



Paolo Bulleri

Dirigente Area Ricerca

Istituto Nazionale Ricerche Turistiche - ISNART

IL MERCATO TURISTICO AL CENTRO: DALLE ESIGENZE DELLA DOMANDA ALLE STRATEGIE DELL'OFFERTA

Andamento e tendenze del turismo salernitano nel 2023

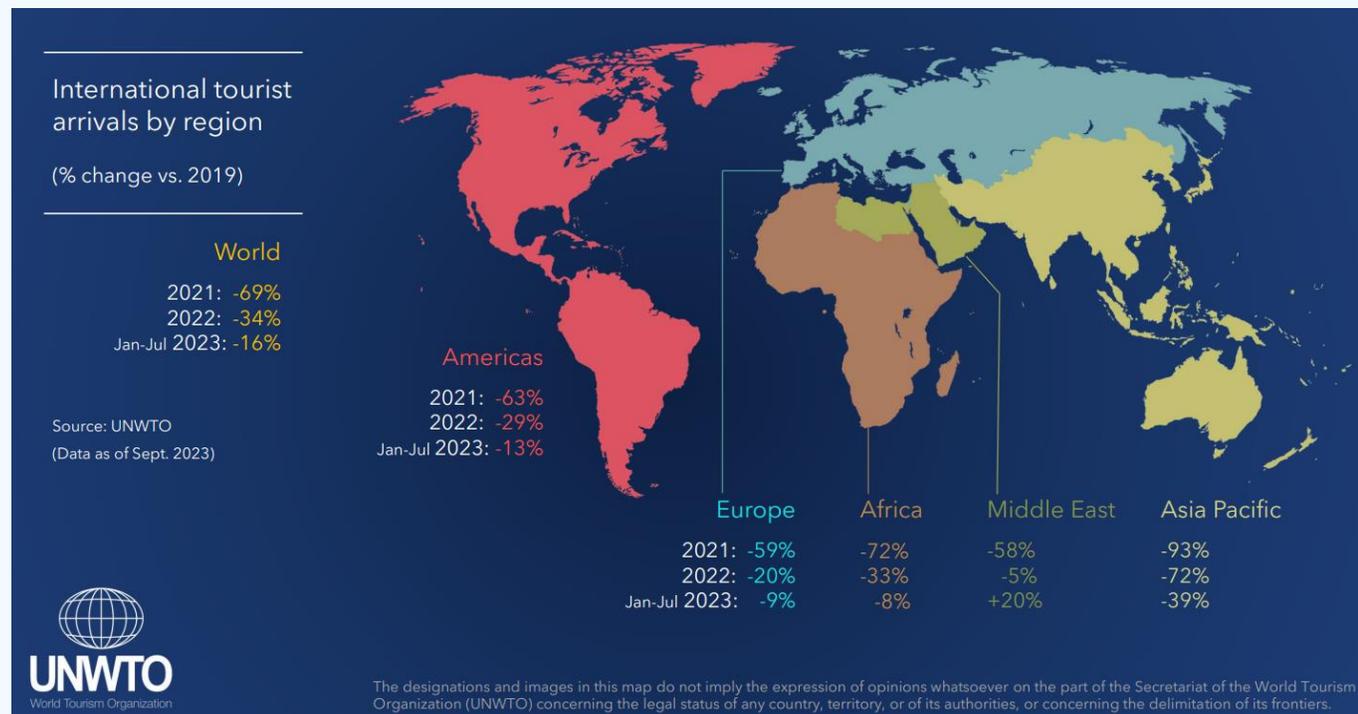
L'impatto economico dei grandi eventi letto con la
transaction analysis

Salerno

14 dicembre 2023

TENDENZE IN ATTO NEL PANORAMA INTERNAZIONALE DEL TURISMO

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



Le previsioni UNTWO per la fine dell'anno ed i primi mesi del 2024 rivelano un miglioramento costante ma ad un ritmo moderato rispetto all'alta stagione estiva.

L'attuale contesto economico e geo-politico potrebbe gravare sui modelli di acquisto per tutto il 2024, con turisti sempre più alla ricerca di un buon rapporto qualità-prezzo, di località vicine e di offerte di viaggio brevi.

