

## COMUNICATO STAMPA

### L'identikit del turista italiano in Umbria

Sono state poco meno di 900 mila le vacanze effettuate dagli italiani in Umbria nel corso del I semestre 2010 di queste, l'83% del totale, sono state trascorse nella provincia di Perugia, mentre altre 150 mila, il rimanente 17%, nella provincia di Terni.

E' quanto emerge dalle due differenti indagini svolte da **Unioncamere Umbria e Isnarf**, dedicate l'una alla congiuntura nel primo e secondo trimestre 2010, l'altra a delineare e monitorare lo scenario turistico della destinazione Umbria, attraverso l'osservazione delle scelte dei vacanzieri italiani nel I semestre del 2010.

Riguardo al 2009 si registrata una crescita legata, però, anche ad un maggior utilizzo delle abitazioni private, dal 18,7% del 2009 al 21,6% del 2010, con un calo delle scelte alberghiere dal 51,8% del 2009 al 41,2% di quest'anno.

L'esperienza personale e il passaparola spingono alla visita delle località dell'Umbria un target di domanda principalmente adulto, rappresentato da coppie e famiglie con figli al seguito e motivato soprattutto dalla possibilità di godere del relax immerso nelle bellezze naturali, che costituiscono una delle maggiori attrattive della regione.

A richiamare i turisti sono però anche l'offerta culturale ed enogastronomica della regione, come conferma il 44,8% dei soggiorni in città d'arte, tanto che le principali attività svolte una volta raggiunta la località di vacanza sono la visita a monumenti e musei e la degustazione dei prodotti tipici.

Anche lo sport trova una conferma di mercato, soprattutto se legato ad attività all'aperto come il trekking, l'equitazione e le passeggiate in bicicletta.

Nei mesi invernali il movimento turistico nelle strutture ricettive dell'Umbria si è mantenuto su livelli moderati pur seguendo un trend in crescita, dal 25,2% di occupazione delle camere registrato a gennaio (rispetto al 33,9% della media Italia), al 30,1% di marzo (quando la media Italia si è attestata sul 36,9%).

Nel secondo trimestre il peso della clientela straniera nelle strutture ricettive umbre è cresciuta di oltre 8 punti percentuali rispetto allo stesso periodo del 2009, pur rimanendo piuttosto contenuta rispetto al totale del turismo in Umbria e rispetto al trend nazionale.

Si tratta di un aumento rilevato sin dall'inizio dell'anno, ma che sembra privilegiare principalmente le poche località termali presenti in regione (con il 55,3%) e i laghi (con il 38%), e tra le strutture ricettive, gli stranieri preferiscono alloggiare in ostello (62,5% della clientela), in campeggio (55%) e nelle case per ferie (47,5%).

I mercati di provenienza sono abbastanza diversificati. Oltre il 40% degli operatori indica al primo posto la Germania, il 29,1% i Paesi Bassi e l'Olanda e il 23,4% il Regno Unito. Tra gli altri bacini esteri si segnalano la Francia (citata come il più importante dal 17,3% delle strutture), gli Stati Uniti (14,9%) e il Belgio (13,2%).

Nel I trimestre il prezzo medio applicato per una camera doppia era in ribasso del -6,3% rispetto all'anno precedente, nel II trimestre si rileva un aumento di circa 7 €, seppur con un calo del -4,4%.

Rispetto al 2009, la maggior parte delle strutture ricettive della regione Umbria ha giocato su una politica di contenimento dei prezzi: il costo medio di una camera doppia è sceso di circa 28 € nei 4 e 5 stelle e di oltre 5 € nei 3 stelle.

All'insegna del risparmio anche la politica dei prezzi applicati alla clientela del circuito organizzato che nel I trimestre 2010 raggiunge i 63 € per la camera doppia e nel II trimestre i 70 €, pari a 4 € in meno rispetto ai prezzi applicati ai clienti individuali per entrambi i trimestri.

Il Presidente di Unioncamere Umbria **Giorgio Mencaroni** commenta con preoccupazione i dati emersi: "una riduzione delle tariffe può comportare un aumento delle vendite (tasso di occupazione) ma ciò implica sicuramente una riduzione del ricavo medio camera; ovvero il ridimensionamento dei prezzi applicati ha incrementato la probabilità di vendita delle camere ma, a parità di costi, ha reso anche più difficoltoso il conseguimento del break event point. Inoltre, l'alta stagionalità comporta una scarsa ottimizzazione dei costi fissi. Tuttavia, gli operatori del turismo sono consapevoli che la sempre maggiore concorrenza e minori margini renderanno vincenti le strutture gestite con professionalità e che occorre continuare a puntare sulla qualità del servizio a tutti i livelli dell'organizzazione, sapendo che il cliente è un partner con cui dialogare: se lo si sa ascoltare, può fornire informazioni preziose per il successo competitivo."

