (L.R.)

N. Posti letto (stima)

alloggi

altri

Agriturismo

Rifugi

Case per
ferie

B & B

ESERCIZI RICETTIVI PER TIPO. Italia 2007

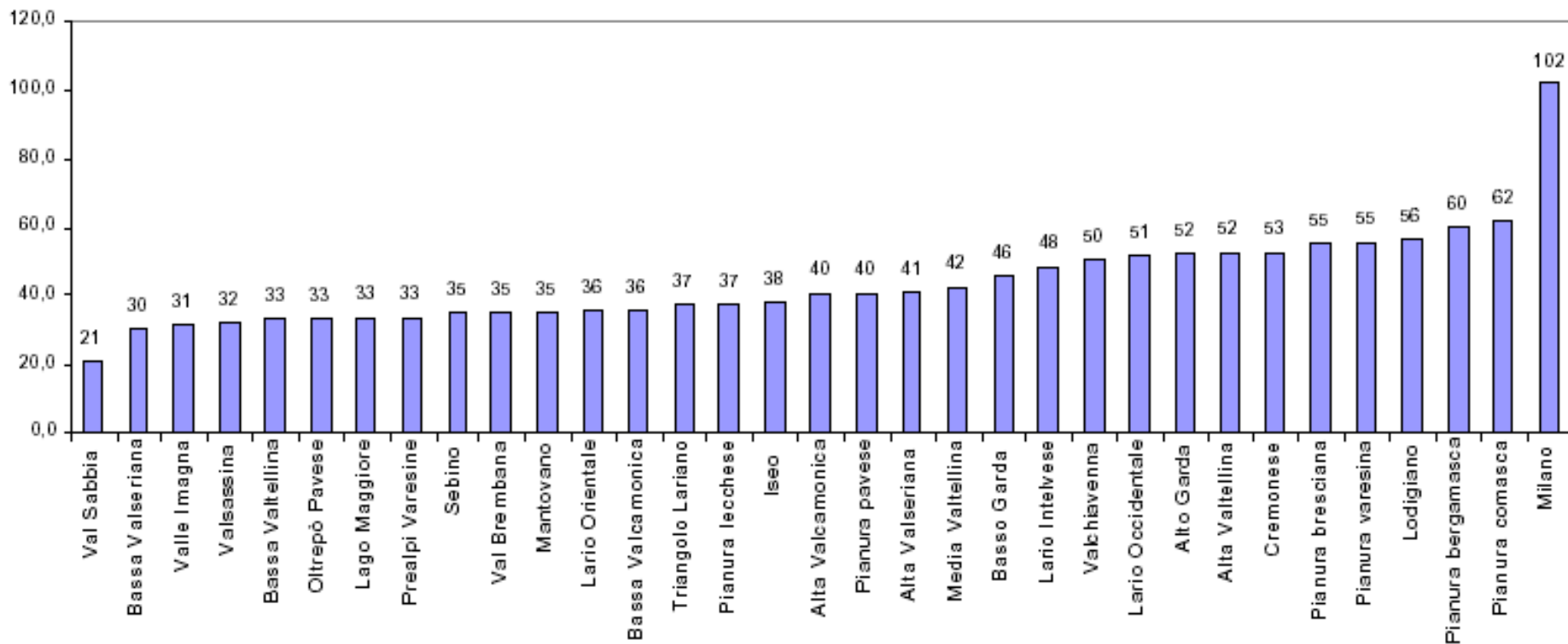
ESERCIZI ALBERGHIERI			
N.	p.l.	camere	bagni
34.037	2.142	1.058.543	1.048.331

ESERCIZI COMPLEMENTARI											
Camp. e V.T.		Alloggi priv.(1)		Alloggi agritur.		Altri (2)		B & B		TOTALE	
n.	p.l. '000	n.	p.l. '000	n.	p.l. '000	n.	p.l. '000	n.	p.l. '000	n.	p.l. '000
2583	1300		531	13000 circa	168		194	13000 circa	76,6	100.939	2.310

(1) Alloggi privati in affitto

(2) B&B, Ostelli per la gioventù, case per ferie, rifugi alpini e simili

Dimensione media alb.nelle aree Lombarde. 2001 (Media = 54 p.l.)

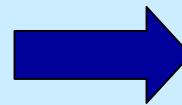


INDICATORI DERIVATI DELL'OFFERTA

1. DIMENSIONE MEDIA ALBERGHIERA

**POSTI LETTO/
ESERCIZI**

**ESPRIME LA
DIMENSIONE
AZIENDALE**



IN CRESCITA!

