



OSSERVATORIO
NAZIONALE
IMPRESE VIAGGIO
E TURISMO

Convention d'autunno Fiavet

Osservatorio Nazionale Imprese Viaggi e Turismo

Novembre 2011

A cura di



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

Sommario

I fenomeni.....	3
1. I numeri del turismo organizzato verso l'Italia.....	5
2. L'utilizzo delle Agenzie di Viaggio: la domanda interna.....	6
2.1 Le modalità di organizzazione della vacanza	9
2.2 Le destinazioni.....	14
2.3 L'identikit del vacanziero	21
3. Focus estate 2011.....	24
4. Il mercato dell'organizzazione delle vacanze, tra emerso e sommerso.....	27
ISNART ScpA – Istituto Nazionale Ricerche Turistiche.....	31

I fenomeni

L'Italia vanta un sistema imprenditoriale di distribuzione nel settore turistico di grande portata: circa 12 mila agenzie di viaggio per un totale di oltre 20 mila punti vendita presenti in tutte le regioni e le province italiane.

L'economia del turismo, però, sta approcciando sempre più canali di prenotazione e di acquisto del viaggio diretti e virtuali, costringendo il sistema agenziale tradizionale a porsi nuovi vincenti obiettivi. Non si tratta, infatti, di un mancato ricorso agli agenti di viaggio ma di nuove modalità. Ne è un esempio il mercato Usa dove per il 2011 la domanda complessiva di viaggi organizzati è segnalata in crescita/stabilità da parte del 76% dei T.O., dato che sale all'82% nei viaggi verso l'Italia e che dichiarano ancor più stabile per il 2012.

Certo questo periodo di crisi economica mondiale mette le imprese nella necessità di offrire sempre più garanzie di qualità al cliente in primis in termini di qualità dei servizi ma anche di solidità del sistema di offerta.

Occorre, cioè, ripensare il settore delle agenzie di viaggi orientando l'offerta non più verso singole imprese ma sempre più verso aggregazioni di impresa, concretizzando così vantaggi sia gestionali che di mercato:

- vantaggi gestionali dovuti in primo luogo al vantaggio di operare sotto un marchio comune oltre che alla possibilità di costituirsi in gruppi di acquisto ed abbattere parte dei costi fissi delle imprese;
- vantaggi di mercato che derivano dalla possibilità di sviluppare il settore incoming verso le mete italiane grazie alla capillarità degli snodi della rete, ed alla commercializzazione delle imprese ma anche dei servizi offerti da ciascun territorio, a vantaggio di un rafforzamento delle destinazioni oggi minori e non ancora in grado di proporsi verso i mercati internazionali, aprendo così nuovi spazi; inoltre, in quanto reti di imprese sarebbe possibile operare con una maggiore capacità di contrattazione con i buyer internazionali, così come di conquistare la disponibilità anche di nuove tipologie/unità di imprese ricettive nella costruzione dei pacchetti.

Anche i risultati degli studi realizzati, mettono in luce come non esista una difficoltà generalizzata del comparto, quanto piuttosto come ci sia una quota di operatori che non ha adeguato la propria offerta in maniera competitiva e con strumenti innovativi. Non ci sono, infatti, contrazioni consistenti che indicherebbero una crisi del settore, quanto invece lievi oscillazioni che sottintendono orientamenti poco chiari al mercato da parte delle piccole imprese.

A consuntivo del 2010 sono state 13,5 milioni le vacanze che gli italiani hanno prenotato tramite agenti di viaggio, contenendo la contrazione al -2,4% rispetto al totale 2009. La spesa relativa a questi atti di vacanza, però, sale dagli 11,9 ai 13,1 miliardi di euro, con una crescita dovuta ad una **maggiore spesa effettuata per i pacchetti online**.

Infatti, diversi risultano gli andamenti quando si considera nello specifico l'acquisto di proposte da catalogo dei T.O., che diminuiscono del -14,2% in termini di vacanze e del -0,5% in termini di consumi. Così anche per le proposte costruite direttamente dall'agente che vedono una contrazione delle vacanze pari al -13,2% e dei consumi del -8,2%. Al contrario, invece, l'acquisto di pacchetti on-line cresce del +19,3% in termini di vacanze acquistate con una spesa che passa da 3,2 miliardi a 4,7 miliardi.

Il primo semestre del 2011 inizia con una quota di utilizzo delle agenzie da parte degli italiani nel 22,6% delle vacanze contro il 26,3% del I semestre 2010. Ad incidere maggiormente su questo andamento il calo relativo all'acquisto di vacanze scelte sui cataloghi dei T.O. (dal 10,8% al 5,8% delle vacanze).

Durante l'estate, in particolare, il 14,6% degli italiani ha prenotato tramite agenzia la vacanza per l'Italia ed il 38,1% per l'estero mostrando anche per luglio ed agosto un minor ricorso all'intermediazione (erano rispettivamente il 18,9% ed il 48,5% durante l'estate 2010). Le dinamiche interne alle modalità di prenotazione vedono anche in estate un maggior acquisto di pacchetti sul web sia in Italia che all'estero, ed al contempo un leggero aumento della vendita di proposte non da catalogo ma costruite su misura dagli agenti.

Se nel primo semestre dello scorso anno hanno prevalso le mete della Francia, dell'Egitto e della Spagna, nel 2011 l'Egitto cede naturalmente il posto a favore della Germania e delle sue mete culturali.

Toscana, Sicilia e Sardegna le destinazioni italiane più acquistate in agenzia incalzate sul web dalle mete del Veneto e della Sicilia.

1. I numeri del turismo organizzato verso l'Italia

DATI 2010

...dall'estero

6.998 tour operators nel mondo commercializzano le destinazioni italiane, per un giro d'affari sul prodotto Italia che si stima in 2,4 miliardi di euro per i solli pacchetti. (2.416.598.965)



...dall'Italia

si stimano in 6,6 milioni (6.535.171) le vacanze in Italia per cui si è ricorso al sostegno dell'organizzazione degli agenti di viaggio o all'acquisto di pacchetti dei tour operators. Di queste circa la metà (3.125.357) sono state acquistate da agenzie di viaggio online.

Si stima che, il giro d'affari generato dall'acquisto dei solli pacchetti turistici per l'Italia sia pari a 1,2 miliardi di euro. (1.127.969.282)

