



PROVINCIA AUTONOMA
DI TRENTO

La spesa dei turisti nella stagione invernale 2004-2005 in provincia di Trento



COMUNICAZIONI



SERVIZIO STATISTICA
della Provincia Autonoma di Trento

Redazione e Amministrazione: Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento
Direttore Responsabile: dott. Lorenzo Ziglio - Aut. Trib. di Trento n. 403 del 2.4.1983

Settembre 2005



SERVIZIO STATISTICA
della Provincia Autonoma di Trento

**La spesa dei turisti
nella stagione invernale 2004-2005
in provincia di Trento**

© Provincia Autonoma di Trento – Servizio Statistica

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

A cura di

Giuliana Grandi, Stefano Lombardo, Marco Raffaelli

Coordinamento editoriale

Vincenzo Bertozzi

Progetto grafico

Palma & Idea

Impaginazione

Artimedia sas

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

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.

Va rilevato, in proposito, che solo negli anni recenti alcune regioni e destinazioni turistiche italiane hanno avviato indagini analoghe, ma praticamente nessun'altra realtà nazionale può vantare una serie storica informativa paragonabile a quella trentina.

All'indagine riferita alla stagione invernale 2004-2005 – della quale in questa pubblicazione sono riportati e analizzati i dati relativi alla spesa giornaliera pro-capite e alcune "proiezioni" relative agli effetti macro-economici relativi al "fatturato turistico invernale" nel contesto dell'economia trentina – seguirà una specifica rilevazione riferita ai comportamenti di spesa dei turisti nel corso della stagione estiva.

Sulla base dei dati di spesa giornaliera e con riferimento alle presenze turistiche registrate nel corso dell'intero anno 2005, sarà elaborata una stima più completa e articolata sugli effetti macroeconomici complessivi del fenomeno turistico nell'ambito del sistema economico trentino.

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 invernale 2004-2005, ha coinvolto 632 "nuclei turistici"¹, corrispondenti ad un totale di 1.892 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).

Nell'ambito di questa indagine, tuttavia, sono state introdotte alcune significative innovazioni:

- sono stati considerati anche i comportamenti di acquisto di chi utilizza i campeggi e le "altre strutture" (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 trascorrere le vacanze invernali in Trentino.

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.

Il dato più significativo contenuto in questa edizione dell'indagine è indubbiamente quello relativo alla spesa media giornaliera pro-capite, che si attesta sui 109,31 € (rispetto ai € 97,48 della stagione invernale 1999-00²) per ogni turista: con un incremento di 12,0 punti percentuali nel quinquennio considerato. Anche tra il 1995 ed il 2000 questo indice aveva testimoniato una crescita: fu allora del 26,7%, dopo che quella tra il 1990 ed il 1995 era a sua volta stata del 3,9%.

La spesa media giornaliera dei turisti

(Valori in Euro)

Voci di spesa	2005	2000	Variazioni assolute 2000-2005	Variazioni percentuali 2000-2005
Pernottamento	36,35	31,03	5,32	17,2
Alimentari	8,16	8,28	-0,12	-1,5
Ristoranti e bar	11,87	8,86	3,01	34,0
Sport (con sci)	24,53	25,63	-1,10	-4,3
Ricreative e culturali	1,53	1,65	-0,12	-7,2
Spostamenti	3,83	3,38	0,45	13,4
Cura della persona	4,83	2,10	2,73	129,7
Shopping	4,05	3,07	0,98	32,1
Abbigliamento	9,28	7,61	1,67	21,9
Articoli sportivi	2,96	1,88	1,08	57,1
Altre spese	1,92	3,99	-2,07	-51,9
Totale	109,31	97,48	11,83	12,0

TAVOLA 1 Spesa media giornaliera pro-capite

Un'ulteriore dimostrazione del trend estremamente positivo e graduale nell'evoluzione dell'offerta invernale: un "prodotto forte" sul quale in provincia di Trento si è investito molto e che, all'incremento delle tecnologie ed alla modernizzazione dell'offerta, ha visto corrispondere un'oggettiva progressione dell'incidenza economica, al punto da poter considerare "l'offerta sci" una sorta di "locomotiva" dell'offerta montana nel suo insieme.

Occorre considerare, infatti, che negli ultimi cinque anni i flussi turistici relativi alla stagione invernale trentina sono passati da 1,7 milioni di ospiti – corrispondenti a 9,5 milioni di pernottamenti della stagione invernale 1999/2000 – ad 1,9 milioni arrivi, corrispondenti a 10,844 milioni di pernottamenti dell'inverno 2004-2005.

In corrispondenza di questi dati che confermano la notevole capacità attrattiva del sistema di offerta turistica invernale del Trentino, si è riscontrata pure una significativa evoluzione dei comportamenti di spesa dei turisti, che dimostrano di essere sempre più interessati all'offerta di prodotti e servizi complementari agli sport invernali.