Esempi. 2007

ITALIA	63
FRANCIA	69
SPAGNA	92
GRECIA	76
TUNISIA ('05)	224,9

Fonte: Eurostat

ITALIA

1990	47
1995	51
1999	54
2003	59
2007	63

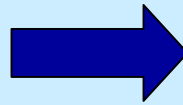
Fonte: ISTAT

INDICATORI DERIVATI DELL'OFFERTA

2. RAPPORTO BAGNI /CAMERE

**TUTTI I BAGNI /
CAMERE**

**ESPRIME UNA
DIMENSIONE
QUALITATIVA**



**INDICATORE ORMAI
OBSOLETO!**

(Utile nelle aree marginali)

Esempi. 2001. Aree lombarde

Milano	0,99
Valsassina	0,71
Oltrepo' pavese	0,83
Valsabbia	0,84
Bassa valseriana	0,87

Italia = 0,99

INDICATORI DERIVATI DELL'OFFERTA

3. DENSITA' RICETTIVA (ALBERGHIERA)

**POSTI LETTO/
POP.RESID.**

**ESPRIME IL PESO DEL
SISTEMA RICETTIVO**

2006

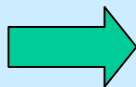
DENSITA TURISTICA ALB. (PRES. X 1000 ABITANTI)		DENSITA' RICETTIVA ALB. (P.L. X 1000 ABITANTI)	
1. TRENTINO A.A.	32,6	1. TRENTINO A.A.	244,6
2. EMILIA ROM.	7,0	2. EMILIA ROM.	70,2
3. TOSCANA	6,2	3. TOSCANA	50,6
4. VENETO	5,9	4. VENETO	40,4

INDICATORI DERIVATI DELL'OFFERTA

4. UTILIZZO LORDO (ALBERGHIERO)

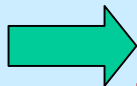
ESPRIME IL GRADO
DI IMPIEGO DELLE
STRUTTURE (%)

