



Una strategia per il turismo sostenibile
nel Delta emiliano-romagnolo:
prendiamocene cura!



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



Report informativo

SCHEDA LINEA DI PRODOTTO

Turismo Outdoor

a cura di **Andrea Succi**

Progetto "AZIONI INFORMATIVE PER IL RINFORZO COMPETITIVO"
finanziato con i fondi della Mis.19.2.02.13 Leader, PSR Regione Emilia-Romagna 2014-2020

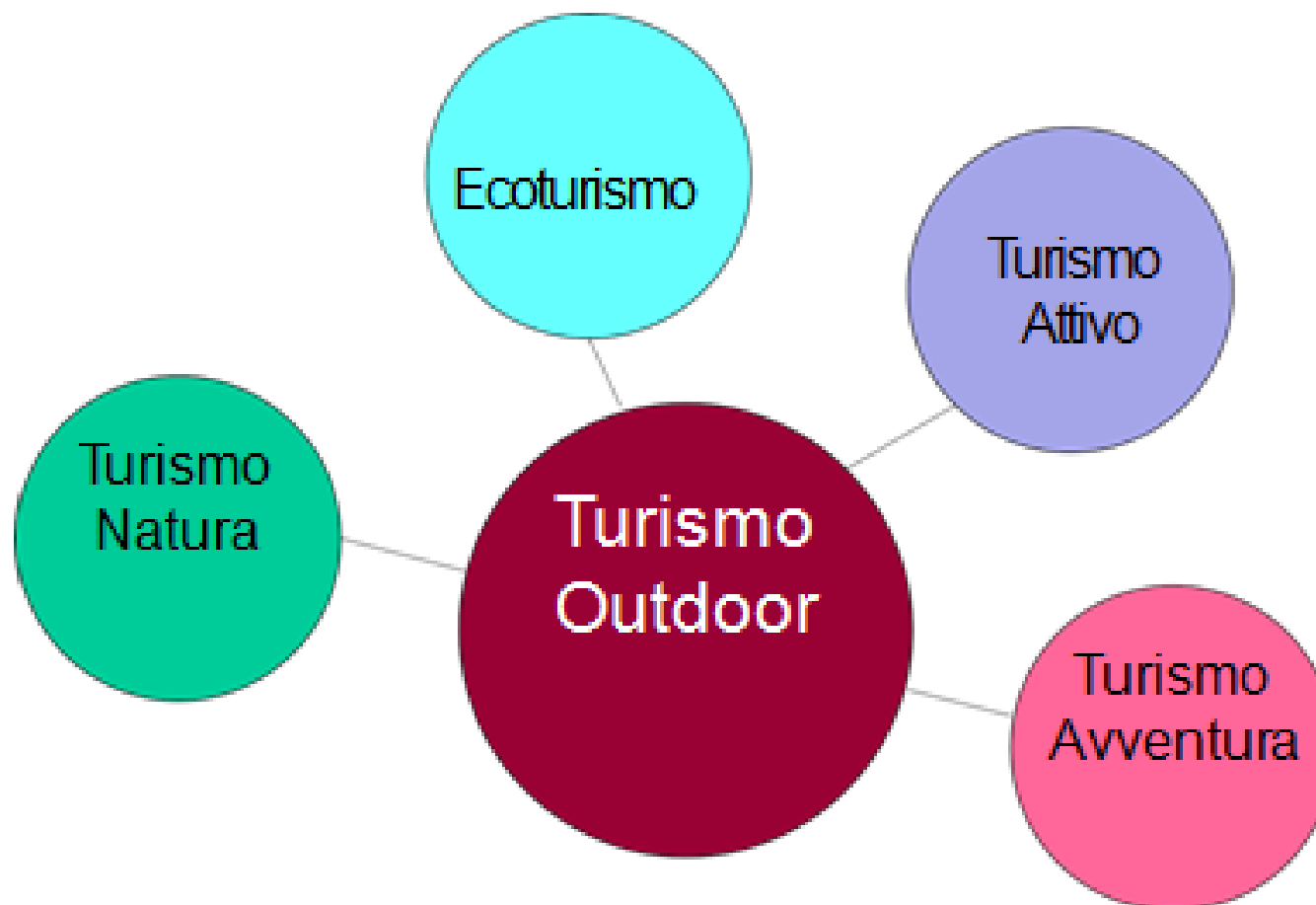
1. Definizione

Definizione di turismo Outdoor

- Il turismo outdoor è un ambito ampio – e con confini non precisamente definiti - che si riferisce ai viaggi (spostamento dalla residenza abituale) effettuati con lo specifico scopo di svolgere attività fisiche e ricreative all'aria aperta, per il piacere e la soddisfazione personale
- La pratica delle attività outdoor sono solitamente svolte in contesti naturali di pregio ed é condizionata ed attenta alle condizioni dell'ambiente naturale e sociale in cui si svolge
- Sebbene molte di queste attività possano essere classificate come sportive, non tutte richiedono che il partecipante sia un atleta. Le finalità della pratica possono essere diverse: il divertimento, il relax, l'esercizio fisico, il mettersi in gioco, lo spirito di gruppo, il rinnovamento spirituale, la conoscenza e l'immersione nella natura, ecc.

Outdoor vs. Plen Air

- Nonostante l'evidente sovrapposizione dei termini, non si deve confondere il turismo Outdoor con il turismo Plen Air
- Quest'ultimo termine, infatti, (detto anche "turismo in libertà") ha finito per identificare la forma di turismo itinerante – che interessa solitamente contesti naturali - effettuato in camper, in roulotte o in tenda. La ricettività mobile è il tratto distintivo di questo tipo di turismo, che si configura quindi come un sottoinsieme del turismo Outdoor (vedi anche tabella più oltre)
- Nel capitolo 5 vengono presentate alcune caratteristiche del turismo Plen Air tratte dallo specifico osservatorio.



Il turismo Outdoor mutua e in parte si sovrappone a tutta una serie di altre tipologie come il turismo Attivo, il turismo Avventura, l'Ecoturismo, il turismo Slow.

