



FONDO DI PEREQUAZIONE 2021-2022 SOSTEGNO DEL TURISMO

ANALISI DEI COMPORTAMENTI TURISTICI E DI CONSUMO DEI VACANZIERI CHE SOGGIORNANO IN FRIULI VENEZIA GIULIA

25 Gennaio
2024





Premessa e nota metodologica

L'impianto metodologico dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di Commercio ripone al centro lo studio del fenomeno e dei trend del turismo, tanto a livello centrale che locale.

Lo studio di analisi socioeconomica del territorio mette in luce l'andamento del turismo, sulla base della metodologia utilizzata da Unioncamere per le indagini di livello nazionale. L'indagine territoriale analizza i comportamenti turistici e di consumo dei vacanzieri che soggiornano in regione.

Dare continuità alle attività di osservazione economica a beneficio delle imprese e dei territori è l'obiettivo nel quale si inserisce il presente rapporto di analisi per lo svolgimento della linea di Attività 1, del progetto relativo al Fondo di Perequazione 2021-2022 per il sostegno del Turismo, realizzato dalla CCIAA di Pordenone Udine e dalla CCIAA Venezia Giulia.

Per monitorare la domanda turistica, nel corso del mese di **agosto 2023** si è svolta **un'indagine a turisti italiani e stranieri**, su un campione nazionale di circa 8.000 turisti che abbiano soggiornato almeno due notti nella regione dell'intervista.

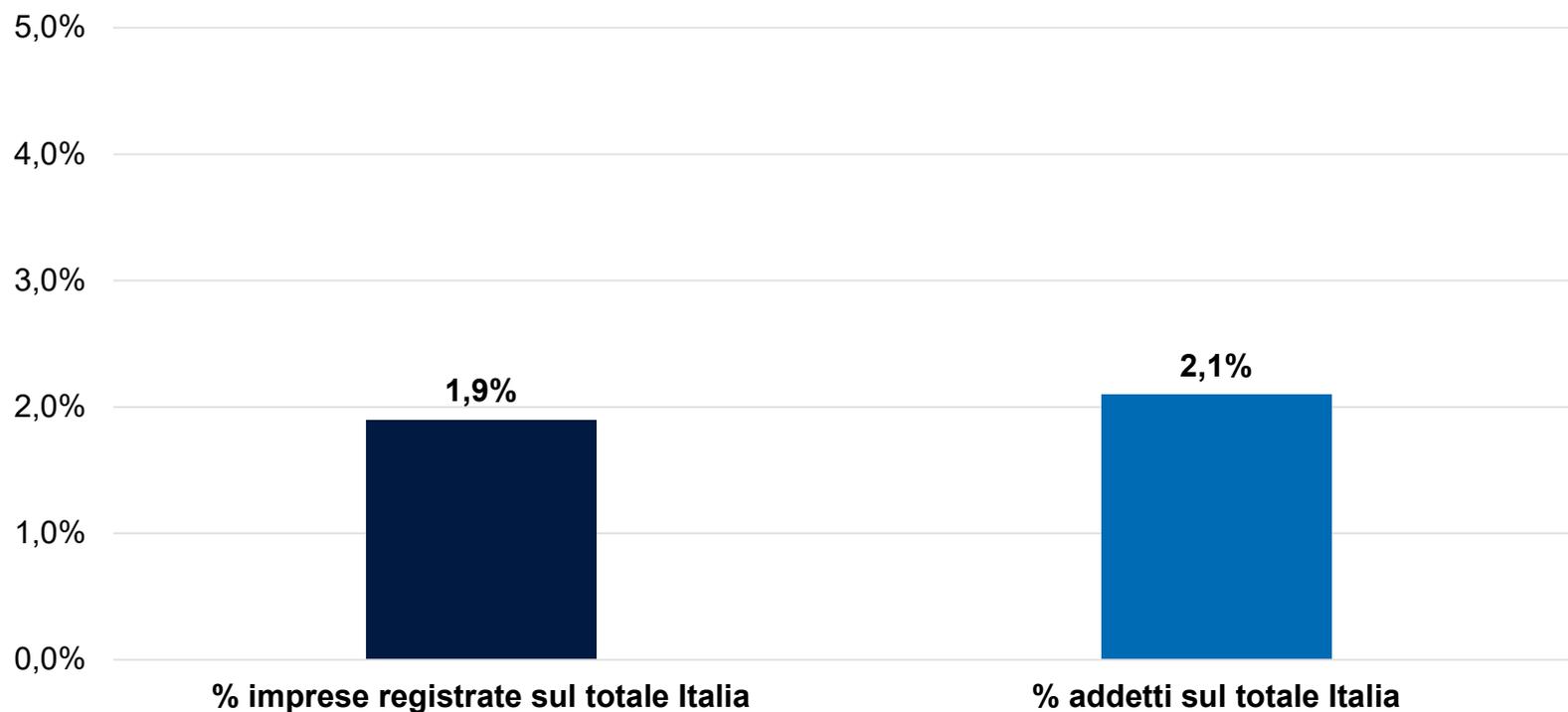
A livello nazionale sono state effettuate complessivamente oltre 30 mila interviste. **L'indagine era rivolta sia ai turisti che dormono nelle strutture ricettive che in alloggi privati o ospitati da amici e parenti.**

Il campionamento è di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane. Una volta individuate, all'interno di ogni regione, le località di maggior interesse per ogni singolo prodotto (sulla base del numero di arrivi e presenze), si passa alla successiva fase di campionamento che prevede una distribuzione delle interviste tra turisti italiani e turisti stranieri. Tale divisione viene stabilita in base ai dati dell'Istat relativi alle presenze per regione e provincia. Per il FVG nell'ambito del progetto FONDO DI PEREQUAZIONE 2021-2022 Sostegno del Turismo è stato effettuato un sovra campionamento territoriale, nel complesso sono state realizzate 1.750 interviste ai turisti (GO 700, PN 160, TS 250, UD 640).



Incidenza della filiera turistica regionale sul totale nazionale

IL PESO DELLA FILIERA TURISTICA IN FVG (imprese registrate e addetti sul totale Italia)

