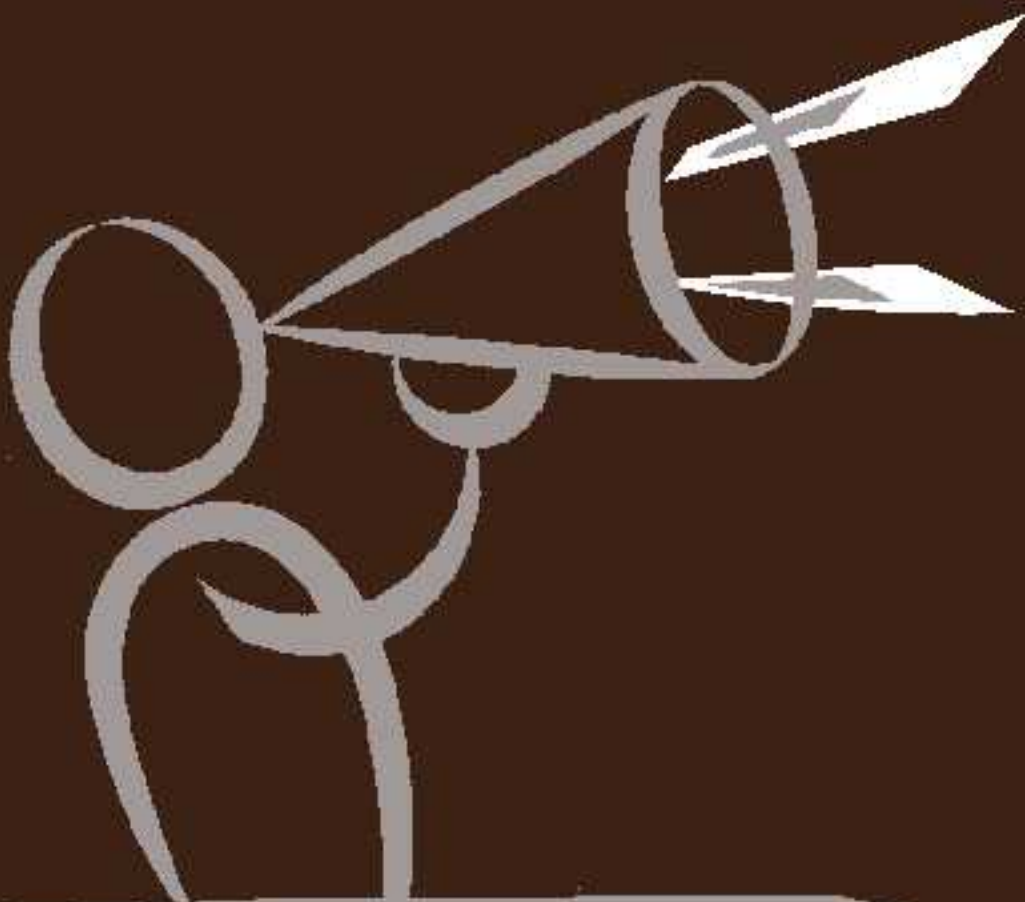


COMUNICAZIONI



Provincia Autonoma di Trento

LA SPESA DEI TURISTI NELLA STAGIONE ESTIVA 2005 IN PROVINCIA DI TRENTO



Febbraio 2006

N.1

SERVIZIO
STATISTICA





LA SPESA DEI TURISTI NELLA STAGIONE ESTIVA 2005 IN PROVINCIA DI TRENTO



Febbraio 2006



INDICE

Le caratteristiche dell'indagine	pag. 5
La spesa media giornaliera dei turisti	pag. 7
La spesa media giornaliera dei turisti in relazione alla tipologia ricettiva utilizzata	pag. 15
La spesa media giornaliera dei turisti in relazione alla provenienza	pag. 21
La spesa media giornaliera in relazione all'età dei turisti	pag. 23
La spesa media giornaliera dei turisti in relazione alla motivazione della vacanza	pag. 27
Conclusioni	pag. 29

© Provincia Autonoma di Trento - Servizio Statistica

Il Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento autorizza la riproduzione parziale o totale del presente volume con la citazione della fonte.

A cura di: Giuliana Grandi
Stefano Lombardo
Marco Raffaelli

Coordinamento editoriale: Nicoletta Novello

Progetto grafico ed impaginazione: Studio Bi Quattro - Trento

Stampa: LGT Srl - Trento

Le principali pubblicazioni del Servizio Statistica sono disponibili nel Sito Internet www.statistica.provincia.tn.it



LE CARATTERISTICHE DELL'INDAGINE

La rilevazione dei comportamenti di consumo dei turisti in Trentino costituisce ormai un fronte di analisi consolidato nell'ambito della ricca serie di informazioni sul fenomeno turistico provinciale curata dal Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento, essendo stata effettuata con cadenza quinquennale a partire dal 1990.

Come in occasione delle precedenti rilevazioni, i dati di seguito riportati sono il frutto di un'indagine diretta, rivolta ad un campione opportunamente stratificato e rappresentativo delle diverse segmentazioni ricettive e territoriali nelle quali si articola l'offerta turistica trentina.

L'indagine sulla spesa dei turisti, nella stagione estiva 2005, ha coinvolto 683 "nuclei turistici"¹, corrispondenti ad un totale di 1.864 turisti che hanno trascorso almeno 3 giorni di vacanza in una delle strutture ricettive (alberghi, campeggi, alloggi turistici, seconde case, altre strutture ricettive) presenti sul territorio trentino.

La metodologia di indagine adottata non si discosta da quella utilizzata in occasione delle precedenti indagini e, quindi, la stessa stratificazione del campione e, di conseguenza, i criteri di distribuzione delle interviste sul territorio provinciale e tra le diverse tipologie di turisti hanno potuto beneficiare delle informazioni consolidate dalle indagini pregresse (in particolare quelle relative alla variabilità della spesa nell'ambito delle diverse aree e delle diverse tipologie ricettive).

