



UNIONCAMERE
LOMBARDIA
Camere di commercio lombarde



REPORT DI ANALISI ECONOMICO TERRITORIALE

OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL TURISMO DELLE CAMERE DI
COMMERCIO FONDO DI PEREQUAZIONE 2021-2022

IL TURISMO IN LOMBARDIA: ANALISI E TENDENZE

Dicembre 2023



Il presente documento si inquadra nell'ambito del supporto tecnico-scientifico che Isnart mette a disposizione di Unioncamere Lombardia in relazione progetto «Fondo di Perequazione 2021-2022 Sostegno del Turismo», con particolare riferimento alla linea 1 di Attività «L'osservazione economica a beneficio delle imprese e dei territori» .

Il Fondo di Perequazione 2021-2022 si pone come obiettivo principale di dare attuazione alle priorità strategiche individuate dal Piano triennale del Sistema camerale per la promozione della filiera turistica.

Questo Rapporto di analisi economico-territoriale si focalizza sulle indagini dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di commercio, sia dal lato dell'offerta (imprese ricettive alberghiere e complementari) che da quello della domanda (turisti italiani e stranieri, in Italia e in Lombardia). Completano il documento una breve panoramica sull'andamento del turismo nel 2023, sull'offerta di filiera in Lombardia e sul mercato alternativo degli affitti brevi.

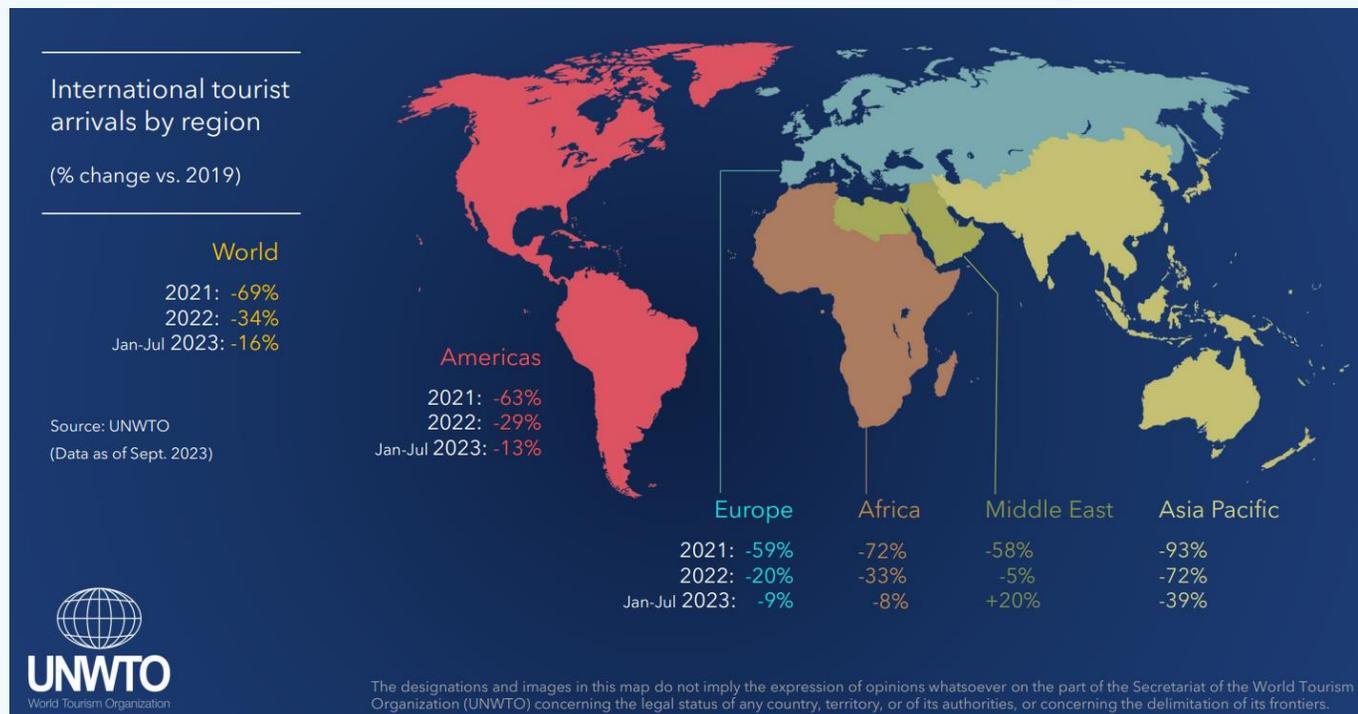


- 1. Il turismo nel 2023 in Italia e nel mondo**
- 2. Imprese e addetti della filiera turistica**
- 3. Mercato alternativo**
- 4. Indagine alle imprese ricettive in Italia**
- 5. Indagine alle imprese ricettive in Lombardia**
- 6. Indagine ai turisti in Lombardia**
- 7. Indagine ai turisti in Lombardia: Focus prodotti di punta**

**IL TURISMO 2023
IN ITALIA E NEL MONDO**

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 per i prossimi mesi fino a fine anno 2023, secondo l'indice di fiducia dell'UNTWO, rivelano un costante miglioramento a un ritmo moderato rispetto all'alta stagione estiva.

Il presente contesto economico potrebbe gravare sui modelli di acquisto per il resto dell'anno, 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 si stima un andamento **stabile in linea con il 2023**.

Stime Isnart su dati vari piattaforma Stendhal

**IMPRESE E ADDETTI
DELLA FILIERA TURISTICA
IN LOMBARDIA**

LE IMPRESE TURISTICHE ITALIANE

oltre
628 mila



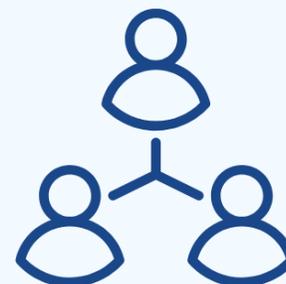
IMPRESE TURISTICHE REGistrate
AL III TRIMESTRE DELL'ANNO 2023

10,5%



IMPRESE DEL TESSUTO ECONOMICO
ITALIANO CHE APPARTENGONO AL
SETTORE TURISTICO

2,9 mln



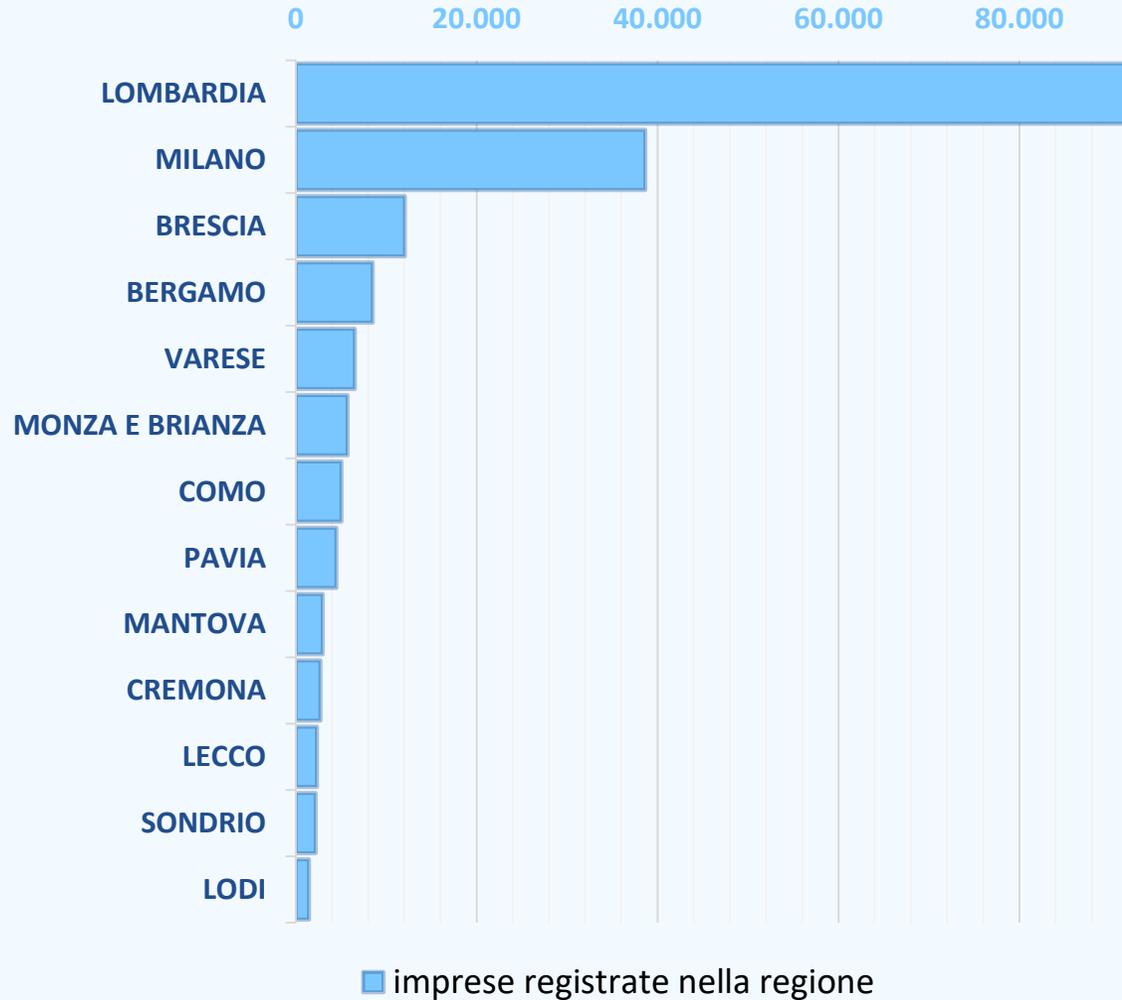
ADDETTI DEL SETTORE
TURISTICO

12,9%



% ADDETTI DEL SETTORE
TURISTICO RAPPORATA AL
TOTALE DEI SETTORI
ECONOMICI

IMPRESE TURISTICHE IN LOMBARDIA



Oltre 92 mila le imprese turistiche registrate
al III trimestre dell'anno 2023,
-0,6% rispetto allo stesso periodo del 2022.