TREND DEL TURISMO IN



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

Elaborazioni Isnart su dati Istat

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

Stime Isnart su dati vari piattaforma Stendhal

LE IMPRESE TURISTICHE ITALIANE

oltre
628 mila



IMPRESE TURISTICHE
REGISTRATE AL III TRIMESTRE
DELL'ANNO 2023

1 su 10



IMPRESE DEL TESSUTO ECONOMICO
ITALIANO CHE APPARTENGONO AL
SETTORE TURISTICO

2,9 mln



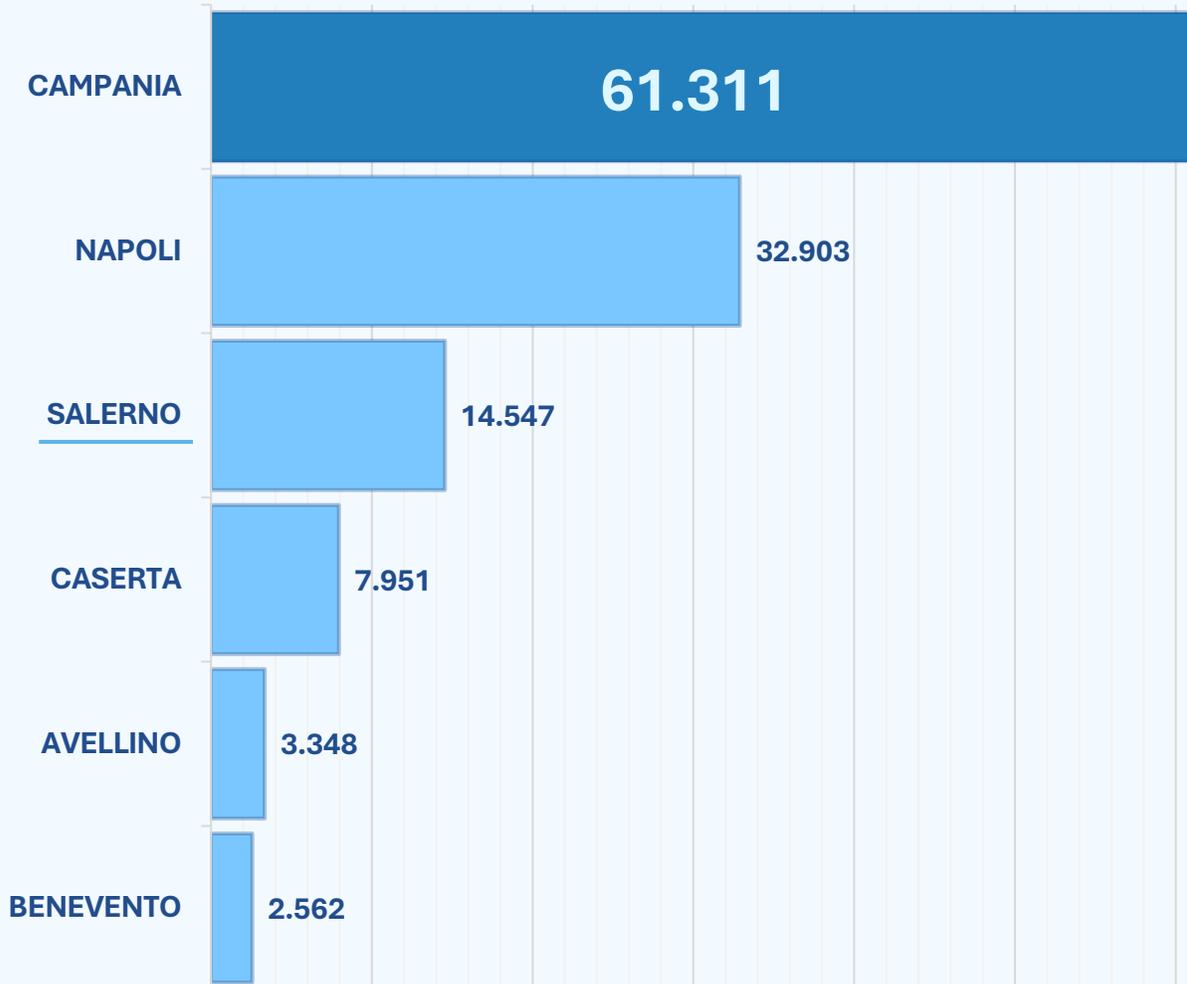
ADDETTI DEL SETTORE
TURISTICO

13%



% ADDETTI DEL SETTORE
TURISTICO RAPPORATA AL
TOTALE DEI SETTORI
ECONOMICI

IMPRESSE TURISTICHE



Oltre 61 mila le imprese turistiche registrate in **Campania** al III trimestre dell'anno 2023 (+0,7% rispetto allo stesso periodo del 2022), di cui quasi **15 mila** in provincia di **Salerno** (+1,9% rispetto allo stesso periodo del 2022).

INCIDENZA DELLE IMPRESE DEL SETTORE TURISTICO SU TOTALE SETTORI ECONOMICI

10,5%

IN ITALIA

10,9% - alloggio
62,1% - ristorazione
2,9% - ADV e TO

10,1%

NELLA REGIONE CAMPANIA

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

12%

IN PROVINCIA DI SALERNO

❖ 14,9% - alloggio
❖ 61% - ristorazione
❖ 2,6% - ADV e TO

ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



La provincia di **Salerno** offre lavoro nel settore turistico a oltre **44 mila addetti**, circa **300 in più** rispetto al III trimestre del 2022.