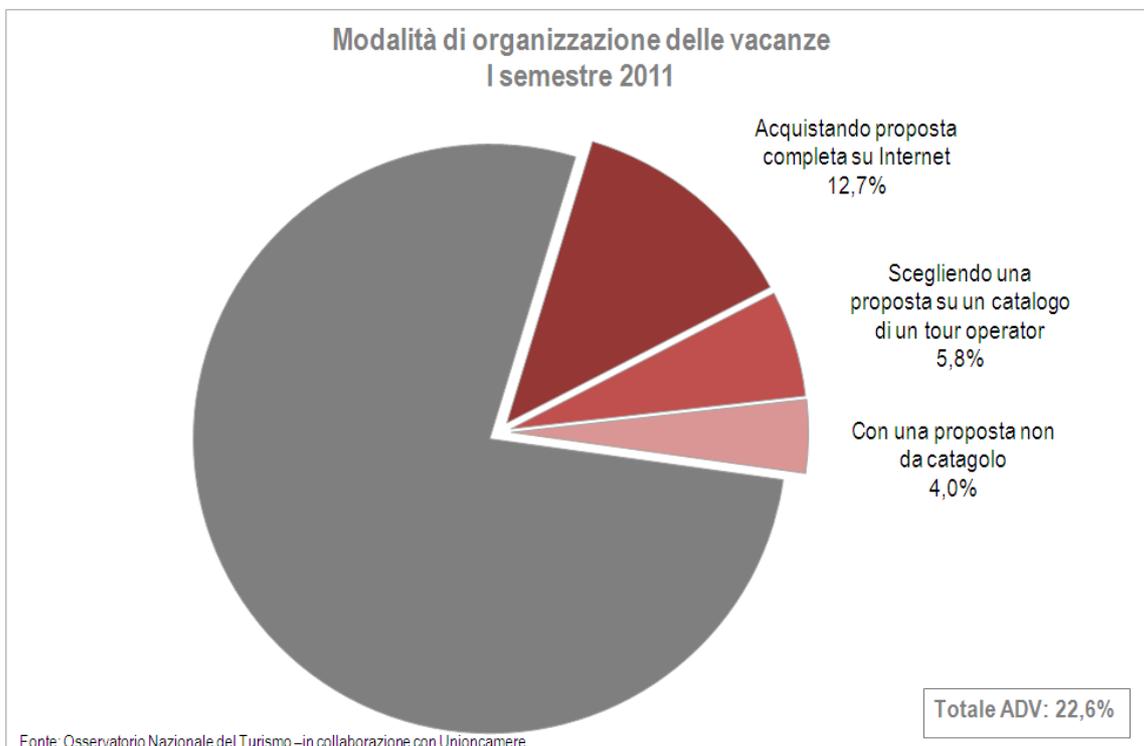


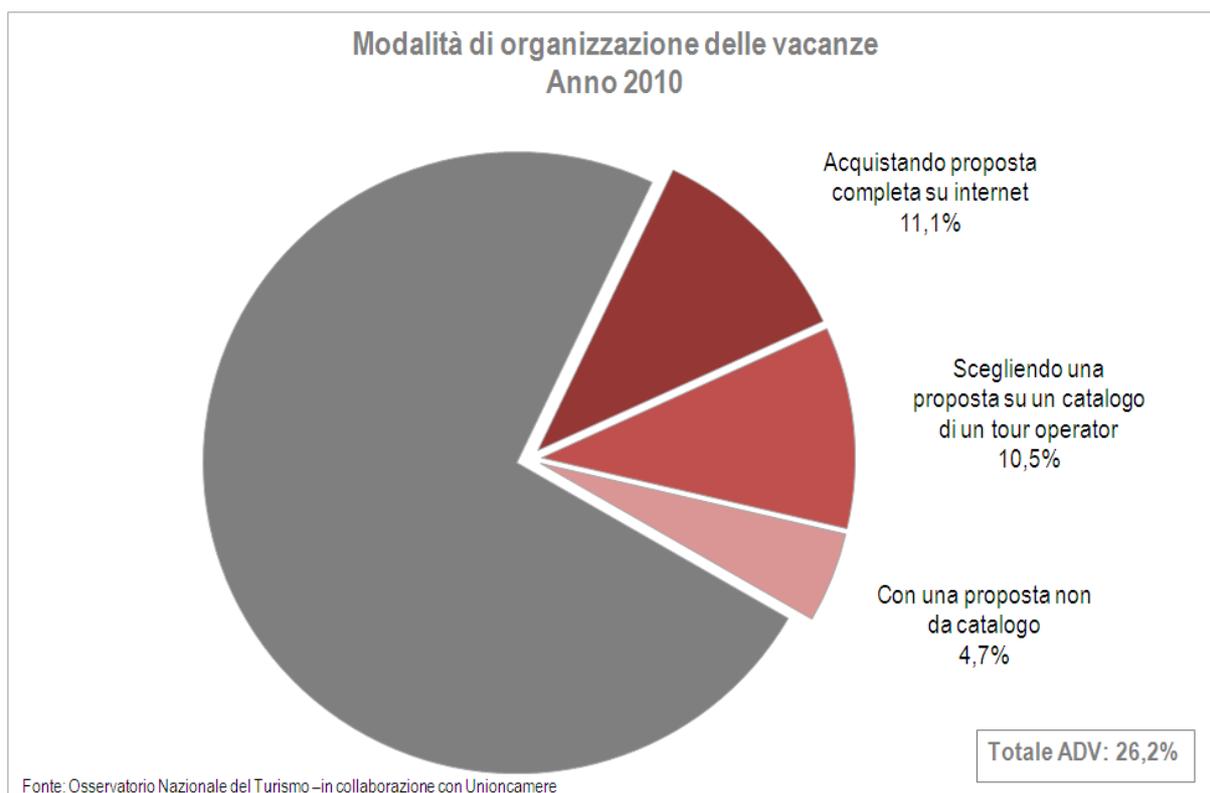
2. L'utilizzo delle Agenzie di Viaggio: la domanda interna

Nella prima metà del 2011 il 22,6% degli italiani ha organizzato una vacanza rivolgendosi al circuito dell'intermediazione turistica, meno del 26,3% dello stesso periodo dello scorso anno.

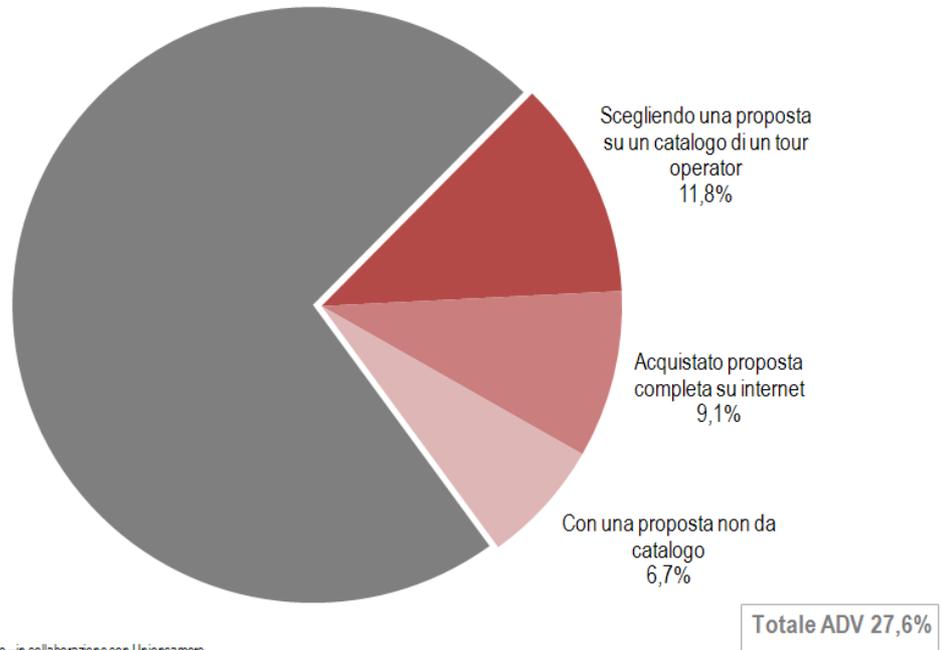
Il calo è dovuto soprattutto alla vendita di proposte da catalogo, mentre la quota di italiani che acquistano offerte all inclusive su Internet cresce e quella di coloro che scelgono le vacanze acquistando presso le agenzie di viaggi proposte fuori catalogo rimane sostanzialmente invariata:

- le offerte di catalogo dei tour operator sono state acquistate nel I semestre 2011 dal 5,8% degli italiani (10,8% nel I semestre 2010, 15,4% nel 2009, 10,7% nel I semestre 2008);
- le proposte complete sul web dal 12,7% degli italiani (11,2% nel I semestre 2010, 8,2% nel I semestre 2009, 8,4% nel I semestre 2008);
- le proposte non da catalogo dal 4% (4,3% nel I semestre 2010, 5,3% nel I semestre 2009, 5,9% nel I semestre 2008).





Modalità di organizzazione della vacanza principale Anno 2008 (%)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo – in collaborazione con Unioncamere

2.1 Le modalità di organizzazione della vacanza

Se in questi primi mesi del 2011 complessivamente i vacanzieri italiani si rivolgono meno alle agenzie di viaggi rispetto allo stesso periodo del 2010 (22,6% quest'anno, 26,3% nel I semestre 2010), sia per organizzare il soggiorno in Italia (16,4% quest'anno, 18,7% nel I semestre 2010) che per quelli all'estero (40,5% nel I semestre 2011, 43,7% nel I semestre 2010), per il segmento on line il trend è di segno positivo.