Tra i turisti italiani, il Lazio si conferma il principale bacino di provenienza dei vacanzieri che visitano la regione, il 23% del totale, con un incremento rispetto al I semestre dello scorso anno di circa +6 punti percentuali. I campani e i pugliesi, con quote rispettivamente del 12,5% e del 10%, si collocano al secondo e terzo posto della graduatoria, superando i lombardi (9,6%) e i veneti (5,7%) che, rispetto ai primi sei mesi del 2009, calano i primi di -4,1 e i secondi di -7 punti percentuali. L'Emilia Romagna, che rappresenta l'8,4% del totale, si afferma come nuovo bacino di provenienza.

#### **Regione di provenienza dei vacanzieri Italiani in Umbria (%)**

Lazio	23,0
Campania	12,5
Puglia	10,0
Lombardia	9,6
Emilia Romagna	8,4
Toscana	6,7
Veneto	5,7
Piemonte	4,5
Marche	3,9
Sardegna	3,7
Calabria	2,8

Umbria	2,4
Abruzzo	2,4
Sicilia	1,1
Basilicata	1,1
Friuli V.G.	0,8
Molise	0,6
Liguria	0,5
Trentino A.A.	0,5
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Umbria

L'identikit del turista italiano che ha visitato l'Umbria in questo primo semestre è Uomo nel 56,4% dei casi, è per lo più adulto, per il 61% di età superiore ai 45 anni e dotato di un livello di istruzione medio-alto (l'85,1% dei vacanzieri possiede almeno il diploma di scuola superiore).

I vacanzieri che raggiungono le località umbre sono per lo più sposati con figli (57,1%) e sono occupati (54,8%), oppure pensionati (27%).

#### **Identikit dei vacanzieri italiani in Umbria (%)**

##### **Sesso**

Maschio	56,4
Femmina	43,6
Totale	100,0

##### **Età**

15-17 anni	3,3
18-24 anni	10,0
25-34 anni	13,6
35-44 anni	12,3
45 -54 anni	20,0
55-64 anni	27,9
65 ed oltre	13,0
Totale	100,0

##### **Titolo di studio**

Nessuno/Elementare	3,0
Media Inferiore	11,9
Media Superiore	48,7
Università/Laurea	36,4
Totale	100,0

##### **Stato civile**

Single con figli	5,2
Single senza figli	14,4
Coppia con figli	57,1
Coppia senza figli	23,3
Totale	100,0

##### **Condizione professionale**

Occupato	54,8
----------	------

Casalinga/Pensionato	27,0
Studiante	10,6
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Umbria

Le motivazioni di vacanza e i canali che ne influenzano la scelta sono rappresentate dalle bellezze naturali, con il 37,7% delle preferenze, e costituiscono il maggiore fattore di motivazione per i vacanzieri italiani che scelgono l'Umbria come destinazione del proprio soggiorno, in particolare coloro che si recano nella provincia di Perugia (41,5%).

La regione è vissuta come luogo ideale per rilassarsi dal 22,8% dei visitatori che, nel 15,3% dei casi, la scelgono anche perché la considerano conveniente a livello di costi.

Ad attirare i turisti è inoltre la possibilità di essere ospitati da amici e parenti (20,6%), oltre all'offerta culturale, sia in termini di patrimonio artistico (15%) che in termini di eventi culturali (9,8%).

La presenza di luoghi di culto richiama il 12,3% dei vacanzieri in visita nella provincia di Perugia, mentre è alta nel ternano la quota di clienti fedeli, il 27,9%.

Il maggiore veicolo di influenza rimane comunque l'esperienza personale, che coinvolge poco meno della metà dei vacanzieri italiani della regione.

Importante per la provincia di Terni anche il passaparola (45,3%), mentre per quella di Perugia risulta rilevante la presenza sul web sia in termini di informazioni su siti di alberghi e agenzie (6,9%) e sul portale regionale e quello provinciale (5,6%), che in termini di offerte (5,9%) e che richiama circa 2 vacanzieri su 10.

### **Motivazione delle vacanze degli italiani in Umbria**

	Perugia	Terni	Umbria
Bellezze naturali del luogo	41,5	19,1	37,7
Posto ideale per riposarsi	21,3	30,5	22,8
Ho i parenti/amici che mi ospitano	20,2	22,7	20,6
Prezzi convenienti	16,3	10,4	15,3
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	14,5	17,5	15,0
Rivedere amici/parenti	10,5	10,0	10,5
Religione /pellegrinaggio	12,3	-	10,2
Per assistere ad eventi culturali	9,9	9,4	9,8
Per la vicinanza	7,0	10,4	7,5
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva	2,3	27,9	6,7
Interessi enogastronomici	7,5	-	6,3
Per conoscere usi e costumi della popolazione	7,0	-	5,8
Il desiderio di vedere un posto mai visto	4,1	12,6	5,6
Per i divertimenti che offre	5,0	-	4,2
Decisione altrui	2,7	10,1	4,0
Abbiamo la casa in quella località	3,8	4,7	3,9
Shopping	3,7	-	3,1
Posto adatto per bambini piccoli	1,1	10,4	2,6
Per il gusto dell'avventura	2,1	2,6	2,1
Destinazione esclusiva	0,3	3,4	0,8
Partecipare ad eventi folcloristici e della cultura			

Altro	1,2	-	1,0
-------	-----	---	-----

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Umbria

Oltre la metà dei degli italiani in vacanza in Umbria ha trascorso il proprio soggiorno in coppia, mentre 4 su 10 sono partiti con la famiglia, sia con che senza figli al seguito, o con un gruppo di amici.