Media addetti per impresa
Provincia di Salerno

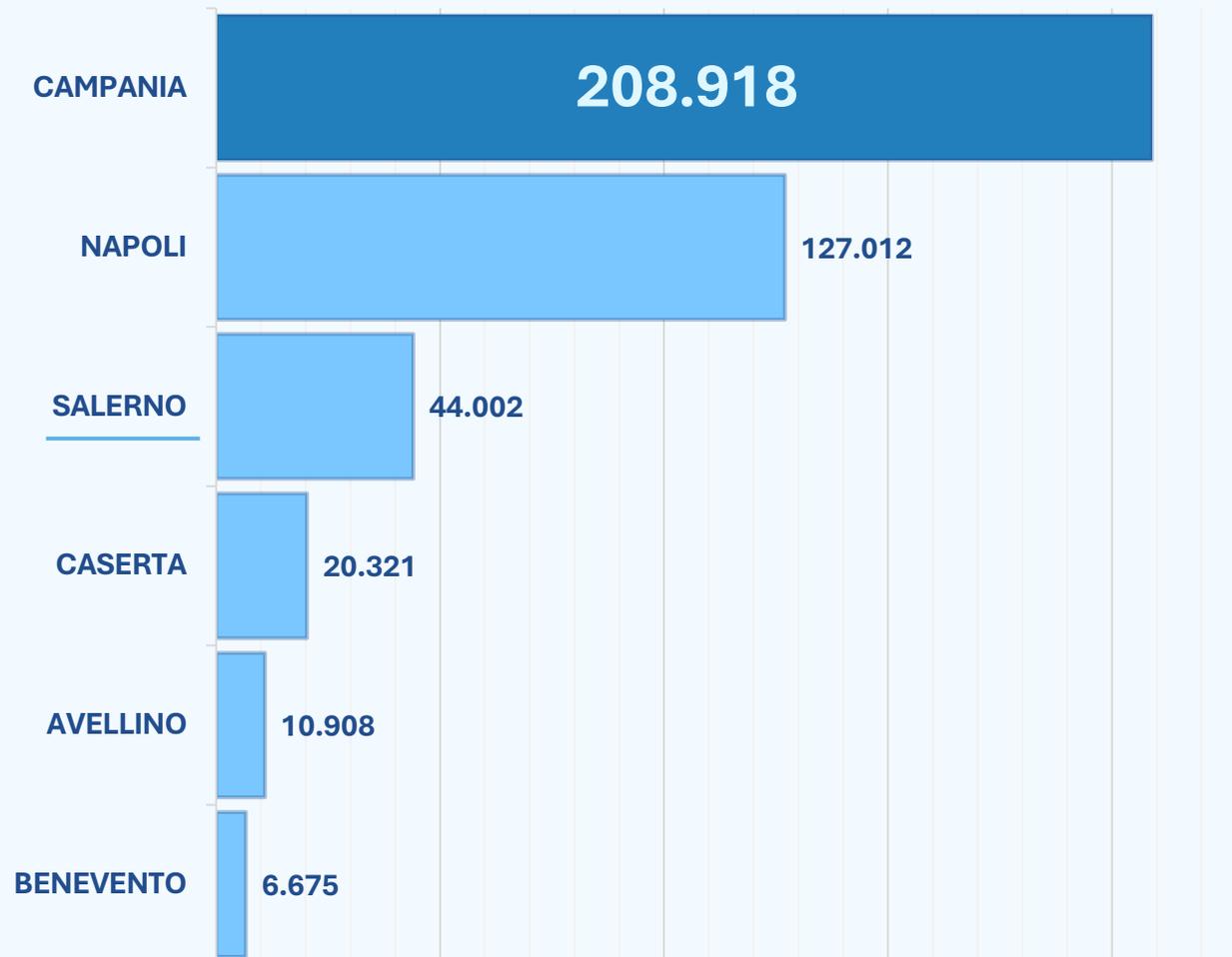
3

Media addetti per impresa
Regione Campania

3,4

Media addetti per impresa
Italia

4,6



ANDAMENTO DEL TURISMO E TENDENZE IN CORSO



CULTURA, MARE ED ENOGASTRONOMIA

La ricchezza del **patrimonio culturale**, il desiderio di rilassarsi al **mare** e **l'enogastronomia locale** sono le motivazioni-traino di turisti italiani e stranieri in provincia di Salerno.

SODDISFAZIONE DEI TURISTI

L'enogastronomia, l'ospitalità locale e la qualità delle strutture di alloggio sono gli elementi più apprezzati dai turisti italiani e stranieri che visitano la provincia di Salerno; l'efficienza dei trasporti locali appare migliorabile.

CRESCE IL NUMERO DI IMPRESE TURISTICHE

Al terzo trimestre del 2023, le registrazioni di imprese turistiche sono aumentate dell'1,9%, quasi 300 unità; mentre gli addetti della filiera sono diminuiti del 3,6% rispetto allo stesso periodo del 2022.

IL FENOMENO AIRBNB

Si amplifica il fenomeno Airbnb, sia in termini di quantità di strutture (agosto 2023/22: +13,6%), sia per volumi economici generati (gennaio-settembre 2023/22: +32%).

TURISTI IN PROVINCIA DI SALERNO

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

73 €

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

43,6%

TURISTI CHE VIAGGIANO IN COPPIA
(SENZA BAMBINI)

2 turisti su 5

APPARTENGONO ALLA
GENERAZIONE Y
(1981-1995)

7.9 la soddisfazione

VOTO MEDIO SULL'OFFERTA
TURISTICA NEL COMPLESSO



2 turisti su 5

HANNO GIÀ VISITATO LA
PROVINCIA IN PASSATO

30%

TURISTI ALLA RICERCA DELLA
CULTURA, MA ANCHE DEL MARE E
DELL'ENOGASTRONOMIA LOCALE

3 turisti su 5

INFLENZATI DA INTERNET PER
LA SCELTA DEL SOGGIORNO
(social network, recensioni online, ecc.)

1 turista su 4

LAVORA A DISTANZA
DURANTE IL SOGGIORNO

PRINCIPALI MOTIVAZIONI DI VIAGGIO A CONFRONTO



Ricchezza del patrimonio culturale



Svago e relax in località balneari



Interessi enogastronomici



Desiderio di dedicarsi allo shopping



Rapporto qualità-prezzo

	Salerno	Campania	Italia
Ricchezza del patrimonio culturale	29,9%	43,3%	31%
Svago e relax in località balneari	26,9%	23,3%	18,8%
Interessi enogastronomici	21,5%	21%	13,5%
Desiderio di dedicarsi allo shopping	17,8%	18,8%	9,3%
Rapporto qualità-prezzo	15,1%	15,3%	8,5%

Tra i turisti che soggiornano in **provincia di Salerno**, primeggia la **motivazione culturale**, seppur inferiore alla media regionale e nazionale; mentre si registrano valori superiori per **motivazioni balneari** ed **enogastronomiche**.



ATTIVITÀ DEI TURISTI DURANTE IL SOGGIORNO

PROVINCIA DI SALERNO: IN TENDENZA MARE, CITTÀ E SHOPPING

	Salerno	Campania	Italia
Partecipazione a gite ed escursioni	53,5%	61,1%	59,6%
Visita del centro storico delle città	35,7%	33%	35,4%
Shopping	22,8%	21,5%	16,7%
Visita di musei e mostre	21%	23%	18,8%

QUANTO SPENDE IN MEDIA UN TURISTA PER VIAGGIO E SOGGIORNO?



Viaggio A/R



Alloggio (al gg)



Altre spese (al gg)