INCIDENZA DELLE IMPRESE DEL SETTORE TURISTICO SU TOTALE SETTORI ECONOMICI

▶ **9,8%**

NELLA REGIONE LOMBARDIA

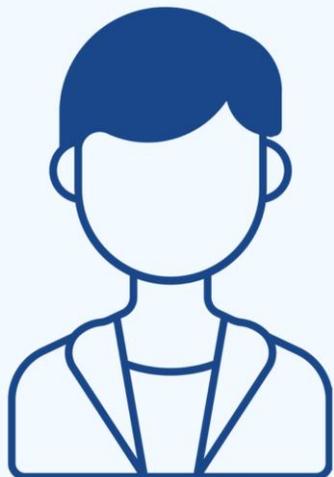
6,1% - alloggio
62,6% - ristorazione
2,9% - ADV e TO

- ❖ BERGAMO - **9,3%**
- ❖ BRESCIA - **10,1%**
- ❖ COMO - **10,8%**
- ❖ CREMONA - **9,8%**
- ❖ LECCO - **9,6%**
- ❖ LODI - **9,3%**
- ❖ MANTOVA - **8%**
- ❖ MILANO - **10%**
- ❖ MONZA E BRIANZA - **7,8%**
- ❖ PAVIA - **10%**
- ❖ SONDRIO - **16%**
- ❖ VARESE - **9,6%**



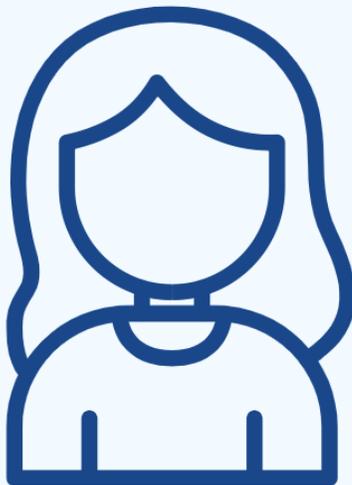
IMPRENDITORIA GIOVANILE FEMMINILE E STRANIERA*

Lombardia



% imprese giovanili
totale settori

7,6%



% imprese femminili
totale settori

19,2%



% imprese straniere
totale settori

13,5%

% imprese giovanili
settore turistico

9,6%

% imprese femminili
settore turistico

25,1%

% imprese straniere
settore turistico

17,4%



10%



27,2%



10,5%

*Le Imprese femminili, giovanili e straniere sono le imprese la cui percentuale di partecipazione delle donne, dei giovani e dei non nati in Italia è superiore al 50%



GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA IN LOMBARDIA

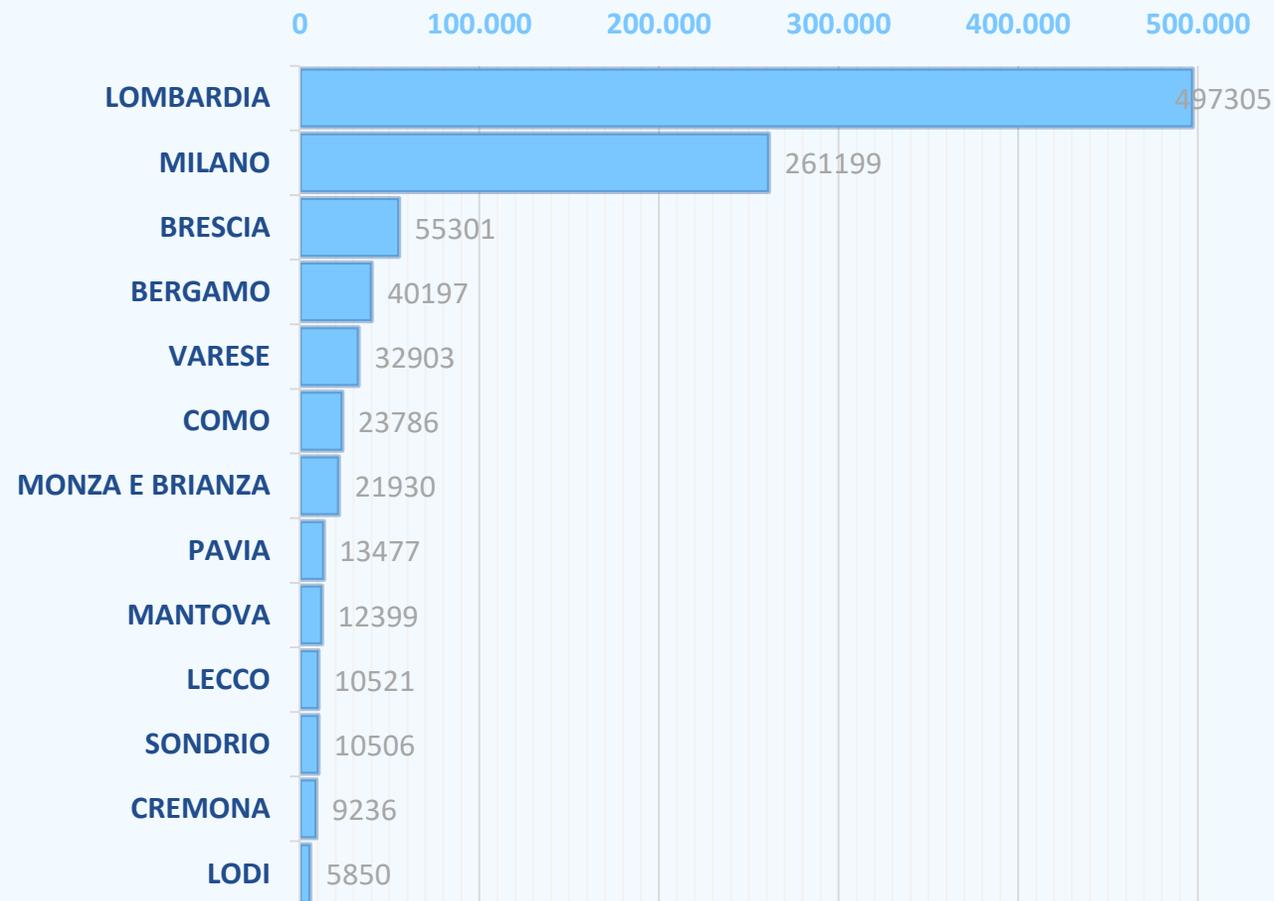
La regione Lombardia offre lavoro nel settore turistico a oltre **497 mila addetti**, quasi **20 mila unità in più** rispetto al III trimestre del 2022.

Media regionale
di addetti per impresa

5,4

Media nazionale
di addetti per impresa

4,6



■ addetti nella filiera nella regione

ASSUNZIONI PREVISTE DALLE IMPRESE TURISTICHE NEL PROSSIMO TRIMESTRE E FABBISOGNI FORMATIVI

Ottobre 2023 – Dicembre 2024

In Italia, il **18,6%** delle imprese turistiche prevede entrate entro la fine dell'anno, per un totale di dipendenti che supera **1 milione**



ENTRATE PREVISTE

In Lombardia, il **21%** delle imprese turistiche prevede entrate entro dicembre 2023, per un totale di **oltre 31 mila dipendenti** (39,8% in provincia di Milano).

PROFESSIONI PIÙ RICHIESTE

La professione maggiormente richiesta in Lombardia è l'**addetto alle attività di ristorazione** (84,2%), in particolare il **cameriere di sala**.

1 impresa turistica su 2 riscontra difficoltà nel reperimento di tale figura a causa del **ridotto numero di candidati**.

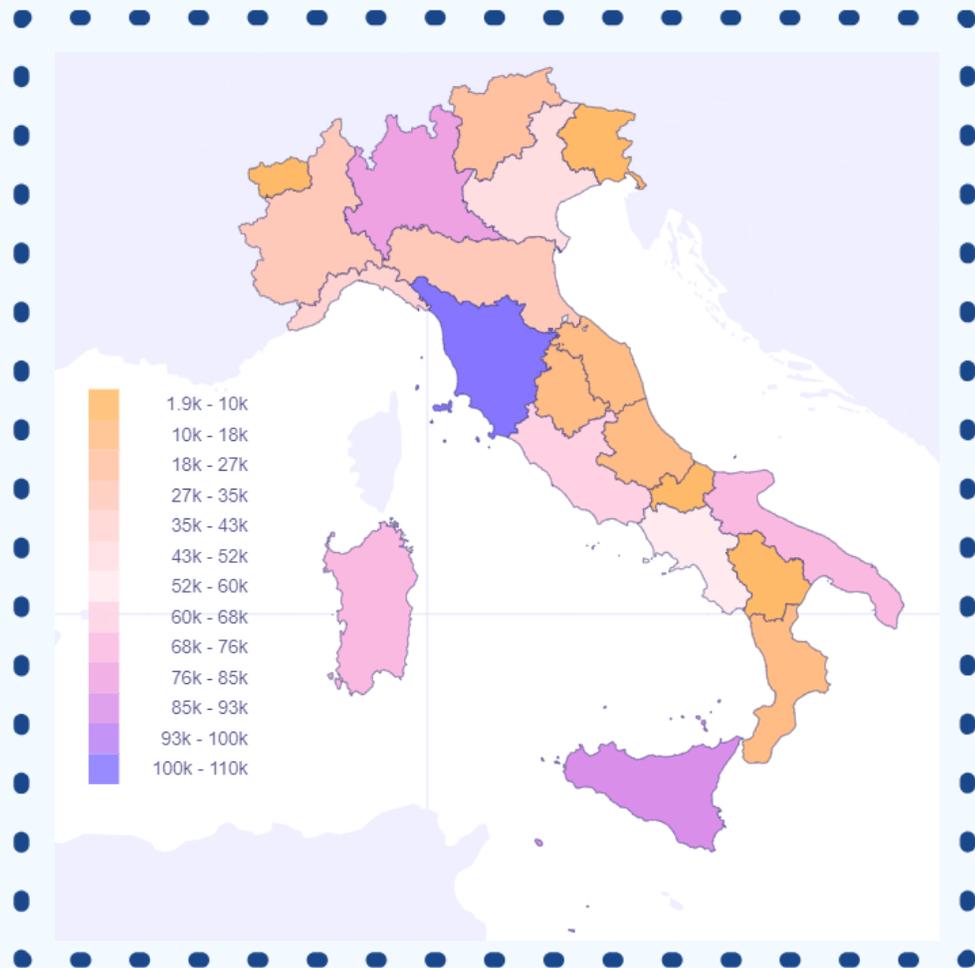
TITOLI e INDIRIZZI DI STUDIO RICERCATI

In Lombardia, per il livello secondario prevale l'indirizzo **turismo, enogastronomia e ospitalità** (24,8%), mentre l'indirizzo **economico** è il più richiesto nella ricerca di personale in possesso di una laurea.