Aumentano, infatti, gli italiani che acquistano una proposta completa attraverso Internet, soprattutto per quanto riguarda le vacanze oltre confine: sono il 19,5% di coloro che hanno realizzato una vacanza all'estero nella prima metà dell'anno (14,7% nel I semestre 2010).

Sempre per i viaggi all'estero si tende anche ad acquistare di più presso le agenzie di viaggio proposte extra catalogo (sono il 7,1% degli italiani in vacanza nel I semestre del 2011, contro il 5,9% dello stesso periodo del 2010), mentre si riduce di netto la quota di vacanzieri che hanno scelto mete internazionali acquistando su catalogo (13,8% quest'anno, 23,1% nel I semestre 2010).

Per le vacanze in Italia gli italiani acquistano più spesso pacchetti all inclusive sul web (10,4% nel I semestre 2011, 9,7% nello stesso periodo dello scorso anno) e meno proposte da catalogo (3,1% quest'anno, 5,5% nello stesso periodo del 2010) ed extra catalogo (2,9% quest'anno, 3,6% nello stesso periodo del 2010).

Il maggiore ricorso alle agenzie di viaggio che operano sul web è legato ad acquisti sotto data, ideali per chi decide di partire all'ultimo minuto oppure per chi ha aspettato fino all'ultimo, con la speranza di trovare offerte e promozioni più convenienti: nel I semestre 2011 il 26% degli italiani che scelgono le proposte complete su Internet prenota nell'ultima settimana dalla partenza (quota che nello stesso periodo dello scorso anno arrivava al 16,2%).

Per gli acquisti fatti direttamente in agenzia, invece, le offerte legate all'*advanced booking* favoriscono un anticipo delle prenotazioni, sia nel brevissimo termine che negli acquisti con mesi di anticipo, anche se si tratta ancora di nicchie di consumatori.

In particolare, diminuisce la quota di italiani che prenotano nell'ultima settimana dalla partenza (10,3% degli italiani nel I semestre 2011, 15,3% nello stesso periodo dello scorso anno) o un mese prima (28,6% I semestre 2011, 33,2% nel I semestre 2010) ed aumenta quella di coloro che prenotano tra gli 8 ed i 15 giorni prima (24% I semestre 2011, 20,3% nel I semestre 2010), con 2 mesi di anticipo (17,1% I semestre 2010,

15,6% I semestre 2010), 3 mesi prima (9,2% I semestre 2011, 7,7% I semestre 2010) e 4 più mesi prima della partenza (8,5% I semestre 2011, 7,5% I semestre 2010).

Le modalità di organizzazione delle vacanze (%)

I semestre 2011

	In Italia	All'estero	Totale
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello, ecc.)	47,0	15,3	38,9
Tramite Agenzia di Viaggi	16,4	40,5	22,6
Acquistando proposta completa su internet	10,4	19,5	12,7
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	3,1	13,8	5,8
Con una proposta non da catalogo	2,9	7,1	4,0
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	15,9	10,4	14,5
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	7,7	19,8	10,8
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia, ecc.)	3,6	7,3	4,6
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	2,9	0,2	2,2
La scuola	0,8	3,1	1,4
L'organizzazione religiosa	1,4	1,1	1,3
Circoli/associazioni culturali	1,1	0,3	0,9
La parrocchia	0,9	0,1	0,7
Il CRAL aziendale	0,8	0,1	0,7
Agenzia immobiliare	0,4	1,2	0,6
Circoli sportivi/associazioni sportive	0,6	0,6	0,6
Tramite il Comune	0,2	-	0,2
Altro	0,1	-	0,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Le modalità di organizzazione delle vacanze 2010 (%)

	In Italia	All'estero	Totale
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello, ecc.)	49,0	19,2	40,1
Tramite Agenzia di Viaggi	18,1	45,2	26,2
Acquistando proposta completa su internet	8,7	16,8	11,1
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	5,6	21,7	10,5
Con una proposta non da catalogo	3,8	6,8	4,7
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	14,3	8,5	12,5
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	7,1	14,5	9,3
Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia, ecc.)	4,4	5,6	4,8
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	2,5	0,7	2,0
La scuola	0,8	1,9	1,1
Circoli/associazioni culturali	0,7	0,9	0,7
L'organizzazione religiosa	0,6	0,9	0,7
Il CRAL aziendale	0,8	0,4	0,7
Agenzia immobiliare	0,6	0,6	0,6
La parrocchia	0,4	0,6	0,5
Circoli sportivi/associazioni sportive	0,2	0,1	0,2
Tramite il Comune	0,1	0,3	0,2
Altro	0,4	0,6	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Tempi di prenotazione (%)

I semestre 2011

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV	Totale Vacanzieri
Nell'ultima settimana	10,3	26,0	24,6	23,4
8/15 giorni prima	24,0	24,1	27,4	26,6
Circa un mese prima	28,6	29,1	27,1	27,5
Circa 2 mesi prima	17,1	10,2	11,2	11,6
Circa 3 mesi prima	9,2	5,6	4,0	4,7
Circa 4 mesi prima o più	8,5	1,7	2,6	3,1
Non ricorda	2,4	3,1	3,1	3,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Tempi di prenotazione anno 2010 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV	Totale Vacanzieri
Nell'ultima settimana	14,5	15,0	24,0	21,5
8/15 giorni prima	19,3	27,9	24,2	23,9
Circa un mese prima	29,4	31,1	27,5	28,2
Circa 2 mesi prima	17,5	15,7	11,8	13,1
Circa 3 mesi prima	9,6	5,0	5,9	6,3
Circa 4 mesi prima o più	8,7	4,5	4,5	5,1
Non ricorda	1,0	0,7	2,1	1,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Tempi di prenotazione anno 2009 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV	Totale Vacanzieri
Nell'ultima settimana	8,9	13,0	14,6	13,2
8/15 giorni prima	15,3	20,7	17,6	17,2
Circa un mese prima	25,8	29,3	27,3	27,1
Circa 2 mesi prima	21,1	16,4	16,8	17,8
Circa 3 mesi prima	12,4	6,9	8,7	9,5
Circa 4 mesi prima o più	13,7	10,5	11,4	11,9
Non ricorda	2,8	3,2	3,5	3,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Le modalità di organizzazione delle vacanze (%)

Confronto 2009-2010

	2009	In		Totale
		Italia	All'estero	
Tramite Agenzia di Viaggi		19,2	46,5	29,1
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		7,4	14,7	10,1
Acquistato proposta completa su internet		6,9	24,3	13,2
Con una proposta non da catalogo		4,9	7,6	5,8
		In		
	2010	Italia	All'estero	Totale
Tramite Agenzia di Viaggi		18,1	45,2	26,2
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		5,6	21,7	10,5
Acquistato proposta completa su internet		8,7	16,8	11,1
Con una proposta non da catalogo		3,8	6,8	4,7
		In		
	Variazione %	Italia	All'estero	Totale
Tramite Agenzia di Viaggi		-1,1	-1,3	-2,9
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		-1,8	7,0	0,4
Acquistato proposta completa su internet		1,7	-7,5	-2,1
Con una proposta non da catalogo		-1,1	-0,8	-1,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Le modalità di organizzazione delle vacanze (%)

Confronto I semestre 2010-2011

	I semestre 2010	In		Totale
		Italia	All'estero	
Tramite Agenzia di Viaggi		18,7	43,7	26,3
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		5,5	23,1	10,8
Acquistato proposta completa su internet		9,7	14,7	11,2
Con una proposta non da catalogo		3,6	5,9	4,3
		In		
	I semestre 2011	Italia	All'estero	Totale
Tramite Agenzia di Viaggi		16,4	40,5	22,6
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		3,1	13,8	5,8
Acquistato proposta completa su internet		10,4	19,5	12,7
Con una proposta non da catalogo		2,9	7,1	4,0
		In		
	Variazione %	Italia	All'estero	Totale
Tramite Agenzia di Viaggi		-2,3	-3,3	-3,7
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator		-2,4	-9,3	-4,9
Acquistato proposta completa su internet		0,7	4,8	1,5
Con una proposta non da catalogo		-0,7	1,2	-0,3

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

2.2 Le destinazioni

Anche in questo primo semestre del 2011 si conferma la tendenza, emersa lo scorso anno, degli italiani a rivolgersi alle agenzie di viaggi per organizzare anche le vacanze in Italia.

