

**Le fonti statistiche per l'analisi
della congiuntura turistica:
il mosaico italiano**

Roberto Gismondi (*)
Anna Pia Maria Mirto (*)

ESTRATTO

Da almeno un ventennio la scienza delle comunicazioni ammonisce sui rischi della *news-pollution*, ossia le notizie in esubero che invadono il mercato e che talvolta scacciano le buone. In tal senso il settore del turismo ben si presta per un'analisi specifica, a causa della coesistenza di una molteplicità di enti pubblici e privati che producono informazioni al riguardo. In merito, alla metà dal 2002 ci si è chiesti quale fosse lo stato dell'arte circa la produzione di statistiche sul turismo. Lo stimolo verso una simile ricerca è scaturito nell'ambito della presentazione dell'undicesimo rapporto sul turismo italiano, laddove alcuni relatori hanno toccato – e, in alcuni casi, fortemente enfatizzato – il problema della arretratezza e della incompletezza dei dati disponibili, soprattutto con riferimento alla stagione estiva. La rassegna proposta nel prosieguo non ha, ovviamente, l'ambizione di infondere una forzata fiducia nell'ampiezza delle fonti statistiche sul turismo attualmente esistenti, ponendosi il più modesto obiettivo di fornire un'indicazione di massima circa “chi produce cosa e quando”, aggiungendo, laddove possibile, informazioni sulla metodologia seguita per ricavare le informazioni diffuse.

ABSTRACT

During the last twenty years science of communication has been stressing the risks due to the *news-pollution*, that is dangers produced by overlapping and often conflicting information that invade the market and that sometimes drive away good data. In this sense, the tourist sector is particularly fit for a specific analysis, because of the coexistence of a wide set of public and private bodies producing related data. By the way, during the middle of 2002 we asked ourselves about the state of the art concerning the production of tourism statistics. The stimulus towards such research raised up during the presentation of the Eleventh Report on Italian Tourism, when some speakers touched – and, in some cases, strongly emphasized – the problem of the oldness of available data, especially with reference to the summertime. The comparison among sources herein proposed hasn't the aim, of course, to infuse a forced trust in the wideness and completeness of the tourism statistical sources actually available. More modestly, the main goal is to furnish a generic indication on “who produces what and when” adding, when it's possible, information on methodology used for obtaining the data currently disseminated.

1. Introduzione¹

Può forse sembrare superfluo richiamare l'attenzione sul fatto che, da alcuni anni, si è decisamente entrati nella cosiddetta *società dell'informazione*, indipendentemente dalle volontà individuali e dal grado di consapevolezza.

Questa riflessione preliminare non è superflua, se si riflette sul fatto che quotidianamente si è bersagliati, sostanzialmente senza interruzione, da una vasta gamma di segnali, cifre, opinioni, frammenti di pensiero, tendenze di costume, che di per sé potrebbero non solo non arricchire il panorama informativo relativamente ad un qualche fenomeno di interesse, ma addirittura aumentare la nebulosità e l'incertezza sulle conoscenze oggettive che si erano acquisite su di esso.

In effetti, da almeno un ventennio la scienza delle comunicazioni ammonisce sui rischi della *news-pollution*, ossia le notizie in esubero che invadono il mercato e che talvolta scacciano le buone. Saturo di informazioni, il bacino di utenza vive spesso una crisi di rigetto che può addirittura condurre alla negazione dell'esistenza del portafoglio di informazioni ritenute essenziali per un migliore svolgimento della propria attività produttiva, anche quando, in realtà, tali informazioni esistono ma sono offuscate dalla proliferazione di cifre ed opinioni non sempre caratterizzate da un elevato livello qualitativo.

Nel prospetto sottostante si riporta la cosiddetta "catena del valore", che identifica la sequenza logica con cui si dovrebbe passare dalla semplice disponibilità di "segnali" al concetto – forse solo metafisico – di "saggezza".

Catena del valore

Segnali → Dati → Informazioni → Conoscenza → Saggezza.

Nel dettaglio, con riferimento al settore del turismo, così importante per l'economia e la vita sociale italiana quanto dibattuto e controverso a causa della frequente carenza di informazioni affidabili e tempestive circa le tendenze attuali o future, ci si è chiesti a che punto della precedente catena si fosse giunti a metà dell'anno 2002, quindi quasi nel pieno della stagione estiva.

Lo stimolo verso una simile ricerca è scaturito nell'ambito della presentazione dell'undicesimo rapporto sul turismo italiano², laddove alcuni relatori hanno toccato – e, in alcuni casi, fortemente enfatizzato – il problema della arretratezza e della incompletezza dei dati disponibili, soprattutto con riferimento alla stagione estiva.

Inoltre, la stessa Commissione Europea è interessata alla definizione, identificazione e valutazione qualitativa delle fonti statistiche non ufficiali sul turismo, tanto che nel corso del 2002 ha finanziato uno studio, svolto dal CESD Madrid, finalizzato a redigere un manuale di riferimento per assistere i paesi (dell'area mediterranea) nella costituzione di un archivio di riferimento sulle fonti non ufficiali delle statistiche del turismo³.

Ciò premesso, la rassegna proposta nel prosieguo non ha, ovviamente, l'ambizione di infondere una forzata fiducia nell'ampiezza delle fonti statistiche sul turismo attualmente esistenti, ponendosi il più modesto obiettivo di fornire un'indicazione di massima circa "chi produce cosa e quando", aggiungendo, laddove possibile, informazioni sulla metodologia seguita per ricavare le informazioni diffuse.

Il quadro che emerge, che ci si limiterà a descrivere il più obiettivamente possibile, evidenzia ancora una volta la mancanza di organicità dell'attuale sistema informativo nazionale sul

¹ Le opinioni espresse nel documento sono da attribuirsi direttamente agli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'ISTAT. R. Gismondi ha curato in particolare i primi due paragrafi e le tabelle del paragrafo 8, A. P. M. Mirto ha curato il paragrafo 7, mentre i paragrafi 3, 4, 5 e 6 vanno attribuiti ad entrambi.

² Touring Club italiano, 2002a.

³ CESD Madrid – CE (1999), Reference guide on "Elaboration and organisation of a national inventory of non-official sources on tourism statistics".

turismo, che risulta peraltro ricco di attori in grado di fornire all'utenza diverse prospettive di analisi del turismo interno, nazionale ed internazionale. I problemi principali sembrano essere due:

1. la difficoltà, anche per un utente "esperto", di armonizzare le diverse fonti disponibili: come si vedrà, per diversi domini d'interesse coesistono anche più di due fonti statistiche;
2. la sostanziale mancanza di stime circa l'andamento dell'intero anno 2002 e la frammentarietà delle scarse stime disponibili circa l'andamento del periodo estivo.

Finora si è dato per scontato cosa si debba intendere per "fonte statistica". In linea generale, in questo contesto si è adottata una definizione piuttosto elastica, per cui si può dire che per "fonte" si è intesa qualunque entità che possa consentire di acquisire informazioni o dati che si riferiscono a fenomeni, avvenimenti o gruppi socio-economici, collocati in un ambito preciso e relativi ad un dato momento temporale⁴.

Sono state comunque escluse dalla rassegna le informazioni di dubbia provenienza, eccessivamente frammentarie o il cui significato risultasse ambiguo, che non di rado alimentano la *news-pollution* nel comparto dell'informazione statistica sul turismo. In particolare, si è richiesto, come ulteriore requisito minimale, che circa le fonti fosse disponibile una nota metodologica – per quanto breve – che consentisse di poter valutare l'affidabilità delle stime finali, quasi tutte ottenute sulla base di indagini campionarie. Come si vedrà, solo in un caso, tra quelli effettivamente analizzati, tale nota non è risultata disponibile.

In secondo luogo, occorre dare una definizione chiara ed univoca che definisca le fonti non ufficiali. Le fonti non ufficiali riguardano tutti quegli organismi, pubblici e privati, che non appartengono ad alcun ente del governo centrale o locale.

Esse possono riguardare, inoltre, operazioni basate sulla cattura, elaborazione, diffusione di dati strutturati secondo uno specifico campo di osservazione ed una determinata metodologia statistica. In altre parole tali fonti possono configurarsi in imprese o unità coinvolte in studi statistici, attività di marketing od indagini di opinione, associazioni di categoria e di settore (per alberghi, tour operators, agenzie di viaggio, corrieri, ecc.), organizzazioni di consumatori, università, fondazioni, associazioni sindacali ed altro.

Nonostante ci sia una definizione adottata a livello europeo o internazionale, la diversità esistente tra la struttura organizzativa ed istituzionale dei vari paesi genera una differenziazione notevole nelle fonti di riferimento ufficiali e non e nella linea di demarcazione tra queste.

In merito a tale aspetto, è utile ricordare come il problema del confronto tra le fonti nell'ambito delle statistiche del turismo sia bivalente, nel senso che oltre all'armonizzazione delle informazioni relative al "turismo italiano"⁵ sta assumendo sempre maggior rilevanza il problema dell'armonizzazione tra le fonti statistiche sul turismo relative a stati diversi. Può sembrare paradossale, ma tuttora nell'ambito dell'Unione Europea persistono seri problemi di comparabilità: ad esempio, lo stesso presidente di Federalberghi⁶ Bocca ha sottolineato di recente⁷ come per le statistiche francesi ogni straniero che varchi il confine è considerato turista – anche se non pernotta e non beve nemmeno un caffè – mentre per le statistiche italiane (come peraltro è giusto che sia) è conteggiato solo come escursionista.

Per facilitare la comprensione di alcuni termini tecnici inerenti alle statistiche del turismo, nel paragrafo 7 è stato inserito un glossario.

⁴ Zajczyk (1997, 51). Tale definizione, di impronta prettamente sociologica, deriva a sua volta dallo stesso significato figurato del termine "fonte", ossia "principio da cui qualcosa proviene".

⁵ Sia esso inteso come turismo interno, nazionale o internazionale. Per le definizioni in proposito si rimanda al glossario finale.

⁶ Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo.

⁷ Turismo d'Italia (2002, 27, 3).

2. Il panorama informativo sul turismo e le principali fonti esistenti

L'attenzione è stata focalizzata sui soli enti, pubblici o privati, che hanno prodotto dati inerenti al turismo (interno, nazionale o internazionale) con riferimento all'anno 2002 ed entro il 20 agosto di tale anno.

Le fonti informative, consultate nell'arco del periodo tra il 20 luglio ed il 20 agosto 2002, sono state soprattutto i siti Internet di istituzioni, enti e società private che, sulla base dell'elenco riportato sull'annuario del turismo 2002 (Touring Club Italiano, 2002) potrebbero produrre (e quasi sempre producono) dati quantitativi e/o qualitativi sul turismo. In aggiunta sono stati considerati i principali quotidiani a tiratura nazionale, le principali riviste di settore ed alcuni rapporti di ricerca diffusi in seminari, convegno o tavole rotonde settoriali.

Nella selezione delle fonti si è optato per l'inclusione dei soli enti che hanno effettivamente prodotto dati riferiti al 2002, con la sola eccezione dell'indagine sui viaggi e le vacanze degli italiani condotta correntemente dall'ISTAT, che è stata inclusa nella lista delle fonti, data la sua estrema rilevanza⁸, anche se al 20 agosto non aveva prodotto alcun dato sul 2002⁹.

Particolare attenzione è stata rivolta alla metodologia utilizzata per il reperimento delle informazioni prodotte. In realtà, come già ricordato nel paragrafo precedente, in un caso non è stato possibile poter ricavare tali informazioni: si tratta dell'indagine condotta in collaborazione tra Assoturismo, Confesercenti¹⁰ e CST¹¹.

Nel prospetto 2.1 seguente sono riepilogate le principali caratteristiche delle varie fonti, elencate in ordine alfabetico, con particolare riferimento ai domini di interesse ricoperti. Come si potrà constatare, anche con l'ausilio delle tavole riportate in appendice, l'output statistico fornito dalle fonti non ufficiali può essere di diverso tipo e corrispondente a differenti categorie di attività statistiche coinvolte nella elaborazione di:

- statistiche da archivi amministrativi;
- statistiche da indagini e sondaggi di opinione;
- censimenti o registri;
- sintesi (conti nazionali, tavole input-output);
- databases;
- altri studi (che riguardano il trattamento e diffusione di informazioni primarie già disponibili).

Le fonti statistiche più consolidate sono quelle originate dall'ISTAT e dall'Ufficio Italiano dei Cambi (UIC), ossia le cosiddette fonti statistiche *ufficiali*. Come noto, l'ISTAT conduce due indagini sull'offerta relative alle presenze turistiche interne¹² (il movimento nelle strutture ricettive e l'indagine rapida sugli alberghi) ed una indagine sulla domanda turistica, relativa al turismo nazionale, mentre l'UIC svolge, in collaborazione con la DOXA, l'indagine alle frontiere sul turismo internazionale.

Ovviamente la vastità della gamma di informazioni prodotte dalle suddette indagini, nonché la disponibilità di un'ampia documentazione metodologica derivano soprattutto dalla natura e dagli obiettivi istituzionali degli enti preposti. L'aumento delle informazioni raccolte e la riduzione dei ritardi nella diffusione sono ulteriori traguardi raggiunti negli ultimi anni e fortemente stimolati dall'EUROSTAT, l'ufficio statistico dell'Unione Europea.