**MERCATO ALTERNATIVO
DELL'OFFERTA TURISTICA
IN LOMBARDIA**

QUANTIFICAZIONE DEL FENOMENO AIRBNB

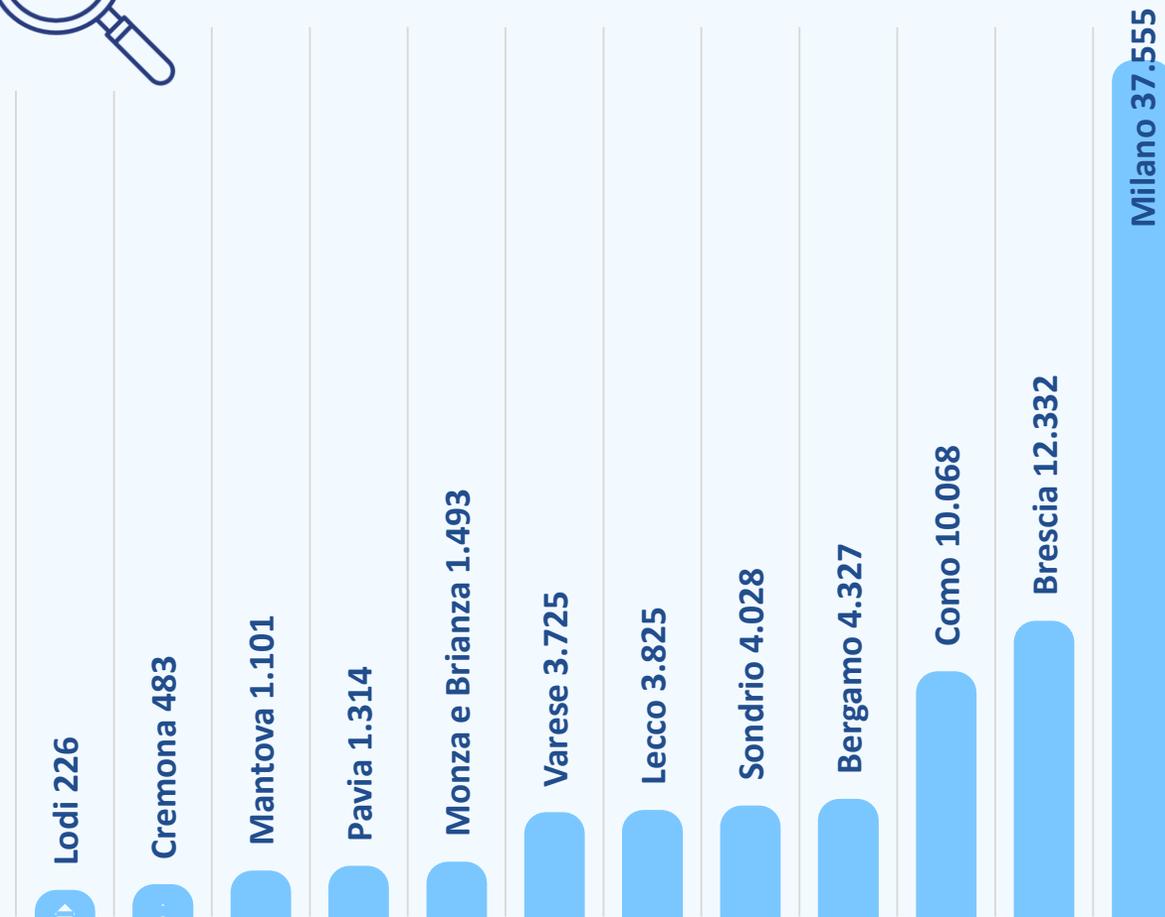
agosto 2023



ALLOGGI IN AFFITTO SU AIRBNB IN ITALIA PER REGIONE

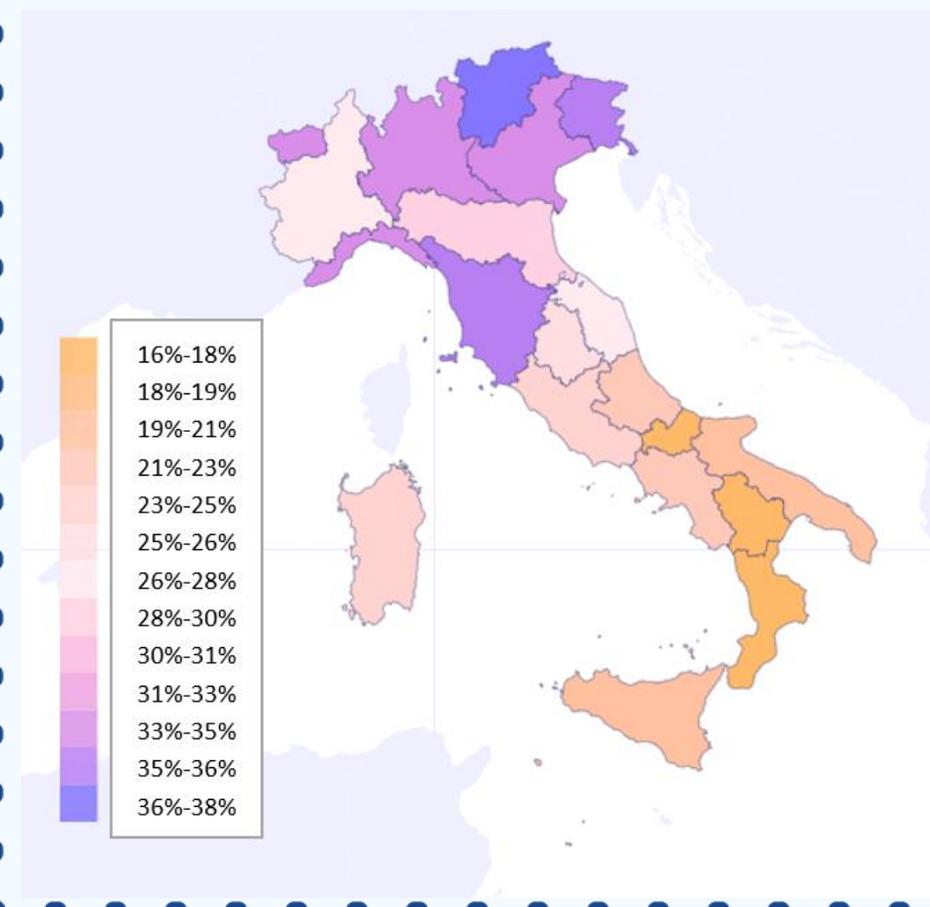
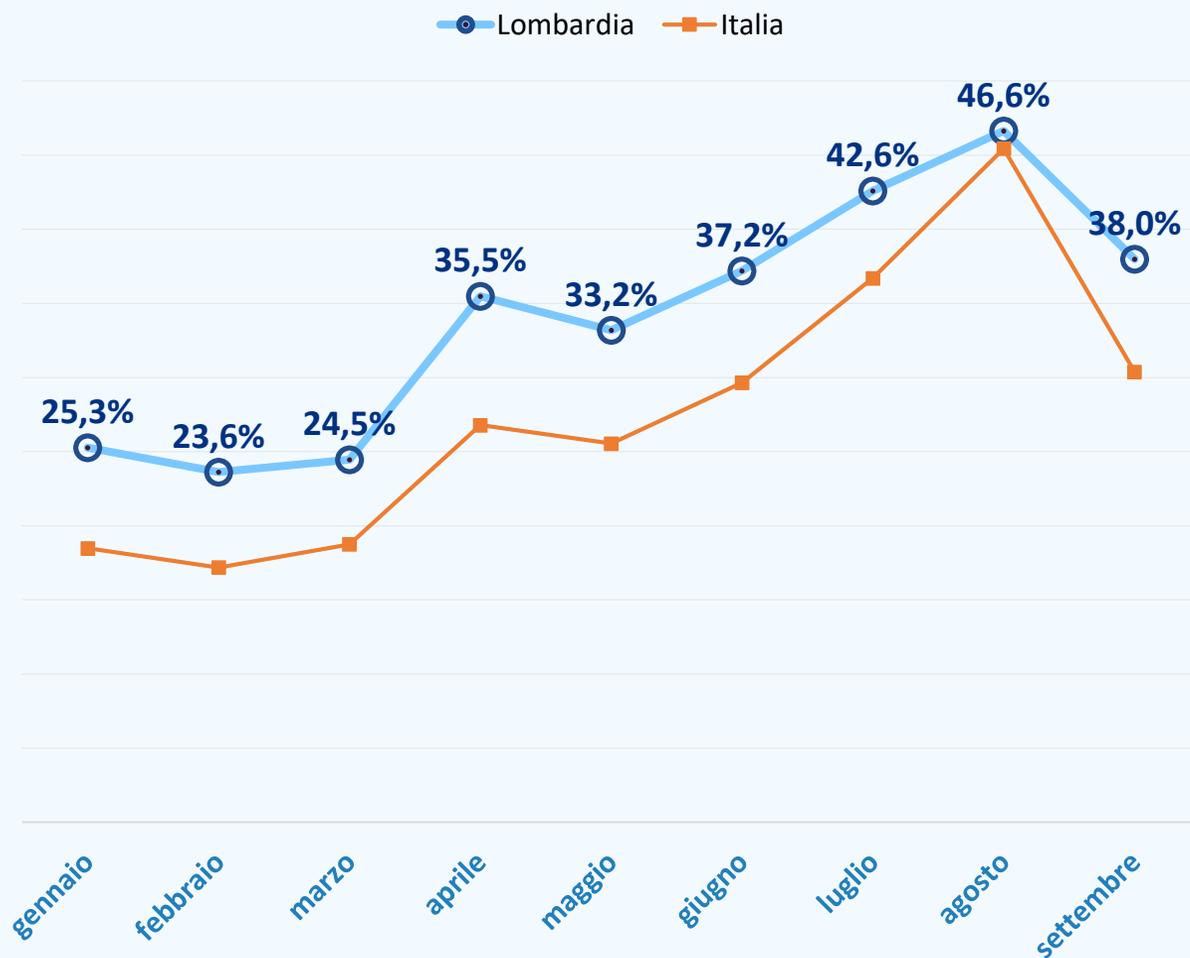


In **Lombardia** si concentra il **10%** degli alloggi Airbnb disponibili in Italia, incrementati del **20%** rispetto al mese di agosto 2022.