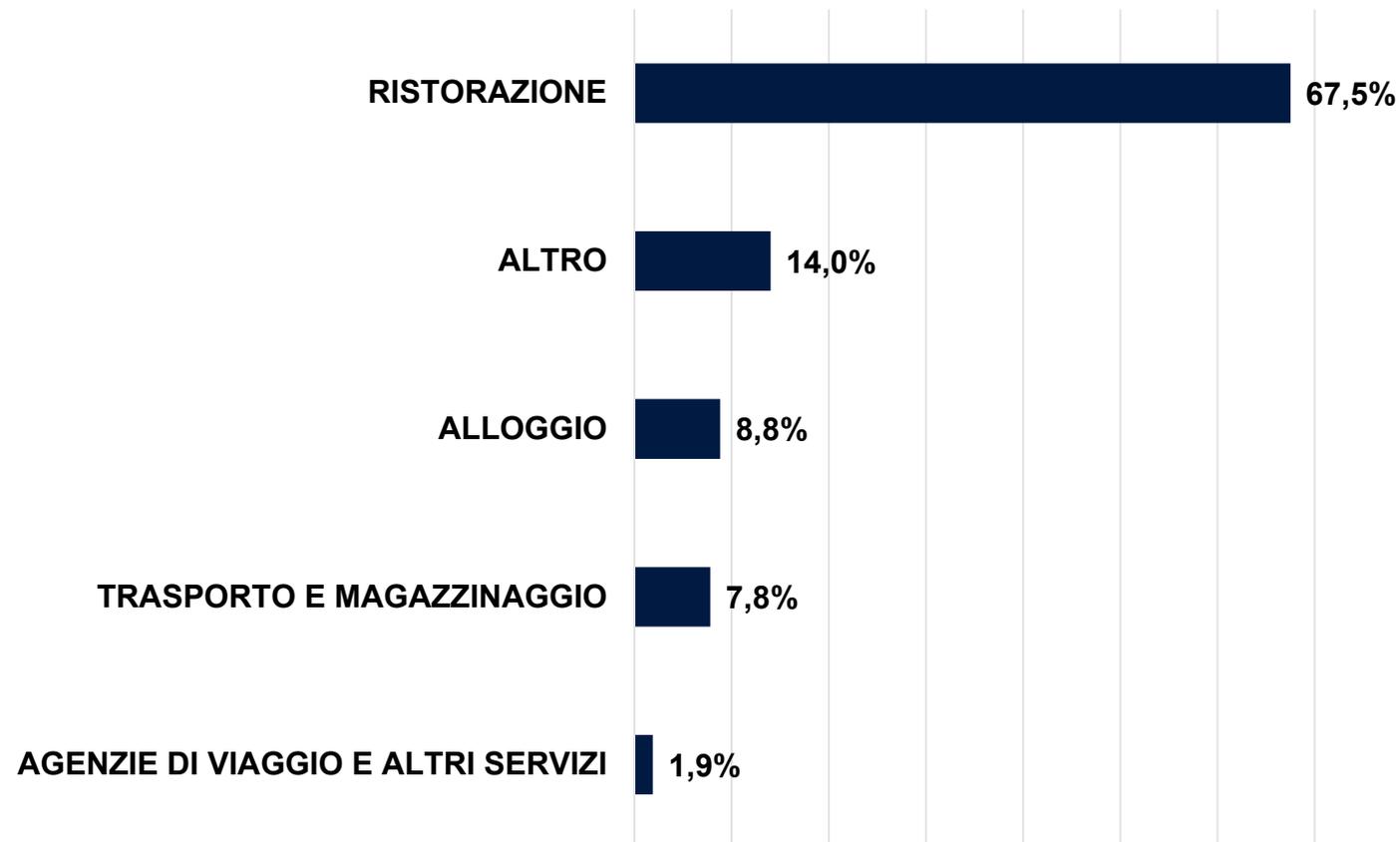


Il Friuli Venezia Giulia ospita un sistema di imprese legate alla filiera turistica di 12.042 imprese registrate al 30.09.2023, ovvero l'1,9% dell'offerta complessiva di filiera italiana (pari a quasi 630mila imprese).

Il Friuli Venezia Giulia conta un totale di 59.231 addetti impiegati nelle imprese del settore, il 2,1% di tutti quelli legati al turismo in Italia (pari a più di 2,8 milioni).

Fonte: InfoCamere, III trimestre 2023.

Incidenza dei settori della filiera turistica a livello regionale



Le imprese di ristorazione al 30.09.2023 costituiscono il 67,5% delle imprese legate al turismo presenti nella regione.

Seguono le imprese di alloggio (8,8%), trasporto e magazzinaggio (7,8%), agenzie di viaggio e altri servizi (1,9%).

La categoria residuale Altro (14%) include servizi legati ad attività creative, artistiche, di intrattenimento, divertimento, sportive, di istruzione, biblioteche, archivi, musei e altre attività di servizi per la persona.

Identikit del turista del FVG, estate 2023

FVG. Identikit del turista (%)

Estate 2023

| Sesso | Italiani | Stranieri | Totale |
|---------------|----------|-----------|--------|
| Maschio | 57,0 | 58,8 | 58,0 |
| Femmina | 43,0 | 41,2 | 42,0 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Età | Italiani | Stranieri | Totale |
| Baby Boomers | 21,3 | 11,1 | 15,4 |
| Generazione X | 35,7 | 22,8 | 28,3 |
| Generazione Y | 29,7 | 50,0 | 41,4 |
| Generazione Z | 10,8 | 12,4 | 11,8 |
| Senior | 2,4 | 3,7 | 3,1 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

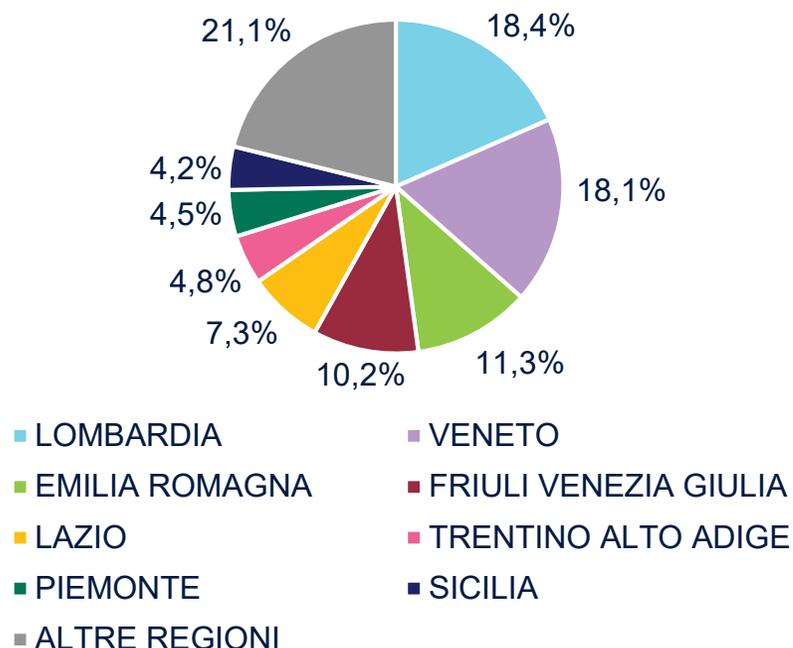
Dai dati raccolti da un'indagine campionaria ai turisti svolta da ISNART durante l'estate 2023, emerge che i turisti italiani che hanno visitato il Friuli Venezia Giulia sono per il 57% maschi e per il 35,7% appartenenti alla Generazione X (composta da persone tra i 42 e i 57 anni).

Prendendo in considerazione gli stranieri, invece, il genere prevalente rimane sempre maschile al 58,8%, mentre l'età dei turisti è per il 50% della Generazione Y (tra i 28 e i 41 anni). In media, quindi, i turisti stranieri sono più giovani.