⁸ In particolare, tale fonte statistica è chiamata a produrre una vasta gamma di dati sulla base delle richieste della Direttiva comunitaria sulle statistiche del turismo.

⁹ In effetti, sono risultati disponibili alcuni dati sul turismo nazionale al 5 settembre 2002.

¹⁰ Confesercenti è, in pratica, una diretta emanazione di Assoturismo.

¹¹ Centro di Studi Turistici di Firenze.

¹² Le statistiche sull'offerta turistica sono completate dalla rilevazione annuale sulla consistenza e la capacità delle strutture ricettive.

D'altra parte, come si vedrà, per le fonti statistiche ufficiali attualmente è proprio la tempestività a rappresentare un *gap* rispetto ad alte fonti informative che, sebbene più circoscritte in termini di varietà delle informazioni prodotte e non sempre impeccabili per quanto riguarda la disponibilità di note metodologiche, finiscono spesso con l'essere diffuse molto in anticipo.

In tutto sono state identificate 17 fonti statistiche, gestite (singolarmente o in collaborazione con altri enti) da 16 organismi.

L'analisi delle fonti non ufficiali riferite al turismo può essere utile al fine di affiancare le informazioni sulle statistiche ufficiali ed incontrare meglio specifiche esigenze degli utilizzatori. Il punto che comunque appare cruciale è quello della metodologia di base adoperata dalle fonti non ufficiali. E' noto, infatti, che le statistiche ufficiali adottano delle metodologie statistiche e dei criteri di qualità che sono riconosciuti a livello internazionale e, inoltre, risultano ben definiti negli atti normativi di riferimento (Direttive, Regolamenti e Decisioni del Consiglio dell'Unione Europea).

D'altra parte, la metodologia di base delle fonti non ufficiali è spesso poco conosciuta ed il livello di accuratezza delle informazioni non sempre è da ritenersi accettabile. Pertanto, dopo il primo passo decisivo relativo all'analisi delle fonti non ufficiali e delle relative classificazioni e metodologie adottate occorre valutare se effettivamente alcune delle fonti non ufficiali sono idonee ad essere utilizzate parallelamente a quelle ufficiali ed il grado di affidabilità attribuito ad ognuna di esse.

Una metodologia di riferimento standard per poter valutare adeguatamente i caratteri qualitativi di ogni fonte dovrebbe comportare la rassegna delle seguenti meta-informazioni:

- informazioni di base: data di inizio dello studio, dettaglio territoriale, unità statistica di rilevazione e di analisi, periodicità, *lag* temporale tra la rilevazione la divulgazione delle informazioni, tipo di diffusione (settoriale, generale), formato di diffusione, ultima pubblicazione disponibile;
- la metodologia di base adottata: indagine campionaria/censuaria, dimensione della popolazione/campione, metodo di raccolta dati;
- gli standard di qualità: tasso di risposta, metodi di imputazione delle non risposte, metodi statistici per ridurre le non risposte;
- una valutazione complessiva delle fonti non ufficiali e dei *gap* informativi di quelle ufficiali.

In pratica, per le fonti non ufficiali al momento si è potuto raccogliere solo una parte delle suddette informazioni: mentre nel prospetto 2.1 sono state riportate per esteso le principali note metodologiche, nel prospetto 2.2 ci si è limitati e riepilogare solo alcune caratteristiche: periodicità, tipo (campione o censimento, su famiglie o imprese), domini di interesse, tipologia delle strutture ricettive considerate, tipo di variabili raccolte (quantitative/qualitative) e principali canali di diffusione.

Sono state considerate come variabili qualitative quelle relative ad opinioni (ad esempio, tendenza all'aumento, alla stabilità o alla diminuzione).

La prima considerazione di rilievo che emerge è che solamente l'indagine ISTAT sul movimento clienti e l'indagine campionaria sugli alberghi da parte dell'AICA hanno periodicità mensile¹³. Questo aspetto è di notevole importanza per ribadire il ruolo fondamentale di una rilevazione censuaria, quale quella ISTAT che, pur con alcuni limiti, restituisce all'utente, con frequenza mensile, un'informazione a carattere congiunturale, sebbene con un ritardo medio (circa 90 giorni dall'ultimo mese di riferimento dei dati) ritenuto troppo elevato da diversi utilizzatori¹⁴.

¹³ Va però segnalato che dal 2002 anche l'UIC ha iniziato a diffondere stime mensili.

¹⁴ Tale ritardo è però quello massimo previsto dalla suddetta Direttiva comunitaria per i dati mensili provvisori.

Le informazioni a carattere trimestrale sono anch'esse prodotte da due fonti e precisamente: l'indagine campionaria dell'ISTAT sulle famiglie (domanda turistica) e l'indagine UIC alle frontiere.

Le informazioni prodotte con altre periodicità o a carattere occasionale sono molteplici; alcune non sono frutto di vere e proprie indagini, bensì di una opportuna rielaborazione di dati prodotti da altri enti (come nel caso della FIPE¹⁵) o di stime econometriche, come nel caso dei dati previsionali diffusi dal Ciset¹⁶ a febbraio di ogni anno.

Per ragioni comprensibili¹⁷, tutte le altre fonti si basano direttamente od indirettamente su indagini campionarie, ad eccezione della rilevazione dell'ISTAT sull'offerta turistica, che per la raccolta dei dati si basa però su una vasta rete territoriale di tipo amministrativo.

Il campo di osservazione delle fonti messe a confronto si riferisce in nove casi al turismo interno, in otto al turismo nazionale, in quattro al turismo internazionale e in due all'escursionismo. Cinque fonti producono poi informazioni riferite a più di un campo di osservazione.

Riguardo al tipo di alloggio, viene comunemente utilizzata una classificazione secondo tre tipologie aggregate: gli esercizi alberghieri, quelli complementari e gli alloggi privati¹⁸. Tutte le fonti considerate prendono in esame gli esercizi alberghieri ad eccezione della associazione che si occupa del comparto delle strutture all'aria aperta (FAITA¹⁹).

Un'altra considerazione di carattere generale riguarda le unità di rilevazione utilizzate in queste indagini. Sei indagini si basano su inchieste dirette presso le strutture ricettive collettive (alberghi, campeggi ed altre): le indagini ISTAT sull'offerta turistica e sull'attività alberghiera, l'indagine AICA²⁰, l'indagine FAITA, l'indagine congiunturale Ciset e quella Unioncamere/ISNART. Tre rilevazioni sono condotte presso agenzie di viaggio e/o tour operators: Trademark (operatori), Mercury²¹, FIAVET²². Infine, quattro indagini sono condotte su campioni di famiglie italiane: UIC, domanda turistica ISTAT, Trademark/Sociometrica, Federalberghi/Cirm.

Quattordici fonti rilevano variabili qualitative e tredici variabili quantitative; in nove casi le fonti producono dati di entrambe le tipologie (tra queste, due delle tre indagini ISTAT).

Il canale di diffusione utilizzato da tutte le fonti è Internet, che peraltro in tre casi è il solo canale utilizzato; in dieci casi si fa ricorso ad un comunicato stampa (o, nel caso dell'ISTAT, ad un prodotto simile quali le "statistiche in breve"), mentre in nove casi si utilizzano pubblicazioni di settore. L'osservatorio sui consumi CENTAX ha diffuso i propri dati anche sui quotidiani, mentre Trademark ha presentato le sue ricerche nell'ambito della Borsa Internazionale del Turismo (BIT) tenutasi a Milano a metà febbraio 2002, risultando in tal modo, oltre al Ciset, anche la fonte più tempestiva, sebbene di tipo esclusivamente previsionale. ISTAT, Mercury e UIC sono gli unici enti a diffondere dati sul turismo sfruttando tutti i canali, ossia Internet, comunicati stampa e pubblicazioni specialistiche.

¹⁵ Federazione Italiana Pubblici Esercizi.

¹⁶ Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica.

¹⁷ Alla fine del 2001 in Italia risultavano operanti circa 128.000 strutture ricettive ufficiali, di cui circa 33.400 alberghiere (ISTAT, 2003), nonché circa 7.000 agenzie di viaggi (Touring Club Italiano, 2002), il che rende obbligata la scelta di rilevazioni campionarie.

¹⁸ Cfr. i paragrafi 5 e 7.

¹⁹ Federazione delle Associazioni Italiane dei Complessi turistico-ricettivi all'Aria aperta.

²⁰ Associazione Italiana Catene Alberghiere.

²¹ La società Mercury di Firenze cura da diversi anni la preparazione del "Rapporto annuale sul turismo italiano", giunto nel 2002 alla sua dodicesima edizione.

²² Federazione Italiana Agenzie Viaggi e Turismo.

Prospetto 2.1 – Lista delle fonti utilizzate e principali caratteristiche metodologiche

AICA
L'Associazione Italiana Catene Alberghiere elabora mensilmente dati sul tasso di occupazione delle camere d'albergo e sui ricavi medi per camera occupata sulla base di un campione di 155 alberghi.
Assoturismo–Confesercenti–CST
La metodologia delle stime prodotte e commentate non è disponibile.
CISET – Indagine congiunturale
Indagine campionaria congiunturale realizzata due volte all'anno (aprile ed ottobre) presso un campione rappresentativo di imprese turistiche italiane (l'edizione di giugno 2002 è la ventitreesima). L'obiettivo è di misurare le aspettative degli operatori turistici italiani circa l'andamento della stagione turistica in avvio (estiva: maggio-ottobre; invernale: novembre-aprile). Gli operatori appartengono ai principali settori dell'industria turistica (catene alberghiere, alberghi, altre strutture ricettive, aziende termali, tour operator, agenzie di viaggio, ristoranti e <i>catering</i> , società gestione aeroporti, società di trasporto su strada, crociere, nautica da diporto, settore ricreativo, settore pubblico, associazioni private, organizzazioni fieristiche e congressuali, attività complementari).
CISET – Modello TRIP
Il modello TRIP (TouRism International Panel) è realizzato dal CISET – Università Cà Foscari di Venezia con la Fondazione Eni Enrico Mattei. Il modello viene utilizzato due volte all'anno per produrre previsioni circa le partenze e gli arrivi dei turisti da e verso l'Italia, prendendo in considerazione i 21 principali paesi di origine/destinazione dei flussi turistici.
ENIT-Assoturismo–Confesercenti–CST
La metodologia delle stime prodotte e commentate non è disponibile.
FAITA
La FAITA (Federazione Associazioni Italiane Turismo all'Aria aperta) commissiona da due anni (2000 e 2001) la preparazione di un rapporto sul turismo nei campeggi e nei villaggi turistici (realizzato da Mercury) finalizzato a raccogliere informazioni strutturali, quantitative (flussi turistici) ed economiche sulle imprese operanti in questa tipologia di settore ricettivo in Italia. In aggiunta, è stato costituito uno speciale osservatorio sul turismo all'aria aperta, con la finalità di valutare anche le tendenze in atto e fornire alcune previsioni per la stagione futura.
Federalberghi-CIRM
Indagine campionaria sul turismo estivo svolta da Federalberghi con il supporto tecnico dell'istituto CIRM. Dal 21 al 28 giugno 2002 sono state effettuate 906 interviste telefoniche con il sistema C.A.T.I. presso un campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne (47 milioni di individui).
FIAVET
Si hanno poche informazioni sull'indagine svolta, che dovrebbe aver comunque riguardato un campione di agenzie di viaggio nazionali.
FIPE
La Federazione Italiana Pubblici Esercizi – che rappresenta circa 200mila imprese tra bar, ristoranti, discoteche e stabilimenti balneari – ha effettuato un'analisi sul turismo estivo nel 2002, basata essenzialmente su una serie di stime derivate da dati ISTAT, UIC e dal Rapporto sul Turismo Italiano presentato il 18 luglio 2002.
ISTAT - Offerta turistica
Le statistiche sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi vengono elaborate regolarmente dall'ISTAT a partire dal 1957 e si riferiscono al turismo interno. Costituiscono oggetto dell'indagine: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> gli arrivi e le presenze dei clienti negli esercizi ricettivi; <input type="checkbox"/> la provenienza dei clienti, indicata dalla provincia di residenza per i clienti italiani e dal paese di residenza per quelli esteri. <p>Ogni mese tali dati vengono rilevati su tutte le strutture ricettive ufficiali, alberghiere ed complementari, con esclusione dunque degli alloggi privati (case, camere) non gestiti in forma imprenditoriale. Nella rilevazione l'ISTAT si avvale, come organi periferici, delle strutture di promozione pubblica del turismo (ovvero Aziende di Promozione Turistica, Enti Provinciali del Turismo, Aziende Autonome di Soggiorno, Cura e Turismo), che ricevono giornalmente dagli esercizi ricettivi i dati sul movimento dei clienti (arrivi e presenze) sulla base dei modelli C59 compilati dai gestori delle strutture e trasmettono mensilmente all'ISTAT i modelli riassuntivi (CTT/1) in forma aggregata per l'ambito territoriale di loro competenza. I principali risultati della rilevazione riguardano il movimento clienti (presenze e arrivi) secondo le seguenti modalità di classificazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> la specie, il tipo e la categoria degli esercizi; <input type="checkbox"/> l'ambito territoriale di riferimento (regione, provincia, comune e località turistiche); <input type="checkbox"/> il mese di rilevazione; <input type="checkbox"/> il paese di provenienza.