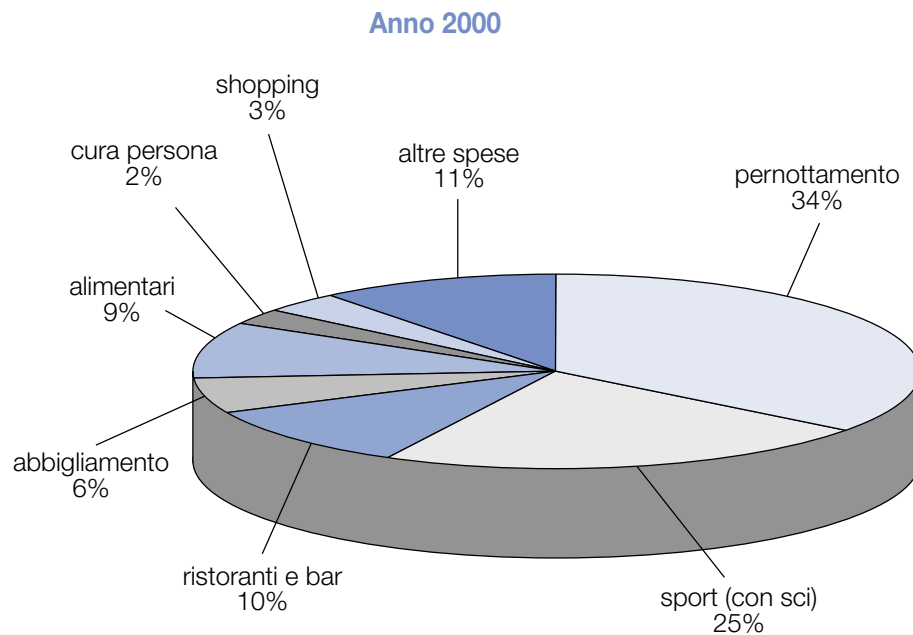
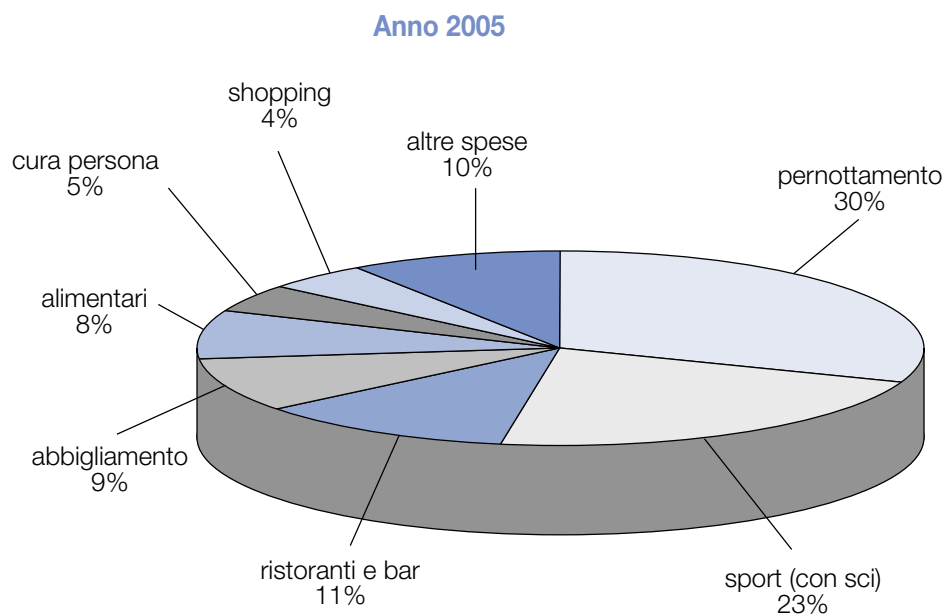
In particolare, rispetto a 5 anni or sono, si spende di più per benessere e cura della persona, acquisto di articoli sportivi e capi d'abbigliamento, per lo shopping generico; per converso, si spende meno per l'acquisto di generi alimentari e per i servizi quali cultura, divertimento, svago.

Particolarmente significativo è il dato relativo all'acquisto di prodotti tipici del territorio trentino che, rilevato per la prima volta in occasione della presente indagine, rivela che 1/4

² Ricalcolati secondo il nuovo algoritmo che tiene conto dei giorni "effettivi" di rilevazione.

circa della spesa destinata allo shopping (pari a poco più di 1 euro al giorno), è rivolta ai prodotti dell'eno-gastronomia locale.

GRAFICO 1
Composizione del
"paniere" della
spesa turistica
invernale in Trentino
nella stagione
1999-00 e 2004-05



Uno dei risultati di maggior interesse di questa indagine è relativo ai comportamenti di consumo dei turisti in relazione al tipo di esercizio ricettivo utilizzato.

Si rileva, infatti, che nel corso degli ultimi cinque anni si è verificato un significativo “allineamento” dell’ammontare dei consumi, rispettivamente, tra i turisti che alloggiano in albergo e tra quelli che utilizzano altre strutture complementari ed extralberghiere.

Come si nota dalla tabella successiva, la differenza di spesa complessiva tra i clienti degli alberghi a 1 e 2 stelle rispetto a quella dei clienti degli esercizi a 3 e 4 stelle è inferiore a 10 euro ed è dovuta pressoché esclusivamente alla spesa per pernottamento.

Per dare il senso di quanto si è verificato in cinque anni, va ricordato che nell’inverno 1999-2000 il differenziale di spesa tra i due segmenti turistici era di ben 25 euro.

In sostanza, a prescindere dalla classificazione “ufficiale” degli alberghi trentini, si può ritenere che il livello di offerta e di qualità generale – in particolare sul fronte dei “servizi” – si sia tanto ravvicinato da far sì che la scelta di un albergo di una categoria piuttosto che di un’altra sia dovuto più a motivi di disponibilità, di localizzazione, di stile di vacanza, piuttosto che a motivi economici.

