



Consiglio Nazionale
delle Ricerche



Istituto di Ricerca su Innovazione
e Servizi per lo Sviluppo

XXII EDIZIONE **2017/2018**

Rapporto sul Turismo Italiano

a cura di

EMILIO BECHERI - ROBERTO MICERA - ALFONSO MORVILLO

con il Patrocinio

mipaft

ministero delle politiche agricole
alimentari, forestali e del turismo

rogiosi
editore

Coordinamento generale

Emilio Becheri, Roberto Micera, Alfonso Morvillo

Comitato scientifico

Piero Barucci (fondatore del "Rapporto"), Alfonso Morvillo (Presidente), Fabrizio Arosio, Emilio Becheri, Maria Flavia Coccia, Oriana Cuccu, Roberto Formato, Pio Grollo, Giulio Maggiore, Mara Manente, Roberto Micera.

Contributi

Antonio Andreoli	Andrea Macchiavelli
Fabrizio Antolini	Giulio Maggiore
Magda Antonioli Corigliano	Mara Manente
Fabrizio Maria Arosio	Maria Martini Barzolari
Alberto Bazzucchi	Marta Massi
Elena Becheri	Alberto Mattiacci
Emilio Becheri	Sabrina Meneghella
Giacomo Becheri	Roberto Micera
Paola Bensi	Valeria Minghetti
Carmen Bizzarri	Isabella Mingo
Bianca Bronzino	Erica Mingotto
Piera Buonincontri	Anna Misiani
Maurizio Caiazzo	Federica Montaguti
Patrizia Calò	Anna Moretti
Lorenzo Cavallo	Elettra Morlin
Livio Chiarullo	Alfonso Morvillo
Michela Ciccarelli	Cristina Mottironi
Flavia Maria Coccia	Maria Rosaria Napolitano
Oriana Cuccu	Roberto Nelli
Gaia Daldanise	Stefania Oppido
Antonello D'Avino	Francesca Palmas
Marica D'Elia	Antonio Papaleo
Giacomo Del Chiappa	Livia Passarelli
Annalisa Del Prete	Harald Pechlaner
Marcella De Filippo	Margherita Pedrana
Simona De Luca	Giuseppe Peluso
Damiano De Marchi	Tonino Pencarelli
Alessandro De Nisco	Stefania Ragozzino
Gianluca Deriu	Alessandro Recla
Francesco di Cesare	Giovanni Ruggieri
Mauro Dini	Ruggero Sainaghi
Raffaella Di Napoli	Maria Teresa Santoro
Silvia Di Sante	Luca Scarpellini
Anna Donati	Anna Scuttari
Gabriella Esposito De Vita	Fabiola Sfodera
Stefania Fabiano Di Gregorio	Francesco Silvestri
Andrea Faccini	Alessandra Tancredi
Roberto Formato	Serena Tarangoli
Roberta Garibaldi	Stefano Tomassini
Mara Giua	Lucia Tudini
Antonio Giusti	Immacolata Vellecco
Laura Grassini	Michael Volgger
Pio Grollo	Serena Volo
Anna Lapoli	Francesco Zarelli
Anthony La Salandra	Catia Zumpano

XXII EDIZIONE 2017/2018

Rapporto sul Turismo Italiano

a cura di

EMILIO BECHERI - ROBERTO MICERA - ALFONSO MORVILLO

con il Patrocinio

mipaft

ministero delle politiche agricole
alimentari, forestali e del turismo

Consiglio Nazionale delle Ricerche
Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo
Via Guglielmo Sanfelice, 8
80134 Napoli
Tel. +39 081 2470911
Fax +39 081 7618265
www.iriss.cnr.it
info@iriss.cnr.it

Con la collaborazione di:
ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo
UNIONCAMERE – Camere di Commercio d'Italia
ISTAT – Istituto Nazionale di Statistica
Turistica – Italian Journal of Tourism

prima edizione: dicembre 2018
ISBN: 978-88-6950-339-9

stampato in Italia
© copyright 2018
rogiosi editore
www.rogiosi.it
tutti i diritti riservati

Editing del Rapporto sul Turismo Italiano: Antonio Marino
Progetto grafico della copertina: Angela Petrillo