<p>L'ISTAT provvede, inoltre, al calcolo degli indici di utilizzazione dei letti nelle strutture alberghiere. A livello territoriale, il dettaglio dei dati rilevati e pubblicati è:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> comunale, per il complesso degli esercizi alberghieri, per le altre tipologie di alloggio complementare e per le case e camere private; <input type="checkbox"/> provinciale, per gli alberghi suddivisi per categoria e per le altre strutture (ostelli della gioventù, rifugi alpini, case per ferie e altri esercizi previste da normative regionali). <p>Parallelamente a tale rilevazione l'ISTAT conduce anche la rilevazione annuale sulla consistenza delle strutture ricettive, con dettaglio comunale delle informazioni raccolte (numero, posti letto ed altre caratteristiche strutturali).</p>
<p>ISTAT - Indagine rapida</p> <p>L'indagine rapida è una rilevazione campionaria sugli alberghi italiani operativa dal 1989, condotta in concomitanza delle principali festività (Natale, Pasqua e Ferragosto). I risultati vengono diffusi dopo circa un mese dal periodo di riferimento tramite comunicato stampa, accessibile anche via Internet. L'indagine si pone tre obiettivi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. fornire un'anticipazione - per quanto limitata al solo comparto alberghiero - circa la dinamica più recente degli arrivi e delle presenze di italiani e stranieri; 2. cogliere l'effettiva stagionalità del movimento dei clienti, non analizzabile in modo esaustivo tramite le sole serie storiche mensili disponibili sulla base della rilevazione sul movimento dei clienti; 3. rilevare informazioni su aspetti poco indagati inerenti l'attività ricettiva (prenotazioni e tendenze, dotazioni informatiche, adesione a forme di associazionismo, distribuzione del fatturato per servizio offerto, impatto ambientale, tipologia di turismo, tipologia di viaggio, nazionalità di provenienza dei turisti). <p>Il campione teorico è composto da 2.000 alberghi, diffusi su tutto il territorio nazionale, estratti secondo un disegno campionario stratificato a due stadi, che ha previsto come unità di primo stadio le province e come unità di secondo stadio gli esercizi. L'archivio di riferimento da cui è stato estratto il campione è quello dell'ENIT.</p>
<p>ISTAT - Domanda turistica</p> <p>La domanda di turismo espressa dagli italiani viene attualmente rilevata dall'ISTAT attraverso l'indagine trimestrale telefonica C.A.T.I. 'Viaggi e Vacanze'. L'indagine, condotta con continuità a partire dal 1997, è realizzata su un campione nazionale annuo di 14.000 famiglie (3.500 per trimestre) ed ha l'obiettivo di quantificare e analizzare i flussi turistici dei residenti in Italia, sia all'interno del Paese che all'estero, oltre che di fornire informazioni circa le modalità di effettuazione dei viaggi e le caratteristiche socio-demografiche dei turisti. I periodi di osservazione sono i trimestri gennaio-marzo, aprile-giugno, luglio-settembre e ottobre-dicembre. Per ciascun periodo vengono rilevate informazioni sui viaggi con almeno un pernottamento realizzati dai residenti e conclusi nel trimestre, indipendentemente dalla loro data di inizio. I principali obiettivi dell'indagine riguardano questi aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • il volume dei movimenti turistici (domestici e outgoing) • le modalità di effettuazione dei viaggi • il profilo del turista secondo le caratteristiche socio-demografiche • la spesa turistica <p>distinguendo il complesso delle informazioni nelle tre seguenti tipologie di soggiorno: viaggi per "vacanza di lunga durata"; viaggi per "vacanza di breve durata"; viaggi per "lavoro".</p> <p>Si elencano nel dettaglio le principali informazioni oggetto di rilevazione.</p> <p><u>Informazioni familiari</u>: Numero di componenti, Regione, provincia e comune di residenza.</p> <p><u>Informazioni individuali</u>: Sesso, Anno di nascita, Stato civile, Anno di matrimonio (se coniugato), Cittadinanza, Titolo di studio, Condizione e Posizione professionale, Settore di attività economica, Relazione di parentela, Numero di viaggi per motivi professionali e non effettuati nel trimestre, Motivo per il quale non sono stati effettuati viaggi.</p> <p><u>Informazioni per singolo viaggio</u>: motivo del viaggio, tipologia della vacanza, località di destinazione (principale; dal 1998 anche destinazioni secondarie fino al massimo di 3), data di inizio del viaggio, durata del viaggio, organizzazione del viaggio, mezzo di trasporto (principale), alloggio (principale), altri partecipanti al viaggio (sia conviventi nella famiglia che esterni ad essa), spese sostenute per il viaggio.</p>
<p>Mercury</p> <p>Tra inizio maggio e metà giugno 2002 è stata realizzata un'indagine presso un campione di agenzie di viaggio per raccogliere previsioni circa l'andamento della stagione estiva. Sono state realizzate 618 interviste telefoniche ed è stato coperto l'intero territorio nazionale. (sei agenzie di viaggio per ogni provincia italiana, di cui tre nel capoluogo di provincia e tre in altre località significative).</p>
<p>Trademark (operatori)</p> <p>Ricerca svolta dal 28 gennaio al 10 marzo 2002. E' stato sottoposto al campione un questionario precedentemente testato su un campione di 22 tour operator e agenzie di viaggio. Sono stati intervistati 76 tour operator di varia dimensione (31 direttamente e 45 tramite intervista telefonica diretta) e 181 agenzie di viaggio (questionari per e-mail o fax). Criteri di selezione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour operator: dimensione ed almeno 10 anni di attività. • Territorialità: è stato coperto l'intero territorio nazionale. • Tipo di prodotto offerto: selezionati operatori che propongono destinazioni di viaggio balneare e culturale.

<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di mercato: incoming e outgoing. • Volume d'affari: sono stati selezionati gli operatori più grandi.
Trademark–Sociometrica (famiglie)
L'indagine è stata realizzata sulla base di 2.018 interviste telefoniche somministrate ad un campione di residenti in Italia con età superiore ai 18 anni, nell'ultima settimana del mese di gennaio e nella prima di febbraio 2002.
UIC - Indagine alle frontiere
<p>L'indagine, di tipo campionario, viene svolta per conto dell'Ufficio Italiano Cambi presso un campione di frontiere nazionali ed è mirata alla misurazione di variabili connesse con il viaggiatore, il viaggio e la spesa realizzata nell'ambito della durata dello spostamento. E' operativa a regime dal 1997 e si basa su un campione di circa 160.000 interviste annuali, realizzate in non meno di 60 posti di frontiera, di cui circa il 47% stradali, il 39% aeroportuali, l'8% ferroviari ed il restante 6% portuali. Il campione è stratificato sulla base di cinque variabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> • direzione del traffico (inbound e outbound); • tipo di frontiera (le 4 tipologie menzionate); • punto di frontiera (62 punti complessivi, 27 stradali, 17 aeroportuali, 10 portuali e 8 ferroviari); • giorno di raccolta (i giorni del mese); • periodo della giornata (3 ondate in tutto). <p>Le interviste, del tipo face to face, sono condotte alla fine della vacanza, dato che in tal modo è possibile rilevare la spesa effettivamente realizzata.</p> <p>Tra i principali caratteri rilevati si ricordano: sesso, età occupazione, paese, provincia, motivo del viaggio, posti visitati, notti, tipo di alloggio, caratteri degli altri componenti il nucleo in viaggio diversi dal rispondente, spesa prima di lasciare il proprio paese e nel paese visitato, livello di soddisfazione, posto visitato se diverso dall'Italia.</p>
Unioncamere-ISONART
Rilevazione campionaria di Unioncamere-ISONART (Istituto nazionale ricerche turistiche) sulle strutture ricettive italiane. Lo studio si è proposto di rilevare, attraverso questionari diretti ai gestori delle strutture ricettive, l'effettiva presenza dei turisti. Il campione è costituito da 500 aziende operanti nel settore ricettivo (alberghi, agriturismi, terme, villaggi, campeggi) per un totale di quasi 40 mila posti letto.

Prospetto 2.2 – Alcune caratteristiche delle fonti statistiche sul turismo nel 2002

FONTI	Periodicità	Tipo	Dominio	Tipologia di alloggi considerati	Tipo variabili	Canali di diffusione
AICA	Mensile	Campionaria su alberghi	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo interno 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alberghi 	Quantitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet
Assoturismo–Confes.-CST	Occasionale?	Campionaria	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo interno ○ Turismo nazionale ○ Altro 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Quantitative e qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Comunicato stampa
CISSET – Ind. congiunturale	Semestrale	Campionaria su operatori settore HO.RE.CA.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari 	Qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Comunicato stampa
CISSET – Modello TRIP	Annuale	Stima econometrica	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo internazionale da e verso l'Italia ○ Escursionismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Quantitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Comunicato stampa • Pubblicazioni di settore
ENIT-Assot.-Confes.-CST	Occasionale	Campionaria	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo nazionale ○ Turismo internazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Quantitative e qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Comunicato stampa

FAITA	Annuale	Rapporto di ricerca e osservatorio sul turismo	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Campeggi e villaggi turistici 	Qualitative e quantitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Pubblicazione di settore
Federalberghi-CIRM	Stagionale	Campionaria su famiglie (telefonica)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo nazionale ○ Turismo interno ○ Altro 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Quantitative e qualitative	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet
FAIVET	Occasionale	Campionaria su agenzie di viaggi	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo nazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet
FIPE	Occasionale	Rapporto di ricerca e osservatorio sul turismo	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo interno ○ Altro 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Quantitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Comunicato stampa
ISTAT - Offerta turistica	Mensile	Censuaria su unità locali	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati in forma imprenditoriale 	Quantitative	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet ▪ Pubblicazioni di settore • statistiche in breve
ISTAT - Indagine rapida	Stagionale	Campionaria su unità locali	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi 	Quantitative e qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicato stampa • Internet • Pubblicazioni di settore
ISTAT - Domanda turistica	Trimestrale	Campionaria su famiglie	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo nazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Quantitative e qualitative	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet ▪ Pubblicazioni di settore • statistiche in breve
Mercury	Occasionale	Campionaria su agenzie di viaggi	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo nazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Comunicato stampa • Pubblicazione di settore
Trademark (operatori)	Occasionale	Campionaria su operatori	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo nazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • BIT 2002 • Pubblicazione d settore
Trademark –Sociometrica (famiglie)	Occasionale	Campionaria su famiglie	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo nazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Quantitative e qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • BIT 2002 • Pubblicazione d settore
UIC - Indagine alle frontiere	Trimestrale	Campionaria su famiglie	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo internazionale da e verso Italia ○ Escursionismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Quantitative e qualitative	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet ▪ Pubblicazioni di settore
Unioncamere-ISNART	Occasionale	Campionaria su alberghi e complementari	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari 	Quantitative e qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Comunicato stampa
Osservatorio sui consumi CENTAX	Occasionale	Campionaria su individui	<ul style="list-style-type: none"> ○ Turismo internazionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberghi • Complementari • Alloggi privati 	Qualitative	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Quotidiani

3. Riepilogo delle principali informazioni raccolte

Le schede contenenti, per ogni fonte e per ogni argomento, tutte le variabili raccolte sono state elencate nel paragrafo 8.

In questo paragrafo è stata invece inserita la tabella 3.1, in cui ogni fonte è stata incrociata con un sottoinsieme delle variabili raccolte nel complesso, che però contiene, con poche eccezioni, le 20 informazioni di maggiore rilievo, elencate nel prospetto 3.1 seguente. In sostanza, oltre alla tempestività dei dati, che di per sé rappresenta un importante fattore qualitativo, sono stati presi in esame questi aspetti:

- a) quantificazione dei flussi di arrivo e presenza;
- b) dettaglio per tipo di alloggio utilizzato;
- c) dettaglio per nazionalità;
- d) dettaglio per motivazione del viaggio;
- e) dettaglio per zona di destinazione;
- f) spesa turistica.

Gli incroci sono stati contrassegnati con una “A” se vengono rilevate quantità e variazioni, con una “B” se vengono rilevate solo le variazioni e con una “C” se la sola informazione disponibile si riferisce ad una composizione percentuale.

Dal primo colpo d’occhio appare subito evidente come si passi dalla fonte in grado di fornire una gamma completa di informazioni quantitative con aggiornamento al mese di maggio, ossia l’UIC, alla fonte ISTAT-domanda che, invece, al 20 agosto 2002 non aveva ancora prodotto informazioni relative a tale anno.

Tutte le altre fonti sono specializzate nel fornire informazioni su particolari aspetti dell’economia turistica, con parziale eccezione per Federlaberghi-CIRM, che però, come già ricordato, ha aggiunto ad un proprio sondaggio diretto un *collage* di dati derivati da altre fonti.