È una forma di turismo che presenta valori di sostenibilità, basso impatto ambientale e legami con il territorio naturale-sociale in cui avviene la pratica

Principali attività outdoor per contesto di pratica

Montagna	Bosco	Spiaggia e mare	Acqua dolce	Aria	Deserto	Contesti naturali diversi
Escursionismo	Avvistamento di selvatici	Snorkeling	Birding	Volo a vela	Safari	Bicicletta
Trekking/Sci alpinismo	Birding	Subacquea	Pesca	Escursioni in Palloni Areostatici	Escursioni 4x4/Quad	Equitazione
Arrampicata su roccia	Zip line	Nuoto	Canyoning	Volo	Sandboarding	Attività Edutainment Natura
MTB	Arrampicata di alberi	Vela	Rafting	Parapendio		Giardinaggio
Speleologia	Parchi avventura	Parasailing	Sport acquatici	Paracadutismo		Fotografia naturalistica
Sci/ Snowboard	Raccolta funghi	Pesca sportiva	Canoa/Kayak/ Paddleboard			Camping/ Caravaning
Ciaspolate	Orienteering	Windsurf	Sci/moto d'acqua			Picnic
Arrampicata su ghiaccio	Escursioni 4x4/Quad	Canoa/Kayak/ Paddleboard				Labirinti naturali
Canyoning	Paintball	Sport acquatici				Nuoto
Skyrunning	Softair	Corsa				Fitness/Percorsi vita
Discesa in corda doppia	Caccia	Trekking costiero (Coastering)				
Alpinismo	Speleologia grotte/cave					

Principali attività svolte negli USA

Attività outdoor svolte negli USA (popolazione con +16 anni)

<i>Type of outdoor activity</i>	<i>% of population 16 years and older</i>
Any outdoor recreation activity	94.5
Observing nature	76.2
Walking/hiking	66.7
Sightseeing	56.6
Picnicking	50.1
Fishing	28.9
Bicycling	28.6
Camping	26.3
Canoeing/kayaking/white-water rafting	15.9
Downhill skiing/snowboarding	10.7
Hunting	9.3
Water-skiing	8.9
Horseback riding	7.1
Sailing	4.8
Snowmobiling	3.6
Cross-country skiing	2.7

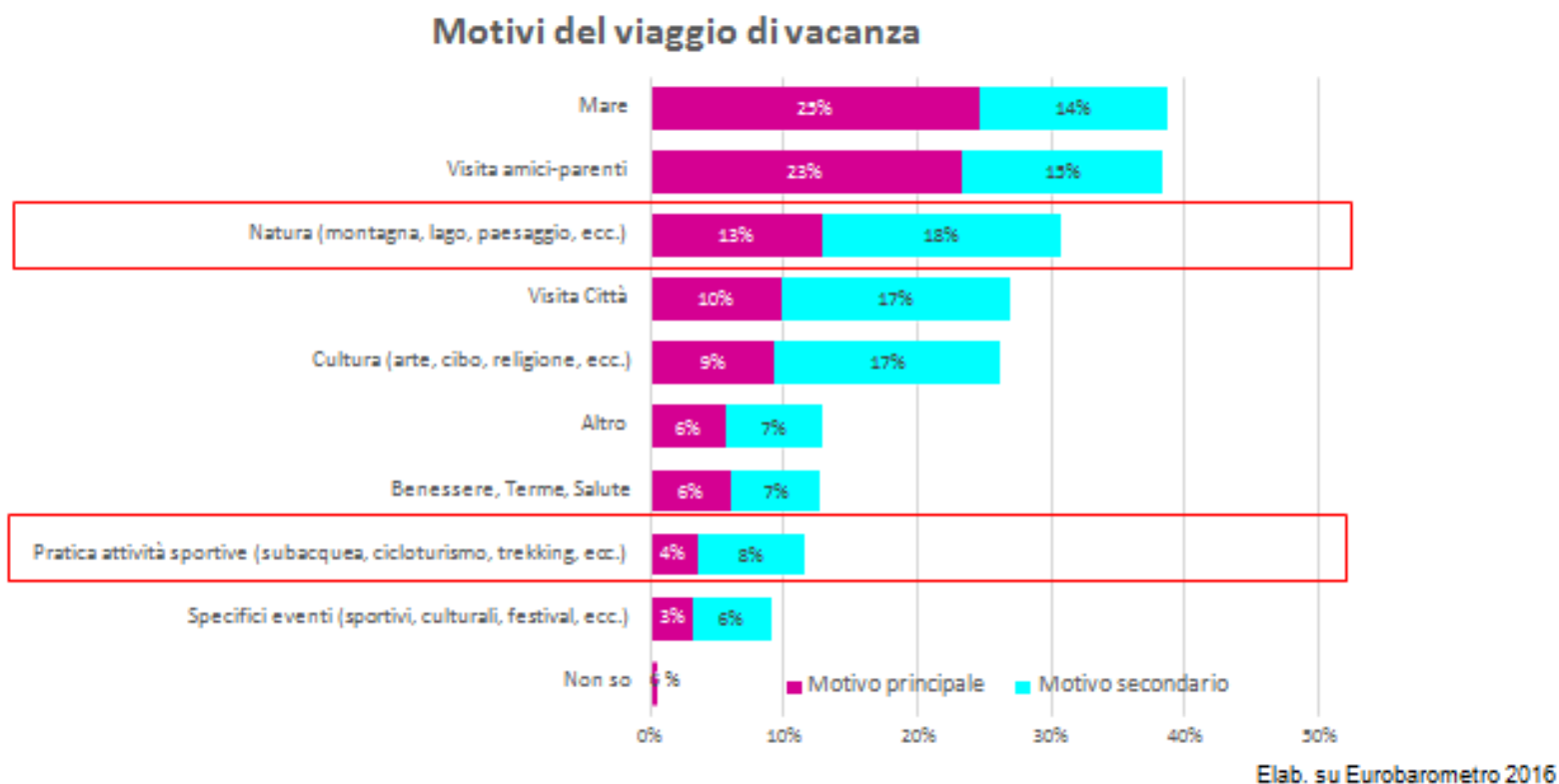
- L'osservazione della natura è l'attività principalmente svolta, seguita dalle camminate, dalla visita ai luoghi di interesse principale, dal fare picnic nel verde. Più distanziati la pesca, la pratica della bicicletta, il fare campeggio