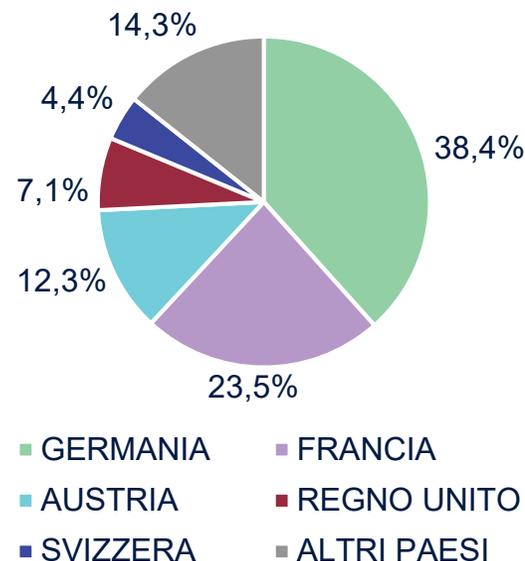
Il 47,1% del totale dei turisti del FVG è una coppia senza bambini, il 26,9% è una famiglia con bambini e il 14,5% viaggia invece con amici.

Provenienza dei turisti del FVG, estate 2023

TURISTI ITALIANI IN FVG



TURISTI STRANIERI IN FVG



Il Friuli Venezia Giulia, nell'estate del 2023, ha goduto del turismo nazionale e internazionale.

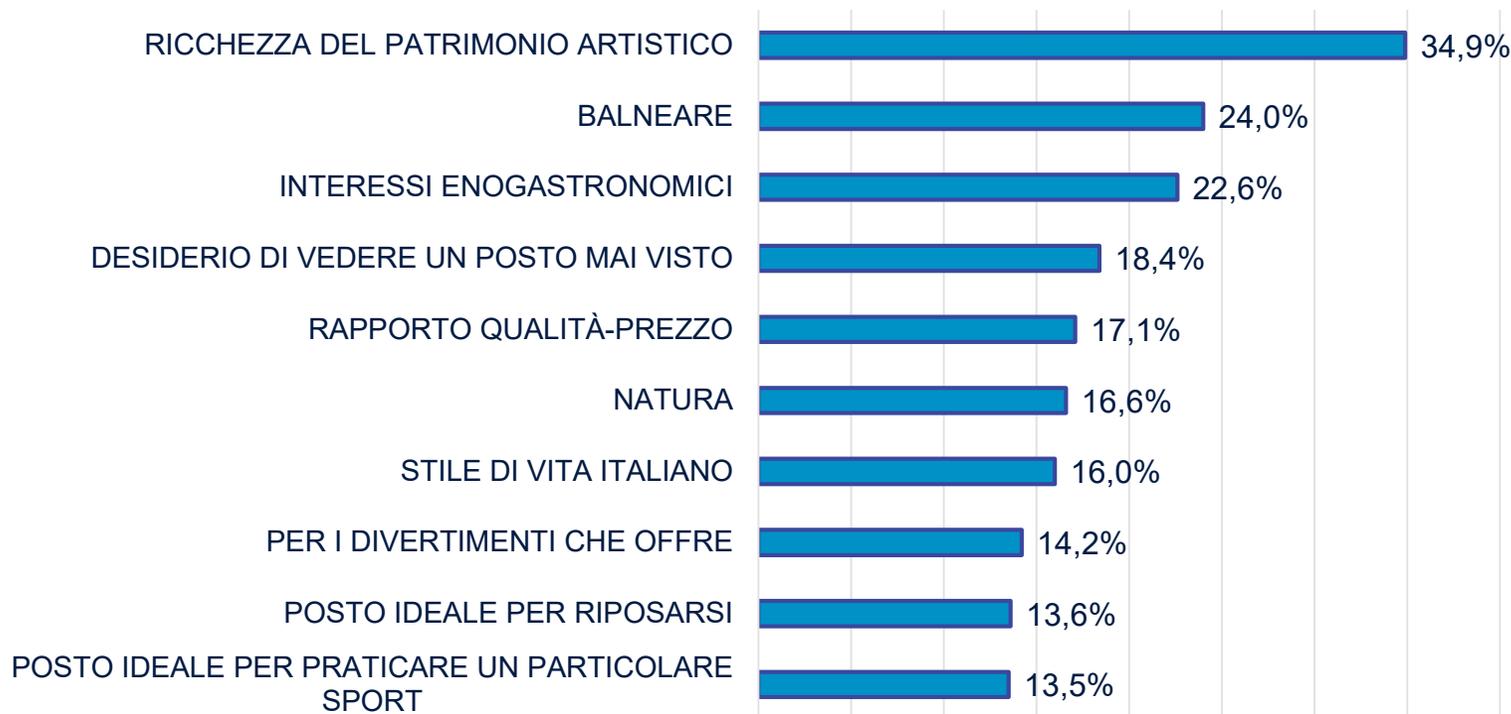
I turisti italiani che hanno visitato il Friuli Venezia Giulia nel periodo provengono principalmente dalla Lombardia (18,4%), dal Veneto (18,1%), dall'Emilia Romagna (11,3%), dallo stesso FVG (10,2%) e dal Lazio (7,3%).

A livello internazionale il FVG, nel periodo, ha attratto turisti provenienti per la maggior parte da Germania (38,4%), Francia (23,5%), Austria (12,3%), Regno Unito (7,1%) e Svizzera (4,4%).

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Le 10 principali motivazioni per la scelta della vacanza in FVG (% sul totale turisti), estate 2023

MOTIVAZIONI DI SOGGIORNO IN FVG



Il 42,4% dei turisti italiani e il 13,8% dei turisti stranieri, che hanno visitato il Friuli Venezia Giulia nell'estate 2023, ci erano già stati in passato. Più alta è invece la percentuale per le province di Udine e Pordenone in cui erano già stati in FVG il 52,1% di turisti italiani e il 19,1% di stranieri.

Le principali motivazioni di soggiorno dei turisti sono il patrimonio artistico (34,9%), il turismo balneare (24%) e gli interessi enogastronomici (22,6%).

I turisti stranieri dimostrano particolare interesse per il patrimonio artistico e lo stile di vita italiano e considerano il FVG una località esclusiva, gli italiani apprezzano il rapporto qualità-prezzo.