Del resto, anche i comportamenti di spesa dei turisti che utilizzano esercizi ricettivi complementari ed extralberghieri si sono praticamente “allineati” ed anche in questo caso il “range” risulta inferiore a 10 euro³.

Sembrerebbe, pertanto, che le differenze dei comportamenti di spesa dei turisti che scelgono il Trentino per le vacanze invernali dipendano principalmente dalla loro capacità di spesa e, in misura minore, dal livello di offerta. Il cliente dimostra di essere in grado di scegliere la “combinazione” di servizi, prodotti, attività che corrispondono maggiormente alle proprie esigenze di vita e di svago. Ciò, per molti versi, conferma che il Trentino è ormai in grado di offrire una gamma di sistemazioni e di servizi molto ampia e articolata e comunque tale da soddisfare le diversificate motivazioni ed esigenze del cliente.

La spesa media giornaliera dei turisti in relazione alla tipologia ricettiva utilizzata

³ Pur considerando che nel corso della presente indagine è stata introdotta la voce di spesa relativa alle spese per “manutenzione ordinaria” effettuata dai proprietari/utilizzatori di II° casa.

GRAFICO 2 – Spesa media giornaliera pro-capite per tipo d'alloggio

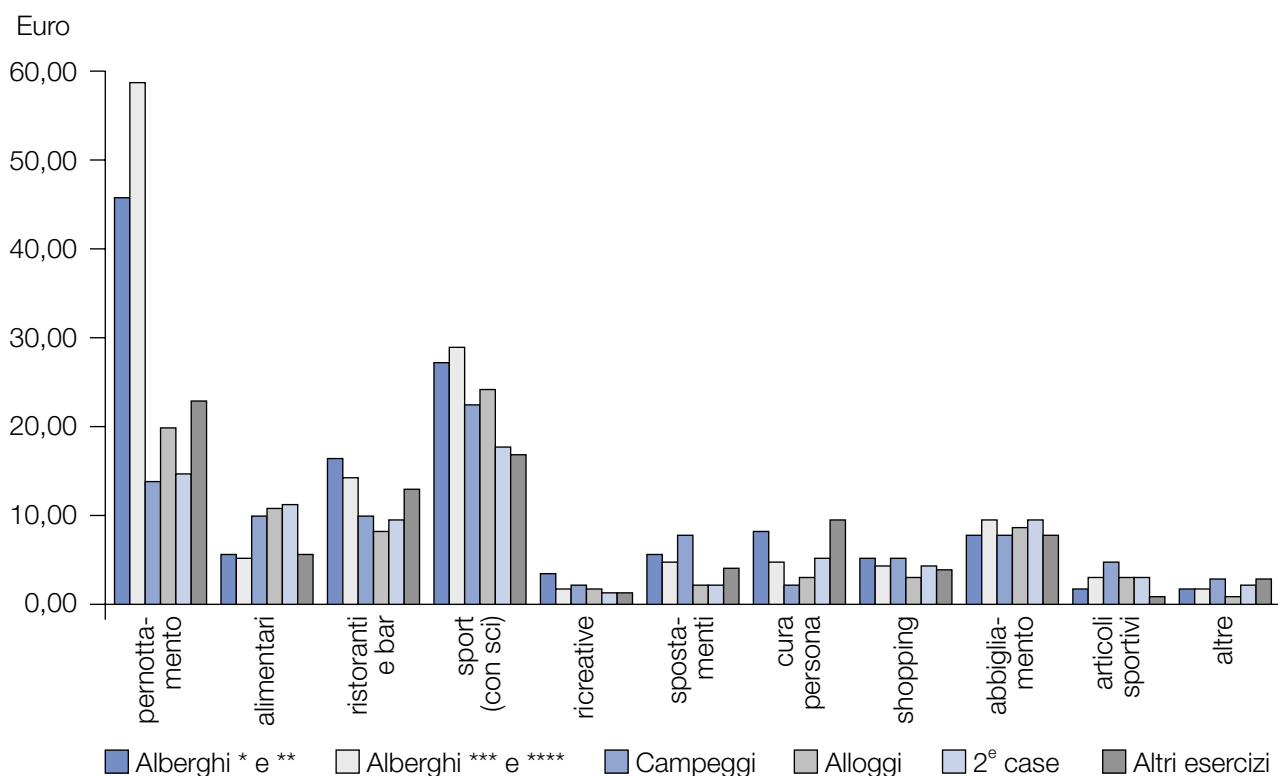


TAVOLA 2 – Spesa media giornaliera pro-capite per tipo d'alloggio

(Valori in Euro)

Voci di spesa	Alberghi * e **	Alberghi *** e ****	Campeggi	Alloggi privati in affitto	2° case(*)	Altri esercizi	Spesa media generale
Pernottamento	45,67	58,95	14,04	19,72	14,62	23,05	36,35
Alimentari	5,36	5,16	9,96	10,80	11,46	5,34	8,16
Ristoranti e bar	16,38	14,48	9,83	8,34	9,55	12,93	11,87
Sport (con sci)	27,34	29,17	22,51	24,40	17,88	16,86	24,53
Ricreative e culturali	3,27	1,60	1,97	1,53	1,08	1,23	1,53
Spostamenti	5,45	4,94	7,91	2,41	2,69	4,05	3,83
Cura della persona	7,99	4,56	2,15	3,19	5,41	9,77	4,83
Shopping	5,67	4,17	5,27	3,02	4,22	3,89	4,05
Abbigliamento	7,70	9,38	8,07	8,78	9,97	8,00	9,28
Articoli sportivi	1,87	2,95	4,93	3,11	3,18	1,02	2,96
Altre spese	1,87	2,01	2,96	1,07	2,29	2,95	1,92
Totale	128,57	137,37	89,60	86,37	82,35	89,09	109,31