175 €



74 €



73 €

Salerno



215 €



75 €



73 €

Campania



269 €



71 €



60 €

Italia

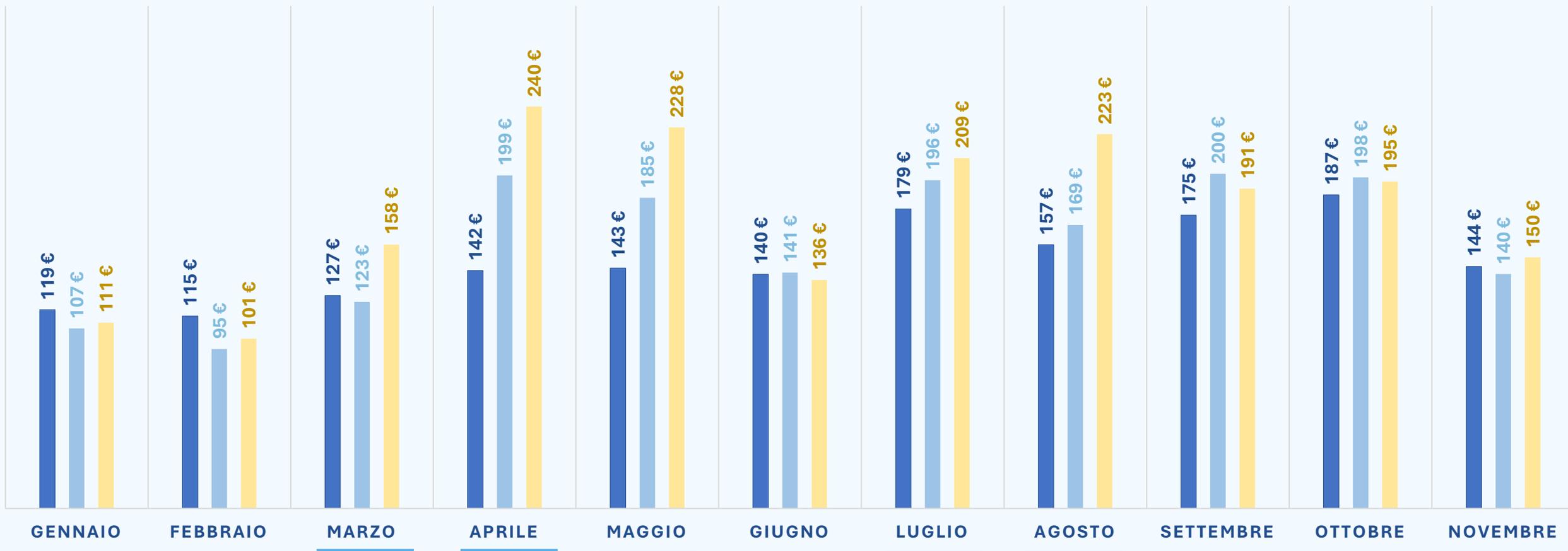
PREZZO MEDIO PER SOGGIORNO IN ALBERGO

Rilevato nelle varie OTA attraverso scraping su Google

MARZO, APRILE, MAGGIO, LUGLIO, AGOSTO E NOVEMBRE

prezzi sopra la media regionale e nazionale per soggiornare in alberghi in provincia di Salerno

■ Italia ■ Campania ■ Provincia di Salerno



QUANTO SI RITIENE SODDISFATTO UN TURISTA da 1 a 10?



	Salerno	Campania	Italia
Enogastronomia	8.2	8.2	8.8
Ospitalità locale	8	8	8.3
Qualità strutture di alloggio	8	8	8.2
Offerta culturale	7.9	7.9	8
Intrattenimento	7.7	7.8	8
Organizzazione del territorio	7.7	7.7	8
 Efficienza dei trasporti locali	7	6.9	7.6
Giudizio sull'offerta turistica nel complesso	7.9	7.8	8.3

CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUISCONO SULLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE

	Salerno	Campania	Italia
Internet	50,3%	58,5%	48,2%
Esperienza personale	24,8%	19%	28,1%
Passaparola	21,1%	20,5%	32,9%
Guide turistiche	9%	8,5%	4%



COMMENTI ONLINE

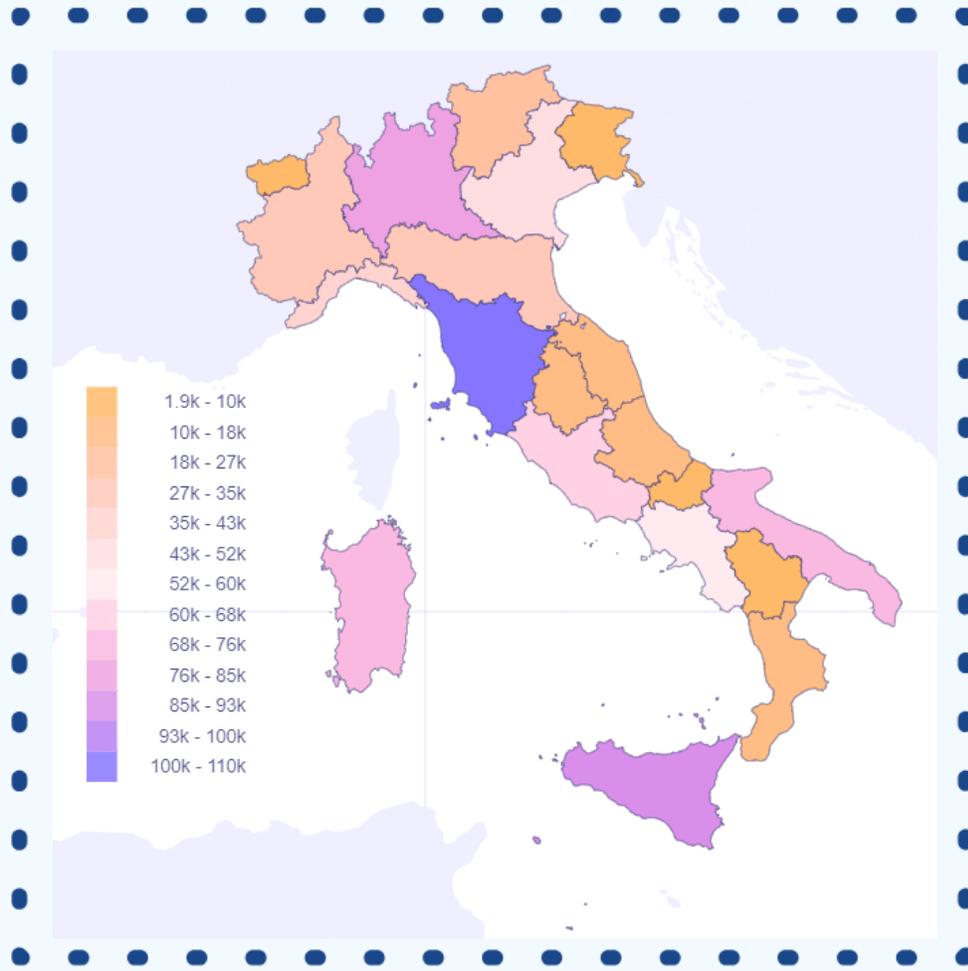
3 turisti su 5 lasciano una recensione in rete sul soggiorno in **provincia di Salerno**
(3 su 5 anche in **Campania** e 1 su 2 in **Italia**).