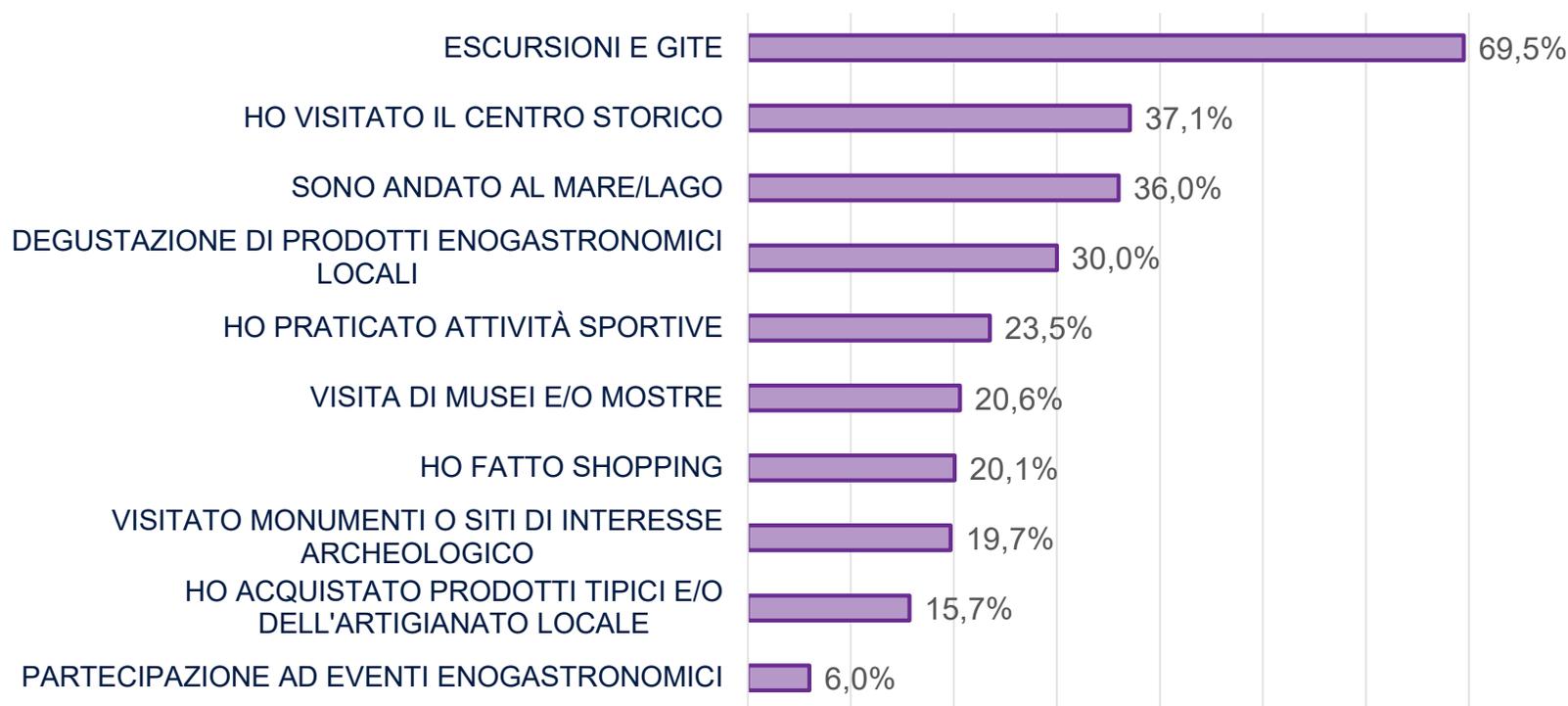
Circa la metà dei turisti (48,7%) ha scelto la meta grazie a internet, il 33,3% tramite suggerimento di amici e il 27,6% per esperienza personale.

Nota: Le risposte per le motivazioni di soggiorno sono espresse in % sul totale dei turisti intervistati (con possibilità di risposta multipla).

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Le 10 principali attività svolte durante la vacanza in FVG (% sul totale turisti), estate 2023

LE 10 PRINCIPALI ATTIVITÀ SVOLTE IN VACANZA IN FVG



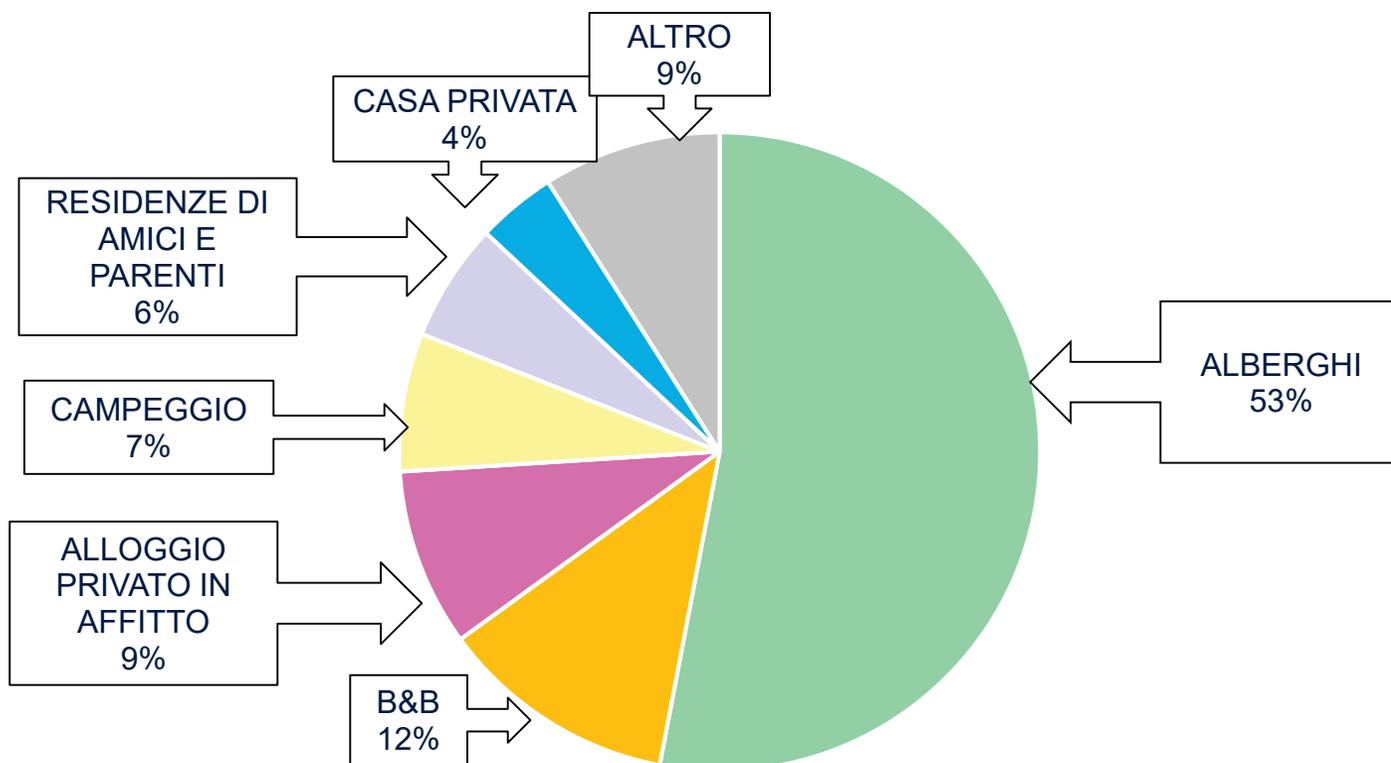
Le attività svolte dai turisti sono coerenti con le motivazioni che portano alla scelta della vacanza.

Escursioni e gite sono l'attività preferita dal totale dei turisti (69,5%). Seguono la visita dei centri storici (37,1%), attività legate al turismo balneare (36%) e degustazione di prodotti enogastronomici (30%). In tutti questi casi le percentuali sono più elevate per i turisti stranieri.

Nota: Le risposte per le attività svolte sono espresse in % sul totale dei turisti intervistati (con possibilità di risposta multipla).

Tipologia di alloggio, estate 2023

TIPOLOGIA DI ALLOGGIO USATA PER IL SOGGIORNO



La maggior parte dei turisti (81,5%) trascorre in Friuli Venezia Giulia da 7 a 13 notti.