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

Questa situazione sicuramente confortante, ripropone, tuttavia, una questione strategica di fondo: il sistema turistico trentino non possiede strutture ricettive di elevatissimo livello (5 stelle ed oltre), in grado di consentirgli di competere con le stazioni turistiche di vertice internazionale (facendo riferimento al solo contesto alpino, Zermatt, St. Moritz, Courchevelle,

ecc.). Stazioni che sono in grado di offrire infrastrutture, strutture e servizi per la fascia altissima del mercato e che, di conseguenza, sono anche in grado di attivare una propensione alla spesa di gran lunga più elevata di quella rilevata in Trentino nel contesto di questa indagine.

TAVOLA 3 – 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	35,5	42,9	15,7	22,8	17,8	25,9	33,3
Altre spese in complesso	64,5	57,1	84,3	77,2	82,2	74,1	66,7
di cui							
<i>alimentari</i>	6,5	6,6	13,2	16,2	16,9	8,1	11,2
<i>ristoranti e bar</i>	19,8	18,5	13,0	12,5	14,1	19,6	16,3
<i>sport (con sci)</i>	33,0	37,2	29,8	36,6	26,4	25,5	33,6
<i>ricreative e culturali</i>	3,9	2,0	2,6	2,3	1,6	1,9	2,1
<i>spostamenti</i>	6,6	6,3	10,5	3,6	4,0	6,1	5,2
<i>cura della persona</i>	9,6	5,8	2,8	4,8	8,0	14,8	6,6
<i>shopping</i>	6,8	5,3	7,0	4,5	6,2	5,9	5,6
<i>abbigliamento</i>	9,3	12,0	10,7	13,2	14,7	12,1	12,7
<i>articoli sportivi</i>	2,3	3,8	6,5	4,7	4,7	1,5	4,1
<i>altre spese</i>	2,3	2,6	3,9	1,6	3,4	4,5	2,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(*) vedi nota tabella precedente

TAVOLA 4 – 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	Altri esercizi	Spesa media generale
Pernottamento	-1,9	4,0	n.d.	10,5	-	n.d.	17,2
Altre spese in complesso	36,9	5,5	n.d.	0,3	-	n.d.	9,8
Totale	20,1	4,8	n.d.	2,4	12,2	n.d.	12,0

Le differenze nei comportamenti di spesa tra turisti italiani e stranieri sono dovute 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 dell’area occidentale (UE a 15 membri) spendono mediamente circa 9 euro in più degli italiani, i quali, a loro volta, spendono circa 5 euro in più dei turisti provenienti da altri paesi stranieri (tra i quali sono prevalenti quelli provenienti dall’Europa dell’Est).

**La spesa media
giornaliera dei turisti
in relazione alla
provenienza**

(Valori in Euro)

TAVOLA 5
Spesa media giornaliera pro-capite per provenienza dei turisti

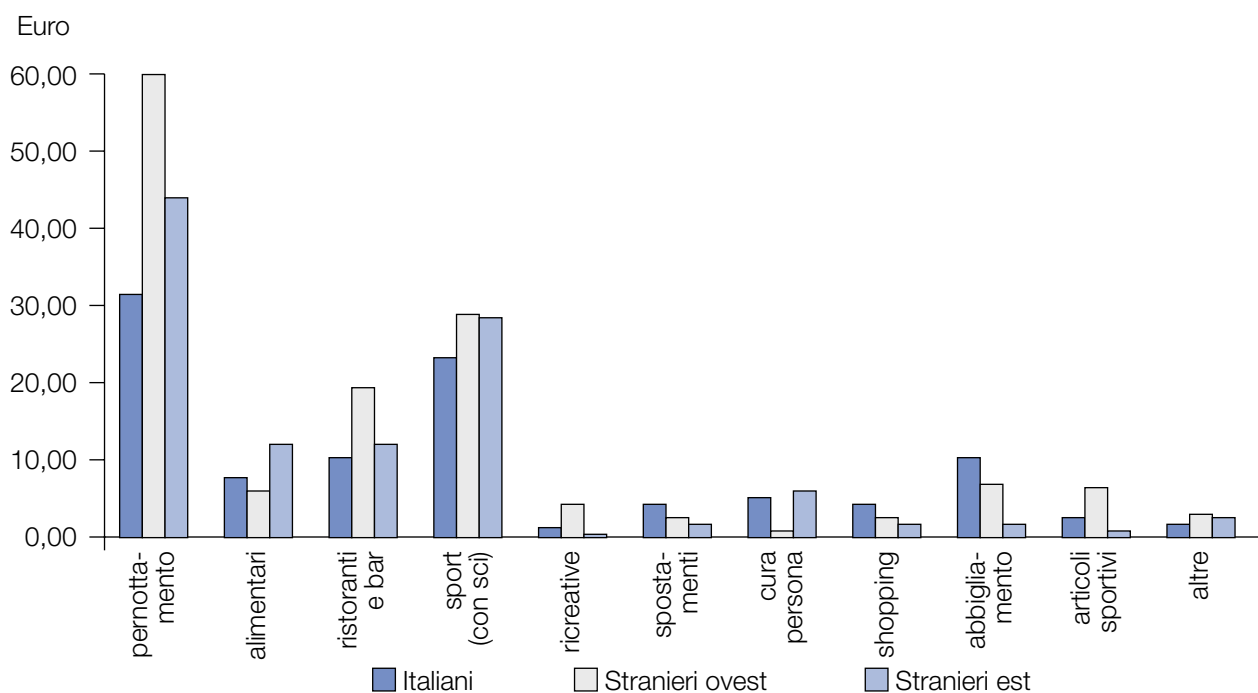
Voci di spesa	Italiani	Stranieri ovest	Stranieri est	Spesa media generale
Pernottamento	31,88	59,97	44,61	36,35
Altre spese in complesso	72,03	81,77	67,72	72,96
di cui				
<i>alimentari</i>	8,13	6,14	11,99	8,16
<i>ristoranti e bar</i>	10,65	19,51	12,08	11,87
<i>sport (con sci)</i>	23,41	29,31	28,59	24,53
<i>ricreative e culturali</i>	1,17	4,58	0,17	1,53
<i>spostamenti</i>	4,20	2,60	1,89	3,83
<i>cura della persona</i>	5,35	0,91	5,89	4,83
<i>shopping</i>	4,50	2,51	1,74	4,05
<i>abbigliamento</i>	10,34	6,78	1,86	9,28
<i>articoli sportivi</i>	2,62	6,31	0,82	2,96
<i>altre spese</i>	1,66	3,12	2,69	1,92
Totale	103,91	141,74	112,33	109,31