	40,7%	37,8%	19,7%	17,2%	13,6%	Salerno
	37,9%	33%	24,6%	25%	19,9%	Campania
	20,6%	27,9%	18%	40%	35,7%	Italia

QUANTIFICAZIONE DEL FENOMENO AIRBNB

aggiornamento agosto 2023



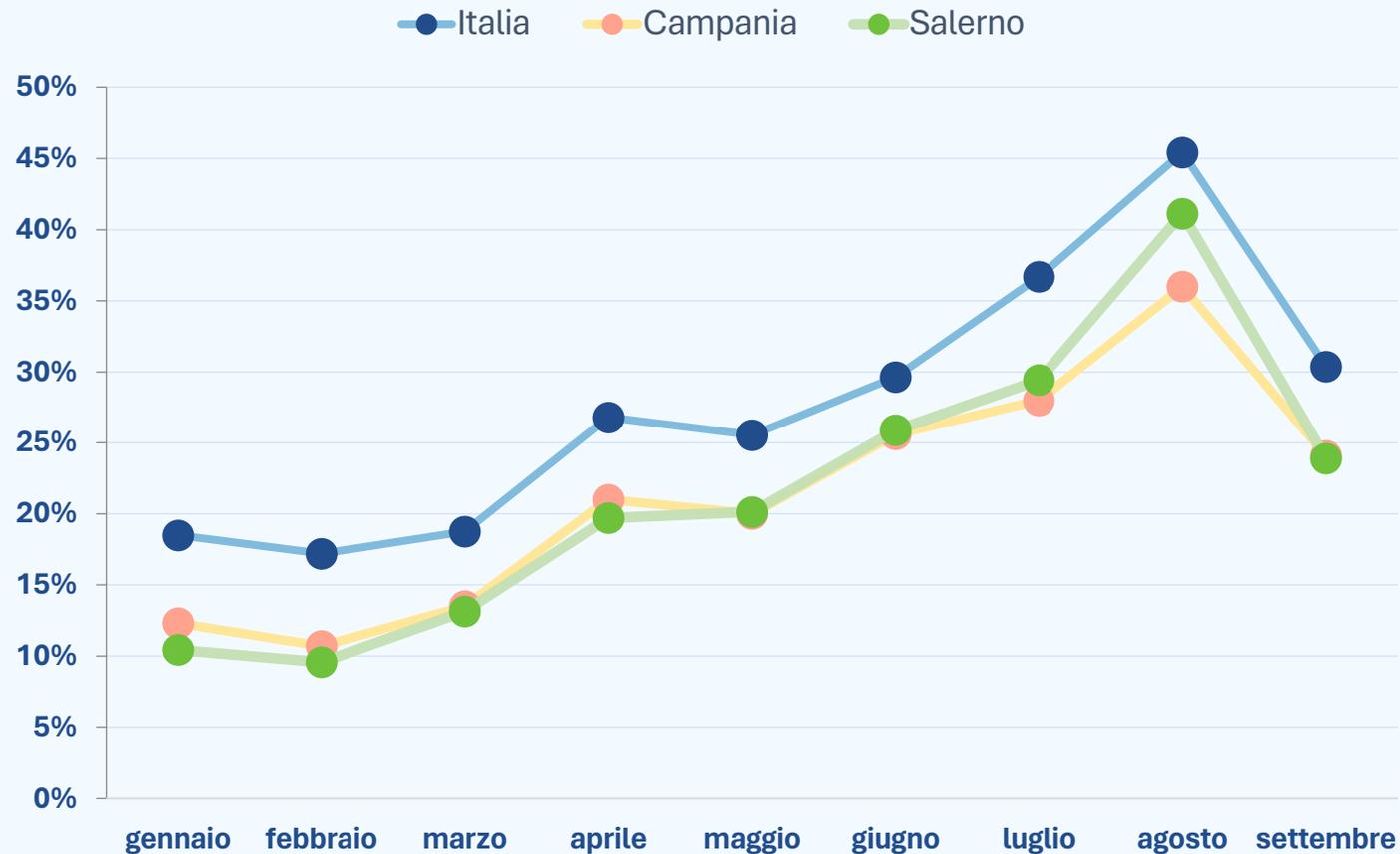
ALLOGGI IN AFFITTO SU AIRBNB IN ITALIA PER REGIONE



In **Campania** si concentra il **6,7%** degli alloggi Airbnb disponibili in Italia, per un totale di quasi **53 mila** alloggi. Gli alloggi in provincia di **Salerno** sono aumentati del **13,6%** rispetto ad agosto 2022.

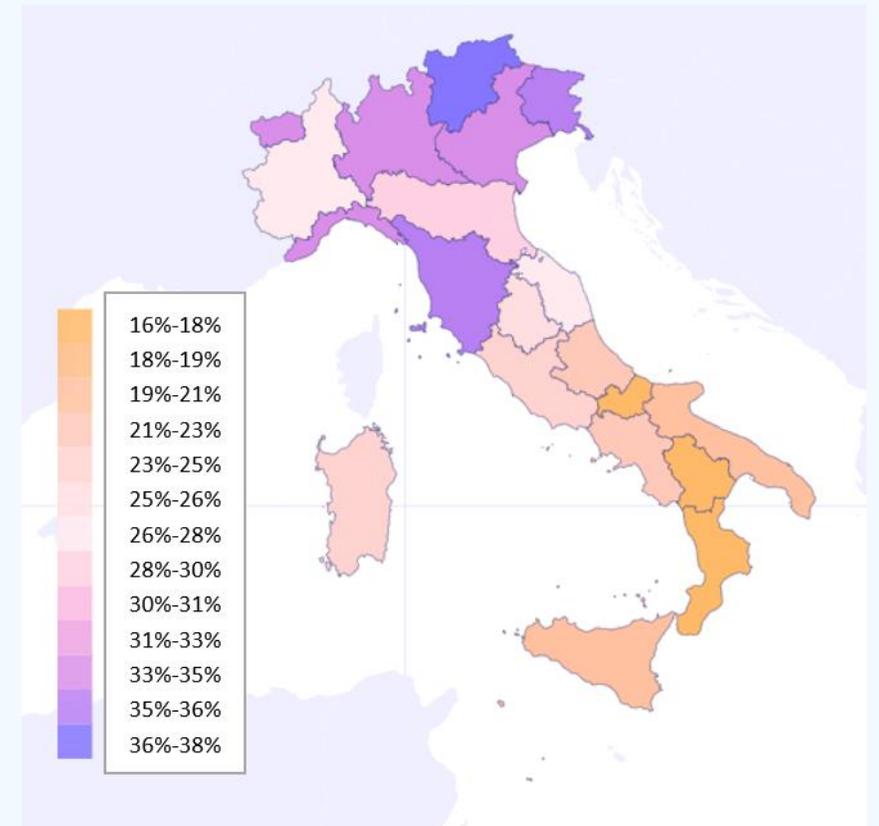


TASSO MEDIO DI OCCUPAZIONE ALLOGGI SU AIRBNB



TASSO MEDIO DI OCCUPAZIONE ALLOGGI AIRBNB 2023

In **Italia**, da gennaio a settembre 2023, il tasso medio di occupazione alloggi Airbnb è del **27,7%**.