LORDO: AL LORDO
DELLE CHIUSURE
STAGIONALI



$$\frac{\text{PRESENZE}}{\text{P.L.} \times 365} \times 100$$

NETTO: AL NETTO DELLE
CHIUSURE STAGIONALI



$$\frac{\text{PRESENZE}}{\text{P.L.} \times \text{gg. apert.}} \times 100$$

- E' SENSIBILE ALL'EVOLUZIONE CONGIUNTURALE

UTILIZZO ALBERGHIERO

- E' UN INDICATORE DEL TIPO DI TURISMO NEL TERRITORIO**

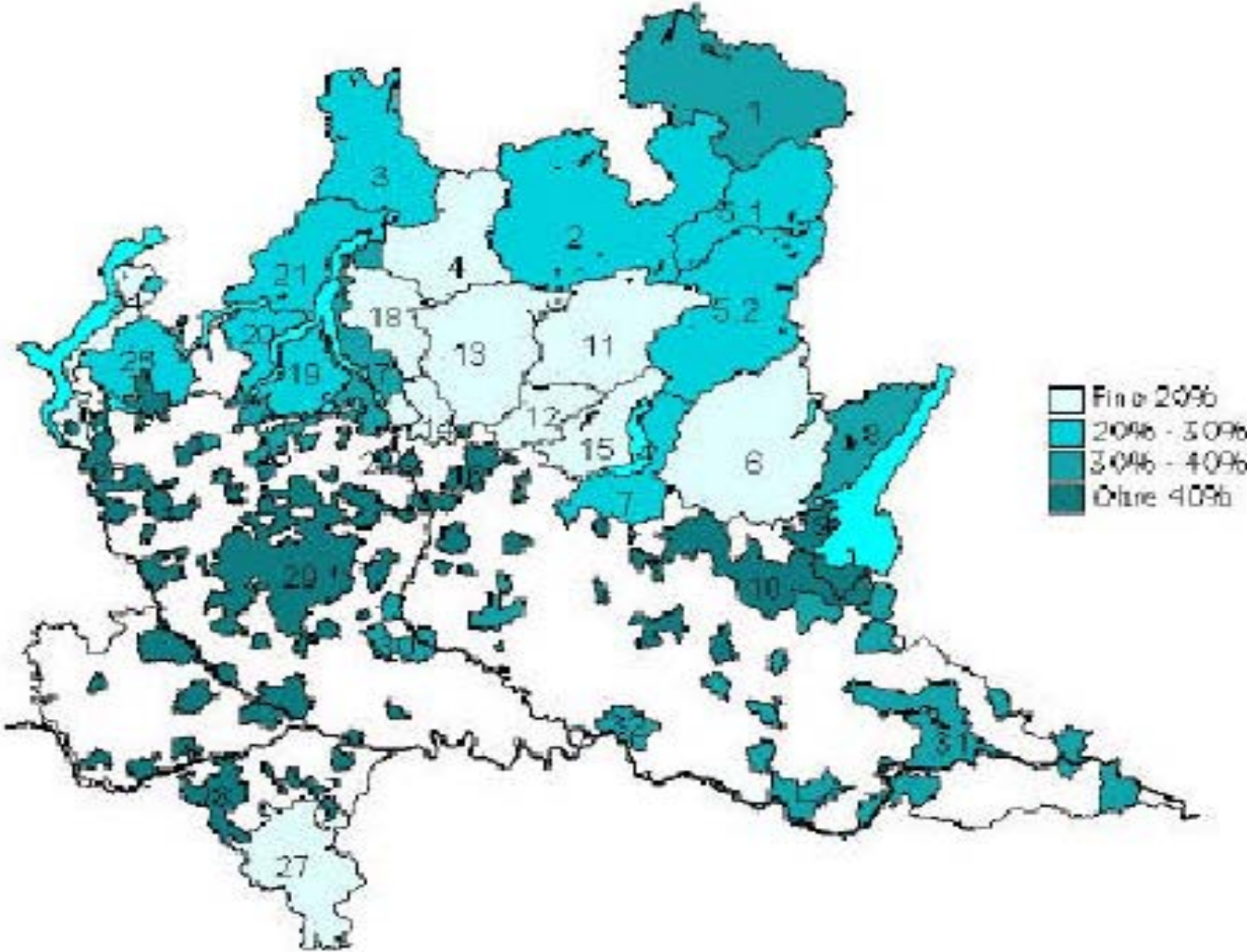
Qualche esempio (2006):

	LORDO	NETTO		LORDO	NETTO
Valle d'Aosta	28,7	38,3	Toscana	31,9	36,3
Lombardia	34,3	36,6	Lazio	48,7	49,2
Trentino A.A.	35,0	50,4	Campania	36,9	38,7
Veneto	41,1	51,6	Calabria	20,6	28,7
Liguria	38,3	44,3			
Emilia Rom.	28,2	47,6	ITALIA	32,6	40,8