Va peraltro considerato che, in complesso, il turista dei paesi dell'Europa occidentale spende in totale circa il 36% in più degli italiani e il 25% in più di quello dei paesi dell'Est; in particolare è il cliente disposto a spendere di più per il pernottamento, per la ristorazione, per lo sport e per le proposte ricreative-culturali.

Il turista italiano rimane, peraltro, il cliente più "interessante" per quanto attiene i consumi relativi al benessere, allo shopping, alle spese per abbigliamento.

Per attività sportive invernali e per servizi di benessere il turista dell'Europa dell'Est sta diventando un cliente molto interessante per il sistema turistico trentino, considerando che spende giornalmente circa il doppio della media e, in proporzione al budget di spesa complessivo, circa il 20% in più della propria propensione media al consumo in Trentino.

GRAFICO 3 – Spesa media giornaliera pro-capite per provenienza dei turisti



Voci di spesa	Italiani	Stranieri ovest	Stranieri est	Media
Pernottamento	0,92	1,27	1,19	1,00
Alimentari	1,05	0,58	1,43	1,00
Ristoranti e bar	0,94	1,27	0,99	1,00
Sport (con sci)	1,00	0,92	1,13	1,00
Ricreative e culturali	0,80	2,31	0,11	1,00
Spostamenti	1,15	0,52	0,48	1,00
Cura della persona	1,17	0,15	1,19	1,00
Shopping	1,17	0,48	0,42	1,00
Abbigliamento	1,17	0,56	0,20	1,00
Articoli sportivi	0,93	1,64	0,27	1,00
Altre spese	0,91	1,25	1,36	1,00
Totale	1,00	1,00	1,00	1,00

TAVOLA 6
Indice
di propensione
alla spesa
per provenienza*

(*) 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.

I dati relativi alla presente indagine confermano che il sistema turistico invernale, se dotato dei servizi e delle strutture adeguate, continua ad essere particolarmente attrattivo nei confronti dei target giovanili.

I turisti con meno di 35 anni di età, infatti, risultano spendere circa il 27% in più di quelli tra i 36 e i 55 anni e oltre il 30% in più degli over 55.

In particolare, mentre la spesa per pernottamento dei diversi segmenti di età dei turisti risulta sostanzialmente omogenea, il turista "giovane" presenta valori di spesa superiori di oltre il 40% per quanto concerne l'acquisto di beni e servizi sul territorio.