¹ Per "nucleo turistico" si intende un nucleo di persone - non necessariamente legate da vincoli di parentela e costituito anche da più nuclei familiari - che durante il periodo di vacanza fa riferimento ad un unico budget di spesa. La possibilità di disporre di dati di spesa complessivi del "nucleo turistico" (invece che di informazioni riferite al singolo intervistato, il quale può non ricordare o non conoscere spese effettuate da altri di cui beneficia, oppure può indicare consumi di cui godono anche altri) consente di limitare eventuali errori di stima.



LA SPESA MEDIA GIORNALIERA DEI TURISTI

Come in occasione dell'indagine invernale 2004-2005, anche per l'indagine estiva si è ritenuto opportuno introdurre alcune innovazioni utili a rendere lo studio sempre più adeguato alla conoscenza dei fenomeni turistici che si sviluppano in provincia di Trento.

Infatti:

- sono stati considerati i comportamenti di acquisto anche di chi utilizza le "altre strutture" ricettive (Bed&Breakfast, ostelli, ecc.);
- sono state rilevate anche le spese per utenze e manutenzione sostenute dai proprietari di seconde case;
- sono state rilevate le spese per prodotti eno-gastronomici locali;
- è stata rilevata la "motivazione" che ha spinto il turista a trascorrere le vacanze estive in Trentino.

Ogni turista che trascorre in estate un periodo di vacanza in provincia di Trento spende mediamente poco meno di 79 euro al giorno per il pernottamento, per l'alimentazione e la ristorazione, per le attività sportive, culturali e ricreative, per lo shopping e le altre spese.

Si tratta di un volume di spesa piuttosto consistente, soprattutto se considerato alla luce della non brillante situazione economica complessiva del nostro Paese, ma anche delle nazioni che tradizionalmente costituiscono i mercati turistici di riferimento del Trentino.

Particolarmente interessante è osservare che la spesa destinata al pernottamento – nelle sue diverse forme offerte dal sistema ricettivo provinciale – è scesa sensibilmente sotto il 40% del "paniere di spesa" dei turisti, mentre le spese per alimentazione e ristorazione (comprese quelle per prodotti eno-gastronomici tipici locali) rappresentano attualmente oltre $\frac{1}{4}$ della spesa giornaliera complessiva.

In questo contesto, va osservato con interesse che proprio la spesa per prodotti del sistema agro-alimentare trentino costituisce il 25% circa degli acquisti sinteticamente definiti come "shopping", a testimonianza del fatto che l'attenzione del "turista evoluto" si dirige sempre più fortemente verso i prodotti legati al territorio, alle sue tradizioni, alle sue tipicità culturali e ... colturali.

I valori economici riferiti a tale comparto possono apparire – non senza qualche ragione – ancora non adeguati alle potenzialità espresse dal sistema agro-alimentare trentino. I dati nella loro sinteticità, tuttavia, devono essere letti secondo una duplice chiave di lettura: da un lato, il turista si dimostra attento alla proposta di prodotti legati al territorio, per i quali comincia ad essere disposto a spendere somme non trascurabili; dall'altro lato, l'offerta sembra in fase di maturazione, ma ancora non sufficientemente in grado di cogliere e, soprattutto, di tradurre a pieno in termini di tipicizzazione dei prodotti, di capacità commerciale, di integrazione con le attività turistiche, le potenzialità del fenomeno.



Particolarmente consistente si rivela la spesa destinata a spostamenti (spese per carburanti e mezzi di trasporto pubblici), che risulta addirittura superiore a quella per lo shopping, a conferma del fatto che il turista è sempre più interessato alla molteplicità di attrattive e di proposte offerte da un territorio che è sempre meno limitato ai confini della specifica località.

Ciò detto, non possono essere sottovalutati gli effetti su questa “voce” di spesa derivanti dall’incremento del costo dei carburanti, a seguito dell’effetto del “caro-petrolio”. Se opportunamente valutati e comunicati, i dati relativi a tale “capitolo” di spesa turistica (unitamente agli effetti sulla mobilità turistica dovuti ai fenomeni di congestione del traffico e ai provvedimenti per la sua limitazione per motivi di impatto ambientale), potrebbero costituire un efficace incentivo psicologico ed economico all’attivazione diffusa e intensiva di modalità di trasporto alternative, meno impattanti e meno costose, sia per i turisti, che per l’Ente Pubblico, che, in ultima analisi, per le comunità locali.

TAV.1 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE NELLA STAGIONE ESTIVA 2005