Prospetto 3.1 – Le principali informazioni raccolte

Codice	Legenda
0	Ultimo mese di disponibilità dei dati (Es=estate)
1	Arrivi totali
2	Presenze totali
3	Arrivi-viaggi italiani/stranieri
4	Presenze italiani/stranieri
5	Arrivi-viaggi per nazionalità (dettaglio)
6	Presenze per nazionalità (dettaglio)
7	Arrivi-viaggi per tipo di alloggio ufficiale
8	Presenze per tipo di alloggio ufficiale
9	Arrivi-viaggi negli alloggi privati
10	Presenze negli alloggi privati
11	Arrivi-viaggi per motivazione/tipo località
12	Presenze per motivazione/tipo località
13	Arrivi-viaggi per area geografica di destinazione
14	Presenze per area geografica di destinazione
15	Arrivi-viaggi per regione/stato di destinazione
16	Presenze per regione/stato di destinazione
17	Spesa turistica degli italiani
18	Spesa turistica degli stranieri
19	Altri dati

Un’ulteriore considerazione che emerge è con riferimento alla tempestività. Dalla prima colonna della tabella risulta infatti il ritardo con cui le diverse tipologie di dati vengono diffusi. A tal proposito, le fonti statistiche ufficiali (indagini ISTAT ed UIC) scontano un ritardo nei dati

effettivamente più elevato delle altre fonti (i dati sono aggiornati ad aprile), ma ciò è spiegato dal fatto che si basano su indagini censuarie (nel caso dell'indagine sul movimento clienti) o campionarie, ma estremamente complesse (indagine UIC alle frontiere), ed inoltre rilevano e divulgano una gamma più ampia di informazioni quantitative rispetto alle altre fonti.

In effetti, l'indagine ISTAT sul movimento clienti e l'indagine UIC alle frontiere diffondono un ampio ventaglio di informazioni di natura quantitativa sia di livello (A) che di variazione (B). Per quanto riguarda i dati di variazione (B) esistono però altre fonti che investono solo parzialmente il complesso campo di osservazione.

Possiamo classificare le variabili quantitative in sei grandi categorie ed in relazione ad esse analizzare la disponibilità delle fonti:

- a) Informazioni quantitative di base (arrivi e presenze di italiani e stranieri): sono rilevate a livello quantitativo dall'indagine ISTAT-offerta e dall'UIC; invece, i dati di variazione per le stesse variabili vengono forniti dall'indagine congiunturale del Ciset e per diversi periodi di rilevazione dall'indagine rapida dell'ISTAT, infine, per un campo di osservazione più limitato dalla FAITA.
- b) Informazioni quantitative sulle nazionalità straniere: vengono forniti dall'UIC e dal modello Trip del Ciset, dati di variazione e composizioni percentuali sono stimati rispettivamente da ENIT²³ e Assoturismo.
- c) Informazioni sulle categorie di alloggi collettivi: in accordo alle nomenclature EUROSTAT sono fornite soltanto dalle indagini ISTAT (offerta e domanda) e dall'UIC, mentre, come noto, i dati sugli alloggi privati sono raccolti soltanto attraverso le statistiche sulle famiglie (domanda ISTAT e UIC).
- d) Informazioni sulle motivazioni del viaggio e la tipologia di località visitata: sono rilevate dalle indagini UIC e ISTAT-domanda. Anche fonti di istituti di ricerca quali Trademark e associazioni come FAITA e Assoturismo stimano dati di variazione o di composizione.
- e) Dettaglio territoriale: molte delle indagini divulgano dati per area geografica, anche se informazioni a livello regionale e subterritoriale possono desumersi a consuntivo (dai dati definitivi dell'indagine offerta ISTAT) ovvero dai dati sulla domanda turistica ed UIC.
- f) Spesa turistica: l'AICA, Trademark, FAITA e FIPE rilevano tali dati in aggiunta alle note fonti ufficiali.

Con riferimento ai dati di natura qualitativa occorre sottolineare che le principali fonti disponibili sono l'indagine rapida dell'ISTAT sull'attività alberghiera, l'indagine di Sociometrica, di Mercury e di FIAVET.

In sintesi, immaginiamo che un utilizzatore di statistiche sul turismo si chieda, il 20 di agosto, dove poter reperire informazioni quantitative circa l'andamento della stagione estiva, sia per il turismo interno che per quello nazionale e per il complesso delle strutture ricettive, in termini di arrivi e/o presenze. Ebbene, nessuna fonte di quelle disponibili è in grado di fornire le informazioni richieste, con parziale eccezione di Unioncamere-ISNART, che produce dati qualitativi oppure variazioni percentuali su dati quantitativi, mentre FAITA produce dati riferiti solo ai campeggi ed ai villaggi turistici e FIAVET variazioni su dati qualitativi.

Se la stessa domanda si riferisse ad un generico mese estivo, alcune informazioni, peraltro frammentarie, sono però disponibili dalle fonti Federalberghi-CIRM, Assoturismo-Confesercenti-CST e FIPE.

Infine, il Ciset rappresenta l'unica fonte in grado di fornire stime sugli arrivi turistici, sulla base del modello econometrico TRIP.

²³ Ente Nazionale Italiano per il Turismo.

4. Alcuni approfondimenti

Nelle tabelle da 4.1 a 4.6 viene fornito un dettaglio maggiore rispetto alla tabella 3.1, tramite il quale è stato possibile focalizzare ancora di più l'attenzione sui sei aspetti già menzionati nel paragrafo precedente, ossia: i flussi turistici nel complesso; i flussi per tipo di alloggio; i flussi per motivazione del viaggio e/o tipo di località; i flussi per regione di destinazione; i flussi per nazionalità o stato di destinazione; la spesa turistica.

In particolare, dall'analisi congiunturale dei flussi turistici nel complesso (tabella 4.1) risulta evidente come attraverso la pluralità di fonti in esame si riesca ad avere un quadro del turismo italiano abbastanza completo, anche se in pratica non è sempre facile confrontare dati prodotti da fonti indipendenti, che potrebbero non risultare del tutto coerenti. Ad esempio, se si vuole analizzare il turismo interno negli alberghi, è possibile consultare l'indagine ISTAT sull'offerta turistica a livello mensile, che fornisce il dato di riferimento ufficiale e disaggregato per le principali variabili di riferimento. Ad essa si affiancano altre fonti, quali l'indagine rapida sull'attività alberghiera limitatamente ai periodi di picco, o le stime di Federalberghi, che si focalizzano essenzialmente sulle presenze (e non sugli arrivi) negli esercizi alberghieri (ma non negli alloggi privati). Inoltre, per periodi particolari dell'anno come la stagione estiva è possibile affiancare altre fonti che producono indici di variazione: Unioncamere-ISONART, Assoturismo-Confesercenti-CST, FAITA e FIPE (che produce anche ammontari assoluti).

D'altra parte, in merito al turismo nazionale sussistono solo due fonti: l'indagine sulle famiglie italiane che vanno in vacanza, condotta trimestralmente dall'ISTAT e che riporta informazioni piuttosto dettagliate per le numerose variabili di riferimento, e le stime di Federalberghi, sebbene limitatamente alla stagione estiva.

Infine, il turismo internazionale può essere valutato facendo riferimento all'indagine UIC alle frontiere per conoscere il dettaglio mensile, nonché attraverso le stime annuali del Ciset e dell'ENIT.

Va notato come solo nella metà dei casi si disponga di stime quantitative sul totale dei flussi, mentre nella maggior parte dei casi le fonti analizzate sono in grado di fornire il dettaglio per nazionalità (italiano/straniero) ed includono anche gli alloggi privati. Quest'ultimo aspetto è purtroppo uno dei principali limiti delle indagini ISTAT condotte dal lato dell'offerta, sebbene restano molto dubbi su come le fonti non ufficiali possano riuscire a stimare in modo ragionevole i flussi turistici non transitanti per alberghi e strutture complementari.

L'analisi dei flussi turistici per tipo di alloggio (tabella 4.2) può essere valutata attraverso un numero più ridotto di fonti: oltre alle fonti ufficiali (ISTAT e UIC), troviamo solo Federalberghi-CIRM, Assoturismo-Confesercenti-CST e (parzialmente) FIAVET. In particolare, ISTAT-offerta fornisce dati solo per una parte degli alloggi privati²⁴.

Nel complesso, con riferimento alla ventilazione dei flussi turistici per tipo di alloggio le tre principali fonti statistiche ufficiali (ISTAT-domanda, ISTAT-offerta e UIC) sono in grado di fornire una gamma di informazioni abbastanza completa, a cui le altre fonti non aggiungono, se non occasionalmente, dettagli di rilievo, pur risultando in qualche caso più tempestive.

²⁴ Non sono quindi incluse nei dati prodotti correntemente le presenze negli alloggi privati non dati in affitto, ossia gli alloggi di proprietà, gli alloggi ceduti a titolo gratuito da parenti o amici e gli altri alloggi privati.

Tabella 4.1 – Analisi congiunturale dei flussi turistici nel complesso

1 – FLUSSI TURISTICI NEL COMPLESSO										
FONTE	Ultimo Anno	Tipo di turismo	Periodo	Tipo di alloggio			Tipo di variabile			Dettaglio italiani/ stranieri
				Albergo	Complementare	Alloggio privato	Totale	Var.	Var. %	
ISTAT - Offerta turistica	2002	Interno	1-4	X	X	X(p)	Q	Q	Q	X
ISTAT - Indagine rapida	2002	Interno	Pasqua	X					Q	X
		Interno	5-7	X				O		X
ISTAT - Domanda turistica	2001	Nazionale	1-12	X	X	X	Q	Q	Q	X
UIC - Indagine alle frontiere	2002	Internazionale	1-5	X	X	X	Q	Q	Q	X
Federalberghi-CIRM	2002	Interno	1-6	X	X		Q	Q	Q	X
		Nazionale	6-9	X	X	X	Q	Q	Q	
Unioncamere-ISNART	2002	Interno	Estate	X					Q	X
CISSET – Ind. congiunturale	2002	Interno	1-12	X	X	X			O	X
CISSET – Modello TRIP	2002	Internazionale	1-12	X	X	X	Q	Q	Q	X
Assoturismo–Confes.–CST	2002	Interno	Agosto	X	X				Q	
ENIT-Assot.-Confes.-CST	2002	Internazionale	1-12	X	X	X			Q	
FAIVET	2002	Interno	1-12	X					Q	
FAITA	2002	Interno	Estate		X(p)				Q	
FIPE	2002	Interno	Estate	X	X	X	Q		Q	X

Tabella 4.2 – Analisi congiunturale dei flussi turistici per tipo di alloggio

2 – FLUSSI PER TIPO DI ALLOGGIO										
FONTE	Ultimo Anno	Tipo di turismo	Periodo	Tipo di alloggio			Tipo di variabile			Dettaglio italiani/ stranieri
				Albergo	Complementare	Alloggio privato	Totale	Var.	Var. %	
ISTAT - Offerta turistica	2002	Interno	1-5	X	X	X(p)	Q	Q	Q	X
ISTAT - Indagine rapida	2002	Interno	Pasqua	X					Q	X
		Interno	5-7	X				O		X
ISTAT - Domanda turistica	2001	Nazionale	1-12	X	X	X	Q	Q	Q	
UIC - Indagine alle frontiere	2002	Internazionale	1-5	X	X	X	Q	Q	Q	X
Federalberghi-CIRM	2002	Nazionale	Estate	X	X	X	Q(c%)		Q	
Assoturismo–Confes.–CST	2002	Interno	Agosto	X	X				Q	
FAIVET	2002	Nazionale	Estate		X(p)			O		

Tabella 4.3 – Analisi congiunturale dei flussi turistici per motivazione e/o tipo di località

3 – FLUSSI PER MOTIVAZIONE E/O TIPO DI LOCALITA'										
FONTE	Ultimo Anno	Tipo di turismo	Periodo	Tipo di alloggio			Tipo di variabile			Dettaglio italiani/ stranieri
				Albergo	Complementare	Alloggio privato	Totale	Var.	Var. %	
ISTAT - Offerta turistica	2001	Interno	1-12	X	X	X(p)	Q	Q	Q	X
ISTAT - Indagine rapida	2002	Interno	Pasqua	X					Q	X
ISTAT - Domanda turistica	2001	Nazionale	1-12	X	X	X	Q	Q	Q	
UIC - Indagine alle frontiere	2002	Internazionale	1-5	X	X	X	Q	Q	Q	X
Federalberghi-CIRM	2002	Nazionale	1-12	X	X	X	Q(c%)	Q	Q	
Assoturismo–Confes.–CST	2002	Interno	Estate	X	X				Q	
ENIT-Assot.-Confes.-CST	2002	Nazionale	1-12	X	X	X			Q	
		Internazionale	1-12	X	X	X			Q	
Trademark (operatori)	2002	Nazionale	Estate	X	X	X	O(c%)			
Mercury	2002	Nazionale	1-12	X	X	X	O(c%)			
FAIVET	2002	Nazionale	Estate	X	X	X	Q(c%)			
FIPE	2002	Interno	Estate	X	X		Q			
Osservatorio CENTAX	2002	Internazionale	1-12	X	X	X	Q(c%)			

X: presenza o assenza – Q: dato quantitativo – O: opinioni – (p): “solo in parte” – (c%): “composizione percentuale”.