Se, infatti, complessivamente l'80,6% degli italiani che ha realizzato una vacanza principale nel corso della prima metà di questo 2011 è rimasto entro i confini nazionali, la quota di coloro che hanno acquistato le proposte delle agenzie di viaggi arriva al 45,6% e quella dei vacanzieri che comprano pacchetti completi sul web al 60,8%, entrambe pressoché in linea con lo stesso periodo del 2010.

Le principali destinazioni per le vacanze in Italia acquistate tramite l'agenzia di viaggi sono anche per il primo semestre di quest'anno la **Toscana** (scelta dal 15,3%) e la **Sicilia** (9,8%), seguite dalla **Sardegna** che balza dal 4,3% del I semestre 2010 al 9,7% e raggiunge la terza posizione, prendendo il posto del Lazio (terza regione più venduta nel I semestre del 2010). Seguono Campania (8,2%), Veneto (8%), Trentino Alto Adige (6,9%) e Lombardia (6,9%).

Toscana a parte, si tratta di un posizionamento che si discosta da quello complessivo delle regioni più vendute per le vacanze degli italiani, a prescindere dalla forma di organizzazione adottata: Toscana, Lazio e Lombardia occupano le prime posizioni, seguite da Emilia Romagna, Sicilia, Liguria e Trentino Alto Adige.

La classifica delle regioni più vendute negli acquisti di proposte complete sul web vede in prima posizione la Toscana (scelta dal 12,5% degli italiani), secondo il Veneto (11,4%) e terza la Sicilia (11,1%), seguite da Lombardia (8,8%), Trentino Alto Adige (8,3%) e Lazio (8,1%).

Per i viaggi all'estero gli italiani prediligono in questo primo semestre del 2011 le mete europee, a prescindere da quale canale utilizzino per organizzare il soggiorno turistico.

Per coloro che acquistano tramite le agenzie di viaggio, **la destinazione estera più richiesta è la Spagna, seguita da Germania e Francia. Per i pacchetti acquistati on line è ancora la Spagna in testa alla classifica**, seguita dalla **Francia** ma si rileva una maggiore tendenza a comprare vacanze per il **Regno Unito**, terzo Paese più richiesto per le proposte complete di Internet.

Destinazione delle vacanze anni 2007-2010 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/Non prenota	Totale Vacanzieri
2007				
In Italia	38,5	52,0	75,7	73,8
All'estero	61,5	48,0	24,3	26,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
2008				
In Italia	28,5	39,1	77,3	69,1
All'estero	71,5	60,9	22,7	30,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
2009				
In Italia	35,4	41,4	67,2	54,8
All'estero	64,6	58,6	32,8	45,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
2010				
In Italia	43,7	54,7	82,8	78,1
All'estero	56,3	45,3	17,2	21,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
I semestre 2011				
In Italia	45,6	60,8	84,4	80,6
All'estero	54,4	39,2	15,6	19,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Principali destinazioni estere anni 2007-2010

	2007	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Spagna	Grecia	Egitto Mar Rosso
Proposta completa su internet		Spagna	Francia + Corsica	Inghilterra/Galles
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Spagna	Francia + Corsica	Grecia
Totale Vacanzieri		Spagna	Francia + Corsica	Grecia
	2008	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Spagna	Egitto Mar Rosso	Grecia
Proposta completa su internet		Spagna	Egitto Mar Rosso	Francia + Corsica
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Francia + Corsica	Spagna	Inghilterra/Galles
Totale Vacanzieri		Spagna	Francia + Corsica	Grecia
	2009	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Grecia	Spagna	Egitto Mar Rosso
Proposta completa su internet		Inghilterra/Galles	Francia + Corsica	Spagna
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Francia + Corsica	Spagna	Inghilterra/Galles
Totale Vacanzieri		Francia + Corsica	Spagna	Grecia
	2010	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Spagna	Francia	Egitto
Proposta completa su internet		Spagna	Francia	Inghilterra/Regno Unito
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Francia	Spagna	Inghilterra/Regno Unito
Totale Vacanzieri		Francia	Spagna	Inghilterra/Regno Unito
	I semestre 2011	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Spagna	Germania	Francia
Proposta completa su internet		Spagna	Francia	Inghilterra/Regno Unito
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Francia	Spagna	Germania
Totale Vacanzieri		Spagna	Francia	Germania

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Principali regioni di destinazione anni 2007-2010

	2007	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Sardegna	Sicilia	Puglia
Proposta completa su internet		Calabria	Sicilia	Emilia Romagna
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Emilia Romagna	Lazio
Totale Vacanzieri		Toscana	Sicilia	Emilia Romagna
	2008	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Sardegna	Sicilia	Puglia
Proposta completa su internet		Sicilia	Sardegna	Emilia Romagna
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Sicilia	Emilia Romagna
Totale Vacanzieri		Toscana	Sicilia	Emilia Romagna
	2009	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Sardegna	Sicilia	Puglia
Proposta completa su internet		Sardegna	Puglia	Trentino Alto Adige
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Emilia Romagna	Trentino Alto Adige
Totale Vacanzieri		Toscana	Emilia Romagna	Sardegna
	2010	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Toscana	Sicilia	Campania
Proposta completa su internet		Toscana	Trentino Alto Adige	Emilia Romagna
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Emilia Romagna	Lazio
Totale Vacanzieri		Toscana	Emilia Romagna	Lazio
	I semestre 2011	1°	2°	3°
Tramite Agenzia di Viaggi		Toscana	Sicilia	Sardegna
Proposta completa su internet		Toscana	Veneto	Sicilia
Non prenota tramite ADV/ Non prenota		Toscana	Lazio	Lombardia
Totale Vacanzieri		Toscana	Lazio	Lombardia

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Partenze degli italiani per destinazione delle vacanze (%)
I semestre 2011

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale
Toscana	15,3	12,5	12,7	12,8
Lazio	8,5	8,1	10,0	9,9
Lombardia	6,9	8,8	9,1	9,0
Veneto	8,0	11,4	8,4	8,5
Emilia Romagna	3,0	7,7	8,2	8,0
Sicilia	9,8	11,1	6,4	6,7
Liguria	0,9	5,9	6,8	6,6
Trentino Alto Adige	6,9	8,3	6,2	6,3
Piemonte	5,5	4,7	5,5	5,5
Campania	8,2	7,9	4,5	4,8
Puglia	6,3	5,4	4,4	4,6
Abruzzo	0,4	2,1	3,3	3,2
Umbria	-	1,8	2,7	2,6
Sardegna	9,7	0,3	2,4	2,5
Marche	-	1,4	2,5	2,3
Calabria	2,1	0,7	2,1	2,0
Valle D'Aosta	1,9	0,0	2,0	1,9
Friuli Venezia Giulia	4,0	0,7	1,4	1,5
Basilicata	1,2	-	1,1	1,1
Molise	1,4	1,2	0,3	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Partenze degli italiani per destinazione delle vacanze anno 2010 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale
Toscana	13,4	11,2	11,1	11,2
Emilia Romagna	6,6	8,6	8,3	8,3
Lazio	6,3	7,7	8,1	8,0
Lombardia	6,7	7,3	8,0	7,9
Liguria	4,5	7,9	7,3	7,2
Veneto	6,0	7,7	7,0	7,0
Trentino Alto Adige	3,4	9,5	6,7	6,7
Sicilia	9,8	7,9	6,1	6,3
Campania	9,3	5,7	5,8	6,0
Puglia	7,2	5,1	5,6	5,7
Piemonte	4,6	2,6	5,2	5,1
Sardegna	8,1	4,9	3,8	4,1
Calabria	6,6	3,1	3,3	3,4
Abruzzo	0,8	1,7	3,2	3,0
Marche	0,7	0,7	2,5	2,4
Umbria	1,4	2,0	2,4	2,4
Valle D'Aosta	1,4	3,7	2,1	2,1
Friuli Venezia Giulia	0,3	0,7	1,8	1,7
Basilicata	2,6	1,2	0,9	1,0
Molise	0,2	0,8	0,6	0,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Partenze degli italiani per destinazione della vacanza principale anno 2009 (%)