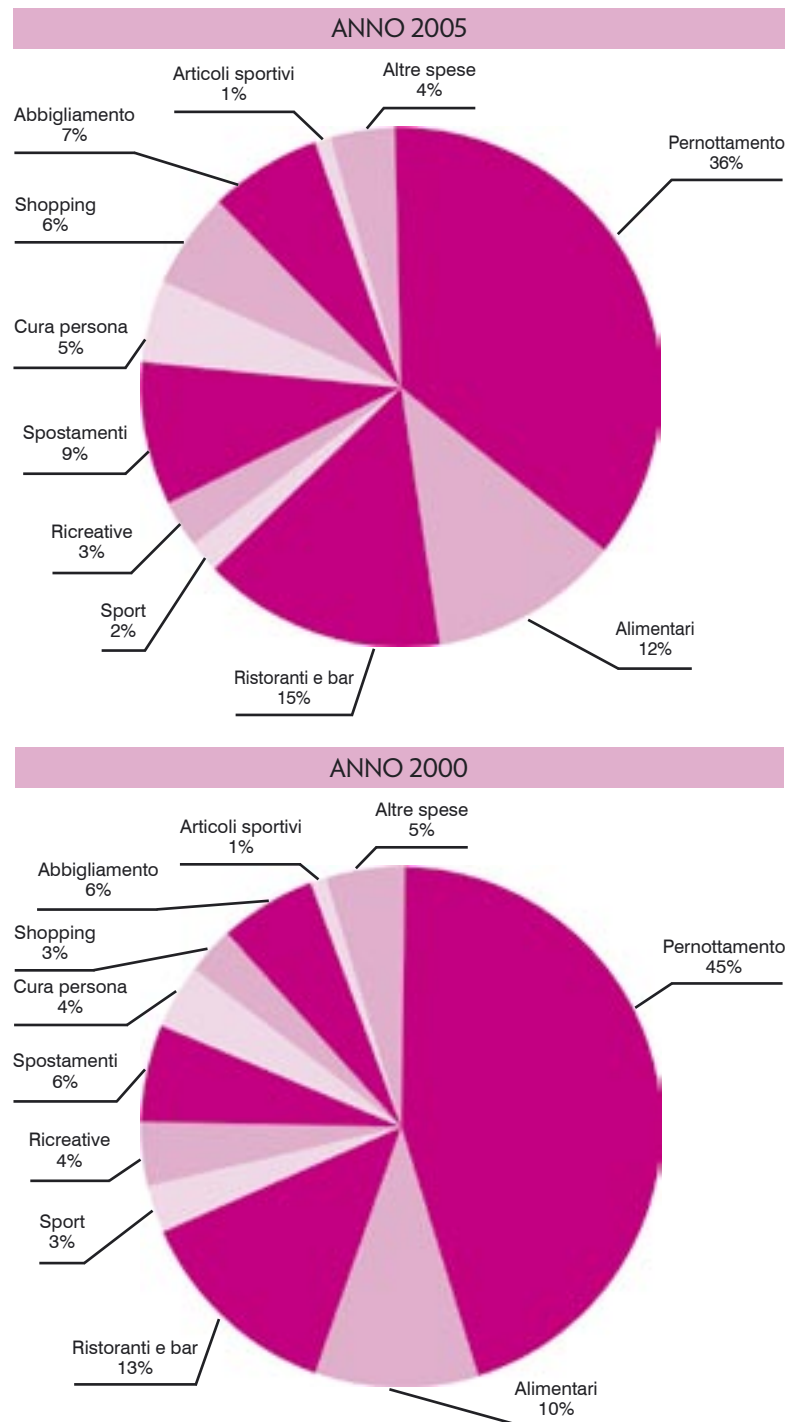
Voci di spesa	Valori assoluti (euro)	Composizione percentuale
Pernottamento	30,78	39,1
Alimentari	8,10	10,3
Ristoranti e bar	11,09	14,1
Sport	1,44	1,8
Ricreative e culturali	2,12	2,7
Spostamenti	6,06	7,7
Cura della persona	3,54	4,5
Shopping	5,26	6,7
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	<i>1,40</i>	<i>1,8</i>
Abbigliamento	6,47	8,2
Articoli sportivi	0,77	1,0
Altre spese	3,01	3,8
Totale	78,64	100,0

Passando al confronto dei dati relativi alla spesa dei turisti nel corso della stagione estiva 2005 rispetto all’estate 2000, è possibile trarre le seguenti considerazioni sintetiche:

1. nel complesso, il sistema turistico trentino sembra in grado di attivare effetti economici sempre crescenti, considerando che la spesa giornaliera totale dei turisti è cresciuta in cinque anni in termini reali (cioè, al netto dell’inflazione) di oltre il 20%. Il dato è ancora più significativo se rapportato al clima economico generale e ai dati che pervengono da altre destinazioni turistiche nazionali;
2. i turisti che trascorrono le vacanze estive in Trentino sembrano oggi più propensi che nel passato a contenere le spese per il “puro alloggio e pernottamento”; o, in ogni caso, a distribuire le spese per vitto-alloggio su una pluralità di esercizi-opportunità. In particolare, l’albergo è sempre meno il “centro” della vacanza, mentre diventa sempre più importante ciò che offre il territorio nella sua complessità e varietà;
3. a seguito di ciò, il turista si sposta con maggior frequenza e si rivolge più che cinque anni fa al sistema della distribuzione alimentare e della ristorazione presente sul territorio;
4. il turista della montagna estiva è – per certi versi, sorprendentemente – meno attratto da motivazioni “attive” (sport, divertimento, spettacolo); sembra invece più alla ricerca di occasioni di relax, di riposo, di svago “soft”, di benessere sia fisico che psicologico, di occasioni di shopping. Non va escluso, tuttavia, che a fronte di specifici comportamenti da parte della domanda, il fenomeno richiamato sia anche dovuto ad elementi di debolezza sul fronte dell’offerta: non è da oggi che da più parti si mette in rilievo la difficoltà del sistema turistico della montagna - non solo trentina - di innovare i propri fattori di



GRAFICO 1 - COMPOSIZIONE DEL "PANIERE" DELLA SPESA TURISTICA IN PROVINCIA DI TRENTO NELLE STAGIONI ESTIVE 2000 E 2005



TAV. 2 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE: CONFRONTI STAGIONE ESTIVA 2000-2005²

(Euro a prezzi costanti 2005)

Voci di spesa	2005	2000	Variazioni assolute 2000-2005	Variazioni percentuali 2000-2005
Pernottamento	24,33	25,68	-1,35	-5,3
Alimentari	7,96	5,75	2,21	38,4
Ristoranti e bar	10,39	7,03	3,35	47,7
Sport	1,12	1,48	-0,36	-24,3
Ricreative e culturali	1,74	1,98	-0,24	-12,1
Spostamenti	5,85	3,40	2,45	72,1
Cura della persona	3,47	2,05	1,42	69,3
Shopping	4,02	1,82	2,20	120,9
Abbigliamento	4,55	3,48	1,07	30,7
Articoli sportivi	0,62	0,40	0,21	52,5
Altre spese	3,01	2,51	0,50	19,9
Totale	67,04	55,58	11,46	20,7

attrazione e, in particolare, di sviluppare proposte attrattive per le fasce giovanili del mercato in corrispondenza della stagione estiva. Qualche segnale in proposito si sta manifestando, ma, nel complesso, non può non suscitare adeguate riflessioni - non foss'altro che sul fronte del marketing e della comunicazione - il fatto che le uniche voci di spesa che nel recente quinquennio abbiano segnato una flessione in termini assoluti siano proprio quelle legate allo sport e al divertimento.

² In occasione dell'indagine del 2000 non erano state rilevate le spese ordinarie effettuate nell'alloggio dai proprietari di seconde case; i dati relativi al 2005 in questa tabella sono stati pertanto ricalcolati non tenendo conto di tale voce di spesa e secondo la metodologia adottata in occasione dell'indagine del 2000.