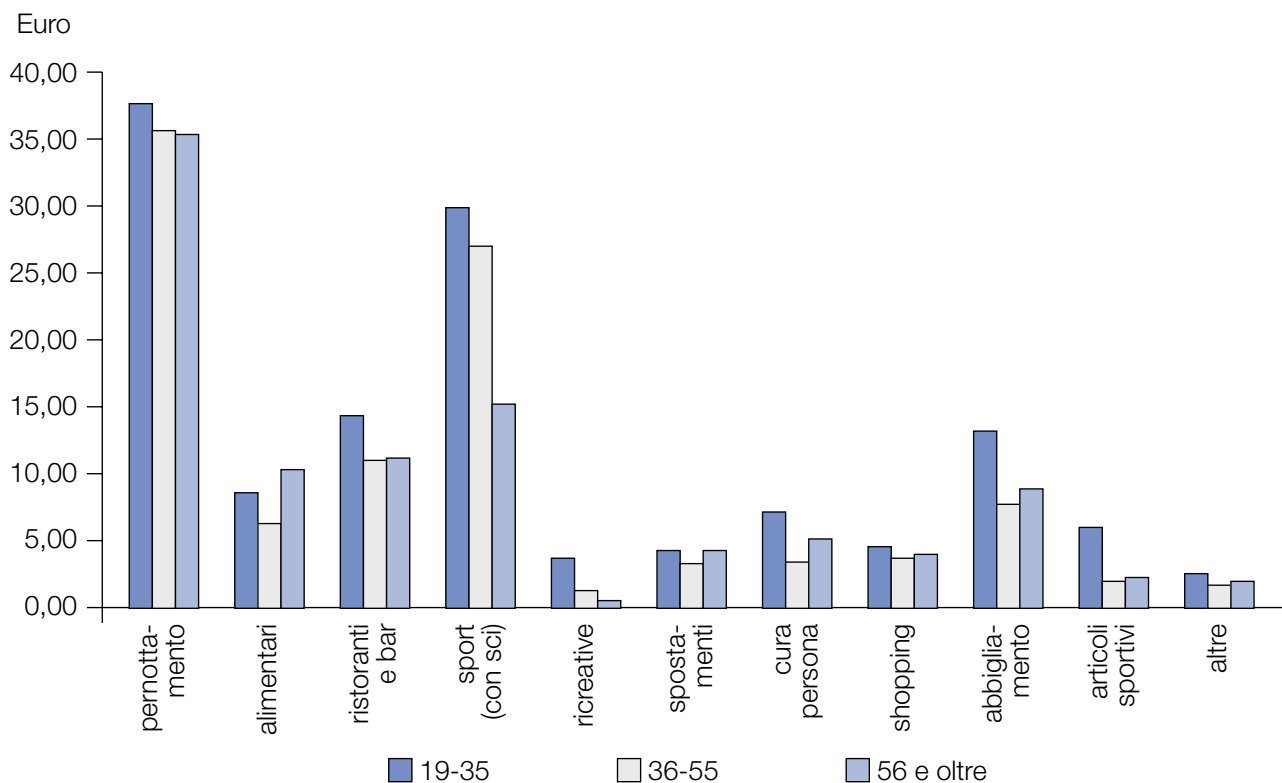
Ciò si verifica, in particolare, per i consumi relativi a:

- attività sportive
- attività ricreative e culturali
- articoli di abbigliamento
- articoli sportivi.

Particolarmente interessante, peraltro, è l'attenzione riservata dai clienti over 55 per i servizi (e i relativi consumi) relativi al segmento del benessere e della cura della persona, nonché alle spese per "spostamenti", che generalmente sono connessi anche alla fruizione di servizi e iniziative di tipo culturale.

La spesa media
giornaliera in
relazione all'età dei
turisti

GRAFICO 4 – Spesa media giornaliera pro-capite per classi di età del principale percettore di reddito



(Valori in Euro)

TAVOLA 7
La spesa media giornaliera pro-capite per classi di età del principale percettore di reddito

Voci di spesa	Classi di età			Spesa media generale
	19-35	36-55	Oltre 56	
Pernottamento	37,89	36,14	35,65	36,35
Alimentari	8,75	6,64	10,52	8,16
Ristoranti e bar	14,89	11,02	11,32	11,87
Sport (con sci)	30,05	27,40	15,40	24,53
Ricreative e culturali	3,72	1,18	0,64	1,53
Spostamenti	4,37	3,27	4,49	3,83
Cura della persona	7,35	3,56	5,37	4,83
Shopping	4,54	3,88	4,01	4,05
Abbigliamento	13,36	7,86	9,03	9,28
Articoli sportivi	6,14	2,02	2,44	2,96
Altre spese	2,53	1,69	1,92	1,92
Totale	133,59	104,66	100,79	109,31

Voci di spesa	19-35 anni	36-55 anni	Oltre 56 anni	media
Pernottamento	0,85	1,04	1,06	1,00
Alimentari	0,88	0,85	1,40	1,00
Ristoranti e bar	1,03	0,97	1,03	1,00
Sport (con sci)	1,00	1,17	0,68	1,00
Ricreative e culturali	1,99	0,81	0,45	1,00
Spostamenti	0,93	0,89	1,27	1,00
Cura persona	1,25	0,77	1,21	1,00
Shopping	0,92	1,00	1,07	1,00
Abbigliamento	1,18	0,88	1,06	1,00
Articoli sportivi	1,70	0,71	0,89	1,00
Altre spese	1,08	0,92	1,08	1,00
Totale	1,00	1,00	1,00	1,00

TAVOLA 8
Indice di propensione alla spesa per età del percettore

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 inverno per motivi diversi da quelli dello svago e del relax o della pratica di sport invernali è relativamente più elevata delle altre tipologie; al contrario, la vacanza per relax è quella che comporta una spesa media giornaliera più bassa. Ciò è dovuto, tra l'altro, al tipo di sistemazione ricettiva prescelta che, nel caso del turista d'affari, è prevalentemente di tipo alberghiero (generalmente più costosa), mentre le altre "tipologie" di turisti utilizzano forme diversificate di alloggio.

Si rileva inoltre che, nonostante le differenze sensibili della spesa per pernottamento considerata in termini assoluti, in proporzione alla spesa complessiva la quota del "budget turistico" ad esso destinata non si differenzia in modo rilevante in relazione alla motivazione della vacanza, mentre – sempre in termini proporzionali – decisamente più accentuate sono le differenze nei comportamenti di spesa per altri tipi di consumi.

In sostanza, l'articolazione della spesa giornaliera corrisponde in modo piuttosto preciso alle motivazioni prevalenti di vacanza.