	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale
Toscana	7,0	8,2	10,4	10,0
Emilia Romagna	5,0	7,5	9,7	9,2
Sardegna	19,9	17,0	7,3	8,7
Trentino Alto Adige	3,6	10,0	8,4	8,0
Sicilia	15,0	7,5	7,1	7,8
Puglia	10,4	10,5	7,0	7,4
Lazio	4,3	6,7	7,4	7,1
Veneto	4,8	4,3	6,9	6,7
Campania	5,8	7,2	5,8	5,9
Liguria	2,7	3,8	5,7	5,4
Calabria	6,8	4,3	4,9	5,0
Lombardia	2,4	2,8	4,9	4,6
Abruzzo	2,4	2,6	2,9	2,9
Marche	2,6	1,4	2,9	2,8
Piemonte	1,3	0,2	2,5	2,3
Umbria	1,8	2,7	1,9	1,9
Friuli Venezia Giulia	2,0	0,6	1,7	1,7
Valle D'Aosta	0,3	1,3	1,3	1,2
Basilicata	1,3	1,5	0,8	0,9
Molise	0,7	-	0,5	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

2.3 L'identikit del vacanziero

Le donne si confermano più propense rispetto agli uomini a recarsi in agenzia di viaggi, scegliendo proposte da catalogo o extra catalogo attraverso il canale dell'intermediazione tradizionale (sono il 55% degli italiani che hanno svolto almeno una vacanza nel corso del 2010, acquistando una proposta presso le agenzie), mentre gli uomini acquistano più spesso via web (56,7% di coloro che hanno scelto una proposta completa su Internet).

Passano attraverso l'agenzia turisti di tutte le fasce d'età (il 18,2% ha tra i 45 ed i 54 anni), ma le proposte on line delle OLTA sono scelte soprattutto dai giovani adulti con un'età media tra i 25 ed i 44 anni (il 22,7% ha 25-34 anni e il 26% 35-44 anni), con un titolo di studio superiore.

Sebbene per casalinghe e pensionati l'agenzia di fiducia costituisca ancora un valido punto di riferimento per l'organizzazione della vacanza, aumenta la quota di coloro che utilizzano Internet: questo target di consumatori costituisce il 14,1% degli italiani che scelgono proposte complete di vacanza sul web nel corso del 2010.

I grandi viaggiatori sono anche quelli che più degli altri organizzano la vacanza attraverso il circuito dell'intermediazione: anche per quest'anno sono i residenti in Lombardia (23,5% tramite agenzia, 27,7% proposte on line) e nel Lazio (11% degli italiani che vanno in agenzia e 11,9% di color che acquistano on line). Cresce rispetto allo scorso anno l'incidenza di vacanzieri campani (10,9% agenzia, 12,2% on line).

Identikit del vacanziero anno 2010 (%)

Sesso	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	
				Totale Vacanzieri
Maschio	45,0	56,7	50,2	50,1
Femmina	55,0	43,3	49,8	49,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Identikit del vacanziere anno 2010 (%)

Età	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale Vacanzieri
15-24 anni	14,1	14,1	13,6	13,7
25-34 anni	16,9	22,7	19,2	19,2
35-44 anni	17,0	26,0	19,1	19,3
45-54 anni	18,2	15,6	17,9	17,8
55-64 anni	16,9	10,9	16,9	16,6
65 ed oltre	16,9	10,6	13,3	13,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Identikit del vacanziere anno 2010 (%)

Titolo di studio	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale Vacanzieri
Nessuno/Elementare	3,0	0,8	2,2	2,2
Media inferiore	14,2	9,0	12,9	12,8
Media superiore	50,7	52,3	50,7	50,8
Diploma universitario/Laurea	32,1	37,8	34,3	34,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Identikit del vacanziere anno 2010 (%)

Professione	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/ Non prenota	Totale Vacanzieri
Occupato	55,8	68,6	58,4	58,8
Disoccupato/in cerca di prima occupazione	4,1	3,5	5,6	5,3
Casalinga/Pensionato	28,1	14,1	24,4	24,1
Studente	12,0	13,8	11,6	11,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Identikit del vacanziere anno 2010 (%)

Regione di provenienza	Tramite Agenzia di Viaggi	Proposta completa su internet	Non prenota tramite ADV/Non prenota	Totale Vacanzieri
Piemonte	7,3	5,6	7,2	7,1
Valle D'Aosta	0,3	0,1	0,1	0,1
Lombardia	23,5	27,7	24,1	24,2
Trentino Alto Adige	1,4	1,1	1,3	1,3
Veneto	8,5	6,8	8,3	8,2
Friuli Venezia Giulia	1,5	0,7	1,6	1,6
Liguria	1,8	1,6	2,1	2,1
Emilia Romagna	5,4	7,7	7,7	7,5
Toscana	4,9	5,2	5,8	5,7
Umbria	1,2	0,8	0,9	0,9
Marche	1,7	1,3	1,6	1,6
Lazio	11,0	11,9	10,6	10,7
Abruzzo	1,2	0,9	1,3	1,3
Molise	0,3	0,2	0,4	0,4
Campania	10,9	12,2	9,9	10,1
Puglia	6,5	5,6	6,0	6,0
Basilicata	0,6	0,4	0,6	0,6
Calabria	1,4	1,7	1,8	1,8
Sicilia	9,1	6,6	6,6	6,8
Sardegna	1,5	2,0	2,1	2,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