TAV. 3 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE: CONFRONTI STAGIONE INVERNALE 2004/2005 - STAGIONE ESTIVA 2005

(Valori in Euro)

Voci di spesa	Estate 2005	Inverno 2005	Differenze assolute estate - inverno 2005	Differenze percentuali estate - inverno 2005
Pernottamento	30,78	36,35	-5,57	-15,3
Alimentari	8,10	8,16	-0,06	-0,7
Ristoranti e bar	11,09	11,87	-0,78	-6,6
Sport*	1,44	24,53	---	---
Ricreative e culturali	2,12	1,53	0,59	38,6
Spostamenti	6,06	3,83	2,23	58,2
Cura della persona	3,54	4,83	-1,29	-26,7
Shopping	5,26	4,05	1,21	29,9
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	<i>1,40</i>	<i>1,02</i>	<i>0,38</i>	<i>37,3</i>
Abbigliamento	6,47	9,28	-2,81	-30,3
Articoli sportivi	0,77	2,96	-2,19	-74,0
Altre spese	3,01	1,92	1,09	56,8
Totale	78,64	109,31	-30,67	-28,1

(*) I dati relativi alle spese per sport non sono, di fatto, confrontabili, in quanto nella stagione invernale comprendono anche le spese per impianti di risalita.

Il confronto tra i comportamenti di spesa dei turisti, rispettivamente, nella stagione estiva e in quella invernale del 2005, sembrano confermare decisamente che i target di clientela si vanno progressivamente diversificando: il turista che sceglie il Trentino per le settimane bianche e per il "prodotto-neve" presenta un profilo - quantomeno sulla base dell'articolazione delle spese - molto diverso da quello che vi trascorre le vacanze estive. In sostanza: molto probabilmente non sono i medesimi turisti. Sono talmente evidenti, infatti, le diversità sia dell'entità delle singole voci che la composizione del "budget turistico" che difficilmente possono essere spiegate esclusivamente con il "fattore-stagionalità":

- il turista estivo spende decisamente meno per pernottamento e alloggio, anche perché sceglie sistemazioni diverse e, generalmente, meno costose (alloggi turistici, campeggi, forme ricettive complementari) che solo marginalmente si prestano alla vacanza invernale;
- il turista estivo dedica più tempo e risorse ad attività ricreative (non sportive) e culturali;
- il turista estivo si muove molto di più sul territorio e spende molto di più per prodotti dell'eno-gastronomia locale, ma molto meno per articoli sportivi e di abbigliamento;
- il turista estivo spende decisamente di più per articoli commerciali vari.

In proposito, un'ultima osservazione di un certo interesse: la differenza tra la spesa complessiva estiva e quella invernale è data sostanzialmente dalle minori spese per alloggio e pernottamento e dal fatto che in estate non si scia!

La somma delle altre spese - pur con le notevoli diversità di destinazione precedentemente richiamate - è sostanzialmente identica.



LA SPESA MEDIA
GIORNALIERA DEI TURISTI
IN RELAZIONE ALLA
TIPOLOGIA RICETTIVA
UTILIZZATA

Uno dei risultati di questa indagine che, da sempre, riscontra maggior interesse è quello relativo ai comportamenti di consumo dei turisti in relazione al tipo di esercizio ricettivo utilizzato.

Anche l'indagine effettuata con riferimento alla stagione estiva 2005 non è priva di spunti significativi.

Un primo elemento di analisi - che per certi versi conferma quanto precedentemente considerato in merito alla forte diversità del turista estivo trentino rispetto a quello invernale - è che il fenomeno rilevato in occasione dell'indagine invernale 2004-2005 dell'"allineamento" dell'ammontare dei consumi, rispettivamente, tra i turisti che alloggiano negli alberghi di diversa categoria e quelli che utilizzano altre strutture complementari ed extralberghiere, in estate non si pone.

Al contrario, le differenze dei comportamenti di spesa dei turisti in base alla tipologia ricettiva utilizzata (e alla categoria, nel caso degli alberghi) si sono relativamente accentuate.

A titolo esemplificativo: un turista che alloggia in un albergo a 3 o 4 stelle spende complessivamente il 41% in più di uno che alloggia in un albergo a 1 o 2 stelle; nel 2000 tale differenza era inferiore al 39%. Inoltre, attualmente un turista che utilizza un alloggio turistico spende mediamente più di un campeggiatore; cinque anni fa si verificava la situazione opposta (anche se resta confermato il dato che il campeggiatore spende al di fuori dell'esercizio ricettivo significativamente più dell'utilizzatore di alloggi turistici).

Dato non trascurabile in questo quadro (anche se non confrontabile con la situazione del 2000 in quanto allora il fenomeno non venne rilevato) è che il turista che utilizza quelli che sono stati definiti "altri esercizi" (rifugi alpini, Bed&Breakfast, ecc.) spende complessivamente più di tutte le altre tipologie, ad esclusione dei turisti che alloggiano in alberghi a 3 o 4 stelle, ed è soprattutto un ottimo cliente del sistema di offerta di servizi e prodotti del territorio.



TAV. 4 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE PER TIPO D'ALLOGGIO

(Valori in Euro)

Voci di spesa	Alberghi * e **	Alberghi *** e ****	Campeggi	Alloggi privati in affitto	2° case (*)	Altri esercizi	Spesa media generale
Pernottamento	42,72	59,37	11,12	19,69	15,90	28,28	30,78
Alimentari	3,60	4,36	9,42	10,06	10,96	5,76	8,10
Ristoranti e bar	12,22	13,27	13,63	9,13	8,21	18,89	11,09
Sport	1,65	1,79	3,59	1,32	0,75	1,32	1,44
Ricreative e culturali	1,14	2,70	4,06	1,59	1,37	3,77	2,12
Spostamenti	5,78	7,19	3,69	6,27	5,70	5,08	6,06
Cura della persona	3,08	5,33	2,11	1,72	3,60	2,83	3,54
Shopping	5,22	9,26	3,26	3,00	2,83	9,61	5,26
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	<i>2,05</i>	<i>2,74</i>	<i>0,84</i>	<i>0,61</i>	<i>0,54</i>	<i>2,51</i>	<i>1,40</i>
Abbigliamento	3,42	10,75	3,48	5,43	4,18	8,48	6,47
Articoli sportivi	0,53	0,56	1,03	1,14	0,80	0,31	0,77
Altre spese	3,00	4,04	2,83	1,87	3,12	1,62	3,01
Totale	82,36	118,62	58,22	61,22	57,42	85,95	78,64

(*) Nell'ambito delle precedenti indagini, il valore delle spese per interventi di manutenzione ordinaria dei proprietari di II case (corrispondente alla voce "pernottamento" della tabella) non era stato rilevato.