2. Il mercato europeo

Motivazione Outdoor

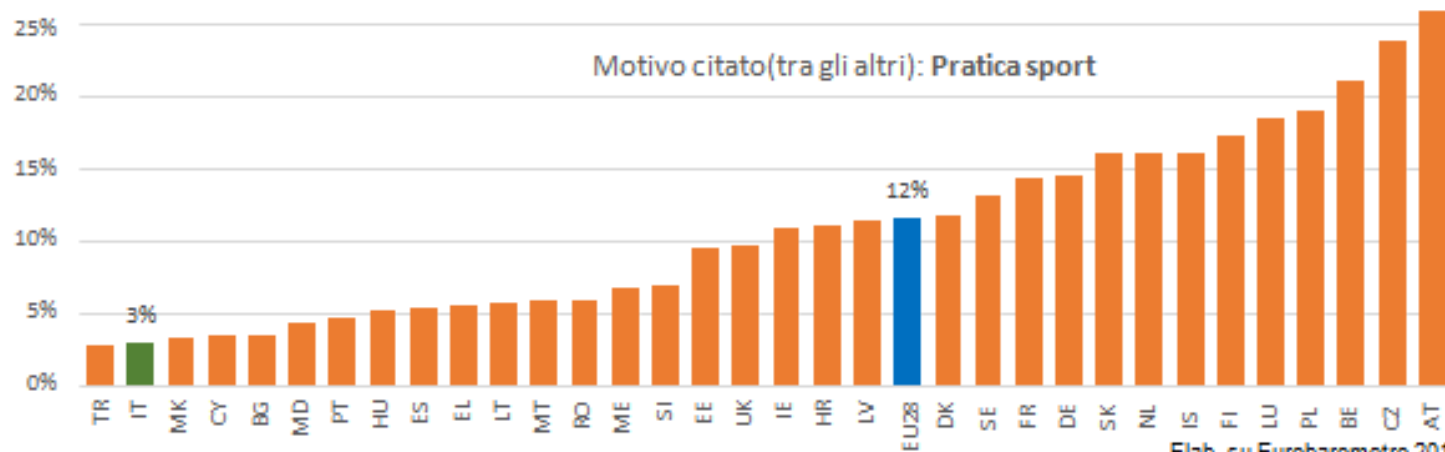
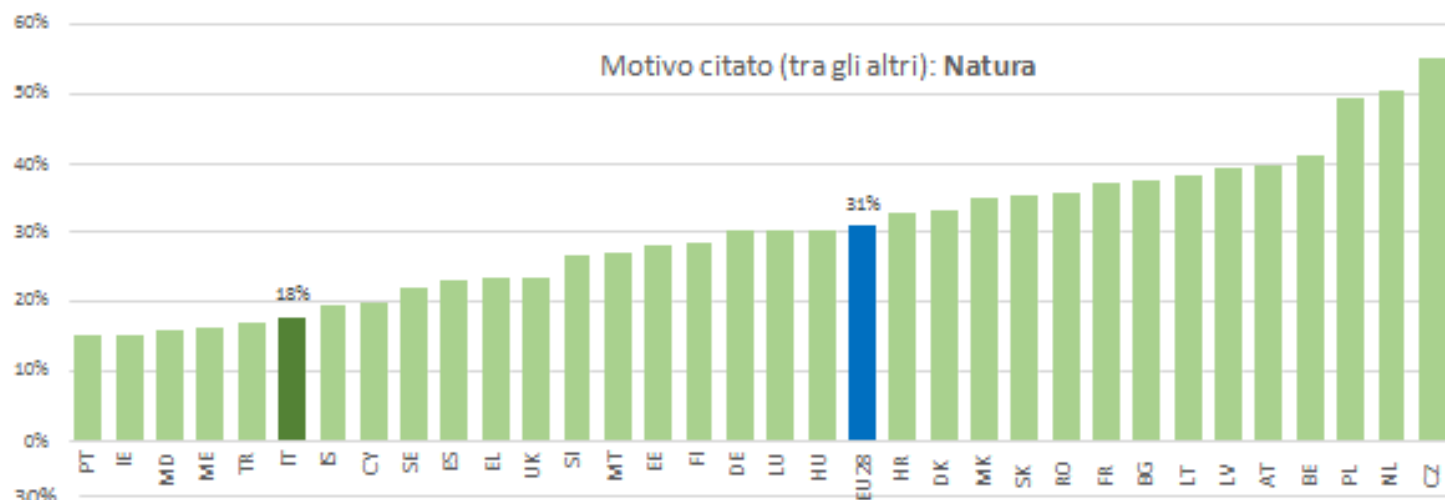
- Le statistiche successive sono desunte dall'Eurobarometro, la serie di sondaggi di opinione pubblica condotti regolarmente per conto della Commissione Europea
- Con Eurobarometro, è possibile "avvicinare" l'ambito coperto dal turismo Outdoor considerando separatamente e congiuntamente i motivi del viaggio:
 - Natura
 - Pratica attività sportive
- In realta, come si è visto nella tabella precedente, anche il contesto marino offre diverse opportunità per la pratica di attività outdoor. Tuttavia abbiamo voluto distinguere il contesto ambientale mare dalla motivazione e quindi il mare come motivo della vacanza non è stato inserito in quanto tende a configurare una tipologia di viaggio con caratteristiche diverse da quelle del turismo Outdoor

Motivo del viaggio



- **Rappresentativo del totale mercato internazionale generato da EU:**
 - poco più di 1 miliardo di viaggi di 1+ notti
 - di cui circa 280 mln verso l'estero