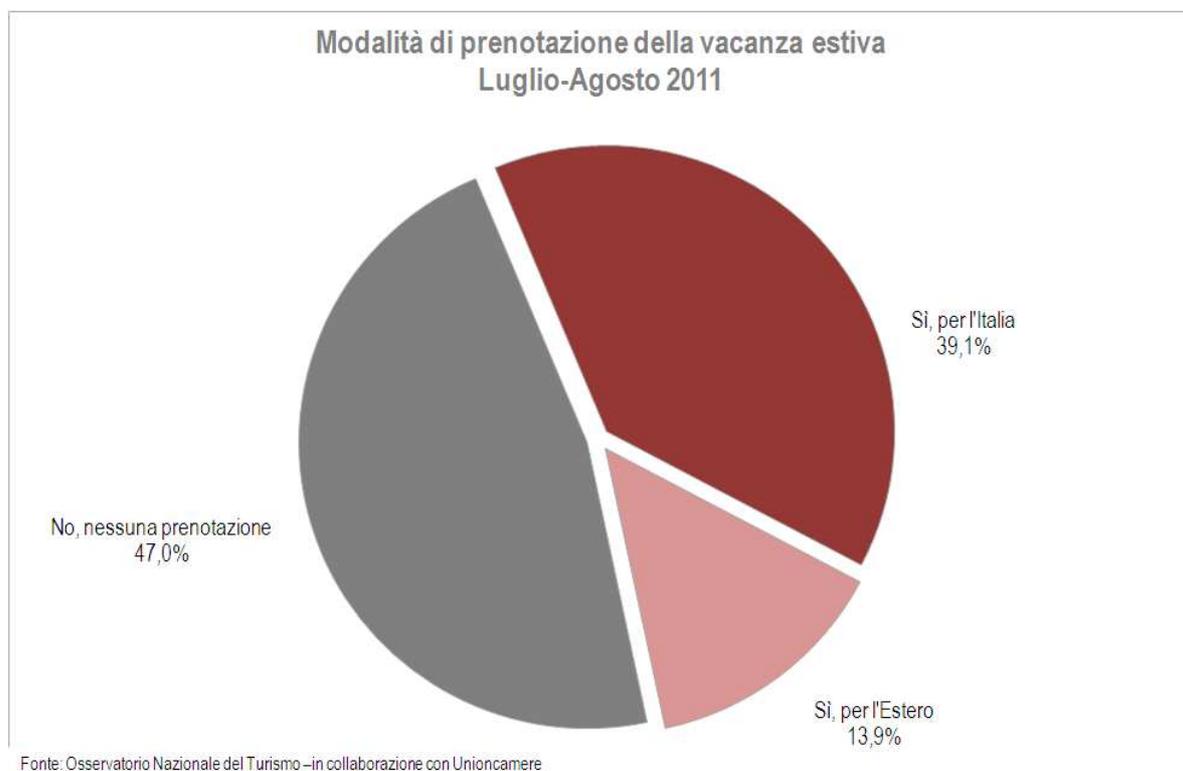
3. Focus estate 2011

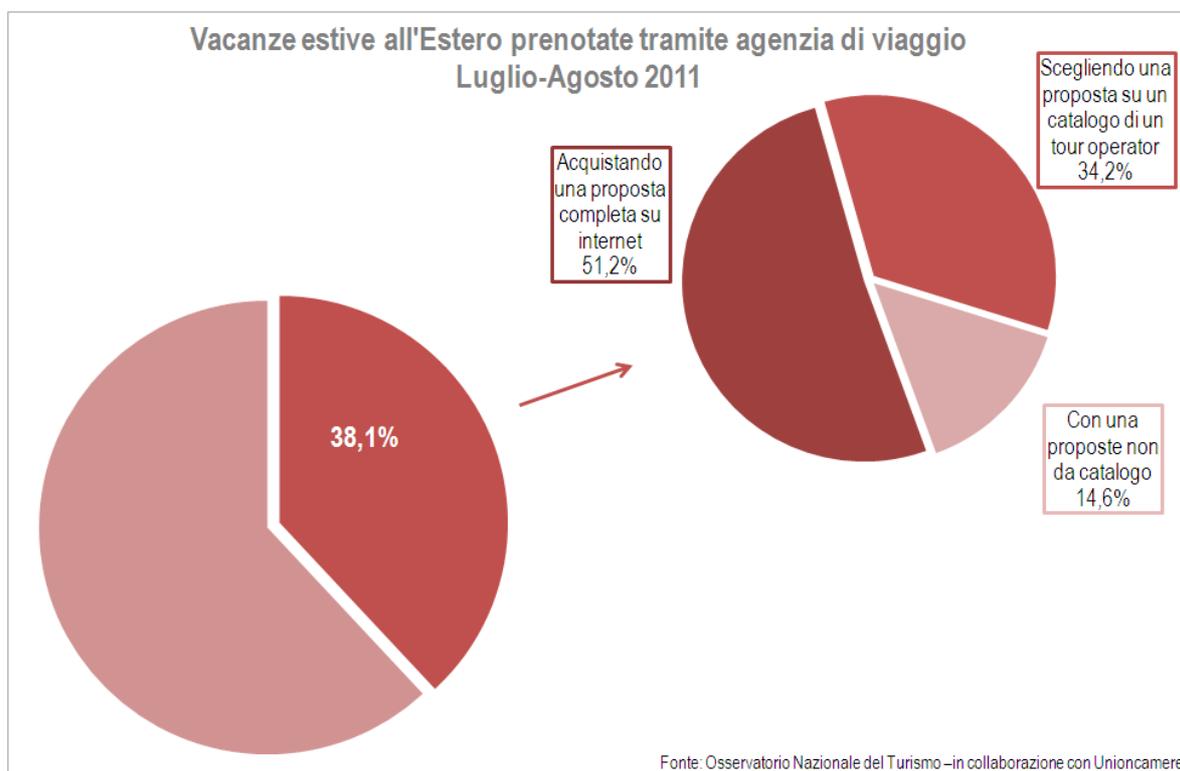
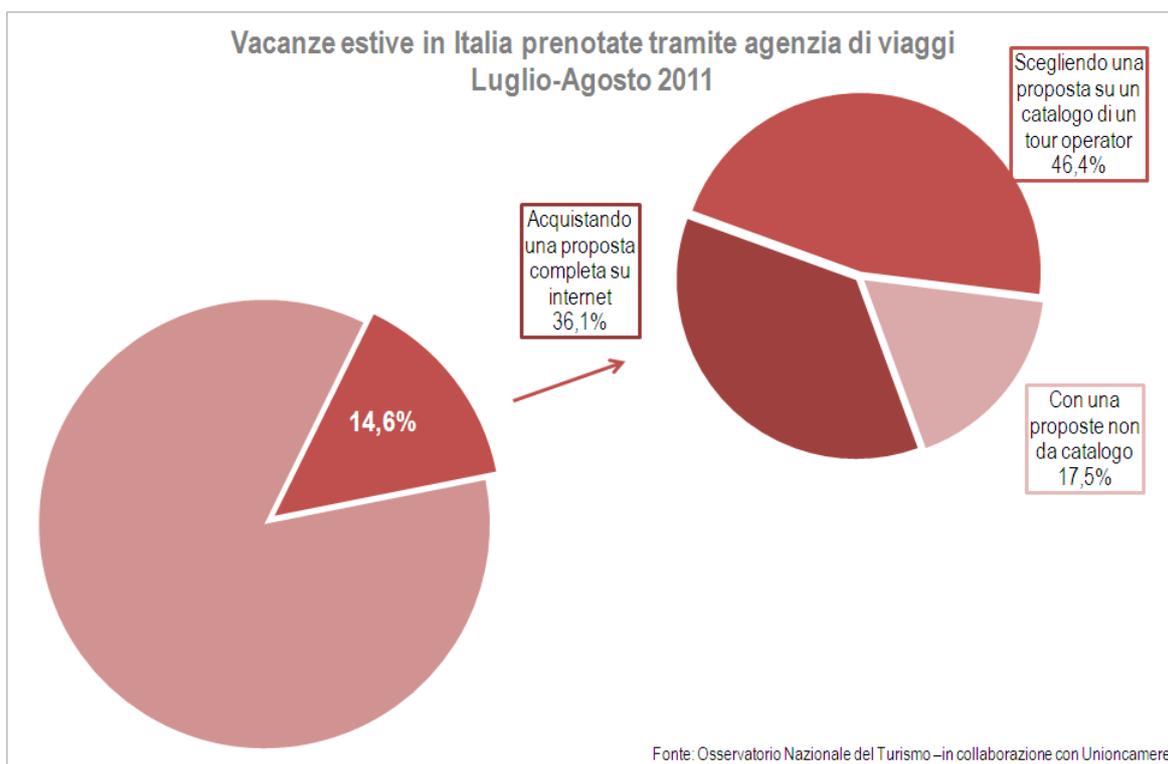
Gli italiani che hanno prenotato la vacanza estiva attraverso il circuito dell'intermediazione sono il 20,8%, meno del 28,7% dell'estate 2010.

In linea con il trend dell'intero semestre, anche per questa estate il calo di prenotazioni è imputabile unicamente alle proposte da catalogo, sia per le vacanze realizzate in Italia che per i viaggi all'estero.