PRENOTAZIONI DI ALLOGGI SU AIRBNB

quasi
15 milioni

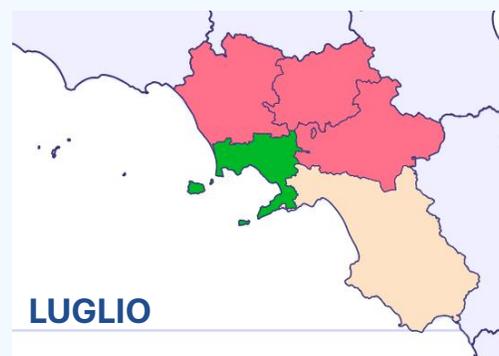
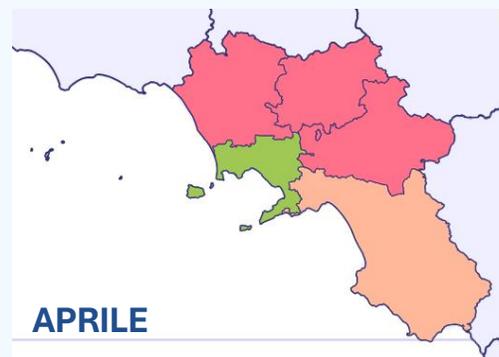
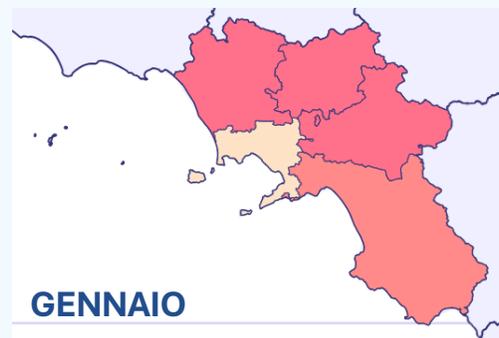
PRENOTAZIONI DI ALLOGGI
AIRBNB IN ITALIA
gennaio - settembre 2023

quasi
224 mila

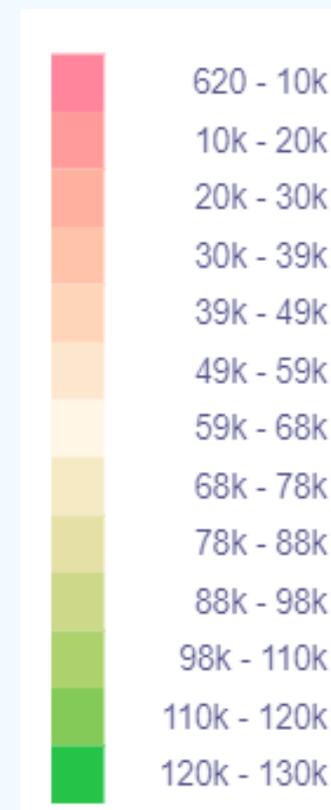
PRENOTAZIONI DI ALLOGGI AIRBNB
IN PROVINCIA DI SALERNO
gennaio - settembre 2023

+24%

PRENOTAZIONI AIRBNB IN
PROVINCIA DI SALERNO
RISPETTO AL 2022
gennaio - settembre 2023



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



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

gennaio-settembre 2023

Oltre 6 miliardi di euro



**I NUOVI STRUMENTI DI LETTURA DEL FENOMENO TURISTICO:
LOCATION INTELLIGENCE E TRANSACTION DATA ANALYSIS**

TRANSACTION DATA ANALYSIS

LA METODOLOGIA CHE ANALIZZA BIG DATA DERIVANTI DALLE
TRANSAZIONI ECONOMICHE FINO AL CODICE POSTALE

In termini di:

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

Articolato per:

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

Rispetto a:

- Periodo antecedente l'evento (benchmark pre evento)
- Periodo successiva all'evento (benchmark post evento)
- analisi meta-temporale su n edizioni dell'evento (2021, 2022, 2023.....)

Use Case:

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

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



Variazione della spesa totale rispetto all'edizione 2022

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



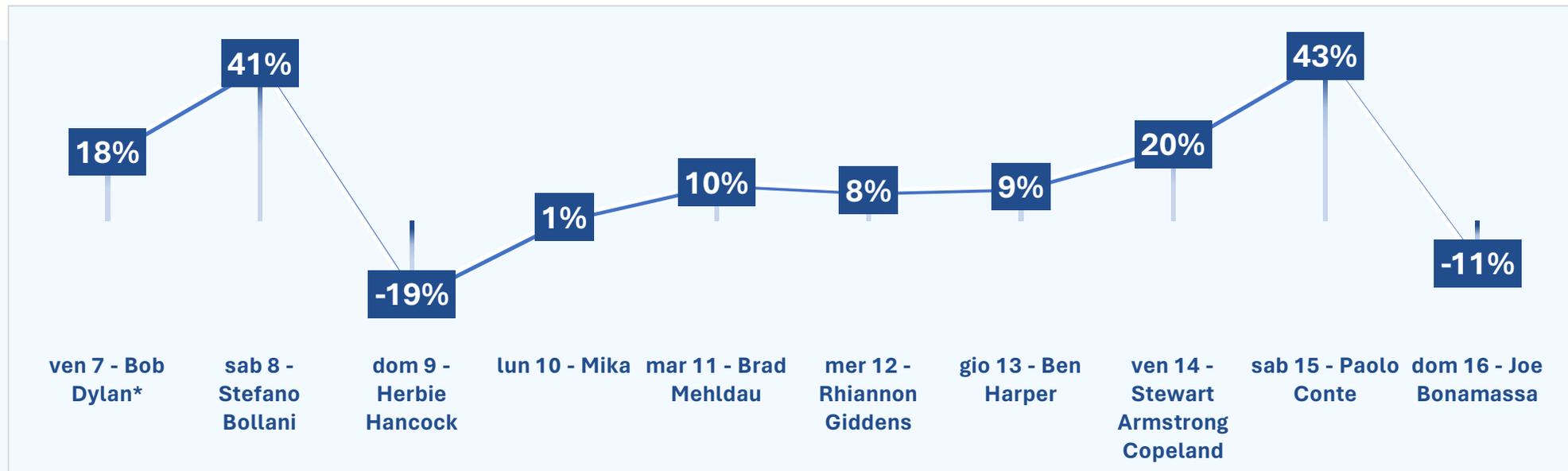
Crescita rilevata rispetto alla **décade precedente** l'evento