Motivazioni citate



Elab. su Eurobarometro 2016¹¹

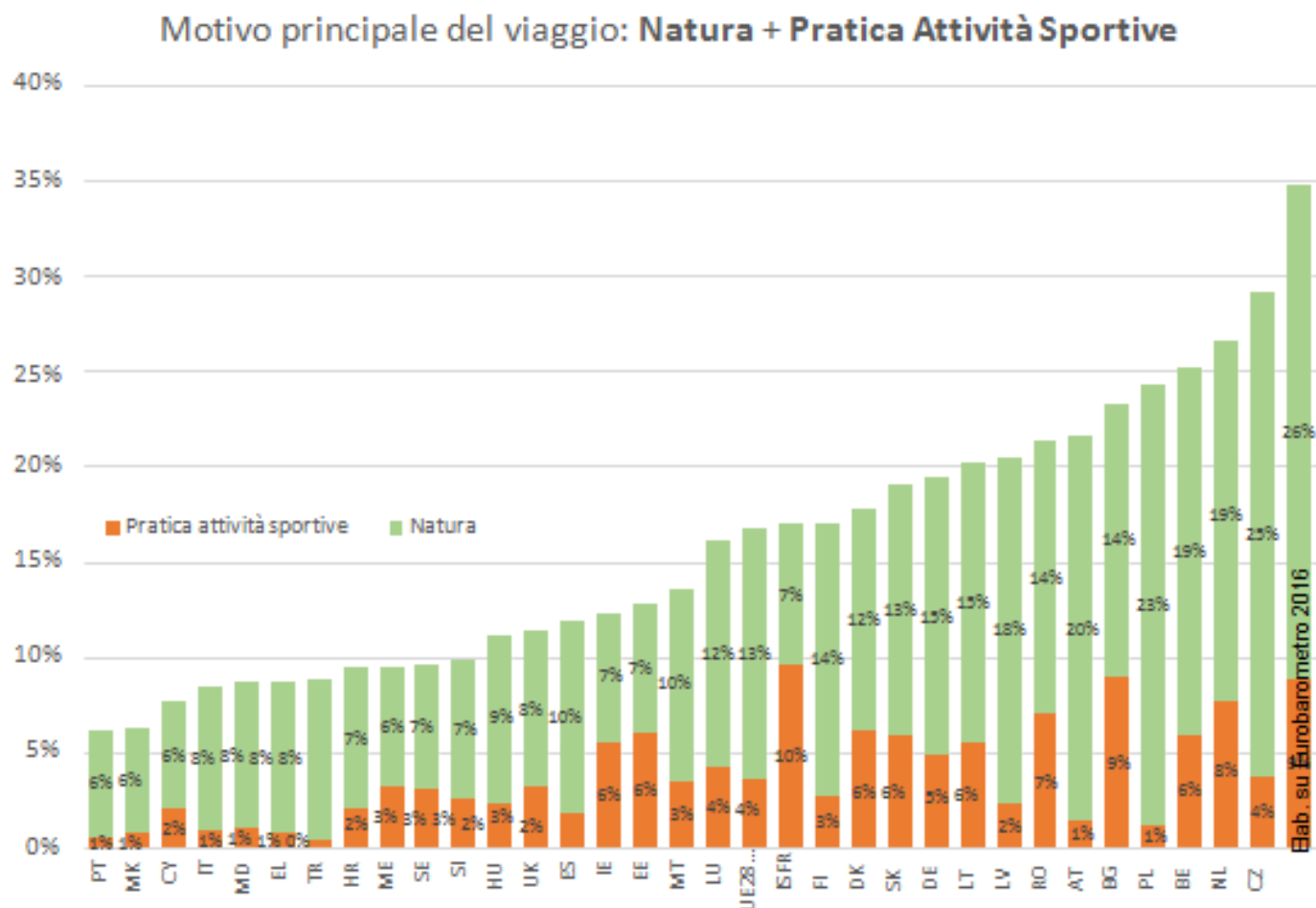
Commenti

- I due grafici si riferiscono alla quota di coloro che, nei diversi paesi, hanno citato rispettivamente Natura e Pratica di attività sportive, tra le varie motivazioni del viaggio di vacanza
- Per quanto riguarda la motivazione Natura, questa è citata dal 31% dei vacanzieri UE: 13% come motivo principale del viaggio e 18% come motivo secondario:
 - 3 paesi emergono sugli altri : per i vacanzieri di Repubblica Ceca, Olanda e Polonia l'incidenza di questa motivazione è prossima o superiore al 50%. Seguono, attorno al 40%, Belgio, Austria, Repubbliche Baltiche.
 - Viene citata solo dal 18% degli italiani, confermando una propensione decisamente bassa verso questo tipo di vacanza

Commenti

- Per quanto riguarda la motivazione Pratica di Attività sportive, questa nel 2016 è citata dal 12% dei vacanzieri UE: 4% come motivo principale del viaggio e 8% come motivo secondario:
 - 3 paesi emergono sugli altri : per i vacanzieri di Austria, Repubblica Ceca, Belgio, l'incidenza di questa motivazione è del 20-25%
 - Viene citata solo dal 3% degli italiani, anche in questo caso confermando una bassa incidenza di questa motivazione/ tipo di vacanza

Motivo principale del viaggio



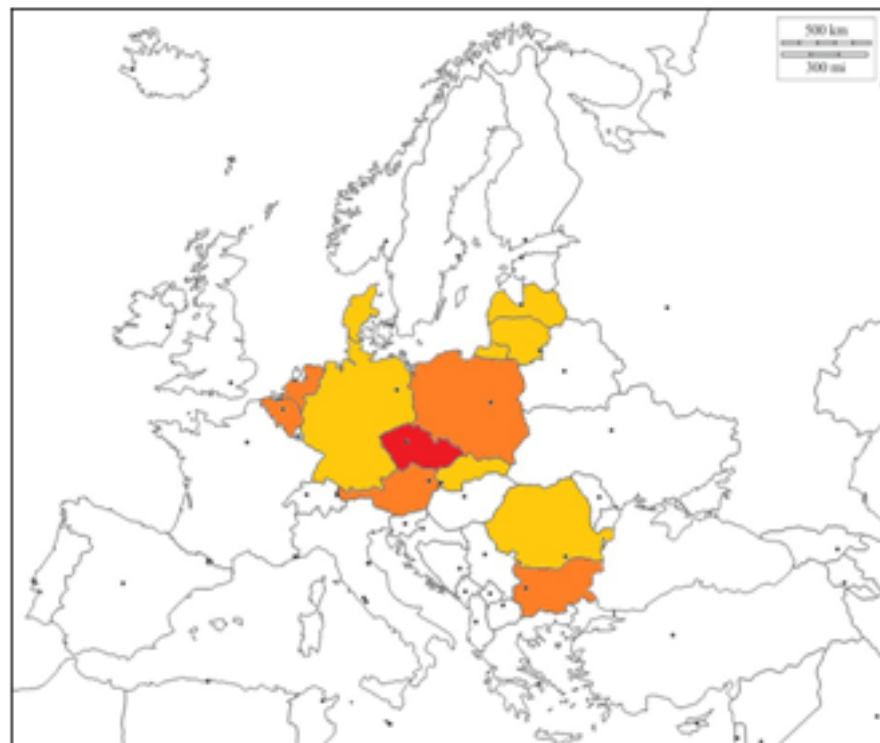
Commenti

- Se si considera solo la citazione come **motivo principale del viaggio** (1 sola citazione consentita) emerge con ancor più chiarezza la geografia dei paesi più propensi ad essere condizionati dal binomio Natura+Pratica attività sportive (cioè un'approssimazione del Turismo Outdoor che stiamo analizzando) nella scelta delle loro vacanze (in patria o all'estero)
- La Repubblica Ceca emerge come il paese che esprime maggiore propensione (35% dei vacanzieri con motivazione principale Natura o Pratica attività sportive)
- Segue un blocco di 5 paesi, nell'ordine: Olanda, Belgio, Polonia, Bulgaria, Austria con una propensione tra il 23 e il 29%
- Ancora interessante il blocco di paesi successivo – con motivazione principale tra il 19 e il 21% - che include: Romania, Lettonia, Lituania, Germania, Slovacchia, Danimarca

La mappa dei paesi target

- La mappa evidenzia i paesi più orientati a vacanze Natura + Pratiche attività sportive, cioè i paesi stranieri target per azioni di promozione di vacanze Outdoor in Italia (e nel Delta del Po)

- Va comunque ribadito che si tratta di propensioni misurate su vacanze in patria o all'estero. Alcuni di questi paesi hanno una capacità di spesa poco coerente con il livello dei prezzi italiano