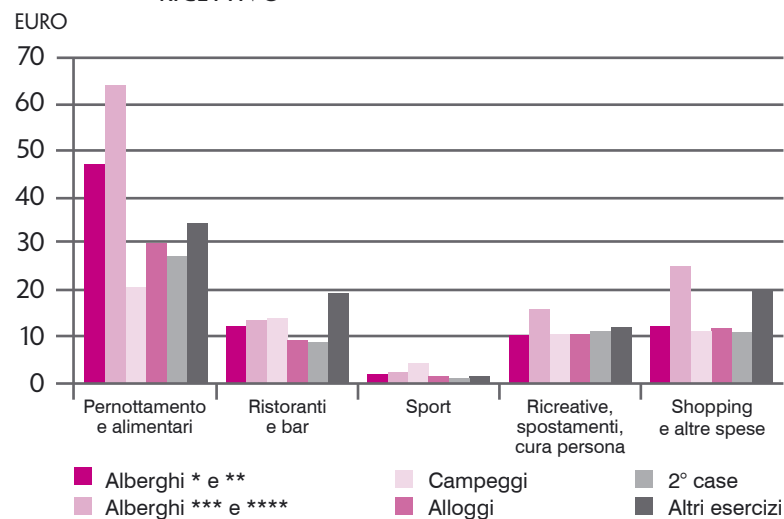
TAV. 5 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE PER TIPO D'ALLOGGIO

(Composizione percentuale)

Voci di spesa	Alberghi * e **	Alberghi *** e ****	Campeggi	Alloggi privati in affitto	2° case (*)	Altri esercizi	Spesa media generale
Pernottamento	51,9	50,1	19,1	32,2	27,7	32,9	39,1
Altre spese in complesso	48,1	49,9	80,9	67,8	72,3	67,1	60,9
di cui							
alimentari	4,4	3,7	16,2	16,4	19,1	6,7	10,3
ristoranti e bar	14,8	11,2	23,4	14,9	14,3	22,0	14,1
sport (con sci)	2,0	1,5	6,2	2,2	1,3	1,5	1,8
ricreative e culturali	1,4	2,3	7,0	2,6	2,4	4,4	2,7
spostamenti	7,0	6,1	6,3	10,2	9,9	5,9	7,7
cura persona	3,7	4,5	3,6	2,8	6,3	3,3	4,5
shopping	6,3	7,8	5,6	4,9	4,9	11,2	6,7
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	<i>2,5</i>	<i>2,3</i>	<i>1,4</i>	<i>1,0</i>	<i>0,9</i>	<i>2,9</i>	<i>1,8</i>
abbigliamento	4,2	9,1	6,0	8,9	7,3	9,9	8,2
articoli sportivi	0,6	0,5	1,8	1,9	1,4	0,4	1,0
altre spese	3,6	3,4	4,9	3,1	5,4	1,9	3,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(*) vedi nota tavola precedente

GRAFICO 2 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PER TIPO DI ESERCIZIO RICETTIVO



Un dato – quello relativo alla consistenza delle spese effettuate al di fuori dell'esercizio ricettivo – che peraltro contraddistingue la generalità della clientela turistica dell'estate trentina 2005 e rappresenta, per certi versi, uno dei dati più significativi dell'intera indagine: mentre, infatti, le spese per pernottamento rispetto all'estate 2000 sono diminuite in valori assoluti nel comparto alberghiero e sono solo leggermente aumentate negli altri comparti ricettivi (campeggi e alloggi turistici), le "altre spese" sono invece aumentate mediamente di oltre il 40%. Ciò sembra confermare un fenomeno che si è manifestato da tempo, ma che trova conferma attraverso questa indagine anche sotto il profilo economico: la "meta" del turista non è l'esercizio ricettivo, ma il



territorio e le sue attrattive. Al territorio e alle sue risorse il turista tende a destinare progressivamente una parte crescente del proprio budget di vacanza, diversificando le forme e le modalità di consumo, anche per bisogni essenziali quali l'alimentazione.

In questo quadro complessivo, due fenomeni meritano una specifica considerazione:

1. si è detto che le spese per pernottamento e alloggio sono generalmente diminuite o cresciute in termini assai contenuti (è il caso dei campeggi); gli alloggi ad uso turistico presentano invece un dato in controtendenza, con una crescita di spesa che è circa il doppio di quella degli stessi campeggi. Poiché il "contenuto di servizi" della spesa per alloggi in Trentino è tuttora assai esiguo, si deve presumere che tale crescita sia pressoché integralmente imputabile al puro costo di affitto. Il dato, dunque, sembra meritare una particolare attenzione con riferimento alle condizioni concorrenziali di questo comparto, soprattutto se valutato alla luce delle non brillanti performances in termini di flussi registrate negli ultimi anni in questo segmento del sistema di offerta turistica trentino;
2. il secondo dato per certi versi "anomalo" è quello relativo alle spese effettuate al di fuori dell'esercizio ricettivo rilevate presso i clienti dei campeggi, che nell'estate 2005 risultano decisamente inferiori alla media generale. Si tratta di un risultato per molti versi "sorprendente", in quanto, in occasione delle precedenti indagini sulla spesa turistica, i campeggiatori si erano rivelati tra i più "interessanti" clienti del sistema turistico trentino. Viene da chiedersi se si sia verificato un cambiamento del target di questo comparto ricettivo tale da influenzare così radicalmente i comportamenti di consumo ad esso riferiti. La questione non può essere adeguatamente analizzata nell'ambito di questo studio, ma sicuramente merita più puntuali e mirati approfondimenti.