TASSO MEDIO DI OCCUPAZIONE ALLOGGI SU AIRBNB

gennaio-settembre 2023



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 mln

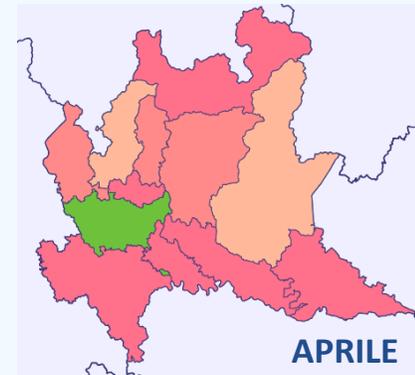
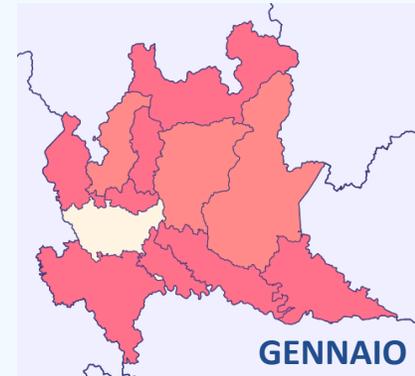
PRENOTAZIONI DI ALLOGGI
AIRBNB IN ITALIA
gennaio - settembre 2023

quasi
1,7 mln

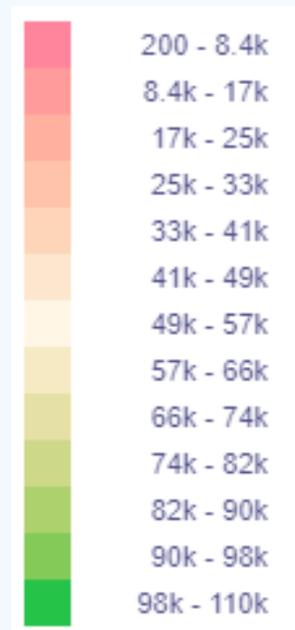
PRENOTAZIONI DI ALLOGGI
AIRBNB IN LOMBARDIA
gennaio - settembre 2023

+33,6%

PRENOTAZIONI AIRBNB IN
LOMBARDIA RISPETTO AL 2022
gennaio - settembre 2023



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



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

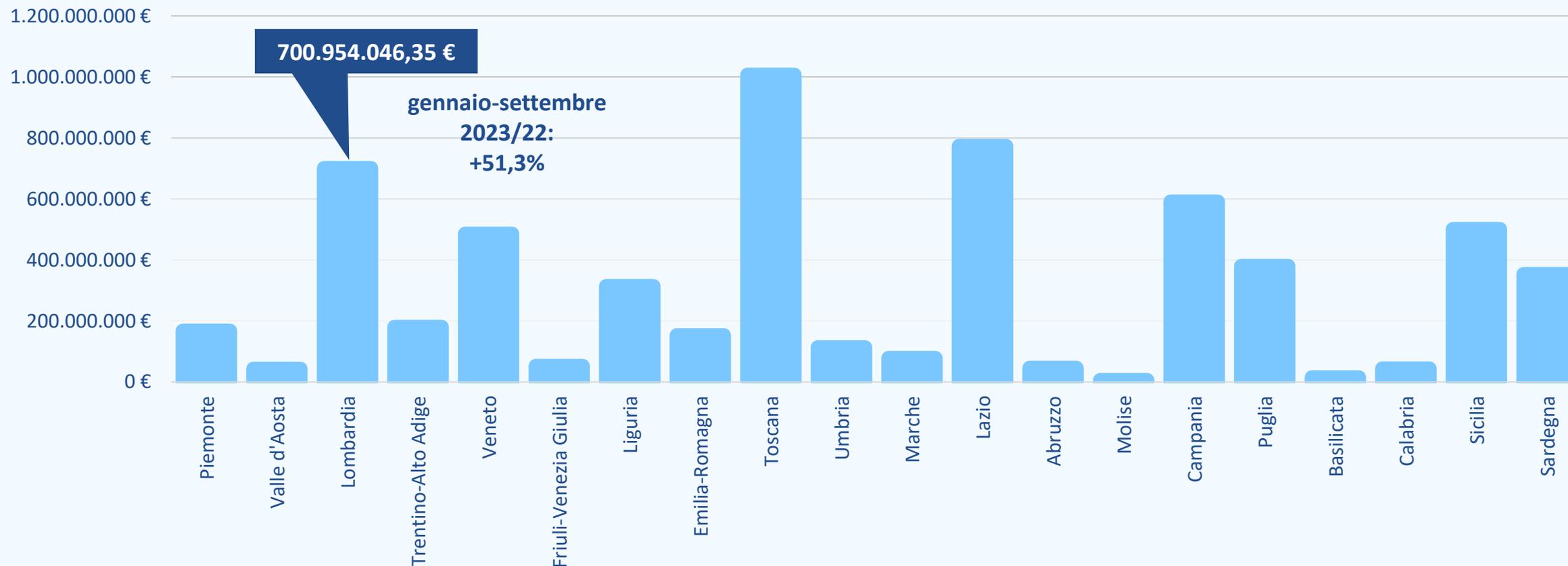
gennaio-settembre 2023

+54%

Oltre 6 miliardi di euro

IN ITALIA RISPETTO ALLO STESSO
PERIODO DEL 2022

Entrate in euro negli alloggi Airbnb



**OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL TURISMO
DELLE CAMERE DI COMMERCIO**

**INDAGINI ALLE IMPRESE RICETTIVE
IN ITALIA**

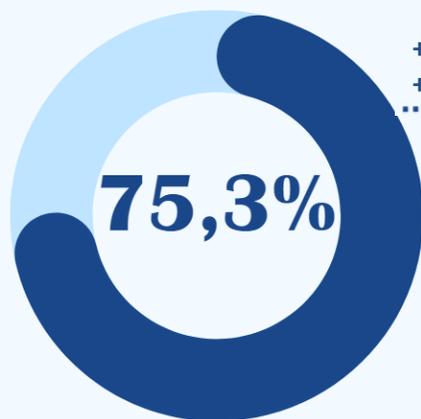
ANDAMENTO DEL TURISMO NELLE STRUTTURE RICETTIVE NAZIONALI

Indagine diretta alle strutture ricettive italiane a metà settembre 2023:

Aumento delle vendite nelle strutture ricettive rispetto al 2019

Tariffe estive più alte del 2022 per la metà degli operatori

1 impresa su 2 pensa di chiudere in utile l'anno



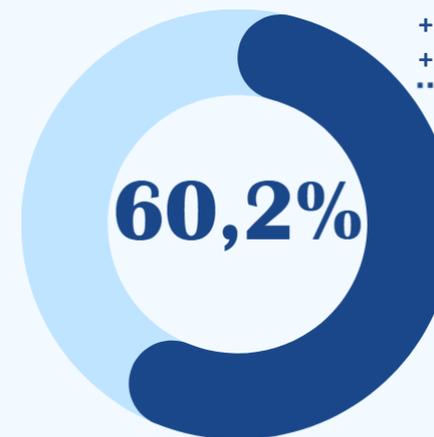
+2,6 p.p. rispetto al 2022
+6 p.p. rispetto al 2019

LUGLIO



+6,2 p.p. rispetto al 2022
+6,9 p.p. rispetto al 2019

AGOSTO



+18,8 p.p. rispetto al 2022
+11,2 p.p. rispetto al 2019

SETTEMBRE
*dato provvisorio

Tasso di occupazione camere nell'estate 2023



PRENOTAZIONE CAMERE

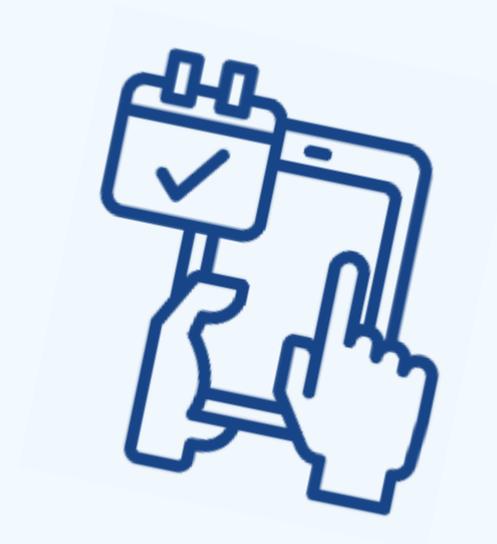
Previsioni per i prossimi mesi – ottobre, novembre, dicembre 2023

Crescono rispetto al 2022
le prenotazioni camere per
i mesi autunnali:

+3,6 p.p.
ottobre

+3,7 p.p.
novembre

+24,7 p.p.
dicembre



Le 3 principali modalità di prenotazione – estate 2023

30,7%

OTA
(Booking.com, TripAdvisor,
Trivago)

27,3%

**SITO DI
PROPRIETÀ**

20,9%

**INTERMEDIAZIONE
TRADIZIONALE**
(TO e AdV)



OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL TURISMO DELLE CAMERE DI COMMERCIO

INDAGINE ALLE IMPRESE RICETTIVE IN LOMBARDIA

**Indagine diretta alle imprese alberghiere ed extralberghiere della Lombardia
(500 intervistati, ottobre 2023)**

Gennaio-ottobre 2023:

Il 42,7% delle imprese dichiara una crescita di vendite tra il 2019 e il 2023 (stabilità per il 50,9%)