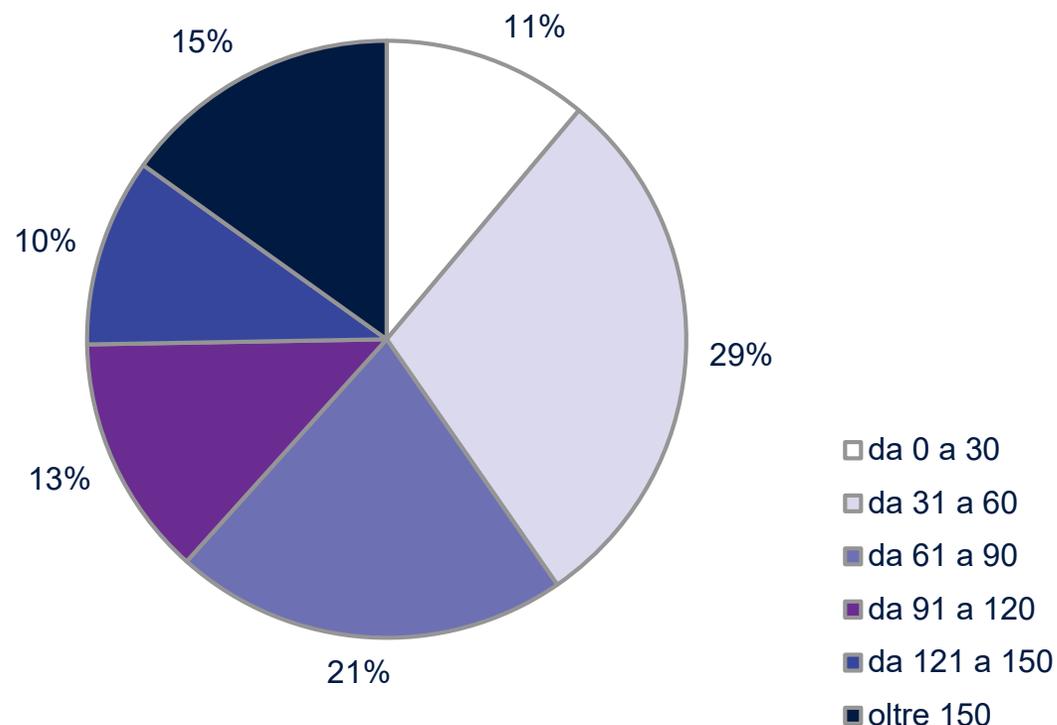
La tipologia di alloggio preferita da circa la metà dei turisti (53%) sono gli alberghi, soprattutto a 3 e 4 stelle, scelti principalmente dagli stranieri.

Seguono i B&B (12%), che sono invece preferiti dagli italiani. Gli alloggi privati in affitto contano per il 9% del totale, le residenze di amici e parenti per il 6% e le case private per il 4%.

È inoltre non trascurabile la quota di campeggiatori (7%), anche nell'ottica di un turismo più sostenibile.

Spesa media giornaliera – estate 2023

SPESA GIORNALIERA IN € A PERSONA PER CLASSI DI SPESA, escluse spese di viaggio e di alloggio



Per raggiungere il FVG (viaggio di andata e ritorno), in media, un turista italiano spende €149 a persona, mentre per un turista straniero la spesa ammonta a circa €261.

Alloggiare in FVG costa in media €67 al giorno e la spesa media giornaliera a persona, ponderata per la quota di turisti che ha effettuato effettivamente ogni singola voce di spesa, ammonta a €92.

Escludendo il viaggio e l'alloggio, la classe di spesa giornaliera cui appartiene la maggior parte dei turisti del FVG (29%) va da €31 a €60. Seguono coloro che spendono in media tra €61 e €90 al giorno (21%).

I turisti che spendono oltre €150 al giorno sono il 15% del totale, l'11% invece spende meno di €30.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Spesa media giornaliera per categorie – estate 2023

SPESA GIORNALIERA IN € A PERSONA PER CATEGORIE



Scendendo nel dettaglio delle categorie, la spesa principale che i turisti sostengono riguarda le attività ricreative (fino a €81,5 al giorno a persona) come ad esempio stabilimenti balneari, ingressi ai musei, visite guidate, attività sportive, noleggi. Si noti però che non tutti i turisti effettuano effettivamente spese in tutte le categorie qui indicate.

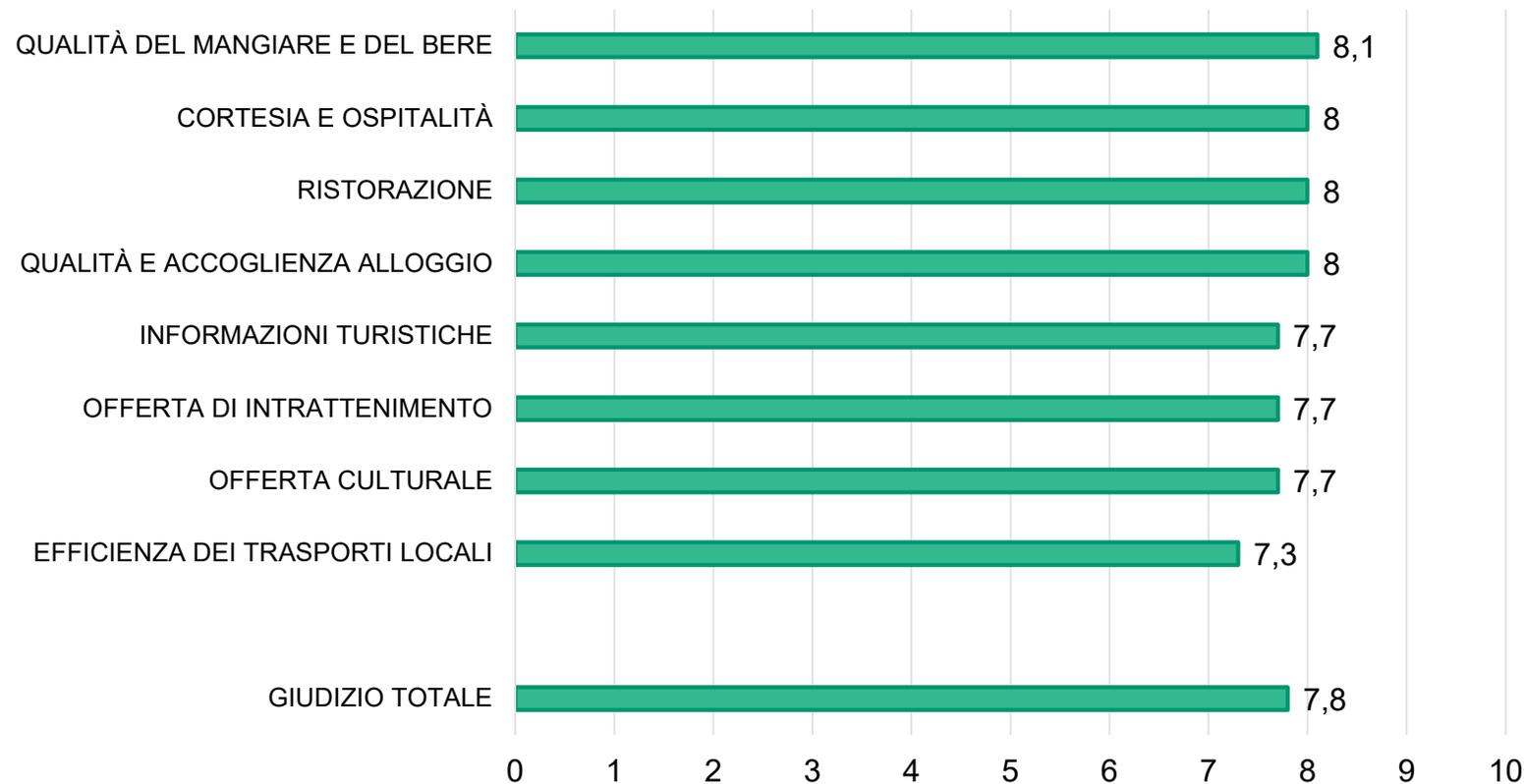
Altre fette importanti della spesa giornaliera sono l'abbigliamento (€43,1), shopping e souvenir (€41), i prodotti agroalimentari (€30) e la ristorazione (€21,9).