- Gli italiani citano queste motivazioni come principali per le loro vacanze solo nel 9% dei casi, un dato più alto solo di Cipro, Macedonia e Portogallo

3. Osservatorio del Turismo Outdoor in Italia

Realizzato da Human Company

Basato sull'analisi di oltre 2.500 strutture open-air in Italia per un totale di circa 174 mila commenti raccolti sui principali social, portali e OTA (Facebook, TripAdvisor, Google, Booking, Expedia)

-
- Dimensione del turismo Outdoor:
 - 5 miliardi di euro per l'intero settore (ricettivo, indotto e turismo in libertà)
 - 3,3 miliardi di euro le sole componenti **ricettivo e indotto**
 - Soddisfazione:
 - Già molto alta (83,6% sentiment positivo)
 - In crescita (+1% rispetto al 2018)
 - Le regioni più recensite:
 - Veneto
 - Toscana
 - Puglia
 - Le regioni preferite:
 - Valle d'Aosta (90,9% di sentiment positivo)
 - Umbria (87,3%)
 - Trentino Alto Adige (87,1%)

-
- Elementi dell'esperienza outdoor ai quali gli ospiti hanno fatto più attenzione (58% nelle recensioni online):
 - Ambientazione
 - Qualità dei servizi
 - Accoglienza dello staff
 - Composizione del gruppo di viaggio:
 - famiglie (oltre la metà dei recensori delle strutture outdoor)
 - coppie (il gruppo che esprime il maggior grado soddisfazione)
 - Provenienza internazionale:
 - Tedeschi (19% delle recensioni)
 - Francesi (10%)
 - Olandesi (9%)
 - Gli ungheresi sono i più soddisfatti
 - I paesi del centro ed est Europa (Ungheria, Repubblica Ceca e Polonia registrano i maggiori tassi di crescita di arrivi e di recensioni)

4. Profilo User

*Dalla ricerca ISNART (2019) sulle caratteristiche del
Turismo Attivo in Italia*

Dimensione e dinamica

- La recente indagine su turisti sportivi e cicloturisti, identifica come Turisti Attivi quelli che nella motivazione principale della scelta della destinazione della vacanza hanno indicato "Posto ideale per **praticare un particolare sport**"
- Si tratta della macro-linea di prodotto della quale fa parte, assieme a diverse altre attività anche il cicloturismo
- Il comparto ha in Italia dimensioni ragguardevoli e crescenti. La stima ISNART valuta:
 - **165,4 milioni di pernottamenti** -pari al 18% delle presenze turistiche complessive (era il 15% nel 2008)
 - **17,8 miliardi di euro di spesa** generata (21% dei consumi turistici totali, ma il 25% di quella straniera)
 - **+32% l'incremento delle presenze** rispetto al 2008, fenomeno che risulta ancora più dinamico per la componente straniera che ha fatto registrare un tasso di crescita quasi doppio rispetto a quello degli italiani (rispettivamente 4% e 2% medio annuo)

Profilo demografico

IDENTIKIT PER TIPOLOGIA DEL TURISTA 2018 (%)

	Turisti attivi	
Sesso		
Maschio	58,9	← più tipicamente maschile...
Femmina	41,1	← ...ma consistente e crescente presenza femminile
Totale	100,0	
Età		
18-20 anni	4,8	
da 21 anni a 30 anni	20,6	
da 31 a 40 anni	26,8	← classe di età più rappresentata
da 41 a 50 anni	21,7	
da 51 a 60 anni	13,0	
oltre 60 anni	13,1	
Totale	100,0	
Titolo di studio		
Licenza elementare	1,0	
Scuola media inferiore	14,5	
Diploma scuola media superiore	57,4	
Laurea	27,1	← alto livello di istruzione
Totale	100,0	

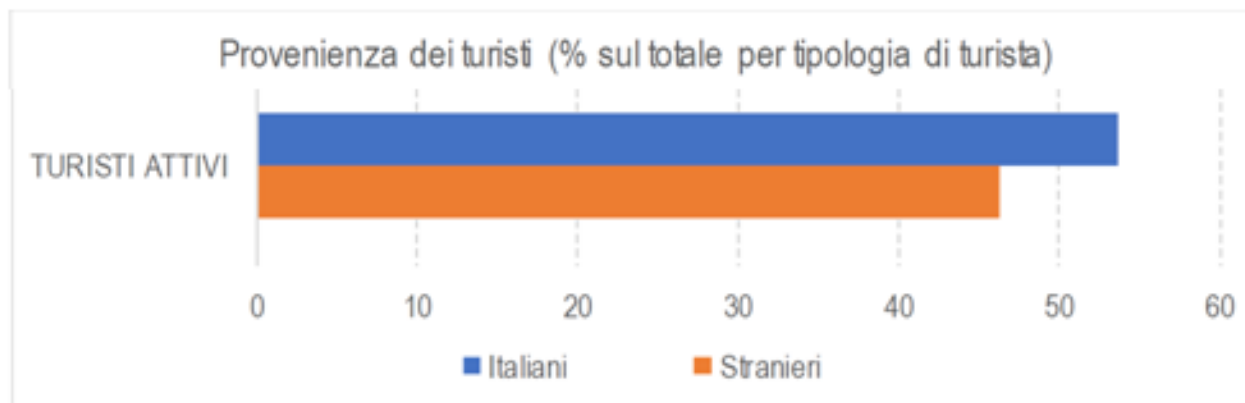
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Spesa media

Spesa media pro capite 2018 (euro)			
	Italiani	Stranieri	Totale
	Turisti attivi		
Viaggio A/R (media a persona)	100,7	312,6	191,0
Alloggio (media giornaliera a persona)	45,6	52,2	48,5
Spesa media giornaliera (escluso viaggio e alloggio)	77,1	75,6	76,4

- Sul territorio di pratica si "scaricano" circa 125 euro giornalieri pro-capite, non dissimili tra italiani e stranieri

Le aree di provenienza



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Principali paesi di provenienza	Principali regioni di provenienza
TURISTI ATTIVI	TURISTI ATTIVI
Germania	Lombardia
Francia	Lazio
Stati Uniti	Campania
Regno Unito	Piemonte
Paesi Bassi/Olanda	Veneto
	Emilia-Romagna

Principali destinazioni

PRINCIPALI REGIONI E LOCALITA' DI SOGGIORNO PER TIPOLOGIA DI TURISTA 2018 (%)

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere	Turisti attivi	
		19,1
Trentino-Alto Adige	Riva del Garda	
	Selva di Val Gardena	
	Corvara in Badia	
	17,9	
Veneto	Garda	
	San Michele al Tagliamento	
	Jesolo	
	11,8	
Emilia Romagna	Rimini	
	Riccione	
	Bologna	
	10,4	
Toscana	Capoliveri	
	Firenze	
	Pisa	
	Monte Argentario	