Tabella 4.4 – Analisi congiunturale dei flussi turistici per regione di destinazione

4 – FLUSSI PER REGIONE DI DESTINAZIONE										
FONTE	Ultimo Anno	Tipo di turismo	Periodo	Tipo di alloggio			Tipo di variabile			Dettaglio italiani/ stranieri
				Albergo	Complementare	Alloggio privato	Totale	Var.	Var. %	
ISTAT - Offerta turistica	2001	Interno	1-12	X	X	X(p)	Q	Q	Q	X
ISTAT - Indagine rapida (1)	2002	Interno	Pasqua	X					Q	X
ISTAT - Domanda turistica	2001	Nazionale	1-12	X	X	X	Q	Q	Q	
UIC - Indagine alle frontiere	2002	Internazionale	1-5	X	X	X	Q	Q	Q	X
Federalberghi	2002	Nazionale	Estate	X	X	X	Q(c%)			
ENIT-Assot.-Confes.-CST	2002	Nazionale	1-12	X	X	X	Q(c%)			
Trademark (operatori)	2002	Nazionale	Estate	X	X		O(c%)	O		
Trademark-Sociometrica	2002	Nazionale	1-12	X	X	X			Q	
Mercury	2002	Nazionale	1-12	X	X		O(c%)			
FIAVET	2002	Nazionale	Estate	X	X	X		O		
FIPE (1)	2002	Nazionale	8	X	X	X	Q			
		Internazionale	8	X	X	X	Q			

(1) Si tratta di dati per ripartizione geografica.

Tabella 4.5 – Analisi congiunturale dei flussi turistici per nazionalità o stato di destinazione

5 – FLUSSI PER SINGOLA NAZIONALITA' O STATO DI DESTINAZIONE										
FONTE	Ultimo Anno	Tipo di turismo	Periodo	Tipo di alloggio			Tipo di variabile			Livello di Dettaglio
				Albergo	Complementare	Alloggio privato	Totale	Var.	Var. %	
ISTAT - Offerta turistica	2001	Interno	1-12	X	X	X(p)	Q	Q		Alto
ISTAT - Indagine rapida	2002	Interno	Pasqua	X			Q(c%)			Basso
ISTAT - Domanda turistica	2001	Nazionale	1-12	X	X	X	Q	Q	Q	Alto
UIC - Indagine alle frontiere	2002	Nazionale	1-5	X	X	X	Q	Q	Q	Alto
		Internazionale	1-5	X	X	X	Q	Q	Q	Alto
Ciset – Modello TRIP	2002	Internazionale	1-12	X	X	X	Q	Q	Q	Basso
Assoturismo-Confes.-CST	2002	Nazionale	8	X	X	X	Q(c%)			Medio
		Internazionale	8	X	X	X	Q(c%)			Medio
Trademark (operatori)	2002	Nazionale	Estate	X	X	X	Q(c%)	O		Medio
Trademark-Sociometrica	2002	Nazionale	1-12	X	X	X			O	Basso
Mercury	2002	Nazionale	1-12	X	X	X	O(c%)			Basso
FIAVET	2002	Nazionale	Estate	X	X	X		O		Basso
FAITA	2002	Internazionale	Estate	X	X	X		O		Basso
ENIT-Assot.-Confes.-CST	2002	Nazionale	1-12	X	X	X			Q	Medio
		Internazionale	1-12	X	X	X			Q	Medio

Tabella 4.6 – Analisi congiunturale della spesa turistica e di altri indicatori economici

6 – SPESA TURISTICA ED INDICATORI ECONOMICI										
FONTE	Ultimo Anno	Tipo di turismo	Periodo	Tipo di alloggio			Tipo di variabile			Dettaglio italiani/ stranieri
				Albergo	Complementare	Alloggio privato	Totale	Var.	Var. %	
UIC - Indagine alle frontiere	2002	Internazionale	1-5	X	X	X	Q	Q	Q	X
Federalberghi	2002	Internazionale	Estate	X	X	X	Q	Q	Q	
AICA	2002	Interno	1-12	X			Q	Q	Q	
Trademark-Sociometrica	2002	Nazionale	Estate	X	X	X	Q(c%)	Q	Q	
FAITA	2002	Internazionale	Estate	X	X	X	Q			
FIPE	2002	Internazionale	Agosto	X	X	X	Q	Q	Q	X

X: presenza o assenza – Q: dato quantitativo – O: opinioni – (p): “solo in parte” – (c%): “composizione percentuale”.

La produzione di dati congiunturali sui flussi turistici per motivazione e/o tipo di località (tabella 4.3) è assicurata da molte fonti: ben otto oltre a quelle ufficiali. Scarseggiano però le stime sui livelli assoluti, fornite esclusivamente dalle statistiche ufficiali e da FIPE, mentre dati di variazione sono invece stimati da Federalberghi, Mercury ed ENIT.

Le fonti statistiche ufficiali sono poi le uniche ad aggiungere il dettaglio per nazionalità nella forma italiano/straniero.

Dall'analisi dei flussi turistici per regione di destinazione (tabella 4.4) emerge che le uniche fonti che raggiungono il dettaglio regionale sono l'indagine ISTAT sull'offerta turistica, l'indagine UIC alle frontiere ed il sondaggio di FIAVET, mentre l'indagine rapida dell'ISTAT e di FIPE forniscono stime quantitative limitatamente alle ripartizioni geografiche. Altre fonti (Federalberghi e ENIT-Assoturismo-Confesercenti-CST) colgono invece la composizione percentuale delle presenze turistiche per regione; infine, Trademark e Mercury divulgano dati regionali, ma basati solo su opinioni (aumento/flessione).

Con riferimento allo stato estero di destinazione degli italiani o di provenienza degli stranieri, si è reso necessario aggiungere un'ulteriore variabile di controllo, ossia il livello di dettaglio di tale ventilazione, secondo le modalità "alto", "medio", "basso" riportate nell'ultima colonna della tabella 4.5.

In tal senso le informazioni più complete sullo stato estero di destinazione e sulla provenienza degli stranieri (compresi gli escursionisti) sono fornite senza dubbio dall'indagine dell'UIC alle frontiere, da cui è disponibile un livello di dettaglio ampio – come risulta evidente esaminando la relativa tabella riportata nel paragrafo 8 – e coerente con le richieste della Direttiva sulle statistiche del turismo.

Dati molto dettagliati sono forniti anche dalle indagini ISTAT-offerta e ISTAT-domanda, ma l'ultimo aggiornamento risale a dicembre 2001. Previsioni quantitative sono poi fornite anche dal Ciset, anche se con un livello di dettaglio molto circoscritto.

Gli altri organismi non ufficiali producono stime basate su opinioni (crescita-diminuzione-stazionario) generalmente poco dettagliate (Trademark-Sociometrica, FIAVET, FAITA), composizioni percentuali con un livello di dettaglio medio (Assoturismo-Confesercenti-CST, Trademark) o dati di variazione percentuale con un livello di dettaglio medio (ENIT-Assoturismo-Confesercenti-CST).

Nel complesso, gran parte delle informazioni prodotte con riferimento alle località di origine o destinazione sembrano ridondanti rispetto a quelle già disponibili sulla base delle fonti statistiche ufficiali e, qualora risultino più tempestive di quest'ultime, sono spesso di dubbio interesse, in quanto troppo aggregate o fornite solo in termini di composizioni percentuali o come dati di tendenza risultanti da opinioni.

La spesa turistica (tabella 4.6) è un indicatore di fondamentale importanza ai fini dello studio dell'impatto economico del settore turistico, e riveste un ruolo centrale per l'implementazione del conto satellite sul turismo.

Tale variabile viene rilevata con continuità dall'indagine trimestrale ISTAT sulla domanda turistica e dall'indagine dell'UIC, sebbene sola quest'ultima fonte pubblica con regolarità le stime nell'ambito della voce "viaggi" della bilancia turistica.

Tra gli organismi non ufficiali, Trademark diffonde informazioni per classi di spesa, FIPE elabora stime sulla spesa degli italiani e degli stranieri in Italia incrociata per area territoriale. Infine, l'AICA rileva un solo indicatore di spesa rappresentato dal ricavo medio per camera occupata, mentre Federalberghi rielabora ed integra opportunamente i dati forniti dall'UIC fornendo una stima della spesa media procapite.

5. Problemi di classificazione e di interpretazione dei dati

La pluralità di fonti, se da un lato consente, almeno in teoria, di poter disporre di un panorama informativo più completo, dall'altro potrebbe in alcuni casi risultare ridondante (troppe fonti producono dati relativi allo stesso fenomeno) ed in altri carente (alcune informazioni di rilievo non sono disponibili, o lo sono con molto ritardo).

I dati di base su arrivi e presenze negli esercizi ricettivi, come visto in precedenza, sono rilevati sia dalle indagini dell'ISTAT, sia da quella alle frontiere dell'UIC, che peraltro ha come finalità primaria la rilevazione della spesa turistica e non fornisce a consuntivo il dettaglio territoriale dell'indagine ISTAT. In generale, sono i tempi di diffusione che differenziano le varie fonti e discriminano nella scelta di molti utilizzatori.

Una variabile di stratificazione di fondamentale importanza per l'analisi dei dati statistici sul turismo è la tipologia di alloggio turistico.

In termini definitivi e classificatori, la maggior parte degli enti non ufficiali utilizza una segmentazione per tipologia di alloggio molto sintetica, spesso limitata al totale delle strutture (anche se talvolta restano dubbi su come vengano valutate le presenze negli alloggi privati) o parziale (AICA si riferisce solo agli alberghi, FAITA solo a campeggi e villaggi, ecc.).

L'indagine UIC utilizza queste modalità: albergo unitamente a villaggio, casa in affitto, ospite di parenti e amici, altro. Ovviamente l'unificazione di villaggi ed alberghi può comportare alcuni problemi interpretativi perché, in accordo alle nomenclature ISTAT ed EUROSTAT, i villaggi turistici vanno considerati tra gli alloggi complementari ed i villaggi-albergo tra quelli alberghieri.

Federalberghi utilizza una classificazione difforme da quella ISTAT. Infatti, vengono rilevati i dati distintamente per campeggi e villaggi turistici, rilievo utile anche ai fini di una possibile modifica del modello di rilevazione ISTAT e in sintonia con la necessità di allineare le statistiche ufficiali con la classificazione di EUROSTAT. Inoltre, tra le tipologie di alloggio collettivo Federalberghi include gli alberghi, i campeggi, villaggi turistici ed i residence. Gli alloggi privati vengono distinti in case di proprietà e case di parenti e amici; gli alloggi in affitto non vengono distinti tra privati o gestiti in forma imprenditoriale.

Con riferimento alla classificazione degli alloggi, sembra indispensabile richiamare tutti gli organi produttori di statistiche verso una maggiore coerenza rispetto alle classificazioni adottate come standard a livello internazionale. In proposito, nel glossario sono riportate le definizioni delle principali tipologie di alloggio turistico.

In questo contesto, nonostante i problemi legati alla corretta classificazione delle strutture ricettive esulino da questo contesto e siano stati discussi recentemente in altri lavori (Gismondi e Mirto, 2002a, 2002b), vale la pena di riportare lo schema di raccordo tra le classificazioni attualmente utilizzate nell'ambito delle statistiche ufficiali ISTAT condotte dal lato dell'offerta e della domanda (prospetto 5.1).

Il campo di osservazione coperto dalle statistiche sull'offerta e sulla domanda fornisce utili possibilità di collegamento tra fonti, che sono fondamentali per la metodologia di definizione del conto satellite del turismo. In particolare, le variabili di collegamento chiave sono il numero di notti dei turisti (domanda) ed il numero di presenze nelle strutture collettive (offerta). Il confronto quantitativo tra queste due variabili è basato sulla corrispondenza tra i differenti tipi di strutture adoperate nelle due fonti, prendendo in considerazione la classificazione delle attività economiche (ISIC Rev.1 55.1 e 55.2) e la classificazione dei prodotti e attività caratteristiche del turismo (CPC).

Una nota a parte meritano gli "alloggi in affitto per vacanza". Nell'ambito delle statistiche sull'offerta turistica, un criterio discriminatorio tra alloggi collettivi (sottovoce 1.1 del prospetto) e privati (1.2) era quello di considerare l'iscrizione alla sezione speciale del R.E.C. (Registro esercenti il commercio) esistente fino al 2000. Oggi, con la nuova legislazione sul turismo la sezione speciale del R.E.C. è stata abolita e pertanto, dopo una serie di consultazioni con le regioni

l'ISTAT ha deciso di rinominare la precedente categoria in "Alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale", attribuibili al codice 63192.

Con riferimento alla categoria 72111 "servizi di affitto di case di proprietà" (nel modello ISTAT denominata "Alloggi privati in affitto non iscritti al R.E.C."), si contemplan stanze, case ed appartamenti affittati temporaneamente da privati non iscritti al R.E.C.. I dati di tale categoria non vengono attualmente pubblicati poiché non risultano in linea con gli standard di qualità richiesti, essendo parziali e talvolta poco coerenti. Dal 2001 la nuova categoria, seguendo gli standard della precedente, è stata rinominata "Alloggi privati in affitto".