Per quanto riguarda la tipologia di alloggio scelta, emergono delle differenze a livello provinciale. A Perugia il 45,4% dei vacanzieri ha pernottato in albergo, principalmente di categoria medio-alta, mentre chi ha preferito un contatto più diretto con la natura ha scelto per il 22,3% alloggiare in agriturismo e per il 6,4% in un B&B. Tra la possibilità di essere ospitati da amici e parenti (15,9%) e l'affitto di una casa (3,9%), hanno alloggiato in appartamento circa 2 vacanzieri su 10.

“In Umbria ci viene soprattutto chi già la conosce e l'apprezza, questo è positivo ma non è sufficiente”, afferma Il Presidente **Giorgio Mencaroni**, “ e tra le principali motivazioni c'è la possibilità di essere ospitati da parenti o amici o di alloggiare in una seconda casa di proprietà. Questo fenomeno deve essere studiato con maggiore attenzione, ma attualmente è difficile da monitorare e non è possibile valutare gli effetti delle strutture non registrate (case in affitto, case di proprietà) sull'economia regionale.”

#### Canale di comunicazione per la scelta delle vacanze in

	Perugia	Terni	Umbria
C'ero già stato/esperienza personale	46,7	47,4	46,8
Consiglio/Racconti di amici/parenti/familiari	26,5	45,3	29,7
Informazioni su Internet: su siti di alberghi,	6,9	2,6	6,2
Eventi religiosi	7,2	-	6,0
Offerte su Internet	5,9	-	4,9
Non ho scelto io/hanno deciso altri	2,4	16,2	4,7
Guide turistiche	5,2	2,6	4,7
Informazioni su Internet: portali	5,6	-	4,7
Mostre/Convegni/Fiere	2,9	1,7	2,7
Consiglio dell'agenzia di viaggi	2,9	-	2,4
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	1,5	-	1,3
Film/Documentari	1,4	-	1,2
Attrazioni / eventi culturali	0,7	2,6	1,0
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,0	-	0,9
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	-	2,6	0,4
Attrazioni / eventi sportivi	-	2,6	0,4
Altro	0,3	-	0,3

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Umbria

“Il turista di oggi non si limita a consumare il prodotto, ma contribuisce alla sua creazione e diffusione, attraverso la propria rete sociale di appartenenza”,

continua il Presidente di Unioncamere Umbria **Giorgio Mencaroni**, "e le persone possono essere considerate delle vere risorse della comunicazione. Tuttavia il passaparola o l'esperienza personale non possono rappresentare il canale di comunicazione esclusivo per la scelta delle vacanze in Umbria (92,7% per Terni e 73,2 per Perugia). Il turismo, quello italiano soprattutto, vive ancora di prodotti-notorietà, che il turista ricerca per soddisfare una curiosità creata dai mass media. Occorre quindi rilanciare una azione coordinata di comunicazione e promozione della regione, oggi praticamente assente nei cataloghi dei tour operator, nei depliant delle agenzie di viaggio, negli articoli e nei redazionali, nei mass media più in generale".

Chi ha pernottato in provincia di Terni ha preferito alloggiare in strutture extralberghiere come B&B (28,6%) e agriturismi (18%), mentre l'albergo, a 3 o 4 stelle, è stato scelto dal 20% dei turisti. A optare per un appartamento poco meno di 3 vacanzieri su 10, che nel 21,1% dei casi sono stati ospitati da amici e parenti e nel 6,6% si sono recati in seconda casa.

I turisti che hanno svolto la propria vacanza nella provincia di Terni mostrano una maggiore propensione a svolgere attività sul territorio, sebbene a livello di tipologia non emergano sostanziali differenze con la provincia di Perugia.

A livello regionale la cultura è al primo posto, tra la visita a monumenti e musei (62,6%) e la ricerca della cultura locale (44,4%, 71,5% nella provincia di Terni), e poco meno di 5 vacanzieri su 10, il 46,5% nella provincia di Perugia e il 60,3% nella provincia di Terni, hanno apprezzato l'offerta enogastronomica umbra. Il relax si traduce in passeggiate alla scoperta della natura (46,5%) o delle città d'arte, a cui unire magari dello shopping (27,4%); la vacanza è inoltre un'occasione di socializzazione per oltre il 48% dei turisti.

Trekking, equitazione e ciclismo per l'8,6% dei vacanzieri che si è dedicato allo sport, e quasi uno su 10 ha assistito a spettacoli musicali. I turisti in provincia di Terni uniscono alle consuete attività altri tipi di svago (il 30,3% è andato a ballare) e di relax (il 20,7% ha letto), mentre in provincia di Perugia partecipano anche a convegni e fiere espositive (9,4%) e assistono a spettacoli teatrali o cinematografici (7,3%).