- N.B: LA STATISTICA FA RIFERIMENTO AI LETTI; LE AZIENDE ALLE CAMERE**

Utilizzo lordo alb.nelle aree lombarde. 2001

Media = 32,7



LE FONTI DI INFORMAZIONE



Dati interni



Indagine sul turismo internazionale in Italia

World Tourism Organization



Arrivi internazionali



Arrivi e presenze nei paesi UE e altri

LE ALTRE INFORMAZIONI

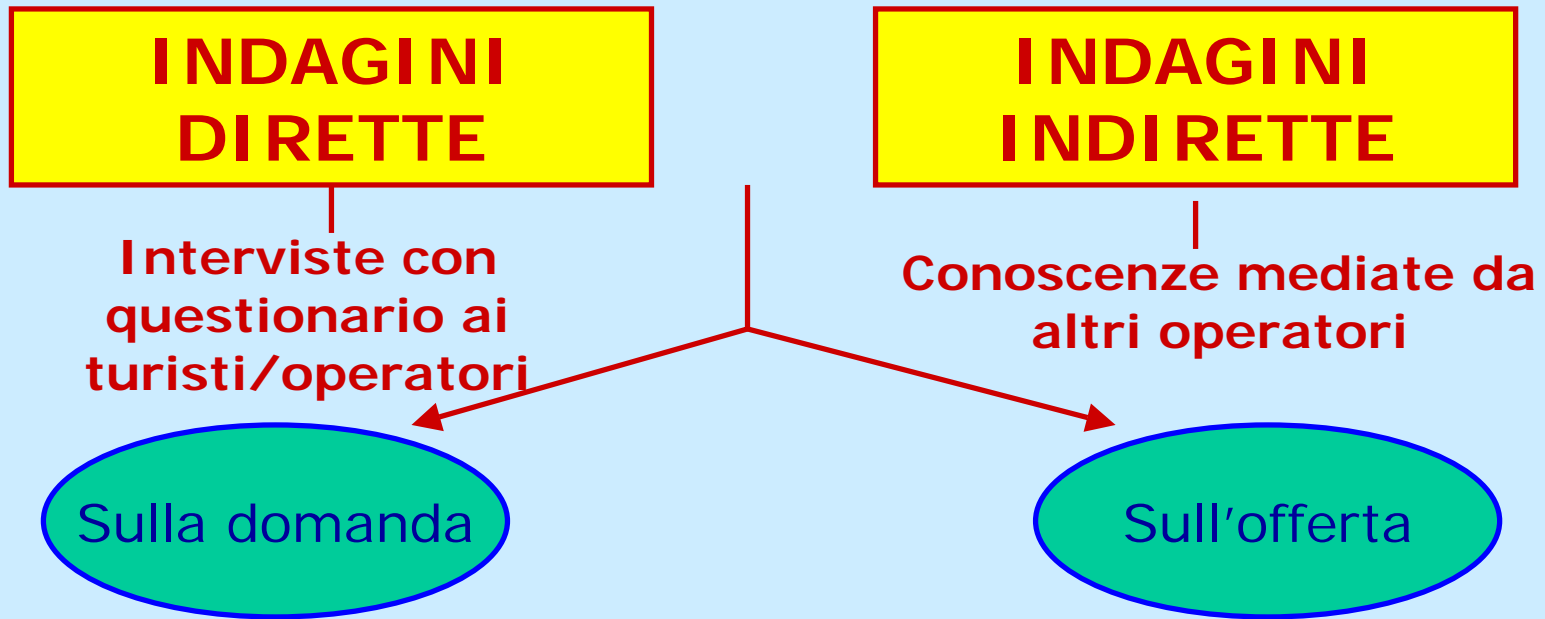
Non abbiamo informazioni regolari su aspetti importanti, quali:

- mezzo di trasporto
- modalità di prenotazione
- utilizzo dell'intermediazione
- fruizione dei servizi (es. guide, agenzie, strutture, ecc.)

Per alcuni fenomeni si può ricorrere a fonti specifiche. Es:

- motivazioni: UIC (solo per stranieri)
- frequentatori di musei (ISTAT)
- utilizzo impianti di risalita (aziende)
- consumi turistici (CISSET)
- crociere (società di gestione)

INDAGINI CONOSCITIVE



ES.

Sul comportamento della domanda
Sulla spesa turistica

ES.

Sulle strutture ricettive
Sulla grado di integrazione del sistema

IL PROCESSO DI RICERCA

1. **Identificare il bisogno (perché la ricerca?)**
2. **Definire gli obiettivi (cosa voglio sapere?)**
3. **Predisporre il progetto**
 - **Metodo:** adatto agli ob.vi date le risorse
es. uso fonti disponibili/ind.indiretta/ind.diretta
 - **Fonti:**
 - **Tecniche:** es.interv.CATI , questionari postali,interv.in profondità....
 - **Descrizione del processo**
 - **Risorse impiegate**
 - **Costi**
4. **Attuazione del progetto**
5. **Elaborazione dati**
6. **Analisi dei dati**
7. **Rapporto di ricerca**
8. **Usò della ricerca!!!**



PROBLEMATICHE

1. Ruolo dell'informazione

STATISTICA



Strumento indispensabile per leggere e interpretare la realtà:

- capire i fenomeni
- prendere decisioni
- adattare l'offerta

A livello: - aziendale
- territoriale
- sistema-paese

Non è un optional!

Condizione per la programmazione

Fenomeni
congiunturali

Ev. in tempi brevi

Fenomeni
strutturali

Ev. in tempi medio-lunghi A. Macchiavelli

PROBLEMATICHE

2. Metodo

UNIVERSO

Totalità dei casi

- concettualmente più semplice
- spesso non è veritiero (es.pres.)
- non può essere tempestivo
- richiede verifiche lunghe
- serve per l'evoluzione strutturale dei fenomeni

CAMPIONE

Nucleo di casi rappresentativo dell'universo

- è veloce
- richiede competenze
- è attendibile
- è meno costoso

Elementi critici:

- **questionario**
- **stratificazione del camp.**

PROBLEMATICHE

3. Condizioni per l'efficacia

- fenomeni essenziali
- attendibilità, non perfezione
- continuità
- tempi brevi
- aggiornamento costante



MONITORAGGIO!