Gruppo di viaggio

LA COMPAGNIA DEL SOGGIORNO PER TIPOLOGIA DEL TURISTA 2018 (%)

	Turisti attivi
Sono da solo/a	12,2
In coppia (senza bambini)	37,3
Con la famiglia (inclusi bambini)	29,6
Sono con amici	18,6
Sono con colleghi di lavoro/viaggio di lavoro	1,1
Sono con un gruppo organizzato	1,2
Totale	100,0

} 2/3 del mercato sono
coppie o famiglie

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tipo di alloggio

TIPOLOGIA DI ALLOGGIO PER UTILIZZATA PER IL SOGGIORNO 2018 (%)			
possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti			
	Turisti attivi	Ciclisti turisti	Cicloturisti
Totale alberghi	27,6	22,7	30,1
1 stella	2,4	2,4	0,1
2 stelle	14,7	9,2	11,6
3 stelle	62,8	72,0	82,9
4 stelle	19,3	16,4	5,4
5 stelle	0,8	-	-
Residenze di amici e parenti	19,6	19,1	15,3
Alloggio privato in affitto	19,5	19,0	15,2
Casa privata	13,2	17,8	14,7
B&B	6,6	11,0	7,7
Campeggio	6,2	4,5	5,6
Agriturismo	4,5	2,2	5,2
Villaggio turistico	2,2	2,0	4,8
Altro	0,7	1,8	1,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Canali di informazione

CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUENZANO LA SCELTA DEL SOGGIORNO 2018 (%)

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

	Turisti attivi
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	55,4
Internet	37,4
<i>Informazioni su Internet</i>	38,0
<i>Social Network</i>	54,7
<i>Offerte su Internet</i>	19,7
C'ero già stato/esperienza personale	36,1
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	5,1
Consiglio dell'agenzia di viaggi	3,5
Guide turistiche	2,9
Non ho scelto io/hanno deciso altri	2,9
Pubblicità	2,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Il passaparola (da parte di conoscenti o di altri utenti attraverso blog/recensioni) è il veicolo principale di trasmissione e rimarca l'importanza di erogare esperienze di qualità

5. Osservatorio del Turismo Plen Air/ Turismo "in libertà"

Realizzato da Ciset

Quadro generale e principali paesi di destinazione

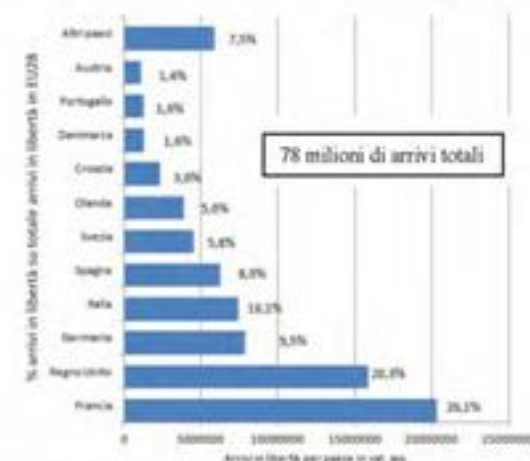
Quadro generale

Il turismo in libertà è una risorsa significativa per il continente europeo. Secondo i dati resi disponibili da Eurostat, nel 2014 un turista su dieci che ha viaggiato all'interno dell'area EU28 ha alloggiato in campeggi e aree di sosta, sia all'interno del proprio Paese che all'estero. Si tratta di **circa 78 milioni di arrivi, su oltre 794 milioni di arrivi totali nell'area (9,8%)**. I pernottamenti sono stati oltre 356 milioni su quasi 2,5 miliardi nell'area (14,2%), per una permanenza media di 4,6 notti.

La dinamica recente del turismo in libertà è positiva anche se più contenuta rispetto al turismo complessivo: tra il 2013 e il 2014 gli arrivi sono cresciuti del +1,9% e le notti del +1% contro, rispettivamente, +5% e +4,9% per gli arrivi e i pernottamenti totali in EU28.

Francia, Regno Unito, Germania, Italia, Spagna e Svezia sono i Paesi privilegiati per il turismo in libertà, considerando sia i residenti all'interno del Paese che i turisti provenienti dall'estero. Questi Paesi concentrano infatti 63,6 milioni di arrivi in campeggi e aree di sosta, pari all'81% degli arrivi in libertà all'interno dall'area EU28. Seguono Olanda, Croazia, Danimarca, Portogallo e Austria. Complessivamente, le prime 11 destinazioni rappresentano il 94% degli arrivi totali per turismo in libertà in EU28 e l'Italia è il quarto Paese dove questa tipologia di vacanza evidenzia la maggiore consistenza

Turismo in libertà in EU28: le destinazioni privilegiate nel 2014
(volume arrivi in libertà e % arrivi in libertà in ciascun Paese sul totale arrivi in libertà in EU28)



Il ruolo del turismo in libertà nel comportamento di vacanza di alcuni Paesi europei

Le seguenti schede forniscono, invece, un quadro circa il **ruolo che il turismo in libertà riveste nelle scelte di vacanza dei residenti in alcuni Paesi europei**, considerando sia il turismo domestico che quello verso l'estero (*outgoing*).