Il costo per l'ormeggio di barche incide invece per circa €30 a persona al giorno, i trasporti pubblici invece per €21,8.

Nota: nel grafico i valori sono espressi in € e si riferiscono alla spesa media a persona (alloggio escluso).

Giudizio dei turisti sul FVG, estate 2023

GIUDIZIO SULLE CARATTERISTICHE DEL SOGGIORNO



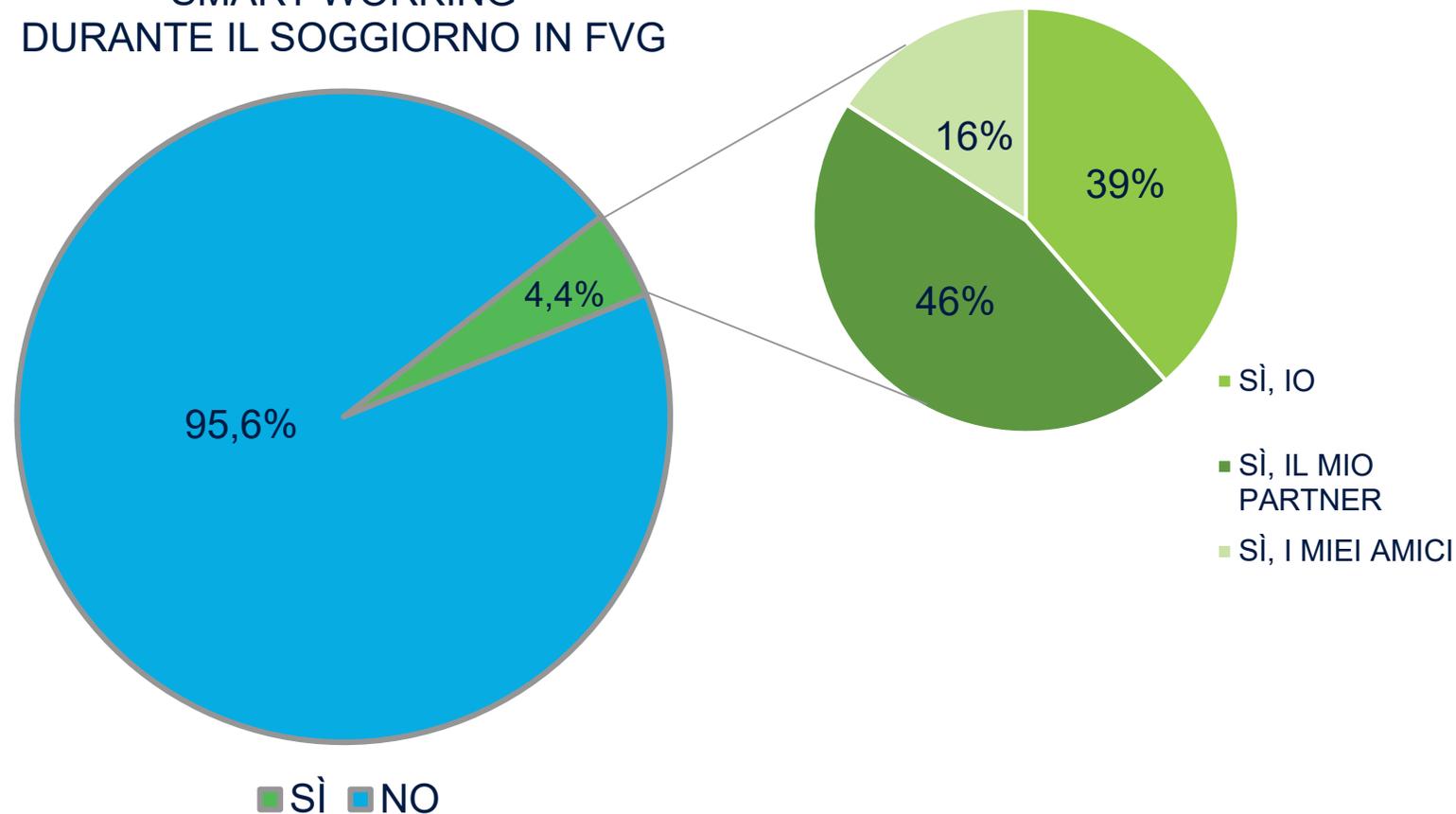
Complessivamente, il giudizio dei turisti sul Friuli Venezia Giulia è ottimo e sfiora gli 8 punti su 10. Spiccano la qualità del mangiare e del bere (8,1 su 10), cortesia e ospitalità (8), ristorazione (8) e qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio (8). In generale i giudizi in tutti gli ambiti analizzati superano il punteggio di 7.

Il 51,5% dei turisti ha scritto o scriverà recensioni online sulla vacanza. I principali canali utilizzati sono Facebook, Instagram, Google, TripAdvisor e Booking/altre agenzie turistiche online.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Smart Working durante il soggiorno in FVG, estate 2023

SMART WORKING DURANTE IL SOGGIORNO IN FVG



Il Friuli Venezia Giulia rappresenta una meta per i lavoratori digitali?