In particolare, per coloro i quali hanno trascorso le ferie estive in mete italiane, il 14,6% ha prenotato tramite agenzia di viaggi, di cui il 46,4% acquistando una proposta completa da catalogo (meno del 59,8% registrato nell'estate 2010), il 36,1% su Internet (24,3% del luglio-agosto 2010) e il 17,5% con proposte extra catalogo (15,9% nel 2010).

Per le destinazioni internazionali, il 38,1% degli italiani ha organizzato tramite il circuito di intermediazione, dove i pacchetti acquistati su Internet balzano in testa alle preferenze, scelti dal 51,2% di questi turisti (36,7% nell'estate 2010), seguiti dalle proposte su catalogo (34,2% dei vacanzieri all'estero di quest'anno, contro il 50,36% dell'estate 2010) e da quelle extra catalogo (14,6%, contro il 13,1% del 2010).





Le modalità di organizzazione delle vacanze (%)

Luglio-Agosto 2011

	In Italia	All'estero	Totale
Contattando direttamente la struttura ricettiva	58,1	20,1	48,1
Tramite Agenzia di Viaggi	14,6	38,1	20,8
Acquistando una proposta completa su internet	5,3	19,5	9,0
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	6,8	13,0	8,4
Con una proposte non da catalogo	2,6	5,6	3,3
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	9,9	17,0	11,7
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	6,0	13,7	8,0
Contattando direttamente la società di trasporto	4,0	3,8	3,9
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	4,5	0,6	3,5
La scuola	0,7	1,5	0,9
Agenzia immobiliare	0,9	-	0,7
La parrocchia	0,6	1,0	0,7
L'organizzazione religiosa	0,1	1,3	0,5
Circoli/associazioni culturali	0,4	0,5	0,4
Il CRAL aziendale	0,1	1,0	0,3
Circoli sportivi/associazioni sportive	-	1,0	0,3
Tramite il Comune	0,1	-	0,0
Altro	0,1	0,5	0,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

4. Il mercato dell'organizzazione delle vacanze, tra emerso e sommerso

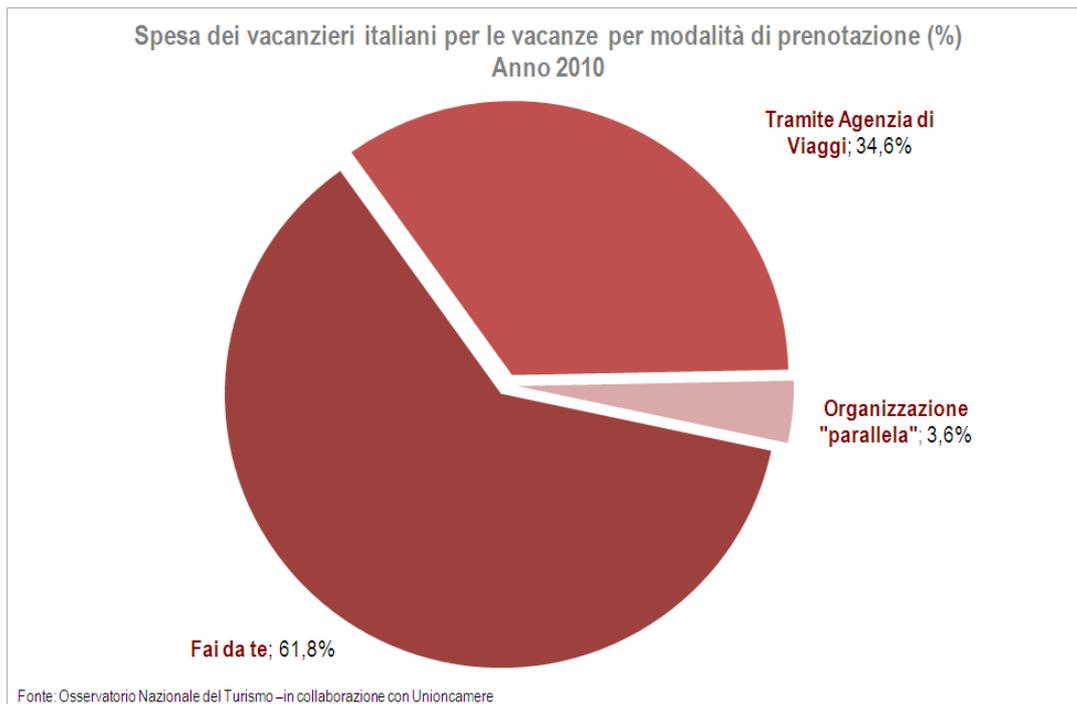
Dall'impatto economico dell'industria delle vacanze, per il 2010 si stima una spesa totale di quasi 38 milioni di euro, di cui il 61,8% riconducibile al turismo fai da te. Sfugge, dunque, al circuito dell'intermediazione circa 23,4 miliardi di euro spesi dagli italiani che organizzano autonomamente la vacanza, di cui il 55% spesi da chi contatta direttamente la struttura ricettiva ed il 33% da chi utilizza il web per prenotare il viaggio e/o l'alloggio.

Attraverso l'agenzia di viaggi passa il 34,6% della spesa sostenuta dagli italiani per le vacanze del 2010, stimata in circa 13,1 miliardi di euro, di cui il 45% spesi per proposte complete da catalogo (quasi 5,9 miliardi di euro), il 36% per pacchetti on line (circa 4,7 miliardi euro) e il 19% per proposte extra catalogo (oltre 2,5 miliardi di euro).

Il restante 3,6% della spesa di vacanza degli italiani (quasi 1,4 miliardi di euro) è riconducibile all'organizzazione "parallela", attraverso CRAL, associazionismo, parrocchie, ecc. In particolare, il 25% passa attraverso le scuole, il 22% da circoli e associazioni culturali, il 13% dai CRAL e un altro 13% dalle associazioni religiose.

Rispetto al 2009, la spesa complessiva stimata per le vacanze cresce (+11,4%) in misura maggiore rispetto alle vacanze realizzate (+8,4%), un aumento legato per quanto riguarda il circuito dell'intermediazione alle proposte dell'organizzazione parallela ma soprattutto agli acquisti tramite agenzia realizzati sul web, che crescono del +44,6% in termini di spese e del +19,3% di vacanze.

Le spese di viaggio incidono per il 29,5% sul budget complessivo di vacanza degli italiani (33,1% per chi si reca all'estero), così come quelle di alloggio (31,5% per le vacanze all'estero). Ma sono le spese extra a incidere maggiormente (40,6% del totale), soprattutto per le vacanze realizzate in Italia, dove rappresentano il 42% della spesa turistica complessiva: spese per pasti consumati fuori casa, spese di trasporto locale, per escursioni giornaliere e per servizi acquistati sul territorio, biglietti di ingresso a siti museali, spese per divertimenti e per shopping, ovvero per tutte quelle attività di "filiera allargata" che tanta parte hanno nell'impatto economico complessivo generato su un territorio ma che passano attraverso il circuito dell'intermediazione in misura marginale (attraverso la vendita di pacchetti completi di servizi fruibili sul territorio, oppure venduti singolarmente da agenzie di viaggi, come nel caso delle escursioni).