In sintesi, al momento la fonte ISTAT-offerta diffonde dati sugli arrivi e le presenze turistiche solo per parte degli alloggi di cui al suddetto codice 63192, ed è per questo motivo che nella tabelle del precedente paragrafo 4 per la fonte ISTAT-offerta è stato evidenziato come la fornitura di dati per tali alloggi sia solo parziale.

Prospetto 5.1 – Corrispondenza tra la classificazione delle strutture ricettive dell'offerta e della domanda e dei prodotti turistici

CODICE CPC (a)	TSP (b)		ISIC Rev. 1	OFFERTA	DOMANDA
	CODICE	DESCRIZIONE			
		A. Prodotti Specifici			
		A.1 Prodotti Caratteristici			
		1 – Servizi di Alloggio			
		1.1 – Alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi			
63110	63110.0	Alberghi ed altri servizi di alloggio	55.1	S.1	D.1, D.2, D.5, D.6
63191	63191.0	Centri vacanze e case per ferie	55.23	Parte S.2.4	Parte D.3
63192	63192.0	Servizi di alloggio e appartamenti arredati	55.23	S.2.2 - S.2.3	D.9, parte D.11 e D.12
63193	63193.0	Servizi di ostelli per la gioventù	55.21	Parte S.2.4	Parte D.10
63194	63194.0	Servizi di colonie per bambini	55.23	Parte S.2.4	Parte D.3
63195	63195.0	Servizi di campeggio e caravanning	55.22	S.2.1	D.7, parte D.16
63199	63199.1	Servizi di cuccetta e residenze per studenti	55.23	-	D.4, parte D.10
		1.2 – Servizi seconde case per conto proprio o a titolo gratuito			
72111	72111.0	Servizi di affitto di case di proprietà	-	S.3	Parte D.11 e D.12, D.13, D.14

(a) Classificazione Centrale dei Prodotti – Nazioni Unite.

(b) Prodotti Turistici Specifici identificati dal manuale sul conto satellite del turismo redatto da EUROSTAT.

Legenda delle Strutture Ricettive

CODICI		DESCRIZIONE – OFFERTA	
S.1	Alberghi: includono alberghi da 1 a 5 stelle, villaggi albergo, residenze turistico-alberghiere, pensioni, residence, <i>motel</i> , residenze d'epoca, alberghi <i>mouble</i> o <i>garni</i> , dimore storiche, centri benessere		
S.2	Altre strutture collettive: includono i campeggi ed i villaggi turistici, alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, affittacamere, agriturismi, rifugi alpini, ostelli della gioventù, bed and breakfast.		
S.2.1	Campeggi e villaggi turistici		
S.2.2	Alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale : includono residenze, attività ricettive in esercizi di ristorazione, affittacamere.		
S.2.3	Agriturismi		
S.2.4	Altre strutture collettive: includono i rifugi di montagna, ostelli per la gioventù, bed and breakfast.		
S.3	Alloggi privati in affitto: includono le stanze, case ed appartamenti dati in affitto temporaneo ai turisti da privati.		
CODICI		DESCRIZIONE – DOMANDA	
D.1	Alberghi (da 1 a 5 stelle), motel, pensioni	D.9	Istituto religioso
D.2	Residenze per cure fisiche o estetiche	D.10	Altra struttura collettiva
D.3	Campo lavoro o vacanza	D.11	Stanza in affitto
D.4	Mezzo pubblico di trasporto cuccetta, vagone letto, etc)	D.12	Abitazione in affitto
.5	Centro congressi e conferenze	D.13	Abitazione di proprietà o multiproprietà
D.6	Villaggio vacanza	D.14	Abitazione o stanza gratuita (parenti, amici)
D.7	Campeggio	D.15	Barca in sito non organizzato
D.8	Marina (barca attraccata in porto, darsena, etc)	D.16	Altro tipo di sistemazione privata

Riguardo alla capacità ricettiva (camere, letti) l'AICA utilizza una variabile non di uso corrente nell'ambito delle statistiche ufficiali, ossia il tasso di occupazione delle camere d'albergo

ed i corrispondenti ricavi medi. Le statistiche dell'offerta turistica si basano principalmente, ed in ottemperanza alle normative EUROSTAT, sui tassi di utilizzazione dei posti letto. E' da sottolineare comunque, che la rilevazione del tasso di utilizzo delle camere (in aggiunta all'utilizzazione lorda e netta dei posti letto) è di notevole importanza e costituisce uno dei possibili miglioramenti da apportare in sede di rinnovamento del modello di rilevazione ISTAT sul movimento clienti negli esercizi ricettivi, anche a causa delle oggettive difficoltà che si incontrano in sede di valutazione del numero di posti letto effettivamente utilizzati dalle strutture ricettive²⁵.

Il sistema di classificazione delle tipologie di località è piuttosto differenziato al variare delle fonti. Le statistiche ISTAT sull'offerta turistica, infatti, si basano su una classificazione in otto diverse tipologie: città di interesse storico ed artistico, località montane, località lacuali, località marine, località termali, località collinari e di interesse vario, capoluoghi di provincia, altre località.

L'indagine dell'Assoturismo è in linea con la classificazione precedente, ad eccezione delle modalità relative ai capoluoghi di provincia ed ai centri artistici, che non vengono rilevati, mentre in aggiunta compaiono le zone "rurali".

L'indagine eseguita in collaborazione da ENIT, Assoturismo, Confesercenti e CST classifica le tipologie di località in maniera difforme dall'ISTAT, dando più spazio alle motivazioni del turista e cioè al turismo congressuale, archeologico/culturale, crocieristico, religioso, rurale.

Le altre fonti utilizzano delle categorie meno esaustive di quelle già enumerate. A tal proposito è bene sottolineare che le statistiche del turismo sembrano costantemente caratterizzate, a scapito dell'utente finale, da una continua sovrapposizione tra i concetti di "motivazione del viaggio" e "tipologia della località di destinazione". In pratica, si possono presentare due situazioni:

1. il turista si sposta per una motivazione che può essere soddisfatta recandosi solo in un dato tipo di località: ad esempio, chi vuole fare turismo marino ovviamente dovrà recarsi in una località balneare, anche se non tutti coloro che frequentano una località balneare sono necessariamente indotti dalla stessa motivazione (si può andare a Rimini anche per motivi d'affari, per un congresso, per visitare siti di interesse storico ed artistico, ecc.);
2. sulla base di quanto appena evidenziato nel precedente punto 1, il turista può spostarsi per una motivazione che non identifica necessariamente una tipologia di località, ossia non ha ragione di esistere una corrispondenza biunivoca tra motivazione e tipologia del sito raggiunto. Basta pensare ancora al turismo d'affari, o a quello per motivi di studio o religiosi.

Senza dubbio nel corso del tempo la motivazione dello spostamento tende a diventare un carattere via via sempre più rilevante rispetto alla tipologia della località raggiunta. Per ragioni strutturali si tenderà a recarsi nelle località marine, o montane, o nei maggiori capoluoghi con frequenze poco variabili nel tempo, dato che la grande maggioranza delle strutture ricettive ufficiali è localizzata in tali aree: quello che può cambiare – e che è di estremo interesse poter cogliere per gli utilizzatori di statistiche sul turismo – è la motivazione dello spostamento, la sua durata media, il periodo dell'anno in cui viene effettuato, la spesa media a cui esso dà origine.

In tale ottica, la molteplicità di fonti che cercano di fornire anticipazioni sulla stagione estiva in termini di tipo di località preferite (Trademark, Mercury ed altre) o che comunque producono prospetti basati su opinioni e tendenze, spesso riepilogati *solo* in termini di composizioni percentuali, non aggiungono molto rispetto a quello che è già disponibile dalle statistiche ufficiali, perché pur risultando mediamente più tempestive approfondiscono aspetti in realtà molto stabili nel tempo e talvolta di scarso interesse.

Secondo EUROSTAT, le motivazioni del viaggio possono essere identificate in accordo a differenti modalità. In particolare, la principale suddivisione è la seguente:

²⁵ Spesso le strutture ricettive mettono a disposizione della clientela un numero di posti letto, non inserito nelle statistiche correnti, superiore a quello dichiarato a fini amministrativi all'inizio della stagione turistica.

- riposo, attività ricreative e vacanza;
- visita a parenti e amici;
- affari e motivi professionali;
- salute e cure mediche;
- religione e pellegrinaggi;
- altro.

Invece, riguardo alle tipologie di località viene proposta una ventilazione basata sulle seguenti categorie:

- aree urbane: capitale/città, città famosa per il suo patrimonio artistico/culturale, altre città;
- stazioni: luogo di cura (termale, marino, lacustre/fluviale, montano), stazione balneare, stazione lacustre o fluviale, stazione sciistica, altra stazione montana;
- zone rurali: in vicinanza dell'acqua (zona marina costiera, zona lacustre, zona fluviale), in montagna (zona in montagna/altopiano, zona in collina), zona rurale;
- crociere marittime, lacustri o fluviali.

Un ulteriore aspetto che viene scarsamente affrontato è quello della verifica a posteriori della credibilità delle stime effettuate. Molto spesso si assiste a comunicati stampa che divulgano in tempi assai più rapidi delle statistiche ufficiali dati sul turismo con informazioni di livello e variazione su periodi attuali o futuri. Poiché questo tentativo di confronto tra fonti statistiche sul turismo è uno dei primi nel suo campo, analisi qualitative vere e proprie, soprattutto per quanto riguarda le fonti non ufficiali, sono sostanzialmente assenti.

A tale proposito ciò che manca, e risulterebbe di fondamentale importanza, è un'analisi di coerenza tra le informazioni provvisorie stimate in data t e quelle definitive disponibili in data $t+x$. Il problema sta nel fatto che è opinione comune che nessun ente sia in grado di fornire alcuna valutazione definitiva e universalmente riconosciuta come "vera", nemmeno dopo parecchi mesi dalla fine del periodo di riferimento. La principale conseguenza di questa sorta di "minimalismo statistico" è che ogni ente si sente autorizzato a divulgare dati di qualunque tipo riguardanti il turismo, nella convinzione che nessuno potrà mai confutarli, a tutto discapito dell'utilizzatore.

In generale, le informazioni disponibili sono a volte frammentarie e non comparabili. Ad esempio, se al 20 agosto 2002 un utente avesse voluto conoscere l'andamento del turismo interno, nazionale o internazionale nel 2002 – in particolare nel periodo estivo – si sarebbe trovato di fronte ai dati riportati nelle tabelle seguenti (5.1, 5.2 e 5.3). Va peraltro premesso che un ulteriore limite dell'attuale sistema di statistiche sul turismo è dato dalla stessa difficoltà di reperimento delle fonti, di cui non sempre è nota la stessa esistenza e, come già ricordato, non tutte sono corredate da un adeguato set di note metodologiche.

Dunque, alla domanda "Quale è stato il numero di presenze consumate nel 2002 in Italia", le possibili risposte sono fornite da Federalberghi, FIPE, FAITA ed ISTAT (e, limitatamente ai soli turisti stranieri, dall'UIC), come è evidente dalla tabella 5.1.

Mentre la FIPE produce stime relative al complesso delle strutture ricettive relative al periodo gennaio-settembre e per il solo mese di agosto, ISTAT-offerta produce dati senza includere gli alloggi privati in affitto e solo per i primi quattro mesi dell'anno, mentre limitatamente a soli alberghi Federalberghi aggiunge ai dati ISTAT stime relative al bimestre maggio-giugno. Infine la FAITA diffonde stime solo per il bimestre maggio-giugno e limitatamente a campeggi e villaggi turistici.

Le cifre, più che discordanti, sono difficilmente armonizzabili tra loro, perchè risultano parziali sia in quanto al periodo coperto che alla tipologia di strutture ricettive a cui fanno riferimento.

Ciò nonostante, l'eco dei mass media ha posto molto in risalto l'andamento negativo stimato da Federalberghi per il primo semestre del 2002, con una flessione di 0,6 punti percentuali rispetto al primo semestre del 2001. Si è perfino invocato lo stato di crisi per l'industria turistica nazionale e l'intervento del governo.

Facciamo ora una semplice considerazione. Limitatamente al primo semestre di ogni anno le presenze turistiche registrate da ISTAT-offerta sono risultate pari a 92,4 milioni nel 1999, a 98,4 milioni nel 2000 e a 102,7 milioni nel 2001. Questo significa che i 101,9 milioni di presenze stimati da Federalberghi, sebbene inferiori ai 102,7 del 2001, erano comunque ben superiori al livello del 1999 (+10,9%) e a quello dello stesso 2000 (+4,1%), caratterizzato come a tutti noto dal Giubileo.

Perché dunque tanto allarmismo? L'impressione è che il mosaico informativo favorisca la tendenza, soprattutto in periodi quali quello estivo, ad esasperare la lettura di certe cifre, che a volte sembra essere strumentale rispetto ad altre finalità strategico-politiche.

Dunque, è evidente come un confronto su un biennio o un triennio fornisca un'indicazione molto più completa e corretta circa il reale andamento del turismo interno in Italia. Peraltro, i dati del primo trimestre 2002 prodotti da ISTAT-offerta alla fine di settembre di tale anno ammontano a 102,6 milioni, risultando dunque più elevati rispetto alle stime di Federalberghi e del tutto in linea con l'anno precedente.