TAV. 6 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE PER TIPO D'ALLOGGIO
(Variazioni percentuali 2000 - 2005)

Voci di spesa	Alberghi * e **	Alberghi *** e ****	Campeggi	Alloggi privati in affitto	2° case	Spesa media generale
Pernottamento	-2,3	-5,9	2,4	6,9	n.d.	-5,2
Altre spese in complesso	36,4	50,5	16,0	59,3	47,1	42,8
Totale	12,7	14,5	13,0	36,7	47,1	20,6



LA SPESA MEDIA GIORNALIERA DEI TURISTI IN RELAZIONE ALLA PROVENIENZA

A differenza che in inverno, il diverso ammontare delle spese effettuate dai turisti italiani e dai turisti stranieri non è dovuto principalmente alle modalità (e ai costi) di pernottamento. Considerando, infatti le “altre spese” nel loro complesso – cioè quelle non dovute direttamente al pernottamento - si rileva che i turisti stranieri spendono mediamente circa 27 euro in più degli italiani, mentre la differenza dei costi di alloggio si attesta intorno ai 7 euro. L'unica “voce” di spesa per la quale si rileva una leggera prevalenza dei consumi degli italiani è quella relativa alla “cura della persona” (servizi e prodotti di igiene, bellezza, wellness, ecc.), mentre le spese relative alla mobilità risultano sostanzialmente allineate.

Gli scostamenti più ampi si rilevano, invece, per le spese nei ristoranti, negli esercizi commerciali (del settore abbigliamento, in particolare, ma anche le spese per alimentazione “non preparata” effettuate dagli stranieri sono sensibilmente superiori a quelle degli italiani), nello shopping in generale (consistente, in termini relativi, la maggior propensione degli stranieri all'acquisto di prodotti dell'eno-gastronomia locale), oltre che nelle spese per pernottamento a cui si è fatto riferimento in precedenza.

Alla luce di questi dati, sembrerebbe di poter affermare che l'attrattività del sistema turistico trentino per la clientela straniera è legata certamente alla qualità del suo sistema ricettivo, ma ancor più a quella della gamma di prodotti e servizi offerti dal territorio, fattore sul quale sembra possibile sviluppare azioni di marketing ancora più efficaci e distintive rispetto alla generale omologazione delle proposte turistiche internazionali.

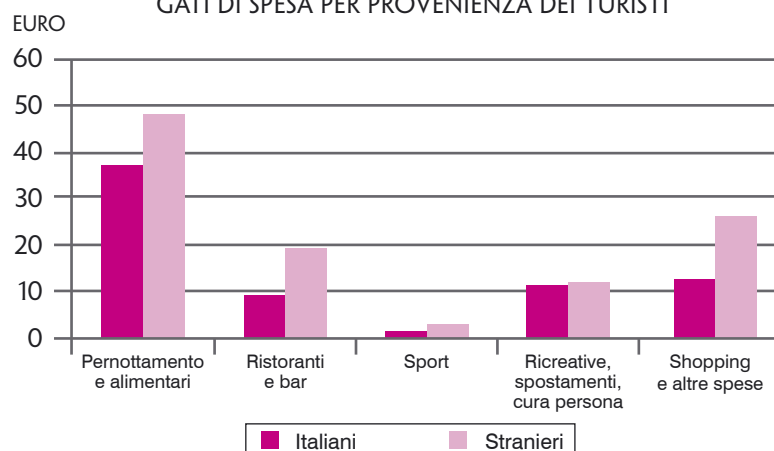


TAV. 7 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE PER PROVENIENZA DEI TURISTI

(Valori in Euro)

Voci di spesa	Italiani	Stranieri	Differenze assolute spesa italiani - stranieri
Pernottamento	29,44	36,64	-7,20
Altre spese in complesso	42,86	69,78	-26,92
di cui			
alimentari	7,44	10,99	-3,55
ristoranti e bar	9,19	19,39	-10,20
sport	1,19	2,56	-1,37
ricreative e culturali	1,98	2,73	-0,75
spostamenti	6,05	6,11	-0,06
cura persona	3,63	3,13	0,50
shopping	4,79	7,35	-2,56
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	1,25	2,05	-0,80
abbigliamento	5,08	12,56	-7,48
articoli sportivi	0,56	1,69	-1,13
altre spese	2,95	3,27	-0,32
Totale	72,30	106,42	-34,12

GRAFICO 3 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE DEGLI AGGREGATI DI SPESA PER PROVENIENZA DEI TURISTI



LA SPESA MEDIA GIORNALIERA IN RELAZIONE ALL'ETÀ DEI TURISTI

I dati relativi alla presente indagine sembrano fornire segnali confortanti rispetto alla capacità del sistema turistico trentino di offrire ai target giovanili opportunità di vacanza stimolanti e interessanti, anche in estate. Con ciò non si intende smentire quanto considerato in precedenza rispetto alle difficoltà diffuse del turismo montano estivo di fornire elementi accattivanti per la clientela giovanile.

Esistono tuttavia alcuni elementi di forte interesse sui quali è possibile operare.

Un dato "confortante" in questo senso è che il cliente giovane manifesta una propensione alla spesa significativamente superiore alla media generale. Si tratta di differenze non eclatanti, ma se considerate alla luce del fatto che sono imputabili pressoché integralmente a spese effettuate al di fuori dell'esercizio ricettivo, significa che anche i giovani sono alla ricerca di proposte e servizi disponibili sul territorio.

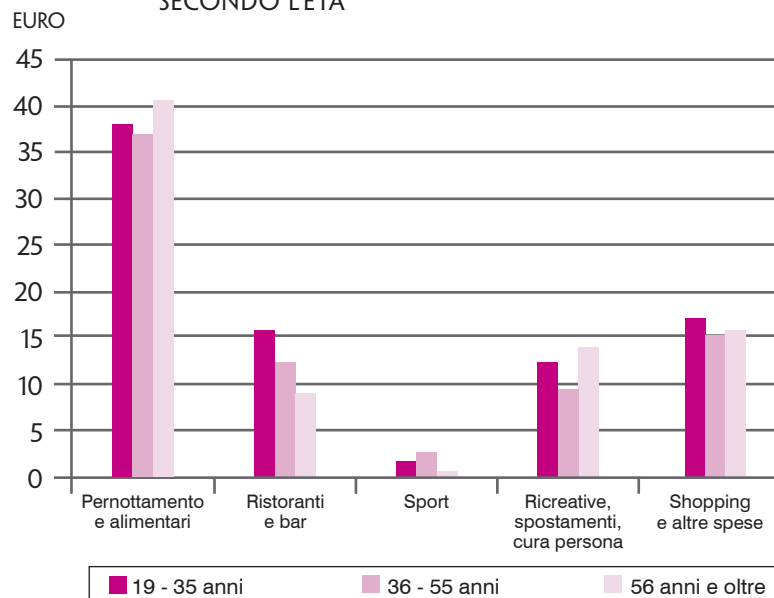
TAV. 8 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE SECONDO L'ETÀ DEI TURISTI