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



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

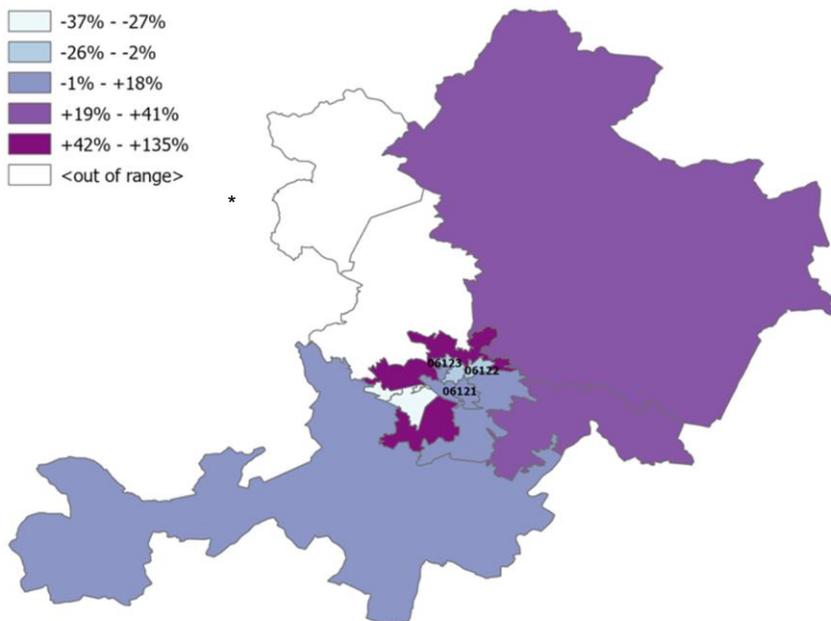
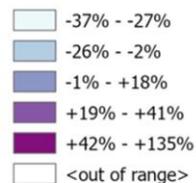
Il festival è un **evento soprattutto nazionale**. Si nota tuttavia un incremento del **30% degli stranieri** rispetto alla settimana precedente che indica un interesse crescente all'evento anche dall'estero



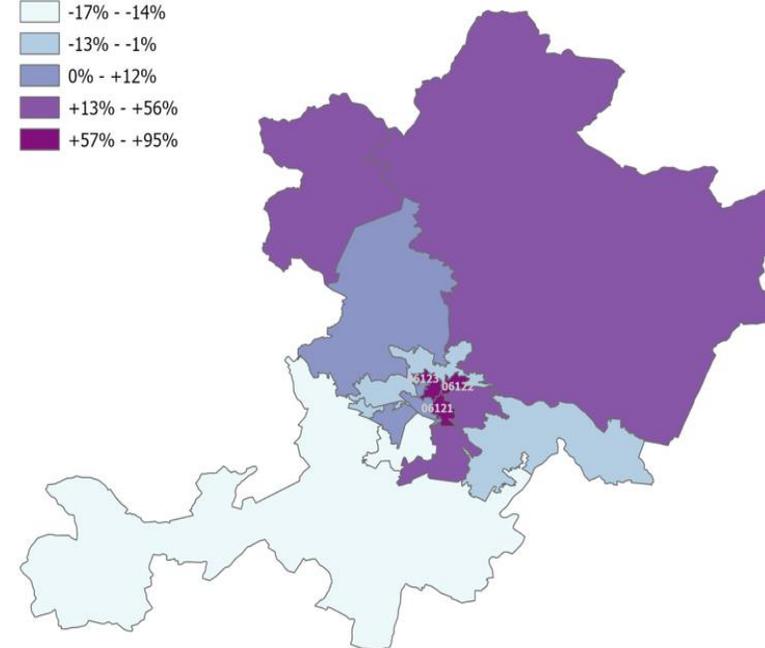
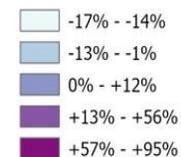
* N.B.: Un notevole incremento che trova in parte spiegazione nel minor utilizzo delle carte prima della pandemia

I CAP che identificano i **luoghi dell'evento**
(e che corrispondono anche al centro storico cittadino e zone limitrofe)
sono quelli che mostrano il **maggiore incremento**, rispetto al periodo di benchmark pre evento,
della spesa in ristoranti, a fronte di diminuzioni riscontrate nella spesa destinata ai servizi ricettivi.

INCREMENTO DEL VOLUME DI SPESO PER **HOTEL**
RISPETTO AL PERIODO DI BENCHMARK, PER CAP



INCREMENTO DEL VOLUME DI SPESO PER **RISTORANTI**
RISPETTO AL PERIODO DI BENCHMARK, PER CAP

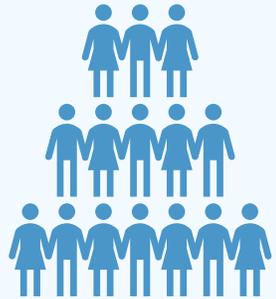


* dato anonimizzato, statisticamente non significativo o mancante.

LOCATION INTELLIGENCE

Processo


dati strutturali
che costituiscono
la **base anagrafica**



**sexo, età,
nazionalità**



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

ricerche, download, carrelli di acquisto



interessi, preferenze, abitudini

Cluster comportamentali

green / natura



sport



enogastronomico



culturale



business



cicloturistico



family



spirituale



pets




**LOCATION
INTELLIGENCE**



OUTPUT POTENZIALI E UTILIZZI

Location Intelligence



➤ REALIZZAZIONE DI MAPPE



Oltre alle classiche rappresentazioni tabellari e grafiche, il livello di dettaglio territoriale in cui si articolano i dati consente di realizzare **mappe regionali, provinciali, comunali**, classificando i turisti per profilo di interesse prevalente (enogastronomico, spirituale, sportivo, etc.), segmentando le analisi per sesso, età e nazionalità.