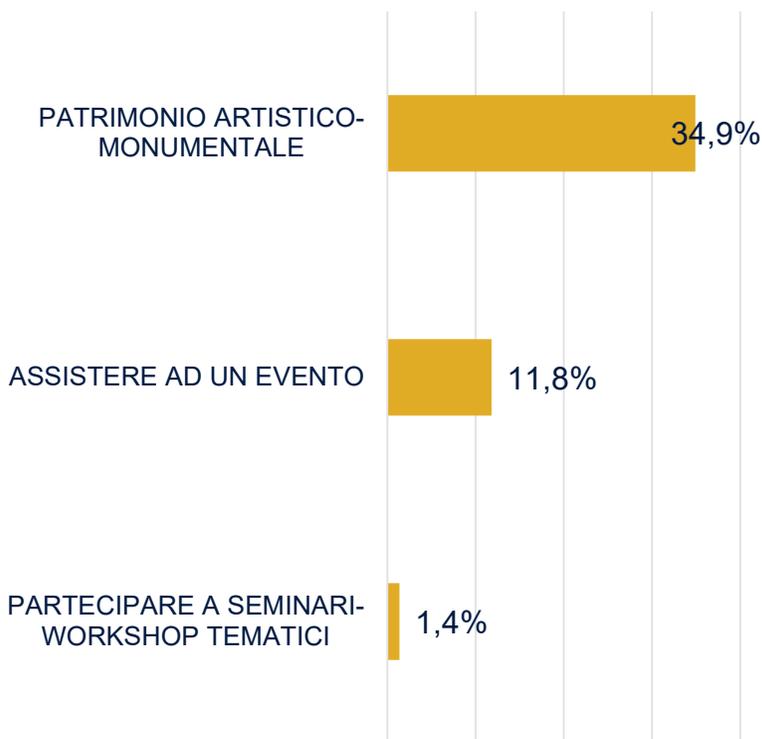
Solamente 4 turisti su 100 hanno affermato che loro stessi o la loro compagnia di viaggio ha lavorato da remoto (Smart Working) durante la propria permanenza in FVG.

Tra questi, il 39% ha affermato di aver lavorato da remoto, la restante parte ha affermato di essere stato in compagnia di partner o amici che hanno fatto Smart Working (46% nel primo caso, 16% nel secondo).

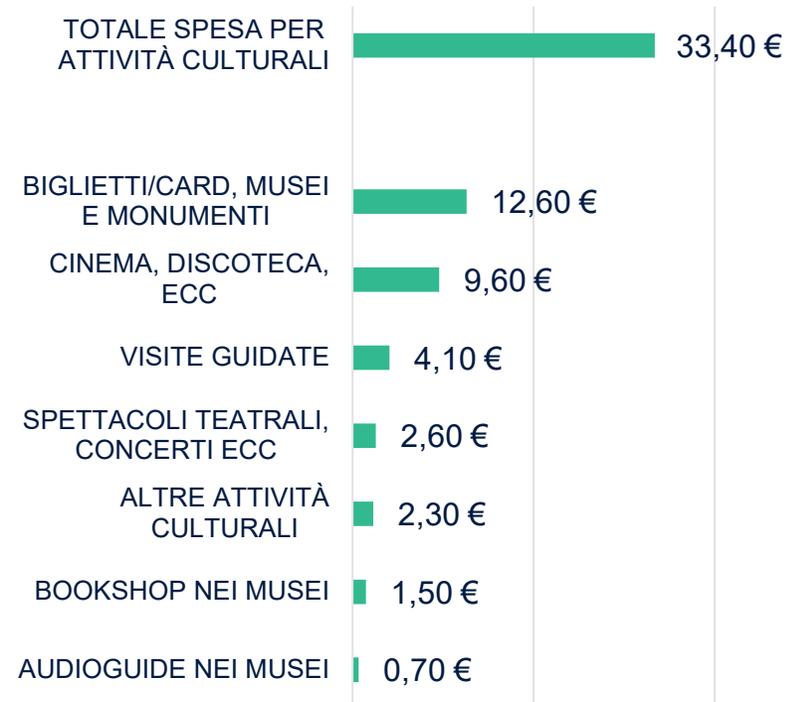
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

FOCUS CULTURA, estate 2023

MOTIVAZIONI CULTURALI PER LA SCELTA DELLA VACANZA



SPESA MEDIA A PERSONA PER ATTIVITÀ CULTURALI IN €



Tra i turisti che si recano in Friuli Venezia Giulia, molti hanno motivazioni riconducibili al mondo della cultura, come ad esempio la ricchezza del patrimonio artistico/monumentale (34,9%), assistere ad un evento (11,8%) o partecipare a seminari/workshop tematici (1,4%).

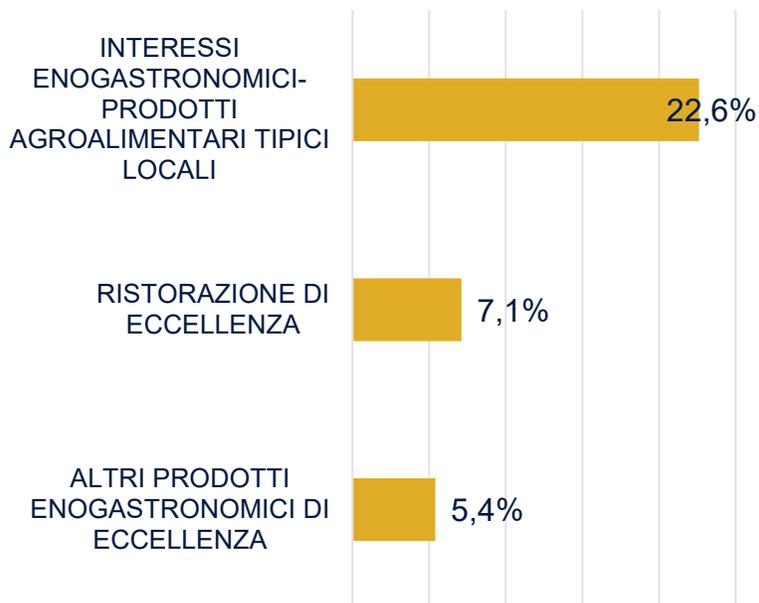
Infatti, tra le attività effettivamente svolte durante il soggiorno, i turisti dichiarano di aver visitato il centro storico (37,1%), musei o mostre (20,6%) e monumenti e siti di interesse archeologico (19,7%). Così come di aver assistito a spettacoli musicali, partecipato a eventi tradizionali/folkloristici, spettacoli teatrali ecc.

Per la cultura, in Friuli Venezia Giulia, i turisti spendono in media €33,40 al giorno a persona. In particolare €12,60 per biglietti/card, musei e monumenti, €9,60 per cinema, €4,10 per visite guidate.

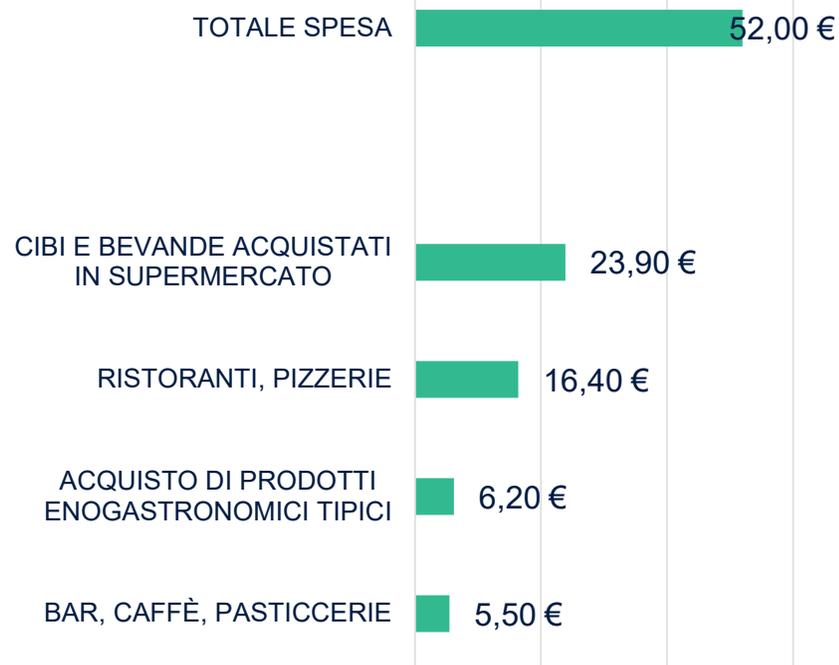
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