(Valori in Euro)

Voci di spesa	Classi di età			Spesa media generale
	19-35	36-55	Oltre 55	
Pernottamento	32,21	30,01	31,06	30,78
Altre spese in complesso	51,95	45,79	48,76	47,86
di cui				
alimentari	5,63	6,94	9,74	8,10
ristoranti e bar	15,67	12,20	8,98	11,09
sport	1,63	2,51	0,41	1,44
ricreative e culturali	2,14	2,21	2,03	2,12
spostamenti	6,37	5,11	6,86	6,06
cura persona	3,80	1,71	5,15	3,54
shopping	5,91	5,06	5,29	5,26
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	1,46	1,56	1,24	1,40
abbigliamento	7,57	6,97	5,75	6,47
articoli sportivi	0,91	1,04	0,49	0,77
altre spese	2,32	2,04	4,06	3,01
Totale	84,16	75,80	79,82	78,64



GRAFICO 4 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE DEI TURISTI SECONDO L'ETÀ



In secondo luogo, non si rilevano particolari differenze in relazione alla spesa per pernottamento: la forma di alloggio e le relative spese non sembrano costituire un fattore decisivo di scelta della vacanza estiva in Trentino, nemmeno per i giovani.

Sono, peraltro, i giovani ad essere maggiormente orientati alla frequentazione di esercizi di ristorazione, tanto che la propensione alla spesa per questo tipo di consumi è inversamente proporzionale all'età del turista; al contrario, la spesa per prodotti dell'alimentazione "non preparati" cresce in corrispondenza dell'età del cliente. È interessante osservare, in questo contesto, che i giovani risultano attenti consumatori di prodotti dell'enogastronomia locale, più ancora dei turisti "over 55": è un ulteriore dato confortante della capacità del sistema agro-alimentare trentino di innovare la propria immagine e, anche attraverso il veicolo turistico, di proporsi in modo interessante alle nuove fasce di consumo.

Deve invece far riflettere il dato che vede nei turisti di "mezza età" i maggiori "consumatori" di attività sportive e di articoli per lo sport: per certi versi tale comportamento è legato a fenomeni sociali e culturali diffusi, ma sicuramente l'ancor insufficiente innovazione della proposta turistica montana in estate influisce molto sulla sua scarsa attrattività nei confronti delle componenti giovanili della clientela.

Ugualmente significativo è che il dato di spesa dei giovani per attività ricreative e culturali si attesti al di sotto della media generale.

TAV. 9 - INDICE DI PROPENSIONE ALLA SPESA (*) IN RELAZIONE ALL'ETÀ DEI TURISTI

Voci di spesa	19-35 anni	36-55 anni	Oltre 55 anni	Media
Pernottamento	0,98	1,01	0,99	1,00
Alimentari	0,65	0,89	1,18	1,00
Ristoranti e bar	1,32	1,14	0,80	1,00
Sport	1,06	1,81	0,28	1,00
Ricreative e culturali	0,94	1,08	0,94	1,00
Spostamenti	0,98	0,87	1,12	1,00
Cura della persona	1,00	0,50	1,43	1,00
Shopping	1,05	1,00	0,99	1,00
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	0,97	1,16	0,87	1,00
Abbigliamento	1,09	1,12	0,88	1,00
Articoli sportivi	1,10	1,40	0,63	1,00
Altre spese	0,72	0,70	1,33	1,00
Totale	1,07	0,96	1,02	1,00

(*) L'INDICE DI PROPENSIONE ALLA SPESA consente di valutare la composizione del "paniere" di prodotti e servizi delle diverse tipologie di turisti indipendentemente dall'ammontare assoluto delle diverse spese. Infatti, in media l'indice è uguale a 1; valori superiori dello stesso riflettono il fatto che la tipologia di turisti analizzata spende per quella determinata voce di spesa in misura proporzionalmente superiore alla media. Nella tabella sono evidenziati i dati superiori al 10% rispetto alla media.

Nella riga "totale" è riportato il rapporto tra la spesa complessiva relativa alla diverse motivazioni rispetto alla spesa media complessiva.



LA SPESA MEDIA GIORNALIERA DEI TURISTI IN RELAZIONE ALLA MOTIVAZIONE DELLA VACANZA

L'analisi della propensione alla spesa turistica in relazione alla motivazione prevalente del soggiorno in Trentino rivela alcuni aspetti di estremo interesse.

In complesso, la propensione alla spesa dei turisti che soggiornano in Trentino in estate per la pratica di sport è relativamente più elevata delle altre tipologie; al contrario, la vacanza per relax è quella che comporta una spesa media giornaliera più bassa. Per converso, la spesa per pernottamento e alloggio risulta più elevata (ma non di molto) proprio per le tipologie di turisti che trascorrono la vacanza in Trentino prevalentemente alla ricerca di occasioni di riposo e relax. E' sintomatico che la ricerca di soluzioni di vacanza che evitino qualsiasi forma di stress si traduca anche nella minor propensione alla spesa in ristoranti - probabilmente perché questi sono per la maggior parte dei casi interni all'esercizio ricettivo - ma anche in un maggior utilizzo di prodotti e servizi per il benessere e la cura della persona.

Particolarmente interessante, anche per le implicazioni derivanti sulla programmazione del territorio trentino e delle sue infrastrutture, è il dato che vede nei turisti motivati dal contatto con la natura, i maggiori consumatori di prodotti e servizi per la mobilità, mentre sono proprio i turisti "sportivi" a spendere decisamente meno per spostamenti sul territorio.