AUSTRIA		CROAZIA		DANIMARCA	
Turisti in libertà 2014	887.841	Turisti in libertà 2014	75.780	Turisti in libertà 2014	1.550.999
Notti in libertà 2014	4.499.538	Notti in libertà 2014	492.015	Notti in libertà 2014	11.238.395
Permanenza media	5,1	Permanenza media	6,5	Permanenza media	7,2
Turisti in libertà sul totale (*)	4,6%	Turisti in libertà sul totale (*)	3,2%	Turisti in libertà sul totale (*)	15,7%
Notti in libertà sul totale (*)	7,4%	Notti in libertà sul totale (*)	6,2%	Notti in libertà sul totale (*)	28,0%
FRANCIA		GERMANIA		ITALIA	
Turisti in libertà 2014	14.809.255	Turisti in libertà 2014	13.027.037	Turisti in libertà 2014	4.818.881
Notti in libertà 2014	79.342.689	Notti in libertà 2014	60.586.689	Notti in libertà 2014	30.797.822
Permanenza media	5,4	Permanenza media	4,6	Permanenza media	6,4
Turisti in libertà sul totale (*)	11,4%	Turisti in libertà sul totale (*)	7,3%	Turisti in libertà sul totale (*)	6,8%
Notti in libertà sul totale (*)	22,9%	Notti in libertà sul totale (*)	10,9%	Notti in libertà sul totale (*)	12,7%
NORVEGIA		OLANDA		PORTOGALLO	
Turisti in libertà 2014	4.248.121	Turisti in libertà 2014	8.260.857	Turisti in libertà 2014	936.998
Notti in libertà 2014	8.118.316	Notti in libertà 2014	48.069.800	Notti in libertà 2014	4.145.204
Permanenza media	1,9	Permanenza media	5,8	Permanenza media	4,4
Turisti in libertà sul totale (*)	21,5%	Turisti in libertà sul totale (*)	19,1%	Turisti in libertà sul totale (*)	8,6%
Notti in libertà sul totale (*)	18,0%	Notti in libertà sul totale (*)	31,4%	Notti in libertà sul totale (*)	15,5%
REGNO UNITO		SVEZIA		SPAGNA	
Turisti in libertà 2014	18.672.927	Turisti in libertà 2014	4.201.776	Turisti in libertà 2014	4.751.429
Notti in libertà 2014	61.640.607	Notti in libertà 2014	12.552.884	Notti in libertà 2014	18.634.255
Permanenza media	3,3	Permanenza media	3,0	Permanenza media	3,9
Turisti in libertà sul totale (*)	16,0%	Turisti in libertà sul totale (*)	15,4%	Turisti in libertà sul totale (*)	7,1%
Notti in libertà sul totale (*)	18,0%	Notti in libertà sul totale (*)	18,9%	Notti in libertà sul totale (*)	10,6%

Note: (*) Incidenza % arrivi e presenze in libertà su arrivi e presenze totali per turismo generate dai residenti (domestico+outgoing)

Fonte: elaborazioni Ciset su dati Eurostat

Come si può notare, **sono soprattutto i Paesi nordici ad apprezzare questa tipologia di turismo**: in Danimarca e Olanda gli arrivi di residenti in campeggi e aree di sosta, sia all'interno del Paese che nel resto della EU28, rappresentano dal 15 al 20% degli arrivi e dal 28% al 31% delle presenze totali. In Regno Unito, Norvegia e Svezia l'incidenza oscilla tra il 15% e il 21% per entrambi gli indicatori.

Significativa, comunque, l'importanza anche in Francia, dove l'11% dei francesi sceglie di alloggiare in strutture all'aria aperta, sia durante una vacanza domestica che nel resto d'Europa, generando il 22% dei pernottamenti totali.

In Italia, come in Germania, Spagna e Portogallo, i residenti mostrano in proporzione una predilezione più contenuta verso questa tipologia di turismo: gli arrivi in libertà non superano il 10% degli arrivi totali, sia nel Paese di origine che nel resto della EU28, mentre i pernottamenti sono inferiori al 15%.

Marginale, infine, il ruolo del turismo in libertà nelle vacanze di croati e austriaci rispetto ad altre soluzioni. In questi Paesi, come vedremo, sono i turisti stranieri provenienti dal resto della EU28 i principali clienti di campeggi e aree di sosta.

Tabella 4a. Il turismo in libertà nei Paesi della EU28: destinazioni più popolari per ciascun Paese di origine

<i>Paese di origine</i>	<i>Principali destinazioni europee per turismo in libertà (su arrivi 2014)</i>
Austria	Italia, Croazia, Francia
Danimarca	Italia, Germania, Francia, Svezia
Francia	Spagna, Italia, Portogallo
Germania	Italia, Francia, Croazia, Olanda
Olanda	Francia, Germania, Italia
Portogallo	Spagna, Francia, Italia
Regno Unito (2013)	Francia, Spagna, Italia
Spagna	Francia, Portogallo, Italia
Svezia	Norvegia, Germania, Danimarca, Finlandia, Italia

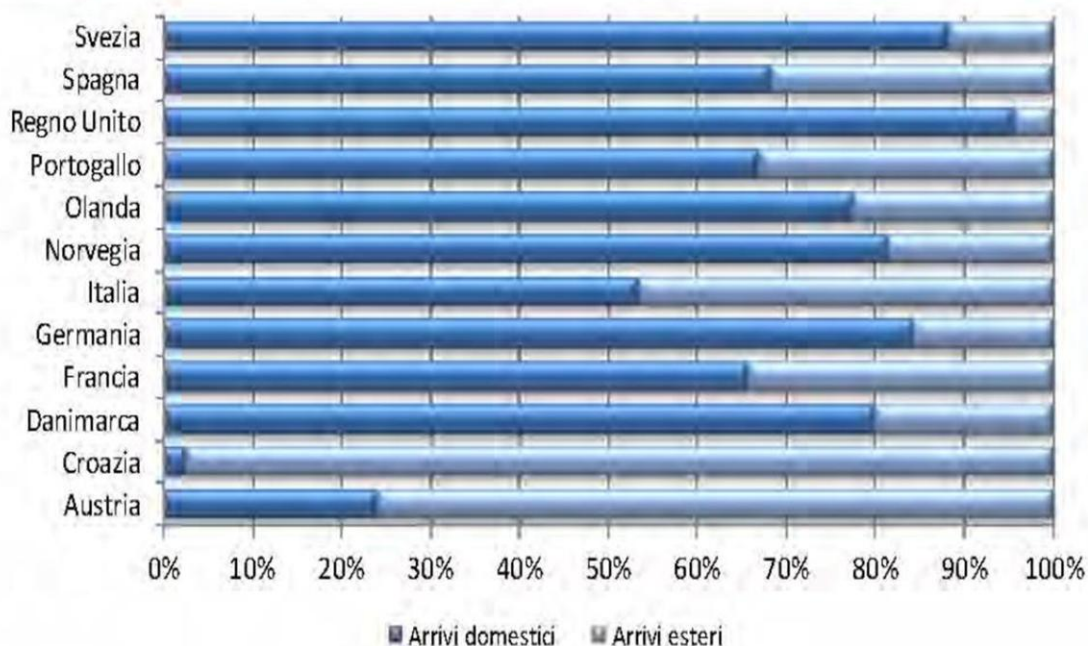
Fonte: elaborazioni Ciset su dati Eurostat

Turismo in libertà domestico, incoming e outgoing: un confronto tra Paesi europei

Il turismo in libertà è tendenzialmente un turismo di breve-medio raggio, alimentato soprattutto dai residenti nel Paese in cui esso si svolge oppure dai turisti provenienti dai Paesi limitrofi a quello di destinazione.

Come anticipato, tra i principali Paesi analizzati solamente in Croazia e Austria il turismo in libertà è quasi esclusivamente appannaggio della domanda proveniente dal resto della EU28 (rispettivamente 97% e 76% degli arrivi in libertà totali), mentre in tutte le altre destinazioni è la **domanda domestica ad essere nettamente prevalente**, con punte del 96% in UK, dell'88% in Svezia e dell'84% in Germania (**Grafico 4c**).