I turisti che soggiornano in Trentino prevalentemente per praticare sport invernali spendono più del 30% del totale per attività sportive e per l'acquisto delle relative attrezzature; durante la vacanza si spostano sul territorio in misura sensibilmente inferiore alle altre "categorie" e si dedicano abbastanza poco allo shopping.

Al contrario, il turista che visita il Trentino per motivazioni diverse, legate prevalentemente agli affari o alla cultura, si sposta maggiormente, riserva una quota piuttosto elevata del proprio budget (e, presumibilmente, del proprio tempo) allo shopping, all'acquisto di articoli di abbigliamento, al divertimento e sceglie sistemazioni di pernottamento relativamente più costose.

La spesa media giornaliera dei turisti in relazione alla motivazione della vacanza

GRAFICO 5 – Spesa media giornaliera pro-capite in relazione alla motivazione della vacanza

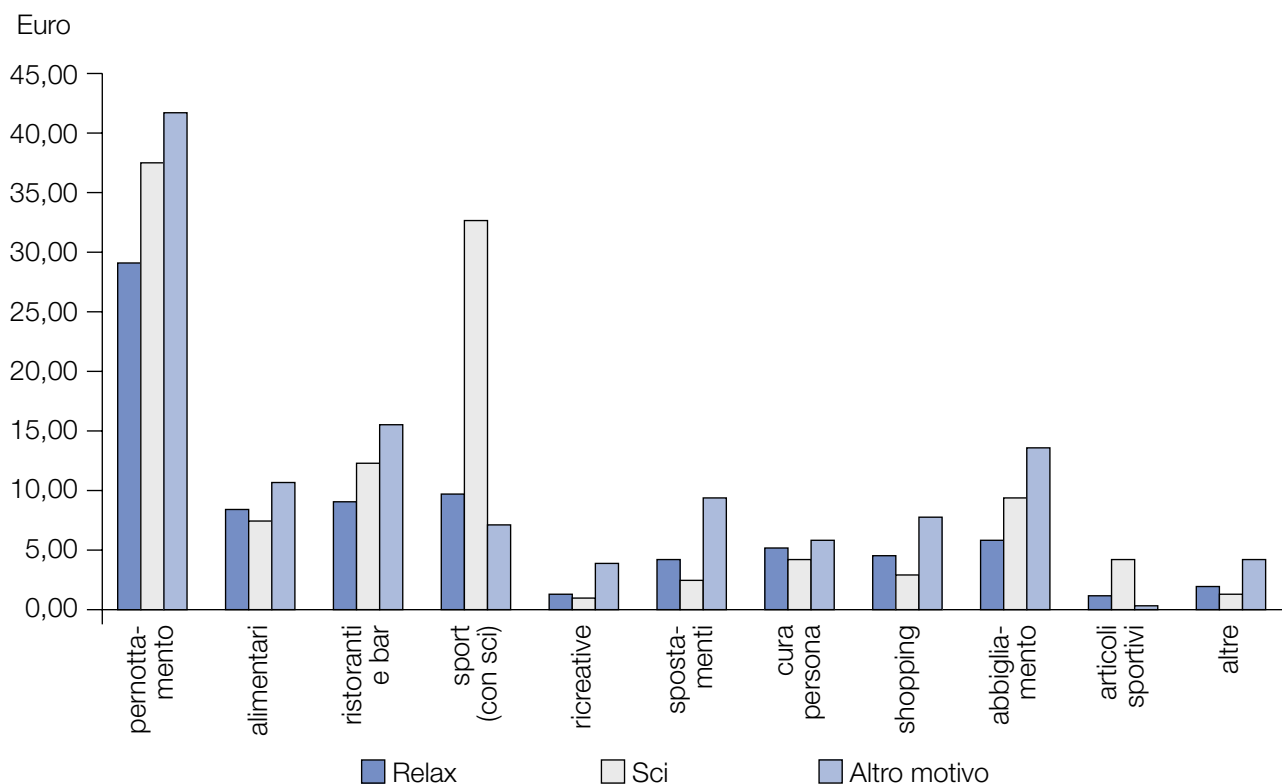


TAVOLA 9
La spesa media giornaliera pro-capite in relazione alla motivazione della vacanza

(Valori in Euro)

Voci di spesa	Motivazione prevalente della vacanza			Spesa media generale
	Relax	Sci	Altre motivazioni	
Pernottamento	29,38	37,76	42,14	36,35
Alimentari	8,43	7,55	10,86	8,16
Ristoranti e bar	8,95	12,17	15,85	11,87
Sport (con sci)	9,86	33,02	7,17	24,53
Ricreative e culturali	1,40	1,10	4,07	1,53
Spostamenti	4,24	2,65	9,38	3,83
Cura della persona	5,34	4,43	5,96	4,83
Shopping	4,66	3,13	7,76	4,05
Abbigliamento	5,82	9,67	13,85	9,28
Articoli sportivi	1,09	4,09	0,46	2,96
Altre spese	2,05	1,45	4,20	1,92
Totale	81,22	117,02	121,70	109,31

Il turista che sceglie la vacanza invernale in Trentino soprattutto per “relax” presenta un profilo di spesa sostanzialmente intermedio rispetto ai precedenti: pratica moderatamente sport, si sposta sul territorio maggiormente di chi pratica con intensità attività sportive, si dedica in modo relativamente equilibrato ad attività diverse.