In sostanza, una crescita zero rispetto all'anno precedente di per sé non può evidentemente essere interpretata in modo particolarmente ottimistico, ma non deve nemmeno necessariamente implicare la dichiarazione di uno stato di emergenza nazionale, per almeno due motivi:

1. sembra più corretto interpretare l'evoluzione del fenomeno su una scala pluriennale, oltre che annuale;
2. non ha oggettivamente senso aspettarsi una crescita infinita delle presenze turistiche interne, per ovvi motivi di sostenibilità spaziale ed ambientale, sebbene in tale ottica margini di crescita potrebbero senza dubbio essere ancora sfruttati, soprattutto con riferimento a mesi a bassa stagionalità (Gismondi, 2001). E' semmai più utile studiare meglio i meccanismi e l'evoluzione della spesa turistica interna, che ha una diretta ricaduta sulla bilancia turistica nazionale.

Tabella 5.1 – Il turismo interno nel 2002

FONTE	Tipo di alloggio	Ammontari in migliaia			Var.% rispetto al 2001		
		Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri
FEDERALBERGHI (gennaio-giugno)	Alberghi	101.908	55.442	46.466	-0,6	+0,7	-2,0
FIPE (agosto)	Tutti	204.700	157.400	47.300			
FIPE (giugno-settembre)	Tutti	572.000			-1,2	-0,8	-2,0
FAITA (maggio-giugno)	Campeggi-villaggi				+5,0		
ISTAT Offerta (gennaio-aprile)	Alberghi-compl.	66.164	37.952	28.212	+0,2	+0,1	+0,3
ISTAT Offerta (gennaio-aprile)	Alberghi	56.344	31.471	24.873	+0,4	-0,1	+0,9

Tabella 5.2 – Il turismo nazionale nel 2002

FONTE	Tipo di alloggio	Quota percentuale di Italiani in vacanza			
		Nel complesso		diretti in Italia	
		Quota	Diff. su 2001	Quota	Diff. su 2001
FEDERALBERGHI (giugno-settembre)	Tutti	54,0	-1,0		
FEDERALBERGHI (agosto)	Tutti	58,0	7,5	80,0	

Tabella 5.3 – Il turismo internazionale da e verso l'Italia nel 2002

FONTE	Tipo di alloggio	Ammontari in migliaia			Var.% rispetto al 2001		
		Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri
UIC: italiani all'estero (gennaio-maggio)	Tutti		87.321			4,6	
UIC: stranieri in Italia (gennaio- maggio)	Tutti			100.332			-3,7

Durante la scorsa estate Federalberghi ha avuto senza dubbio il merito di fornire utili indicazioni anche circa l'andamento del turismo nazionale, sebbene solo in forma di composizioni percentuali. Si è infatti stimato che nel periodo da giugno a settembre siano andati in vacanza il 54,0% degli Italiani, rispetto al 55,0% del 2001. Tra coloro che appartenevano a quel 58,0% in viaggio ad agosto, circa quattro su cinque erano diretti in Italia.

In merito anche UIC aveva messo a disposizione dati relativi ai primi cinque mesi dell'anno. Secondo tali stime (tabella 5.3) in tale periodo si erano registrati oltre 87 milioni di pernottamenti di Italiani all'estero, in crescita del 4,6% rispetto al 2001. Tale indicazione sembrerebbe quindi evidenziare una tendenza positiva in contrasto con le precedenti, con cui è però confrontabile solo in parte.

Infine, nell'arco degli stessi mesi sempre UIC stima in oltre 100 milioni le presenze turistiche di stranieri in Italia, questa volta in chiara flessione (-3,7%) rispetto al 2001.

6. Conclusioni ed implicazioni per il futuro

L'estrema complessità del comparto turistico nazionale ha determinato la coesistenza di molteplici fonti informative relative a fenomeni in qualche misura collegati tra loro, se non addirittura sovrapposti riguardo al particolare dominio osservato.

Sebbene, in generale, ogni fonte abbia una finalità specifica e finisce con il cogliere particolari segmenti del comparto turistico, si verificano numerose sovrapposizioni, che potrebbero essere evitate ai fini di una riduzione dell'onere statistico, soprattutto sulle imprese alberghiere e sulle altre strutture collettive e di una migliore interpretabilità dei dati disponibili da parte degli utilizzatori di statistiche sul turismo.

In realtà questi dovranno probabilmente continuare a convivere con una pluralità di fonti, non sempre del tutto allineate tra loro. Tale evidenza deriva dalla natura stessa delle rilevazioni statistiche che, per quanto metodologicamente corrette, possono dar luogo a discrepanze dovute all'effetto del caso, a possibili distorsioni note ma non misurabili (ad esempio, il sommerso economico) e ad eventuali distorsioni non note, fattori su cui è indispensabile focalizzare al più presto l'attenzione.

Compatibilmente con le richieste della Direttiva sulle statistiche del turismo, le definizioni alla base delle diverse rilevazioni statistiche sul turismo dovrebbero sempre di più convergere verso una classificazione il più possibile coerente di variabili analizzate (arrivi e presenze in primo luogo) e tipologie di alloggio, soprattutto con riferimento alle strutture complementari.

Occorre sicuramente sperimentare e confrontare procedure alternative finalizzate alla integrazione tra fonti statistiche, nell'ottica di pervenire ad una stima finale delle grandezze oggetto d'interesse, anche se come situazione estrema tale processo potrebbe condurre al non utilizzo di una o più delle fonti disponibili.

Il rapporto tra produttori ed utilizzatori di statistiche sul turismo andrebbe sempre più migliorato per creare una sinergia di esperienze e conoscenze tale da facilitare la progressiva integrazione tra le fonti ed il miglioramento qualitativo delle rilevazioni ufficiali esistenti.

Rispetto a tali fonti ufficiali, il panorama informativo "non ufficiale" dovrebbe

progressivamente posizionarsi non tanto come antagonista quanto come fattore complementare, soprattutto con riferimento a fenomeni per i quali la componente territoriale assume una rilevanza fondamentale (prezzi, modalità di accesso, fattori concorrenziali, formule d'offerta, tipologia della clientela).

D'altra parte, le fonti ufficiali, e in particolare le fonti ISTAT, dovrebbero tentare di ridurre i tempi necessari per la diffusione dei dati provvisori, dato che i 90 giorni previsti dalla Direttiva comunitaria sono francamente troppi per una vera analisi congiunturale del fenomeno. In tale ottica, occorre investire risorse per facilitare e velocizzare le procedure di trasmissione dei dati mensili dalle strutture ricettive alle strutture amministrative intermedie e, da queste, all'ISTAT, nonché sperimentare una tecnica statistica di stima rapida a 30-45 giorni.

Alla luce dell'interesse nazionale ed internazionale per l'analisi delle fonti statistiche sul turismo – come anche ricordato nell'introduzione – questo primo tentativo di analisi potrà comportare il successivo sviluppo di un vero e proprio progetto, attraverso al stesura di un questionario da sottoporre ai diversi organi di riferimento, ufficiali e non. Una proposta in tal senso è riportata nella pagina seguente, contenente un'ipotesi di questionario proposta dal CESD Madrid.

Tale attività potrebbe essere promossa ed attivata nell'ambito del circolo di qualità sul turismo, al fine di una definizione più completa del panorama informativo e di una maggiore segmentazione qualitativa delle fonti esistenti.

In ogni caso, tutti gli sviluppi futuri non possono prescindere dalla necessità di rafforzare la collaborazione tra enti preposti alla diffusione di dati statistici "ufficiali", enti di ricerca semipubblici o privati ed enti locali, senza il cui apporto l'interfaccia con l'imprenditoria locale e gli stessi utilizzatori di statistiche risulterebbe assai più problematica e complessa.

**PROPOSTA DI
QUESTIONARIO PER LA RICOGNIZIONE DELLE FONTI NON UFFICIALI**

1. Fonte: _____

- Nome dello studio: _____
- Ente responsabile _____

2. Descrizione del lavoro _____

- Tipo di indagine: a) registro _____
 - b) Indagine _____
 - c) censimento _____
 - d) statistiche di sintesi _____
 - e) Database _____
 - f) altro _____

- Data di inizio _____
- Dettaglio territoriale _____
- Unità statistica _____
- Periodicità _____
- Dimensione della popolazione/campione _____
- Variabili di riferimento _____
- Metodo di raccolta dati _____
- Tasso di risposta _____
- Tecnica di campionamento _____
- Metodo per ridurre le non risposte _____
- Metodo per valutare le non risposte _____
- Lag tra la data di raccolta e quella di diffusione _____
- Titolo della pubblicazione _____
- Tipo di pubblicazione a) specifica sul turismo _____ b) generale _____
- Data dell'ultima pubblicazione _____

7. Glossario

AGENZIE DI VIAGGIO: imprese che esercitano attività di produzione, organizzazione di viaggi e soggiorni, intermediazione nei predetti servizi o anche entrambe le attività, ivi compresi i compiti di assistenza e di accoglienza ai turisti, secondo quanto previsto dalla Convenzione internazionale relativa al contratto di viaggio (CCV) di cui alla legge 27 Dicembre 1977, n. 1084.

ALBERGHI: esercizi ricettivi aperti al pubblico, a gestione unitaria, che forniscono alloggio, eventualmente vitto ed altri servizi accessori, in camere ubicate in uno o più stabili o in parti di stabili. Essi si distinguono in esercizi alberghieri da 1 a 5 stelle lusso e residenze turistico-alberghiere. Requisiti minimi degli alberghi ai fini della classificazione sono:

- capacità ricettiva non inferiore a sette stanze;
- almeno un servizio igienico ogni dieci posti letto;
- un lavabo con acqua corrente calda e fredda per ogni camera;
- un locale ad uso comune;
- impianti tecnologici e numero di addetti adeguati e qualificati al funzionamento della struttura.

Gli alberghi contrassegnati con 5 stelle assumono la denominazione aggiuntiva “lusso” quando sono in possesso degli standard tipici degli esercizi di classe internazionale.

ALLOGGI AGRO-TURISTICI: locali, situati in fabbricati rurali, nei quali viene dato alloggio a turisti da imprenditori agricoli singoli o associati.

ALLOGGI IN AFFITTO: alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale includono: le case ed appartamenti per vacanze, gli esercizi di affittacamere, le attività ricettive in esercizi di ristorazione, le unità abitative ammobiliate per uso turistico, i *residence* e le locande.

ALTRI ESERCIZI: gli “Altri esercizi” includono gli ostelli per la gioventù, le case per ferie, i rifugi alpini, i bivacchi fissi, i rifugi escursionistici o rifugi-albergo, i rifugi sociali d’alta montagna, le foresterie per turisti, le *country house*, le residenze rurali, i centri soggiorno studi, i *bed & breakfast*²⁶.

ARRIVI: numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari) nel periodo considerato.

BILANCIA TURISTICA: l’UIC registra le spese sostenute in Italia dai non residenti (crediti) e le spese che i residenti italiani effettuano all'estero (debiti), per periodi inferiori ad 1 anno, in occasione di viaggi di varia natura: turistici, d'affari, partecipazione a congressi o manifestazioni private non commerciali, viaggi di studio (comprese le spese di frequenza scolastica), soggiorni in case di cura (comprese spese mediche), viaggi ufficiali o missioni per conto di amministrazioni pubbliche ecc..

CAMPEGGI: esercizi ricettivi aperti al pubblico, a gestione unitaria, attrezzati su aree recintate per la sosta ed il soggiorno di turisti provvisti, di norma, di tende o di altri mezzi autonomi di pernottamento. Sono contrassegnati dalle leggi regionali con 1, 2, 3 e 4 stelle in rapporto al servizio offerto, alla loro ubicazione ed alla presenza di attrezzature ricreative, culturali e sportive.

I campeggi assumono la denominazione aggiuntiva “A” (annuale) quando sono aperti per la doppia stagione estivo-invernale o sono autorizzati ad esercitare la propria attività per l’intero anno. La chiusura temporanea dei campeggi può essere consentita per un periodo di tre mesi all’anno a scelta dell’operatore.

CASE E APPARTAMENTI PER VACANZE: immobili arredati gestiti in forma imprenditoriale per l’affitto ai turisti, senza offerta di servizi centralizzati, nel corso di una o più stagioni, con contratti aventi validità non superiore ai tre mesi consecutivi.

CASE PER FERIE: strutture ricettive attrezzate per il soggiorno di persone o gruppi e gestite, al di fuori di normali canali commerciali, da enti pubblici, associazioni o enti religiosi operanti senza fine di lucro per il conseguimento di finalità sociali, culturali, assistenziali, religiose o sportive, nonché da enti o aziende per il soggiorno dei propri dipendenti e dei loro familiari. Tale categoria, in base alle normative regionali, include i centri di vacanza per minori, le colonie, i pensionati universitari, le case della giovane, le foresterie, le case per esercizi spirituali, le case religiose di ospitalità, i centri vacanze per ragazzi, i centri soggiorni sociali.

²⁶ Tale tipologia di alloggio è inclusa nella categoria “altro” in tutte quelle regioni dove la normativa regionale lo prevede.