I turisti prevalentemente alla ricerca di una vacanza a contatto con la natura sono anche i maggiori utilizzatori di servizi di ristorazione e pubblici esercizi e, ancor più decisamente, i maggiori frequentatori di strutture e servizi di tipo ricreativo e culturale.



CONCLUSIONI

È

un quadro per molti versi inaspettato e inconsueto quello che emerge dai risultati dell'indagine sulla spesa turistica estiva in Trentino.

I turisti che scelgono la provincia di Trento come destinazione di vacanza estiva si rivelano clienti più determinati e più motivati nelle scelte e nei comportamenti di consumo di quanto normalmente si ritenga.

Sono turisti attenti e interessati al clima culturale, all'ambiente, alle proposte di una vacanza costituita da un mix equilibrato di relax, gastronomia, sport a contatto con la natura, eventi culturali.

Sono turisti disposti a muoversi sul territorio alla ricerca di contenuti significanti della vacanza.

Sono turisti che appartengono anche a fasce giovanili e che, in ogni caso, propongono nuovi stimoli e nuove richieste al sistema di offerta provinciale. Stimoli e richieste che negli ultimi anni, forse, erano state ritenute quali componenti marginali o non particolarmente decisive della proposta turistico provinciale; che, invece, si stanno rivelando vincenti nei confronti di nuovi segmenti del mercato turistico, sia interno che internazionale.

In definitiva: l'indagine sembra confermare che anche il mercato turistico della montagna estiva è dinamico e in forte evoluzione e che vi sono ampi margini per la valorizzazione delle risorse che il territorio trentino - con le sue componenti umane, storiche, naturali e strutturali - è in grado di proporre.

Considerando la diversificata dinamica temporale e tipologica delle componenti di spesa turistica evidenziata nelle pagine precedenti, la domanda di fondo è, tuttavia, quella ricorrente: il sistema di offerta provinciale è in grado di cogliere tutte le domande, le aspettative e le potenzialità di consumo che la domanda turistica esprime attualmente, sia nelle sue componenti sociali e geografiche tradizionali, sia in quelle emergenti?

E ancora: è in grado il sistema turistico trentino di proporsi in

TAV. 10 - SPESA MEDIA GIORNALIERA PRO-CAPITE IN RELAZIONE ALLA MOTIVAZIONE DELLA VACANZA

(Valori in Euro)

Voci di spesa	Motivazione prevalente della vacanza			Spesa media generale
	Riposo	Natura	Sport e altri motivi	
Pernottamento	31,52	30,39	28,86	30,78
Altre spese in complesso di cui	43,31	47,30	66,51	47,86
alimentari	7,53	8,43	9,51	8,10
ristoranti e bar	9,50	12,22	14,51	11,09
sport	0,42	1,17	5,98	1,44
ricreative e culturali	1,40	3,22	2,28	2,12
spostamenti	5,78	6,86	5,25	6,06
cura persona	3,95	2,64	4,06	3,54
shopping	5,05	4,77	7,21	5,26
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	<i>1,39</i>	<i>1,24</i>	<i>1,81</i>	<i>1,40</i>
abbigliamento	5,54	5,22	12,96	6,47
articoli sportivi	0,78	0,45	1,48	0,77
altre spese	3,36	2,32	3,27	3,01
Totale	74,83	77,69	95,37	78,64

TAV. 11 - INDICE DI PROPENSIONE ALLA SPESA (*) SECONDO LA MOTIVAZIONE PREVALENTE DELLA VACANZA

Voci di spesa	Riposo	Natura	Sport e altri motivi	Media
Pernottamento	1,08	1,00	0,77	1,00
Alimentari	0,98	1,05	0,97	1,00
Ristoranti e bar	0,90	1,12	1,08	1,00
Sport	0,31	0,82	3,42	1,00
Ricreative e culturali	0,69	1,54	0,89	1,00
Spostamenti	1,00	1,15	0,71	1,00
Cura della persona	1,17	0,75	0,95	1,00
Shopping	1,01	0,92	1,13	1,00
<i>di cui prodotti enogastronomici locali</i>	<i>1,04</i>	<i>0,90</i>	<i>1,07</i>	<i>1,00</i>
Abbigliamento	0,90	0,82	1,65	1,00
Articoli sportivi	1,06	0,59	1,58	1,00
Altre spese	1,17	0,78	0,90	1,00
Totale	0,95	0,99	1,21	1,00

(*) L'INDICE DI PROPENSIONE ALLA SPESA consente di valutare la composizione del "paniere" di prodotti e servizi delle diverse tipologie di turisti indipendentemente dall'ammontare assoluto delle diverse spese. Infatti, in media l'indice è uguale a 1; valori superiori dello stesso riflettono il fatto che la tipologia di turisti analizzata spende per quella determinata voce di spesa in misura proporzionalmente superiore alla media. Nella tabella sono evidenziati i dati superiori al 10% rispetto alla media. Nella riga "totale" è riportato il rapporto tra la spesa complessiva relativa alle diverse motivazioni rispetto alla spesa media complessiva.

modo sufficientemente innovativo per corrispondere alle esigenze di un cliente che è sempre più evoluto, non solo nei comportamenti di vacanza, ma anche nelle abitudini di vita, di lavoro, di uso del tempo libero?

Infine: è in grado il sistema turistico ed economico trentino nel suo complesso di cogliere tutte quelle opportunità di reddito, di lavoro, di innovazione, di apertura alle relazioni internazionali che i comportamenti di spesa dei turisti sembrano aprire già da oggi?

Nel contesto di queste "Comunicazioni" non vi è lo spazio per un ulteriore approfondimento di considerazioni che qui sono state solo accennate e sintetizzate e che sono affidate alla riflessione e all'analisi del mondo turistico (ma non solo turistico) provinciale.

Nell'ambito del rapporto finale sui comportamenti di consumo dei turisti che scelgono il Trentino come destinazione di vacanza che sarà pubblicato nel corso del 2006, vi sarà modo di approfondire sia gli aspetti più strettamente economici, ma anche quelli che implicano valutazioni nell'ambito del marketing turistico trentino e della programmazione del sistema di offerta turistico provinciale.



Finito di stampare
nel mese di marzo 2006



Provincia Autonoma di Trento

SERVIZIO
STATISTICA 