+6,3%

Crescita stimata delle vendite gennaio-ottobre

52,9%

il tasso medio di occupazione stimato per il 2023

+19,7% costi sostenuti dalle imprese per materie prime rispetto al 2022

Estate 2023:

prezzi in aumento rispetto allo stesso periodo del 2022 per il 42,9% delle strutture



51,7%

di imprese che prevede di chiudere il 2023 con un utile in bilancio

Il 40,7% in pareggio





SINGLE
11,5%



COPPIE
37,4%



FAMIGLIE
29,2%

GRUPPI
10,3%



BUSINESS
11,5%



GIOVANI
(UNDER 27)

15,5%



ADULTI
(27-57 anni)

46,9%



Baby Boomers
(58-77 anni)

30,1%



TERZA ETA'
(OVER 72)

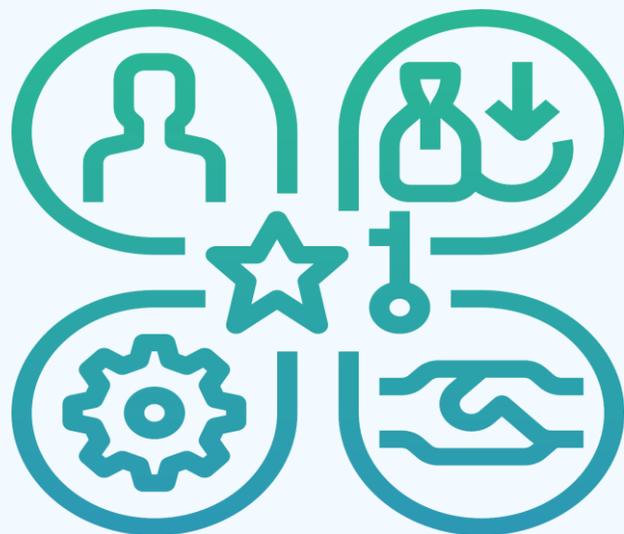
7,5%

INNOVAZIONI PREVISTE E FATTORI CRITICI DI SUCCESSO DELL'IMPRESA

Il 45% delle imprese punta su
efficienza /risparmio energetico e riduzione impatto ambientale
per i prossimi 3 anni



I fattori di successo?



Il 78,4% giudica vincente un'impresa con **personale qualificato**

Il 56,3% vuole investire in nuovi **software e risorse informatiche**

Il 52,4% punta a rafforzare la **collaborazione - rete con altre imprese**

Il 69,3% crede nell'importanza della crescita della **clientela internazionale**

Il 68% punta su **servizi green o sostenibili**

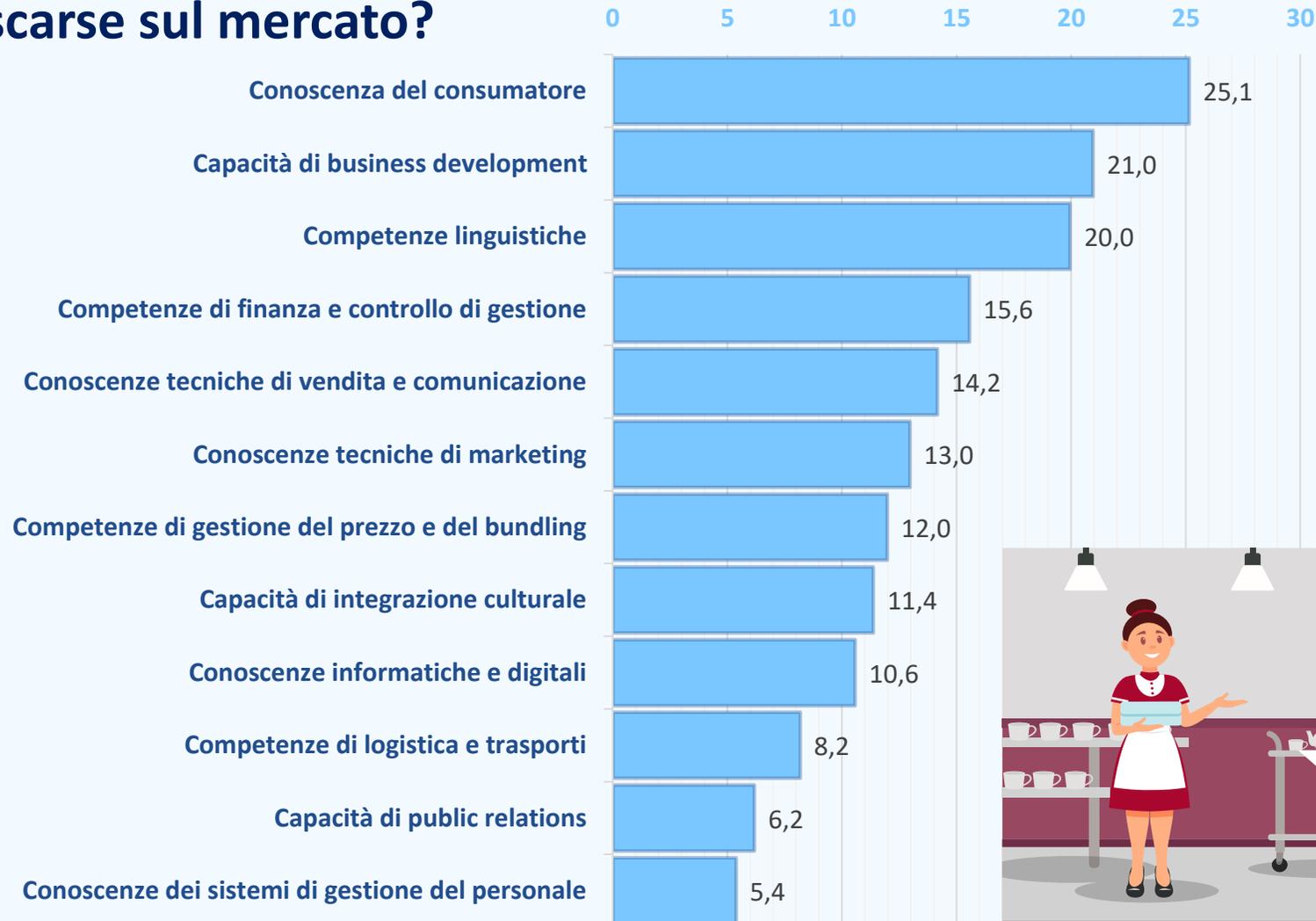


- Il **15,4%** delle imprese ha aumentato le retribuzioni del personale per sopperire alle difficoltà di reperimento
- L'**11,6%** ha scelto di migliorare le condizioni contrattuali o gli orari di lavoro



- Il **14,4%** farà formazione al proprio personale per potenziare le conoscenze linguistiche
- Il **9,6%** delle imprese punterà su corsi di aggiornamento e formazione che garantiscano una migliore gestione dei rapporti con la clientela

A suo avviso, quali sono le competenze ad oggi assenti o scarse sul mercato?

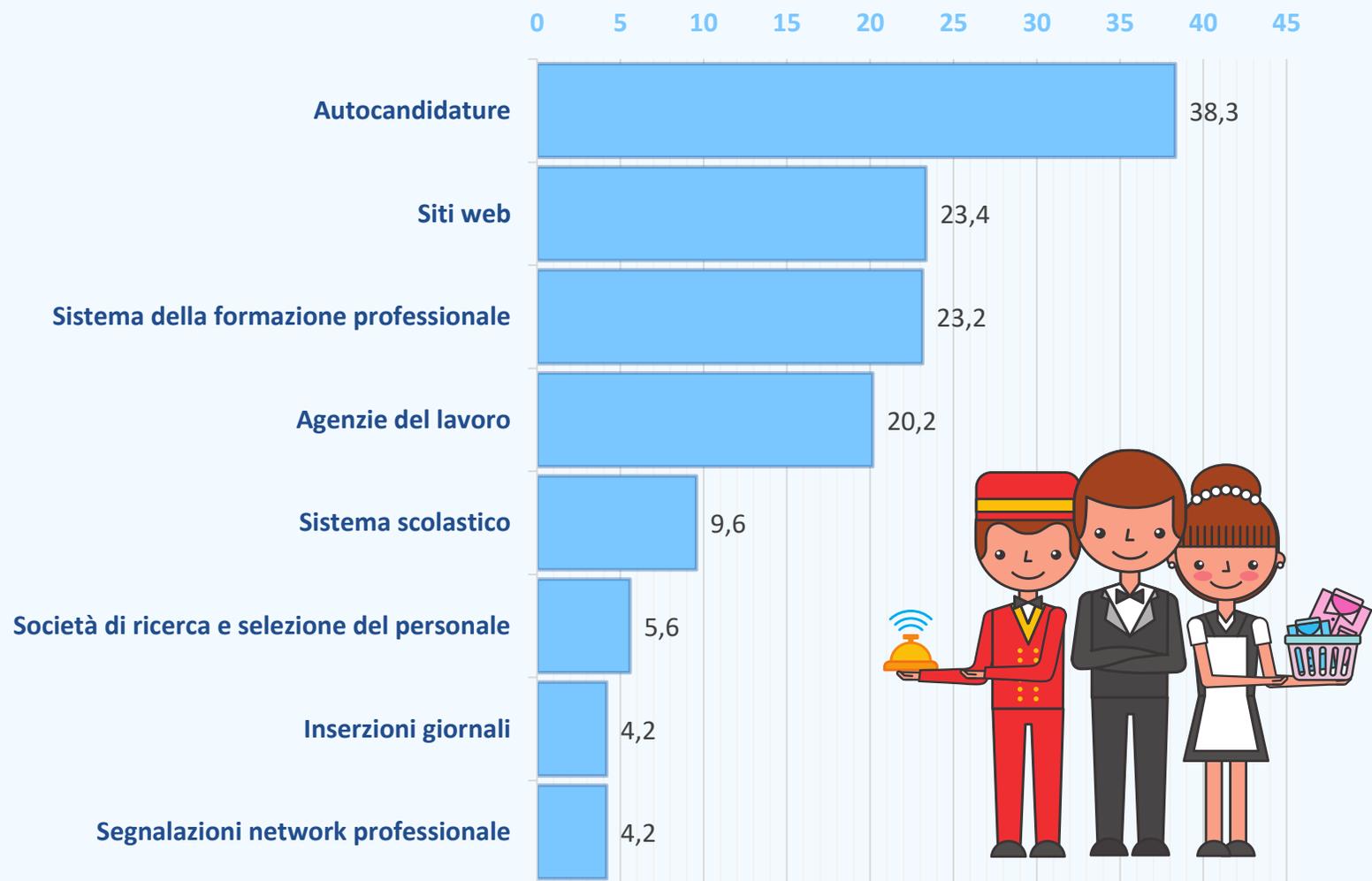


Le imprese chiedono soprattutto personale in grado di:

- assicurare un servizio ad hoc sui diversi target di clientela;
- business development
- conoscenze linguistiche

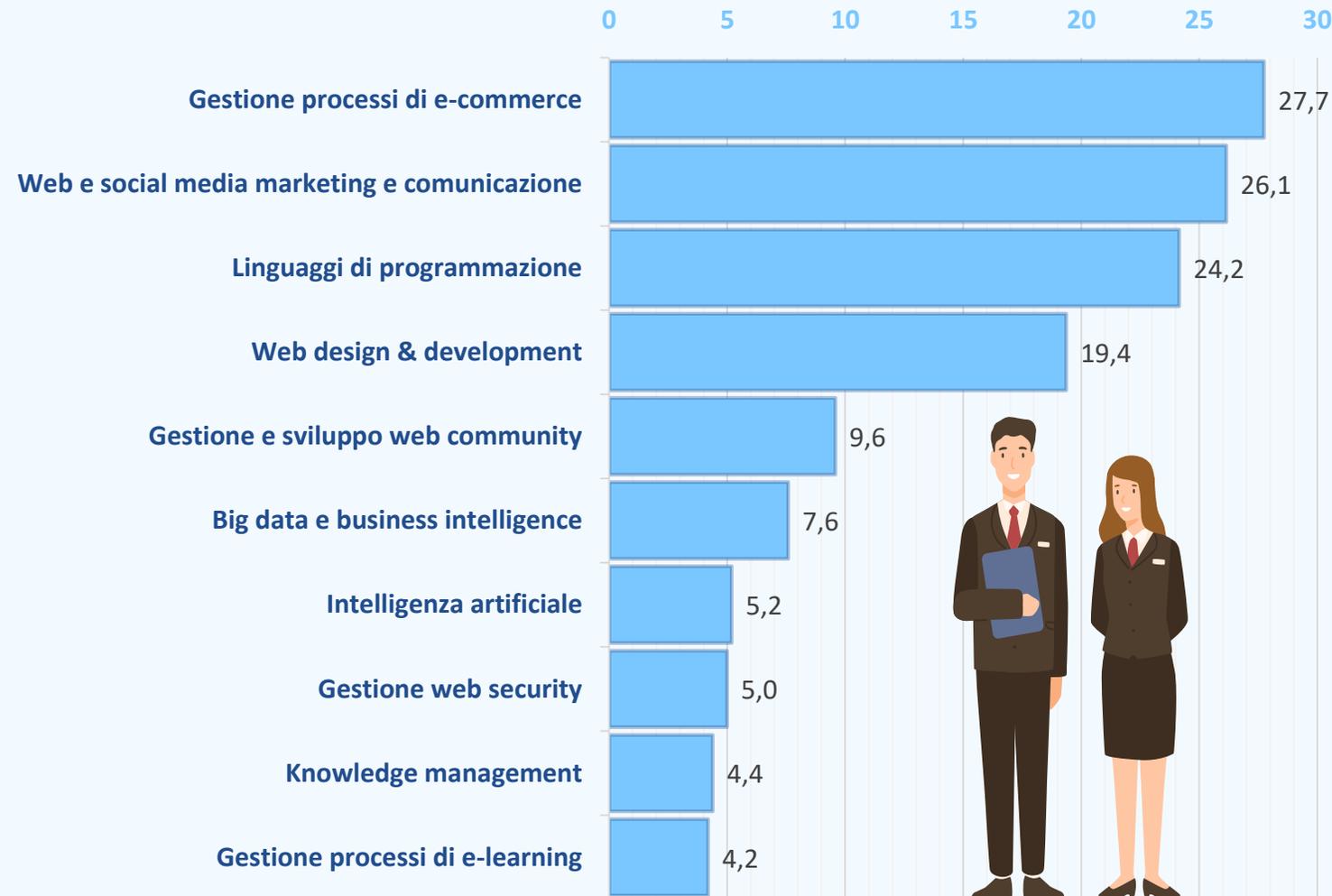


Può indicare quali sono i canali di reclutamento del personale da Lei impiegati per la Sua azienda?



**Per 4 imprese su 10
il personale arriva da
autocandidatura**

Quali tra le nuove competenze digitali da parte dei giovani neoassunti, ritiene maggiormente importanti per le esigenze delle imprese e del mercato?



Le nuove competenze che piacciono alle imprese:

- 1. E commerce**
- 2. Web e social media per il marketing e la comunicazione**
- 3. Software**

OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL TURISMO DELLE CAMERE DI COMMERCIO

INDAGINE AI TURISTI IN LOMBARDIA

**Indagine diretta ai turisti italiani e stranieri
(3,772 intervistati, estate 2023)**

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

76 €

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

1 turista su 2

VIAGGIA IN COPPIA
(SENZA BAMBINI)



2 turisti su 5

APPARTENGONO ALLA
GENERAZIONE Y
(nati dal 1981 al 1995)

8,3 la soddisfazione

VOTO MEDIO SULL'OFFERTA
TURISTICA NEL COMPLESSO

CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUISCONO SULLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE

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

	Italiani	Stranieri	Totale
INTERNET	37,5	43,4	41,2
PASSAPAROLA	37,3	32,0	34,1
ESPERIENZA PERSONALE	37,1	26,6	30,7

Top 3 province con valori superiori ai regionali

- ❖ Mantova: 76,9%
- ❖ Cremona: 60,2%
- ❖ Monza e Brianza: 60%

- ❖ Cremona: 53,8%
- ❖ Pavia: 53,5%
- ❖ Varese: 46,2%

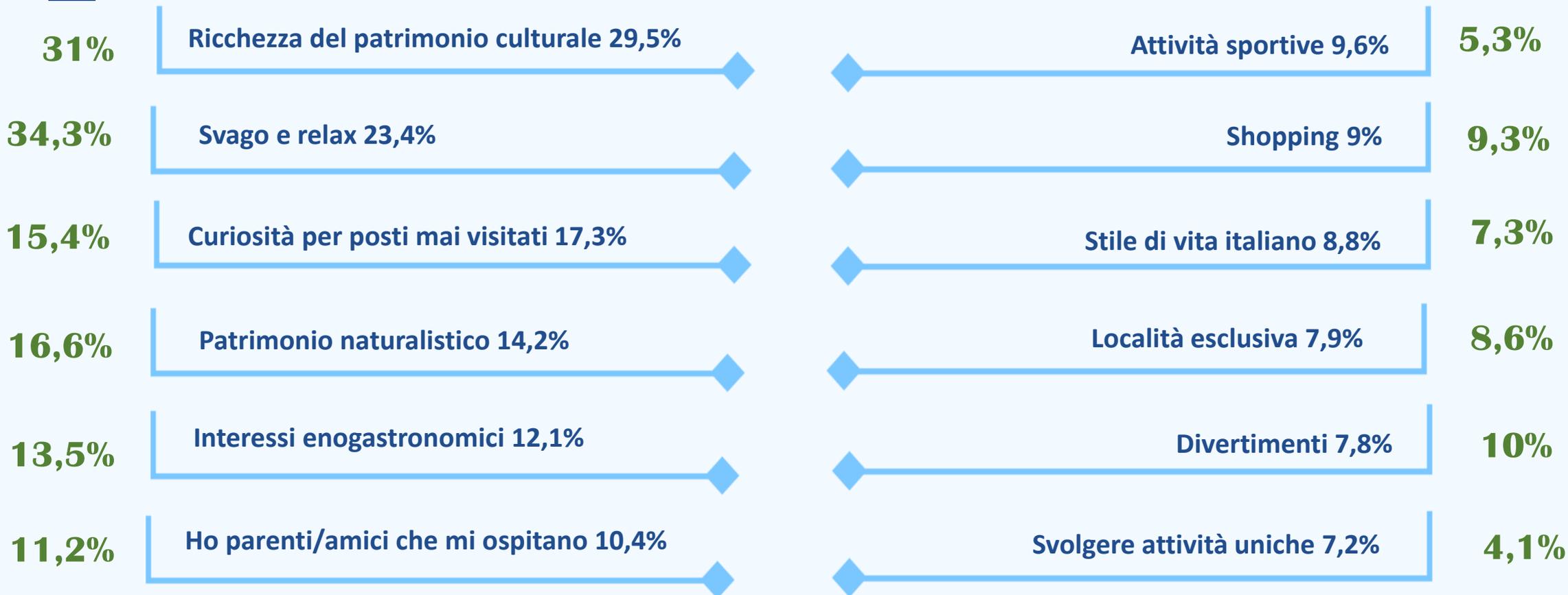
- ❖ Sondrio: 66,8%
- ❖ Bergamo: 33%
- ❖ Brescia: 31,4%



PERCHÉ I TURISTI VISITANO LA LOMBARDIA?



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



ATTIVITÀ SVOLTE DAI TURISTI DURANTE IL SOGGIORNO IN LOMBARDIA

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



QUANTO SPENDE IN MEDIA UN TURISTA?