Grafico 4c. Il turismo in libertà nei Paesi della EU28: composizione della domanda per Paese di destinazione



Fonte: elaborazioni Ciset su dati Eurostat

Incoming in Italia

Come emerge dai dati 2014 dell'Osservatorio della Banca d'Italia, tre turisti esteri su quattro che scelgono l'Italia per una vacanza in autocaravan, caravan o tenda provengono da quattro principali Paesi: Germania, Olanda, Austria e Francia. Complessivamente, essi rappresentano circa il 74-75% sia dei flussi che della spesa totale per turismo *incoming* in libertà. Rispetto al 2013, sono i flussi in entrata da Austria e Francia a mostrare le dinamiche più interessanti, a fronte invece di un aumento più contenuto degli arrivi e della spesa alimentati da Germania e una flessione degli indicatori relativi all'Olanda.

Incidenza % del turismo in libertà sul turismo *incoming* in Italia nel 2014 per Paese di origine.

Paesi	Turisti	Notti	Spesa
Austria	8,4%	12,8%	8,5%
Francia	4,6%	8,1%	4,0%
Germania	12,9%	16,8%	9,6%
Olanda	23,7%	37,3%	19,8%

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Regioni di destinazione

Tabella 4c. Principali Regioni italiane di destinazione dei turisti in libertà per Paese di origine (distribuzione % flussi)

AUSTRIACI		FRANCESI		OLANDESI		TEDESCHI	
Veneto	41,8%	Toscana	33,7%	Lombardia	31,0%	Veneto	37,4%
Trentino Aa	23,3%	Liguria	22,7%	Veneto	18,2%	Trentino Aa	17,4%
Lombardia	10,3%	Veneto	18,3%	Trentino Aa	18,1%	Lombardia	16,0%
Friuli Vg	9,5%	Piemonte	9,3%	Liguria	10,7%	Toscana	7,4%
Toscana	6,8%	Campania	5,1%	Toscana	9,8%	Friuli Vg	4,9%
Sicilia	2,2%	Emilia R	4,2%	Friuli Vg	3,6%	Piemonte	3,4%
Campania	1,8%	Valle D'aosta	1,7%	Calabria	2,9%	Emilia R.	2,5%
Sardegna	1,7%	Trentino Aa	1,6%	Emilia R	2,5%	Liguria	2,0%
Piemonte	0,9%	Lombardia	1,6%	Abruzzi	0,7%	Lazio	2,0%
Liguria	0,7%	Calabria	0,8%	Marche	0,6%	Puglia	1,8%
Altre Regioni	1,1%	Altre Regioni	0,8%	Altre Regioni	2,0%	Altre Regioni	5,2%

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Spesa media

Tabella 4d. Turisti stranieri in libertà in Italia. Spesa media pro capite giornaliera nel 2014 (in euro)

	Turisti esteri	Austriaci	Francesi	Olandesi	Tedeschi
Tenda, carrello, caravan	52,07	49,76	65,90	52,57	50,60
Autocaravan	54,27	39,65	82,37	53,22	48,67
Media turismo in libertà	52,57	47,89	75,50	52,70	50,22
Media <i>incoming</i>	99,92	92,07	91,56	87,34	86,24

Turisti stranieri in libertà in Italia. Spesa media pro capite per il soggiorno nel 2014 (in euro)

	Turisti esteri	Austriaci	Francesi	Olandesi	Tedeschi
Tenda, carrello, caravan	345,05	246,13	272,77	481,77	338,67
Autocaravan	315,73	216,39	381,94	406,06	264,51
Media turismo in libertà	333,33	241,06	333,34	463,45	321,35
Media <i>incoming</i>	668,57	441,03	530,83	535,12	622,75

Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia

Distribuzione della spesa

Grafico 4h. La distribuzione del budget di spesa totale dei turisti esteri in libertà in Italia, per voce (valori %)

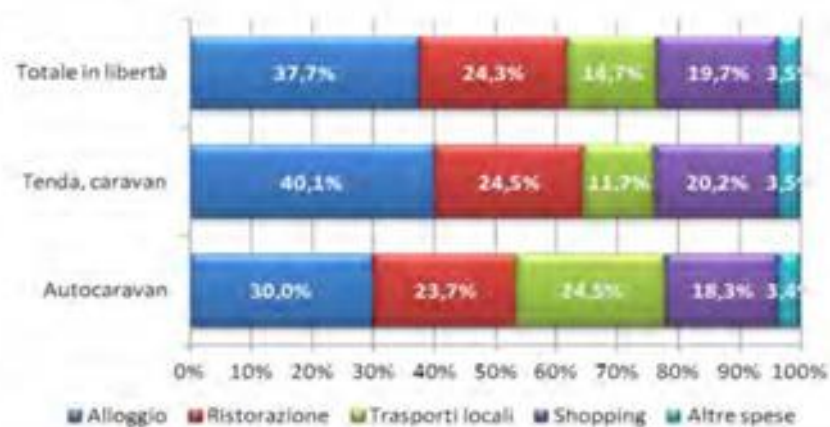
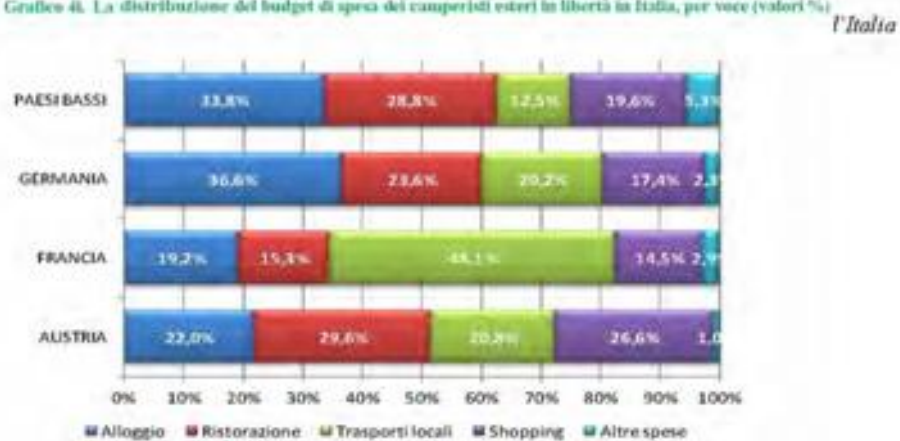


Grafico 4i. La distribuzione del budget di spesa dei camperisti esteri in libertà in Italia, per voce (valori %)



Elaborazioni Ciset su dati Banca d'Italia