CIRCOSCRIZIONE TURISTICA: rappresenta la più piccola entità territoriali con riferimento alla quale sono disponibili i dati sul movimento turistico pubblicati dall'ISTAT. Essa può configurarsi in: Aziende di Promozione Turistica (APT), Enti Provinciali per il Turismo (EPT), Aziende Autonome di Soggiorno, Cura e Turismo (AACST), raggruppamenti di comuni per tipo di località nell'ambito del territorio dell'APT o della provincia.

CLASSIFICAZIONE A STELLE: distingue gli esercizi alberghieri da 1 a 5 stelle:

- *cinque stelle lusso:* alberghi di lusso in possesso di standard di classe internazionale;
- *cinque stelle:* alberghi di lusso;
- *quattro stelle:* alberghi di prima categoria;
- *tre stelle:* alberghi di seconda categoria e pensioni di prima categoria;
- *due stelle:* alberghi di terza categoria e pensioni di seconda categoria;
- *una stella:* alberghi di quarta categoria e pensioni di terza categoria.

ESERCIZI ALBERGHIERI: tale categoria include gli alberghi da 1 a 5 stelle, i villaggi albergo, le residenze turistico-alberghiere, le pensioni, i *residence*, i *motel*, le residenze d'epoca, gli alberghi *meubl  o garni*, le dimore storiche, i centri benessere (*beauty farm*) e tutte le altre tipologie di alloggio che in base alle normative regionali sono assimilabili agli alberghi.

ESERCIZI COMPLEMENTARI: tale categoria include gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, i campeggi ed i villaggi turistici, gli alloggi agro-turistici, gli ostelli per la giovent , le case per ferie, i rifugi alpini e gli "Altri esercizi" ricettivi non altrove classificati.

ESERCIZI DI AFFITTACAMERE: strutture composte da non pi  di sei camere ubicate in non pi  di due appartamenti ammobiliati in uno stesso stabile nei quali sono forniti alloggi ed, eventualmente, servizi complementari. Le regioni individuano con legge i requisiti minimi necessari all'esercizio dell'attivit  di affittacamere.

ESERCIZI RICETTIVI: l'insieme degli esercizi alberghieri e dei complementari.

INDICI DI UTILIZZAZIONE LORDA: sono costituiti dal rapporto tra le presenze registrate negli esercizi e la disponibilit  di letti alberghieri espressa in termini di giornate - letto. In simboli:

$$I = P/(L * G) * 100$$

dove: P sono le presenze registrate negli esercizi, L i letti degli esercizi corrispondenti, G il numero di giornate di disponibilit  dei letti al lordo delle chiusure stagionali.

INDICI DI UTILIZZAZIONE NETTA: sono costituiti dal rapporto precedente, dove per G si intende il numero di giornate di *effettiva apertura* degli esercizi.

OSTELLI PER LA GIOVENT : strutture ricettive attrezzate per il soggiorno ed il pernottamento dei giovani.

PAESE DI RESIDENZA: si intende il paese estero di residenza dal quale provengono i clienti stranieri che si recano negli esercizi ricettivi.

PERMANENZA MEDIA: il rapporto tra il numero di notti trascorse ed il numero dei clienti arrivati nella struttura ricettiva.

PRESENZE: il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi.

REGIONE DI DESTINAZIONE: si intende la regione dove il turista italiano usufruisce dell'esercizio ricettivo.

REGIONE DI PROVENIENZA: si intende la regione di residenza del turista italiano.

RESIDENZE TURISTICO-ALBERGHIERE: esercizi ricettivi alberghieri, aperti al pubblico, a gestione unitaria, che forniscono alloggio e servizi accessori in unit  abitative arredate costituite da uno o pi  locali, dotate di servizio autonomo di cucina. Secondo gli stessi criteri degli alberghi, le leggi regionali provvedono a classificare le residenze turistico-alberghiere, contrassegnate con 2, 3 e 4 stelle.

RIFUGI ALPINI: locali idonei ad offrire ospitalit  in zone montane di alta quota, fuori dai centri urbani. Sono assimilabili a tale categoria alcune tipologie di esercizio previste da leggi regionali quali, rifugi sociali d'alta montagna, rifugi escursionistici, bivacchi, ecc..

SPECIE DI ESERCIZIO: si intende la distinzione fra esercizi alberghieri e complementari.

STRUTTURA RICETTIVA TURISTICA: comprende le strutture di ogni tipo: alberghi, motel, villaggi - alberghi, residenze turistico - alberghiere, campeggi, villaggi turistici, alloggi agro - turistici, esercizi di affittacamere, case ed appartamenti per vacanze, case per ferie, ostelli per la gioventù, rifugi alpini.

TIPO DI ESERCIZIO: si intende la distinzione, all'interno degli esercizi complementari, fra campeggi, villaggi turistici, alloggi in affitto, alloggi agro-turistici ed altri esercizi.

TURISMO: le attività delle persone che viaggiano e alloggiano in luoghi diversi dall'ambiente abituale, per non più di un anno consecutivo e per motivi di vacanze, affari ed altro.

I tre fattori fondamentali del turismo sono:

- * lo spostamento sul territorio deve avvenire verso luoghi diversi da quelli abitualmente frequentati (vengono esclusi pertanto gli itinerari percorsi verso i luoghi di residenza tra domicilio e luogo di lavoro e di studio, per recarsi a fare acquisti, per obblighi di famiglia, ...);
- * la durata dello spostamento non deve superare un certo limite oltre il quale il visitatore diventerebbe un residente del luogo: dal punto di vista statistico tale limite è fissato in sede ONU in un anno. La durata minima dello spostamento è di 24 ore o di un pernottamento e discrimina l'escursionismo (meno di 24 ore e nessun pernottamento) dal turismo;
- * il motivo principale dello spostamento deve essere diverso dal trasferimento di residenza (definitivo o temporaneo) e dall'esercizio di un'attività lavorativa retribuita a carico dei fattori residenti nel luogo visitato. Ciò esclude dal turismo i movimenti migratori, anche stagionali, legati al lavoro nonché i trasferimenti dei diplomatici e dei militari (e delle loro famiglie) in un paese diverso dal proprio, nonché i rifugiati, i nomadi, ecc.

TURISMO INTERNAZIONALE: comprende il turismo dei non residenti che viaggiano in Italia (*inbound*) e dei residenti che viaggiano all'estero (*outbound*).

TURISMO INTERNO: comprende il turismo dei residenti (*domestico*) che viaggiano in Italia e dei non residenti che viaggiano in Italia (*inbound*).

TURISMO NAZIONALE: comprende il turismo dei residenti che viaggiano in Italia (*domestico*) e dei non residenti che viaggiano all'estero (*outbound*).

TURISTA: chi si reca in un luogo diverso da quelli solitamente frequentati (ambiente abituale) e trascorre almeno una notte nel luogo visitato.

VILLAGGI TURISTICI: esercizi ricettivi aperti al pubblico, a gestione unitaria, attrezzati su aree recintate per la sosta ed il soggiorno in allestimenti minimi, di turisti sprovvisti, di norma, di mezzi autonomi di pernottamento. Sono contrassegnati con 2, 3 e 4 stelle in rapporto al servizio offerto, alla loro ubicazione ed alla presenza di attrezzature ricreative, culturali e sportive.

Vengono contrassegnate con una stella le mini-aree di sosta che hanno da un minimo di dieci fino ad un massimo di trenta piazzole e svolgono la propria attività integrata anche con altre attività extra-turistiche, al supporto del turismo con campeggio itinerante, rurale ed escursionistico. I villaggi turistici assumono la denominazione aggiuntiva "A" (annuale) quando sono aperti per la doppia stagione estivo-invernale o sono autorizzati ad esercitare la propria attività per l'intero anno.

8. Appendice: tabelle statistiche per fonte e per argomento

Nelle pagine seguenti sono state riepilogate, prima per fonte e poi per argomento trattato, tutte le informazioni raccolte nell'ambito della ricerca.

Bibliografia

- AICA (2002), "Rilevazione dati statistici al 31 maggio 2002", disponibile sul relativo sito Internet.
- ASSOTURISMO – CONFESERCENTI (2002a), "Turismo: le previsioni per Pasqua 2002 fanno ben sperare nella ripresa del settore", comunicato stampa del 29 marzo 2002, disponibile sul relativo sito Internet.
- ASSOTURISMO – CONFESERCENTI (2002b), "Turismo 2002: una stagione da dimenticare", comunicato stampa del 27 luglio 2002, disponibile sul relativo sito Internet.
- BOCCA B. (2002), "Statistiche da rivedere", *Turismo d'Italia*, 27, 3, Federalberghi, Roma.
- CAMBONI D. (2002), "Idromassaggi, boutique e golf. Nei campeggi sbarca il lusso", *Corriere della sera*, 20 luglio 2002, 23, Rizzoli, Milano.
- CENSIS (2002), "Diportismo: che fatica!", *seconda indagine sul turismo nautico in Italia*, disponibile sul relativo sito Internet.
- CISET (2001), "Crisi sì, ma non catastrofe", comunicato stampa di novembre 2001, disponibile sul relativo sito Internet.
- CISET (2002), "Italiani leader della stagione estiva 2002", comunicato stampa di giugno 2002, disponibile sul relativo sito Internet.
- CONFCOMMERCIO (2002a), "Vacanze: gli stranieri preferiscono lo shopping ai musei", comunicazione sul relativo sito Internet.
- CONFCOMMERCIO (2002b), "L'andamento del turismo estivo", comunicazione sul relativo sito Internet.
- CONFATURISMO (2002), "Un'estate "italiana" all'insegna del mare", comunicazione sul relativo sito Internet.
- COUNCIL OF THE EUROPEAN UNION (1995), *Council Directive 95/57/CE on the Collection of Statistical Information in the Field of Tourism*, 23rd November, Brussels.
- ENIT (2002), "Il movimento turistico e l'economia del turismo nell'anno 2001 e le previsioni 2002 e 2003", *Eniturstrend*, 2, Roma.
- FEDERALBERGHI (2002a), "Turismo 2002: primi 6 mesi senza stranieri", comunicato stampa del 3 luglio 2002, disponibile sul relativo sito Internet.
- FEDERALBERGHI (2002b), "Estate 2002: bene gli italiani, male gli stranieri", comunicato stampa del 3 luglio 2002, disponibile sul relativo sito Internet.
- FIPE (2002), *Comunicato stampa del 12 agosto 2002* (disponibile sul relativo sito Internet).
- FRAIRE M., RIZZI A. (1998), *Statistica*, Carocci editore, Roma.
- GISMONDI R. (2000), "Le presenze turistiche in Italia nel 1997: problemi di intergrazione tra fonti", *Turistica*, 1/2000, 13-60, Mercury, Firenze.
- GISMONDI R. (2001), "Le potenzialità di crescita dell'industria turistica italiana" *Decimo rapporto sul turismo italiano*, 197-217, Touring Club Italiano, Milano.
- GISMONDI R., MIRTO A.P. (2002a), "Tourism in Collective and Private Accommodations in Italy: Definitions, Classifications and Estimation Techniques", rivista spagnola *Tourism Statistics*, Settembre, Budapest.
- GISMONDI R., MIRTO A.P. (2002b), "Paese che vai, alloggi che trovi", *La rivista del turismo*, 6, Touring Club Italiano, Milano.
- ISTAT (1989), *Manuali di tecniche d'indagine – volumi vari*, Istat, Roma.
- ISTAT (2002), *Statistiche del turismo – anno 2000*, Informazioni, Istat, Roma.
- ISTAT (2001), *I viaggi in Italia e all'estero nel 2000*, Informazioni, Istat, Roma.
- ISTAT (2003), *Statistiche del turismo – anno 2001*, Informazioni, in corso di stampa, Istat, Roma.
- MIRTO A.P., SANTORO M.T. (2001), "I processi produttivi delle statistiche sull'offerta turistica", *Documenti*, 11, Istat, Roma.
- SIMONETTI P. (2002), "Agosto svuota le città", *Metro*, 2 agosto 2002, 2.
- TRADEMARK ITALIA (2002a), *2002: dove vanno in vacanza gli italiani*, indagine di mercato realizzata da Trademark Italia e Sociometrica, disponibile sul relativo sito Internet.

TRADEMARK ITALIA (2002b), *Le destinazioni dell'estate 2002...e quelle dei prossimi anni*, indagine di mercato realizzata da Trademark Italia, disponibile sul relativo sito Internet.

TOURING CLUB ITALIANO (2002a), *L'annuario del turismo 2002*, Touring Club italiano, Milano.

TOURING CLUB ITALIANO (2002b), *Undicesimo rapporto sul turismo italiano*, (a cura di Mercury, Firenze), Touring Club italiano, Milano.

UNIONCAMERE (2002), "Turismo: in calo gli stranieri. Aumentano le presenze negli agriturismi, villaggi e alberghi di lusso", comunicato stampa, disponibile sul relativo sito Internet.

ZAJCZYK F. (1997), *Fonti per le statistiche sociali*, Franco Angeli, Milano.

Siti Internet

www.aica.it
www.assoturismo.it
www.censis.it
www.confcommercio.it
www.confiturismo.it
www.faita.it
www.federalberghi.it
www.fipe.it
www.ilsole24ore.it
www.istat.it
www.trademarkitalia.com
www.uic.it
www.unioncamere.it
www.unive.it