Lombardia e province dove si spende di più

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



Viaggio A/R

223 €



Alloggio (al gg)

65 €



Altre spese (al gg)

76 €

Italiani

123

61

78

Stranieri

287

78

73

- ❖ Varese: 259 €
- ❖ Milano: 250 €
- ❖ Como: 239 €

- ❖ Sondrio: 77 €
- ❖ Milano: 75 €
- ❖ Monza e Brianza: 66 €

- ❖ Monza e Brianza: 106 €
- ❖ Varese: 88 €
- ❖ Lecco: 85 €



269 €



71 €



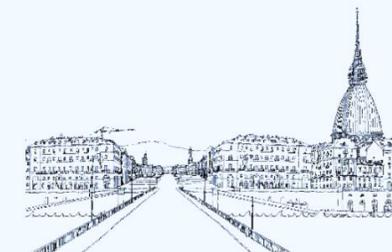
60 €

GRANDI CITTÀ ITALIANE A CONFRONTO

per motivazione del viaggio, giudizio del soggiorno da parte del turista e prezzo medio degli hotel



	Roma	Milano	Firenze	Napoli	Venezia	Torino
Motivazione culturale	80,9%	44,6%	75,3%	49,8%	41,3%	50,8%
Motivazione enogastronomica	20%	17,5%	10,6%	18,4%	4,3%	5,9%
Giudizio complessivo del turista	8.2/10	8.3/10	8.3/10	8.2/10	8.6/10	8/10
Prezzo medio hotel (ottobre)	€ 298,93	€ 280,65	€ 321,28	€ 175,03	€ 261,57	€ 143,96



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

Cortesìa e ospitalità della popolazione locale



Organizzazione del territorio



Informazioni turistiche



Ristorazione



Costo della ristorazione

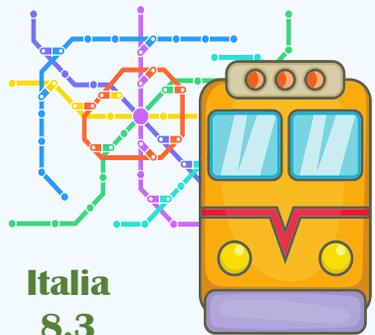


Qualità del mangiare e del bere



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

Efficienza dei trasporti locali



Italia
8,3

Lombardia
7,8

Italiani 7,8
Stranieri 7,8

Costo dei trasporti locali



Italia
7,7

Lombardia
7,8

Italiani 7,7
Stranieri 7,9

Offerta culturale



Italia
8

Lombardia
8,1

Italiani 8,0
Stranieri 8,2

Offerta di intrattenimento



Italia
8

Lombardia
8,1

Italiani 7,9
Stranieri 8,2

Qualità e accoglienza delle strutture di alloggio



Italia
8,2

Lombardia
8,1

Italiani 8,0
Stranieri 8,2

Costo dell'alloggio



Italia
7,7

Lombardia
8

Italiani 7,8
Stranieri 8,1

COMMENTI ONLINE

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

1 turista su 2 lascia una recensione in rete

38,8% Italiani

52,6% Stranieri



54,9%



38,8%



28,8%



22,9%



17,9%

Italiani 47,1%
Stranieri 58,6%

34,5%
40,8%

25%
30,6%

19,2%
24,6%

14,9%
19,3%

- ❖ Lodi: 87,5%
- ❖ Varese: 73,3%
- ❖ Sondrio: 70,9%

- ❖ Varese: 57,9%
- ❖ Sondrio: 51,1%
- ❖ Lecco: 50,4%

- ❖ Mantova: 48,5%
- ❖ Lodi: 42,7%
- ❖ Lecco: 38,4%

- ❖ Lecco: 38,5%
- ❖ Como: 34,8%
- ❖ Mantova: 34,6%

- ❖ Varese: 32,8%
- ❖ Lodi: 31,4%
- ❖ Cremona: 25,7%

**OSSERVATORIO SULL'ECONOMIA DEL TURISMO
DELLE CAMERE DI COMMERCIO**

INDAGINE AI TURISTI IN LOMBARDIA

FOCUS

PRODOTTI TURISTICI DI PUNTA

**Indagine diretta ai turisti italiani e stranieri
(3.772 intervistati, estate 2023)**



TURISMO CULTURALE

Lombardia, estate 2023



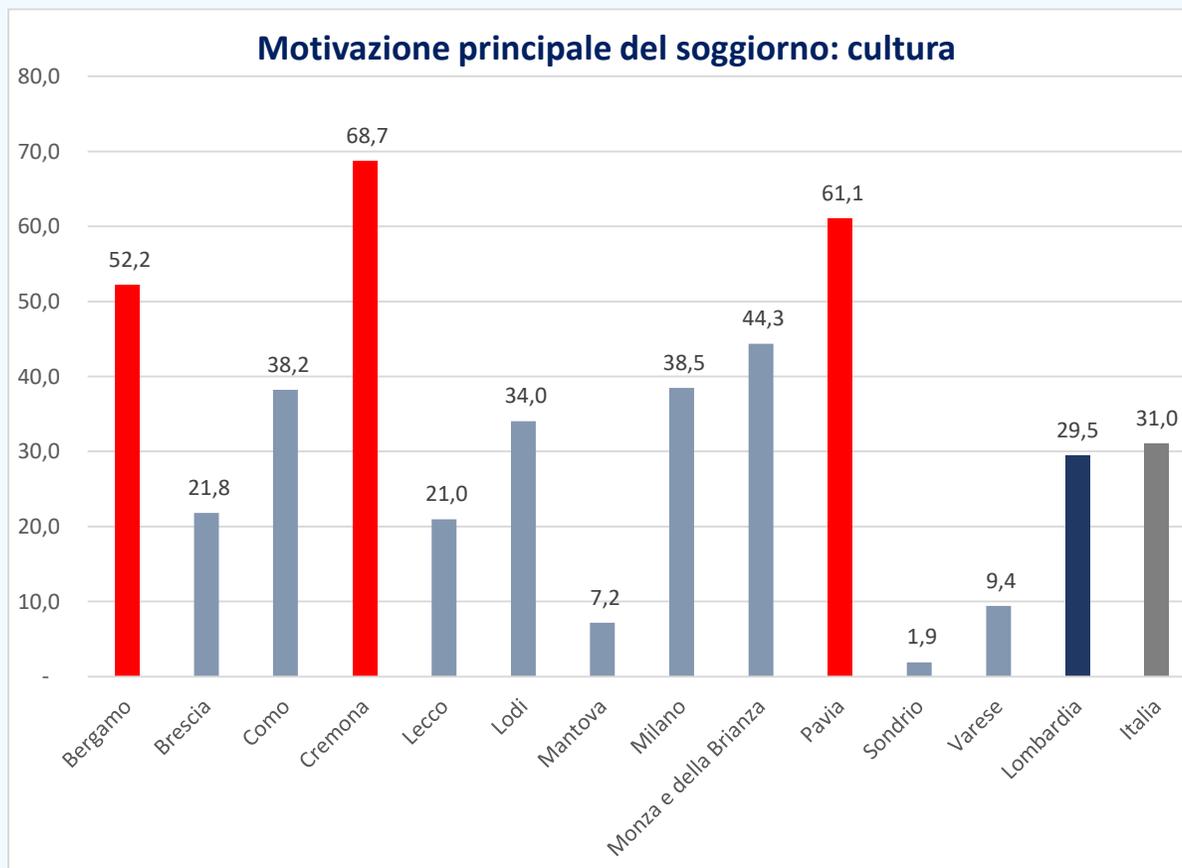
La cultura, l'arte e la storia della regione è la prima motivazione di visita per il turista che sceglie la Lombardia nell'estate 2023.

Un prodotto di punta che attrae il

- 28,4% dei turisti italiani
- 30,1% degli stranieri

Nel 2019 questa motivazione era in 4° posizione (dopo outdoor, business e sport).

(n.b il dato 2019 è relativo all'intero anno 2019 e non solo alle vacanze estive)





Italiani

- Curiosità per posti mai visitati 16,5%
- **Visita di amici e parenti 12%**
- Natura 7,8%
- Shopping 7,6%

- Internet 56%
- Passaparola 33,9%
- **Esperienza personale 21,3%**

- Viaggio A/R 108 €
- Alloggio 59 €
- Altre spese 84 €

- Offerta turistica nel complesso 8,2
- Offerta culturale 8,2

Principali motivazioni di visita, oltre al patrimonio culturale

Influenzati da

Spesa media a persona al giorno

Livello di soddisfazione

Stranieri

- **Curiosità per posti mai visitati 23,7%**
- **Degustazioni 25,4%**
- **Località esclusiva 18,3%**
- Natura 16%
- **Stile di vita italiano 13,7%**

- **Internet 61,9%**
- Passaparola 30,9%
- **Consiglio dell'agenzia di viaggi 13,4%**

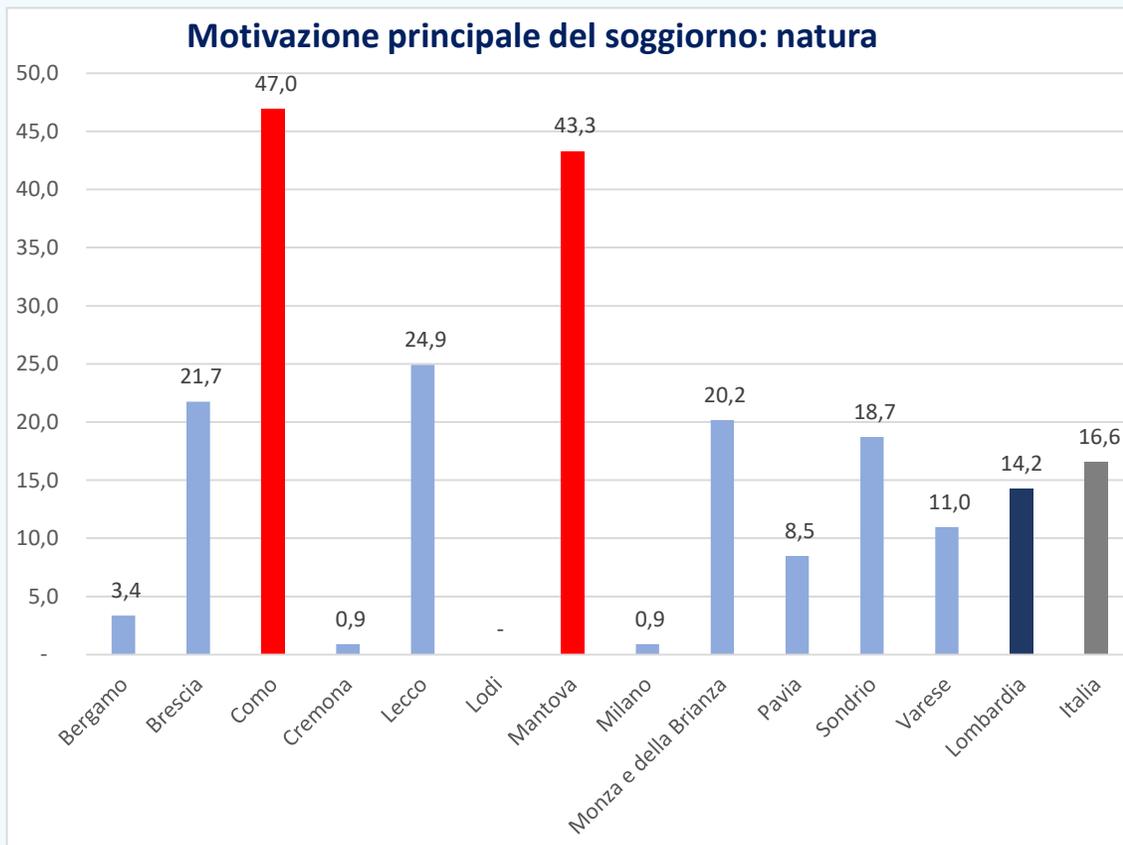
- Viaggio A/R 287 €
- **Alloggio 72 €**
- Altre spese 84 €