Spesa dei vacanzieri italiani per le vacanze per modalità di prenotazione

Anno 2010

modalità di prenotazione	valori in euro	totale vacanze
Fai da te	23.413.095.000	35.594.000
Contattando direttamente la struttura ricettiva	12.966.550.000	20.643.000
Contattando direttamente la società di trasporto	1.884.096.000	2.467.000
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	3.631.329.000	4.784.000
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	4.006.917.000	6.458.000
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	735.497.000	1.018.000
Altro	188.706.000	223.000
Tramite Agenzia di Viaggi	13.102.883.000	13.517.000
Acquistato proposta completa su internet	4.662.217.000	5.713.000
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	5.893.853.000	5.391.000
Con una proposta non da catalogo	2.546.813.000	2.414.000
Organizzazione "parallela"	1.382.960.000	2.428.000
La parrocchia	91.737.000	247.000
L'organizzazione religiosa	185.824.000	368.000
La scuola	343.896.000	582.000
Il CRAL aziendale	173.530.000	347.000
Circoli/associazioni culturali	308.546.000	378.000
Circoli sportivi/associazioni sportive	39.787.000	103.000
Agenzia immobiliare	212.017.000	309.000
Tramite il Comune	27.623.000	94.000
Totale	37.898.938.000	51.538.000

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Spesa dei vacanzieri italiani per le vacanze per modalità di prenotazione

Anno 2009

modalità di prenotazione	valori in euro	totale vacanze
Fai da te	21.425.007.000	32.265.000
Contattando direttamente la struttura ricettiva	11.984.273.000,00	17.385.000
Contattando direttamente la società di trasporto	1.623.669.000,00	2.566.000
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	3.531.578.000,00	4.867.000
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	3.595.394.000,00	6.046.000
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	547.820.000,00	1.185.000
Altro	142.272.000,00	217.000
Tramite Agenzia di Viaggi	11.918.756.000,00	13.853.000
Acquistato proposta completa su internet	3.223.371.000,00	4.789.000
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	5.920.500.000,00	6.283.000
Con una proposta non da catalogo	2.774.885.000,00	2.781.000
Organizzazione "parallela"	680.529.000,00	1.422.000
La parrocchia	192.960.000,00	259.000
L'organizzazione religiosa	48.404.000,00	141.000
La scuola	40.466.000,00	112.000
Il CRAL aziendale	252.523.000,00	363.000
Circoli/associazioni culturali	54.864.000,00	268.000
Circoli sportivi/associazioni sportive	58.007.000,00	101.000
Agenzia immobiliare	8.873.000,00	62.000
Tramite il Comune	24.434.000,00	116.000
Totale	34.024.293.000,00	47.541.000

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Spesa dei vacanzieri italiani per le vacanze per modalità di prenotazione

Confronto 2010/2009, variazione %

modalità di prenotazione	valori in euro	totale vacanze
Fai da te	9,3	10,3
Contattando direttamente la struttura ricettiva	8,2	18,7
Contattando direttamente la società di trasporto	16,0	-3,9
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	2,8	-1,7
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	11,4	6,8
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	34,3	-14,1
Altro	32,6	2,8
Tramite Agenzia di Viaggi	9,9	-2,4
Acquistato proposta completa su internet	44,6	19,3
Scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	-0,5	-14,2
Con una proposta non da catalogo	-8,2	-13,2
Organizzazione "parallela"	103,2	70,7
La parrocchia	-52,5	-4,6
L'organizzazione religiosa	283,9	161,0
La scuola	749,8	419,6
Il CRAL aziendale	-31,3	-4,4
Circoli/associazioni culturali	462,4	41,0
Circoli sportivi/associazioni sportive	-31,4	2,0
Agenzia immobiliare	2.289,5	398,4
Tramite il Comune	13,1	-19,0
Totale	11,4	8,4

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

Stima distribuzione della spesa degli italiani (%) Anno 2010

	In Italia	All'Estero	Totale
Viaggio	28,5	33,1	29,5
Alloggio	29,5	31,5	29,9
Altre spese	42,0	35,4	40,6
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo –in collaborazione con Unioncamere

ISNART ScpA – Istituto Nazionale Ricerche Turistiche

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente: Maurizio Maddaloni

Vice Presidente: Alfredo Zini

Consigliere/presidente onorario: Renato Viale

Consiglieri: Ferruccio Dardanello, Giancarlo Deidda, Rodolfo Giampieri, Manlio Maggioli, Giorgio Mencaroni, Norberto Ricci, Giovanni Tricca, Alfredo Prete

Collegio sindacale presidente: Luigi Litardi

Sindaci effettivi: Alessia Bastiani, Antonio Guastoni

LA STRUTTURA

Direzione generale: Giovanni Antonio Cocco

Direzione operativa: Flavia Maria Coccia

Responsabile dipartimento Ricerca: Elena Di Raco

LA MISSIONE

L'ISNART è una Società Consortile per Azioni del sistema camerale che realizza studi e pubblicazioni sul turismo, indagini, rilevazioni e progetti di fattibilità, elaborazione dati, costituzione e forniture di banche dati ed Osservatori, svolgimento di attività editoriali e di promozione e diffusione con ogni mezzo dei propri servizi, organizzazione di convegni, seminari e dibattiti in ambito turistico.

I CLIENTI

Il mercato di Isnart riguarda l'intero fenomeno turistico, con tutti gli aspetti commerciali connessi e indotti. Si supportano le Camere di Commercio per tutte le iniziative e attività sul turismo svolte anche in collaborazione o per le organizzazioni imprenditoriali, le istituzioni nazionali e locali, le organizzazioni internazionali.

ATTIVITÀ

L'Isnart svolge la sua attività di ricerca e supporto al settore turistico italiano con le seguenti iniziative:

<p>Osservatorio sul turismo italiano:</p>  <p>UNIONCAMERE CAMERE DI COMMERCIO ITALIA</p>	<p>L'Unioncamere realizza, attraverso l'IS.NA.R.T. l'Osservatorio Nazionale sul Turismo italiano, confluito a seguito della Legge 80 del 2005 nell'Osservatorio Nazionale del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri in sede al Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo di cui Unioncamere è partner con Istat e Banca d'Italia. L'Osservatorio è un sistema di rilevazioni continuo a livello nazionale, che permette di interpretare le dinamiche, le esigenze e i mutamenti del settore e suggerire alle imprese le modalità per vincere la scommessa del turismo.</p>
<p>Osservatori territoriali</p> 	<p>Ricerche e osservatori: si realizzano per il sistema camerale che godono del vantaggio della confrontabilità dei dati con il livello nazionale, oltre ad analisi e ricerche di tipo conoscitivo e specializzato.</p> <p>Progetti in corso: Osservatori turistici per il territorio: regionale (Liguria, Lombardia, Puglia, Toscana, Umbria,) e provinciale (Brescia, Brindisi, Chieti, Cremona, Mantova, Novara, Reggio Calabria, Sassari, STLC Lago di Como). Sono stati condotti negli ultimi anni anche altri studi specifici per: Basilicata, Emilia Romagna, Molise, Puglia, Toscana, Valle d'Aosta, Caserta, Matera, Milano.</p>
<p>Dossier annuale sull'andamento del turismo</p>	<p>Tutte le indagini sono riassunte in un dossier che ogni anno viene presentato alla Borsa Internazionale del Turismo</p>

<p>Marchio di Qualità</p> 	<p>è una iniziativa di sistema delle Camere di Commercio che dal 1997 garantisce al consumatore standard qualitativi sulle imprese turistiche. Nel 2010 il progetto è attivo in 80 province italiane in 18 regioni ed ha certificato oltre 5.000 aziende turistiche.</p>
<p>Premio Ospitalità Italiana</p> 	<p>per amplificare l'attenzione sugli sforzi delle imprese turistiche nella qualità, ogni anno le imprese del marchio di qualità concorrono attraverso i voti della clientela al premio per l'impresa più amata dai turisti. Nel 2010 si è svolta la quinta edizione, la cui premiazione si è svolta a Ischia.</p>
<p>Convegni e manifestazioni nazionali</p>	<p>Isnart promuove le iniziative del sistema camerale sul turismo organizzando eventi pubblici, conferenze stampa e manifestazioni nazionali ed internazionali</p>
<p>Formazione:</p>	<p>L'esperienza maturata e la rete di esperti di settore sono a disposizione delle imprese e degli enti del turismo per corsi di formazione sulle tematiche emergenti: mercati, prodotti, qualità.</p>
<p>Pubblicazioni</p>	<p style="text-align: center;"> Impresa Turismo Guida Nazionale Ospitalità Italiana </p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>