FOCUS AGROALIMENTARE E GASTRONOMIA, estate 2023

MOTIVAZIONI ENOGASTRONOMICHE PER LA SCELTA DELLA VACANZA



SPESA MEDIA A PERSONA PER ATTIVITÀ ENOGASTRONOMICHE IN €



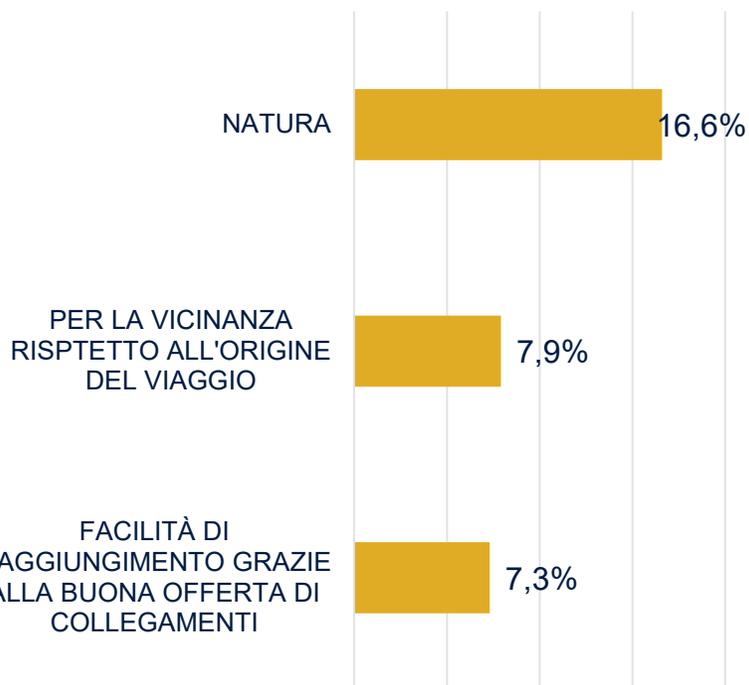
Tra le principali motivazioni per la scelta del FVG per la vacanza ci sono gli interessi enogastronomici e prodotti agroalimentari locali (22,6%), a seguire il 7,1% per la ristorazione di eccellenza e il 5,4% per altri prodotti enogastronomici.

Infatti, tra le attività svolte durante la permanenza, i turisti hanno dichiarato di aver partecipato a degustazioni di prodotti enogastronomici locali (30%), acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale (15,7%) e aver partecipato ad eventi enogastronomici (6%).

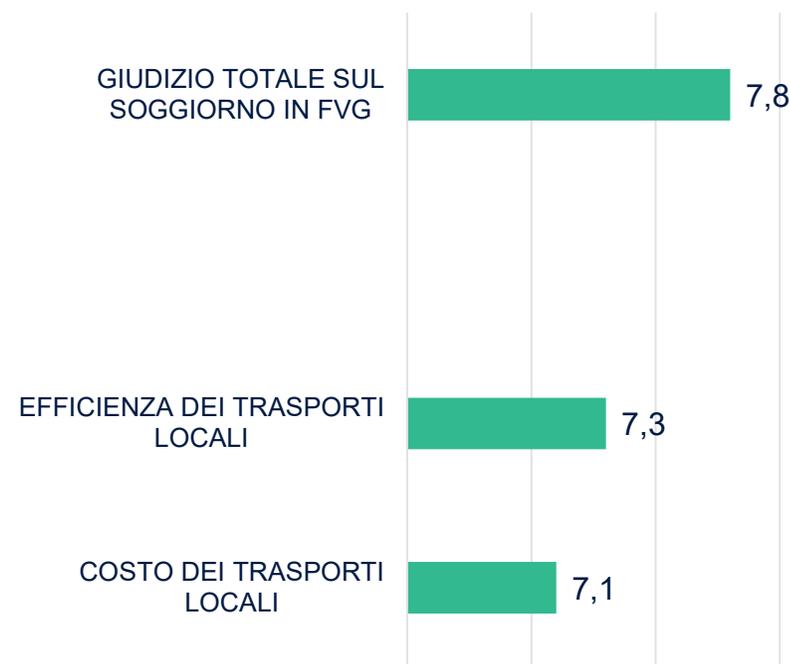
La spesa media giornaliera dei turisti a persona per attività enogastronomiche ammonta a €52. La maggior parte è dedicata a cibi e bevande acquistati in supermarket (€23,90) e in ristoranti e pizzerie (€16,40), €6,20 all'acquisto di prodotti enogastronomici tipici e €5,50 a bar e pasticcerie.

FOCUS SOSTENIBILITÀ, estate 2023

MOTIVAZIONI DI SOSTENIBILITÀ PER LA SCELTA DELLA VACANZA



GIUDIZIO MEDIO SU MEZZI DI TRASPORTO SOSTENIBILI



Parte dei turisti che ha visitato il Friuli Venezia Giulia nell'estate del 2023 ha scelto la meta anche per motivazioni legate alla sfera della sostenibilità ambientale.

Il 16,6% ha scelto il FVG per immergersi nella natura. A seguire, nell'elenco delle motivazioni, si ha la vicinanza rispetto all'origine del viaggio (7,9%) e la facilità di raggiungimento grazie alla buona offerta di collegamenti (7,3%).

Il 3,5% dei turisti ha inoltre dichiarato tra le attività svolte la partecipazione a un evento sulla natura/ambiente.

Infine si può notare che i giudizi sull'efficienza dei trasporti locali (punteggio di 7,3 su 10) e sul loro costo (punteggio di 7,1) sono molto buoni e in linea con il giudizio complessivo del soggiorno (7,8).



Glossario

GENERAZIONI:

- I Baby Boomers rappresentano i nati tra il 1950 e il 1964 (58-72 anni);
- La Generazione X rappresenta i nati tra il 1965 e il 1980 (57-42 anni);
- La Generazione Y rappresenta i nati tra il 1981 e il 1995 (28-42 anni);
- La Generazione Z rappresenta i nati dopo il 1995 (da 27 in giù);
- I Senior rappresentano i nati prima del 1950 (più di 72 anni).



Rapporto redatto da

Elaborazione statistica

- **Elisa Qualizza**

Grafica e impaginazione

- **Giovanni Mambrini**

Si autorizza la riproduzione, la diffusione e l'utilizzazione della presente pubblicazione a condizione di citarne la fonte.

Approfondimenti e domande sui contenuti del report possono essere richiesti a **statistica@pnud.camcom.it** o telefonando al numero **0432 273 539**

Documento pubblicato nel sito: www.pnud.camcom.it