- **Offerta turistica nel complesso 8,6**
- **Offerta culturale 8,5**



TURISMO OUTDOOR

Lombardia, estate 2023



Il turismo outdoor, a contatto con la natura è il **secondo prodotto turistico** per la Lombardia nell'estate 2023.

Attrae il

- 10,1% dei turisti italiani
- 16,8% degli stranieri

Nel 2019 questa motivazione era in 1° posizione!

(n.b il dato 2019 è relativo all'intero anno 2019 e non solo alle vacanze estive)



Italiani

- **Sport 25,7%**
- Ricchezza del patrimonio culturale 22,1%
- Curiosità per posti mai visitati 18,7%
- **Vicinanza rispetto all'origine del viaggio 12,9%**
- **Facilità di raggiungimento, buoni collegamenti 12%**
- Ho i parenti/amici che mi ospitano 9,2%
- Svolgere attività uniche 9,2%
- Degustazioni 8,3%

- Internet 33,4%
- Passaparola 37,5%
- **Esperienza personale 46,5%**

- Viaggio A/R 108 €
- Alloggio 49 €
- Altre spese 67 €

- Offerta turistica nel complesso 8,6
- Organizzazione del territorio 8,3
- **Ristorazione 8,8**



**Principali motivazioni di visita,
oltre al patrimonio
naturalistico**

Influenzati da

Spesa media a persona al giorno

Livello di soddisfazione

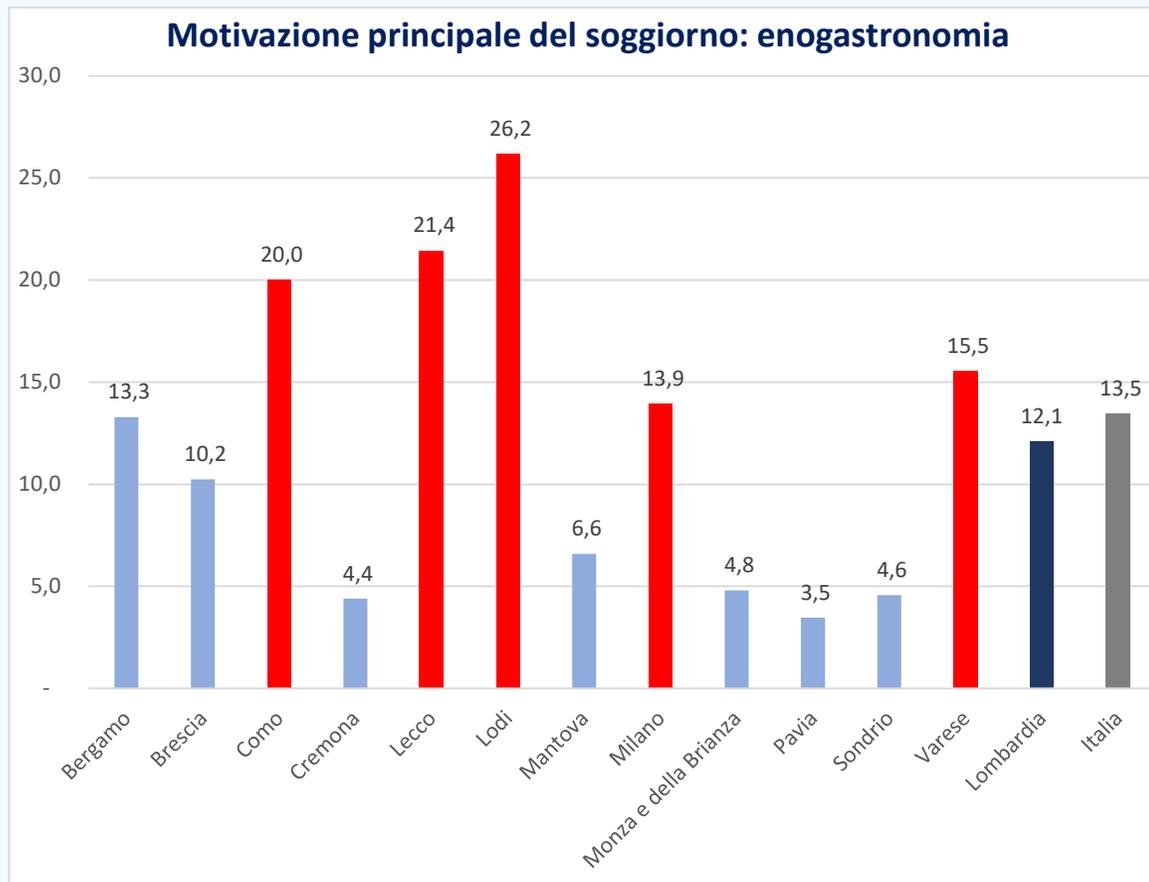
Stranieri

- Curiosità per posti mai visitati 32,1%
- Sport 31,2%
- Ricchezza del patrimonio culturale 28,7%
- **Degustazioni 25,6%**
- **Stile di vita italiano 25%**
- **Svolgere attività uniche 17,4%**
- Gusto dell'avventura 13,4%
- Divertimenti 11,6%
- Posto adatto per bambini piccoli 10%

- **Internet 50,1%**
- Passaparola 34,2%
- Esperienza personale 22%
- **Consiglio dell'agenzia di viaggi 11,8%**
- **Articoli/redazionali su periodici/quotidiani 10,5%**

- Viaggio A/R 199 €
- Alloggio 51 €
- **Altre spese 75 €**

- **Offerta turistica nel complesso 9**
- **Organizzazione del territorio 8,7**
- **Ristorazione 8,8**



Il desiderio di trascorrere una vacanza all'insegna dei gusti e dei sapori locali muove il **12,1%** dei turisti della Lombardia nell'estate 2023.

E' il **terzo prodotto** per attrazione motivazionale nella regione.

Attrae il

- **4,7%** dei turisti italiani
- **16,7%** degli stranieri

Nel 2019 questa motivazione era in 5° posizione!

(n.b il dato 2019 è relativo all'intero anno 2019 e non solo alle vacanze estive)



Italiani

- Patrimonio culturale 32,2%
- Ristorazione d'eccellenza 22,2%
- **Sport 22%**
- Per vedere luoghi, fare attività uniche 21,4%

- Internet 39%
- Passaparola 39,3%
- **Esperienza personale 34,3%**

- Viaggio A/R 115 €
- Alloggio 63 €
- Altre spese 83 €

- Offerta turistica nel complesso 8,4
- Qualità del mangiare e del bere 8,6
- Ristorazione 8,3



Principali motivazioni di visita, oltre all'enogastronomia

Influenzati da

Spesa media a persona al giorno

Livello di soddisfazione

Stranieri

- Patrimonio culturale 45,8%
- Ristorazione d'eccellenza 34,8%
- **Natura 25,7%**
- **Località esclusiva 20,5%**

- **Internet 57,7%**
- Passaparola 35,9%
- Esperienza personale 17,5%

- Viaggio A/R 270 €
- **Alloggio 70 €**
- Altre spese 84 €

- **Offerta turistica nel complesso 8,5**
- **Qualità del mangiare e del bere 8,7**
- **Ristorazione 8,4**



TURISMO SPORTIVO

Lombardia, estate 2023



Il turismo sportivo attrae 1 turista su 10 nell'estate 2023.

E' il quarto prodotto per attrazione motivazionale nella regione.

Attrae il

- **9,2% dei turisti italiani**
- **9,8% degli stranieri**

Nel 2019 questa motivazione era in 3° posizione!

(n.b il dato 2019 è relativo all'intero anno 2019 e non solo alle vacanze estive)



Italiani

- Natura 28,2%
- Ricchezza patrimonio culturale 20,7%
- Posto ideale per riposarsi 18,9%
- **Assistere ad un evento 15,5%**
- Curiosità e attività uniche 11,6%
- Degustazioni 11,1%

- Internet 34,6%
- Passaparola 38,5%
- **Esperienza personale 38,6%**

- Viaggio A/R 98 €
- **Alloggio 49 €**
- **Altre spese 75 €**

- Offerta turistica nel complesso 8,5
- Offerta culturale 8,1

Principali motivazioni di visita, oltre allo sport

Influenzati da

Spesa media a persona al giorno

Livello di soddisfazione

Stranieri

- **Natura 53,6%**
- Curiosità per posti mai visitati 28,6%
- Ricchezza del patrimonio culturale 17,4%
- **Per il gusto dell'avventura 16,4%**
- **Degustazioni 15,7%**
- **Attività uniche e divertimenti 15,6%**

- Internet 50,9%
- Passaparola 36,5%
- Esperienza personale 19%
- **Articoli su periodici/quotidiani 9%**
- **Film/documentari 8,9%**
- **Guide turistiche 6,8%**

- Viaggio A/R 190 €
- Alloggio 44 €
- Altre spese 63 €

- **Offerta turistica nel complesso 8,9**
- Offerta culturale 8,6