Voci di spesa	Relax	Sci	Altre motivazioni	Media
Pernottamento	1,09	0,97	1,04	1,00
Alimentari	1,39	0,86	1,20	1,00
Ristoranti e bar	1,01	0,96	1,20	1,00
Sport (con sci)	0,54	1,26	0,26	1,00
Ricreative e culturali	1,23	0,67	2,39	1,00
Spostamenti	1,49	0,65	2,20	1,00
Cura della persona	1,49	0,86	1,11	1,00
Shopping	1,55	0,72	1,72	1,00
Abbigliamento	0,84	0,97	1,34	1,00
Articoli sportivi	0,50	1,29	0,14	1,00
Altre spese	1,44	0,71	1,96	1,00
Totale	1,00	1,00	1,00	1,00

TAVOLA 10
Indice di propensione alla spesa secondo la motivazione prevalente della vacanza

Stimare il valore macro-economico del turismo, sia a livello nazionale che a livello regionale, non è operazione semplice.

Per sua natura, infatti, il fenomeno turistico, da un lato è articolato in molte tipologie che non sempre sono direttamente riconducibili alla funzione di “vacanza” (generalmente consideriamo turismo, infatti, anche il viaggio per affari, per studio, per meeting e congressi economici, amministrativi, culturali: motivazioni che, in realtà, attengono propriamente a funzioni di tipo economico-produttivo, amministrativo, culturale, ecc.); dall’altro lato, il “viaggio” comporta l’attivazione sostanzialmente delle stesse funzioni di consumo della vita ordinaria; questo comporta il coinvolgimento di una pluralità di servizi e attività che, direttamente o indirettamente, coinvolgono pressoché l’intera economia del territorio di riferimento. In questo senso, si genera una sorta di “commistione” tra funzioni che potremmo definire “residenziali” - cioè riferibili a soggetti economici che agiscono stabilmente su un determinato territorio (abitanti, imprese, pubbliche amministrazioni, ecc.) e funzioni “occasional”, come sono, appunto, quelle riconducibili ai fenomeni turistici. Si comprende quindi il motivo per cui distinguere tali funzioni e, soprattutto, darne una quantificazione è operazione di estrema complessità e difficoltà metodologica e analitica.

Per tutti i motivi richiamati, le stime del “valore” complessivo del fenomeno turistico sono fonte di dibattito e, talvolta, di interpretazioni assai diversificate. Va sottolineato che tale questione è assai dibattuta non solo in Italia, ma anche in paesi come l’Austria, la Svizzera ed altri nei quali il sistema di rilevazione statistica e di analisi dei fenomeni macro-economici del turismo è assai più avanzato che nel nostro Paese.

Gli “approcci” metodologici possibili per quantificare la rilevanza macro-economica del turismo in ambito provinciale possono essere sinteticamente definiti come: approccio “da offerta”, che presenta problematiche metodologiche e analitiche molto complesse che in questa sede non è il caso di affrontare, ma che, in definitiva, ne sconsigliamo l’utilizzo; un approccio “da domanda”, che è, invece, quello utilizzato in questo contesto di ricerca.

Una prima stima degli effetti macro-economici del turismo invernale in Trentino

modo corretto e univoco ad uno specifico territorio, soprattutto se questo è di dimensione sub-nazionale⁶.

Per questa molteplicità di ragioni, nell'ambito della presente indagine si è ritenuto opportuno ed utile adottare proprio quello che in precedenza è stato definito un approccio di stima "da domanda", basato sulla rilevazione dei consumi dei turisti che abbiano effettuato almeno tre pernottamenti "ufficialmente rilevabili" presso una delle strutture ricettive presenti sul territorio regionale, rapportando tali consumi alla quantità di pernottamenti effettuati presso le diverse tipologie ricettive.

In base a questo metodo di stima, il "fatturato turistico" in senso "stretto" del turismo in provincia di Trento (cioè riferito solamente ai consumi di visitatori che hanno effettuato almeno un pernottamento in strutture ufficialmente destinate all'attività turistica) è stimabile in 1.174 milioni di euro.

Il rapporto tra il PIL provinciale e il volume complessivo del "fatturato turistico invernale" in senso "stretto" nel 2005 si dovrebbe pertanto attestare intorno al 8,3%.

Tale dato è estremamente significativo, in quanto, tra il 2000 e il 2005

- le presenze turistiche invernali sono cresciute di +21,6%
- il "fatturato" complessivo del turismo invernale trentino è cresciuto di + 35,1%.

Nel 2000 il rapporto tra il "fatturato" turistico **invernale** e il PIL provinciale era del 5,7% e il "fatturato" turistico **annuo** in relazione al PIL trentino, cinque anni fa, era pari al 12,7%.

Pur in assenza – inevitabilmente – di dati definitivi relativi al PIL provinciale relativo all'anno in corso non è, quindi, azzardato prevedere che, se l'andamento della stagione estiva 2005 dovesse sostanzialmente corrispondere a quello delle stagioni più recenti, il rapporto tra "fatturato turistico annuo" e PIL provinciale dovrebbe attestarsi su valori decisamente superiori al 15%.

⁶ È proprio per non incorrere in errori di stima dovuti a questa problematica metodologica, che nell'ambito della presente indagine non sono state rilevate le spese dei turisti imputabili ai viaggi di arrivo/partenza dalla destinazione turistica provinciale.