➤ CONCENTRAZIONE COMUNALE



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

➤ ANTICIPATORE DATO ISTAT



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

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

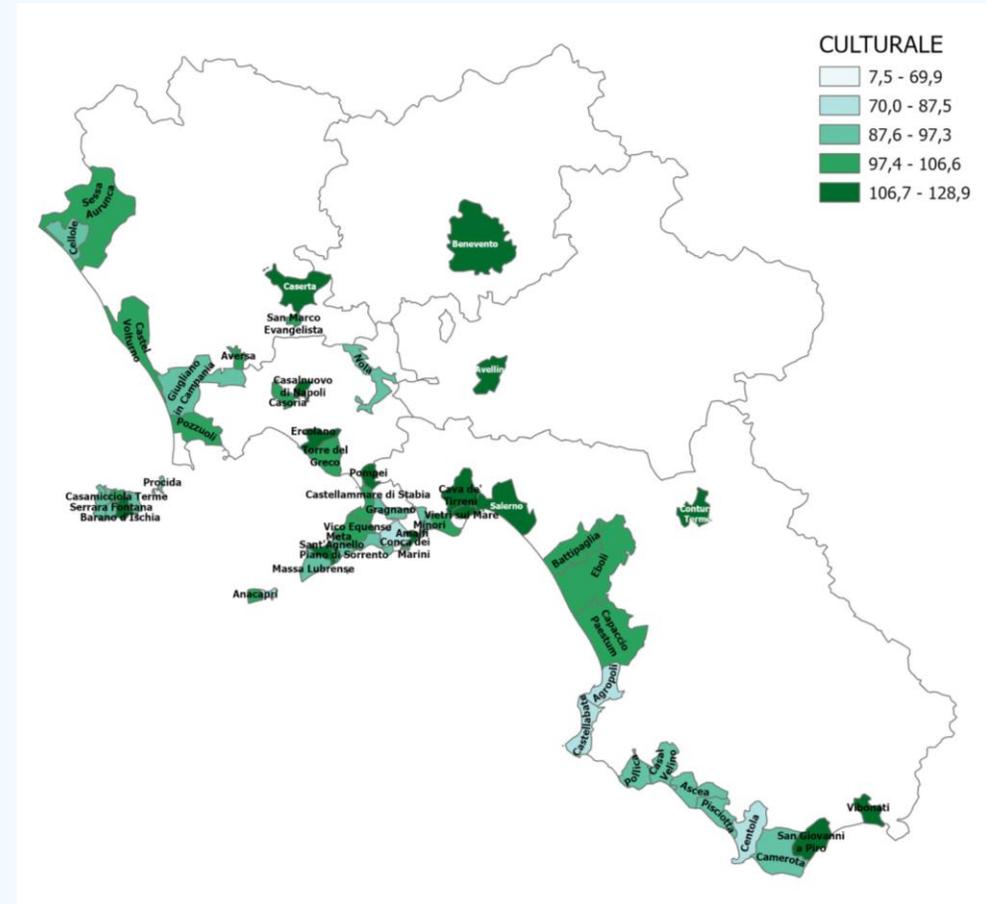
i dati di Location Intelligence si caratterizzano per un significativo **valore aggiunto in termini di tempestività**, in quanto potenzialmente **disponibili a poche settimane dalla chiusura della rilevazione**.

ALCUNI CLUSTER COMPORTAMENTALI IN CAMPANIA

Indice di caratterizzazione comportamentale

Posizioni in graduatoria dei comuni in Campania
per alcuni cluster comportamentali
(luglio-agosto 2023)

ENOGASTROMICO	Contursi Terme (Salerno - 16° posto)
GREEN	Vibonati (Salerno - 12° posto)
SPIRITUALE	Ercolano (Napoli - 3° posto)
SPORTIVO	Vibonati (Salerno - 64° posto)
CICLOTURISMO	Vibonati (Salerno - 159° posto)
CULTURALE	Pompei (Napoli - 1° posto)
FAMILY&KIDS	Vietri Sul Mare (Salerno - 13° posto)
BUSINESS	Vietri Sul Mare (Salerno - 12° posto)



Indicatore media Italia=100

The screenshot shows the Stendhal Data Explorer interface. At the top, there are navigation tabs: STENDHAL, DATA EXPLORER, DATA FOR DESTINATION, and DATA FOR PROJECT. The main content is divided into three sections:

- Data Explorer:** Features a line chart showing 'Entrate in euro per gli alloggi Air...' with a value of €1.134.797.530,09 and a 37% increase. Next to it is a bar chart for 'Prenotazioni negli alloggi Airbnb' with a value of 2.124.265,00 and a 23% increase.
- Data for Destination:** Includes a map and two buttons: '227 DESTINAZIONI' and '2380 COMUNI'. Below this are four colored boxes with icons and arrows: 'Assessment' (blue), 'Sentiment' (orange), 'Sustainability' (purple), and 'Branding' (pink).
- Data for Project:** Contains three main action buttons: '+ Nuovo Perimetro', 'Vai all'elenco', 'Analizza Perimetro', and 'Esplora le previsioni'.

N. di variabili analizzate: **86**
 N. di dati nel *data lake* Stendhal: **42.8 milioni**
 Copertura temporale: **dal 2007**
 Copertura territoriale: **tutti i comuni e province**

Piattaforma Stendhal

Data Explorer

Permette di accedere in maniera efficace e intuitiva ai dati sul turismo, aggregando varie fonti statistiche sul territorio nazionale:

- Osservatorio sull'economia del turismo Unioncamere-ISONART;
- informazioni in logica open data (**Istat, Eurostat, Infocamere** etc.);
- informazioni raccolte tramite **scraping online** (prezzi medi strutture ricettive) ed **analisi di sentiment** (recensioni turisti).

Consente di effettuare incroci e analisi di dati su basi temporali e geo-spaziali, agevolando la costruzione di report dinamici sulla base delle richieste dell'analista.

Data for Destination

Traccia il posizionamento competitivo della tua destinazione: consulta e scarica dati, grafici e mappe di oltre 200 destinazioni turistiche italiane. Confronta il tuo territorio con i possibili *competitor* e con i *best player* per capire come indirizzare lo sviluppo turistico e territoriale. Consente la promozione della destinazione in maniera coerente alle sue vocazioni.

Data for Project

Esplora il tuo territorio, analizzalo e individua le potenziali destinazioni. Sfrutta l'intelligenza artificiale per anticipare i trend. Utilizza i dati per sviluppare i tuoi progetti.



GRAZIE

Paolo Bulleri

Dirigente Area Ricerca

Istituto Nazionale Ricerche Turistiche - ISNART

p.bulleri@isnart.it

+06 2039891

www.isnart.it



Ospitalità Italiana



Isnart



@isnart_official