INDICE

Autori	XI
Prefazione	XIX
Presentazione	XXI
Introduzione	XXIII
PARTE PRIMA: STATISTICHE ED ECONOMIA	1
1.1 L'Italia nel contesto mondiale ed europeo	5
1. Il turismo internazionale nel Mondo	5
2. I principali Paesi incoming	13
3. L'Italia nel quadro del turismo europeo	13
1.2 Il movimento dei clienti negli esercizi ricettivi italiani: flussi nazionali e regionali	21
1. I flussi di clienti residenti e non residenti negli esercizi ricettivi italiani: arrivi, presenze, aree di destinazione	21
2. Le presenze dei clienti non residenti: paesi di origine, consistenza e variazioni dei flussi	26
3. Preferenze di periodo e stagionalità dei flussi	28
4. Le scelte di alloggio	29
5. Le dinamiche regionali	31
6. Conclusioni	32
1.3 I trend di breve, medio e lungo periodo	35
1. L'anno 2017	35
1.1 <i>La domanda in Italia e la domanda degli italiani</i>	35
1.2 <i>La spesa turistica degli stranieri in Italia</i>	37
1.3 <i>I turismi</i>	39
1.3.1 <i>Il breve periodo</i>	39
1.3.2 <i>Il lungo periodo</i>	41
1.4 <i>Residenti e non residenti</i>	46
2. Il turismo che non appare	49
2.1 <i>Il movimento internazionale</i>	50
2.2 <i>Il movimento domestico</i>	52
2.3 <i>Il movimento complessivo</i>	53
3. Conclusioni	55
1.4 I flussi turistici interregionali	57
1. Introduzione	57
2. I flussi turistici in Italia dei residenti: origine, destinazione, punti nodali	58
3. Mobilità e turismo: serve una prospettiva integrata	64
Bibliografia	65
1.5 Il turismo nell'economia italiana	67
1. Lo scenario economico e la dinamica turistica mondiali nel 2017	67
2. Contabilità economica del turismo in Italia al 2017	68
3. Il comportamento di spesa e i consumi turistici degli stranieri in Italia	72

II *Indice*

4. L'impatto macroeconomico del turismo in Italia	73
4.1 <i>Il valore aggiunto turistico</i>	73
4.2 <i>L'occupazione turistica</i>	74
4.3 <i>La bilancia turistica</i>	75
4.4 <i>L'apporto valutario netto</i>	77
5. Il quadro macroeconomico del turismo nelle regioni italiane	78
5.1 <i>La spesa turistica</i>	78
Allegato: Identikit turistico delle Regioni	81
1A Il turismo in Italia nel 2018 e nel 2019: risultati, tendenze e previsioni	125
1. Il movimento dei clienti negli esercizi ricettivi: positive le prime valutazioni per il 2018	125
2. Previsioni 2019	128
1B Indicatori statistici per la misurazione del turismo nei territori della cultura	131
1. Introduzione	131
2. I territori della cultura: concetti, dimensioni e indicatori	131
3. Il turismo nei territori della cultura	136
4. Conclusioni	142
Bibliografia e sitografia	142
1C Effetti dei cambiamenti climatici sull'economia del turismo	143
1. Introduzione	143
2. Gli effetti dei cambiamenti climatici sul turismo	144
3. I cambiamenti climatici in Italia: impatti e politiche di mitigazione e adattamento nelle destinazioni turistiche rurali e naturalistiche	147
4. Conclusioni	148
Bibliografia e sitografia	149
1D Analisi strategica della domanda turistica per il territorio di Milano Marittima, Cervia Pinarella e Tagliata	151
1. Introduzione e motivazione dello studio	151
2. Inquadramento dell'area	151
3. Metodologia della Ricerca	152
3.1 <i>Questionari e target di riferimento</i>	152
3.2 <i>Modalità di lavoro</i>	152
4. Il viaggio in generale	153
4.1 <i>Esigenti dinamici</i>	156
4.2 <i>In cerca di assicurazione</i>	156
4.3 <i>Mistici</i>	156
4.4 <i>Abitudinari</i>	157
4.5 <i>Attivi</i>	157
5. Il viaggio nell'area di interesse	157
6. La percezione della destinazione rispetto ai competitor	159
7. Reputazione e sentiment online	161
8. Conclusioni	162
PARTE SECONDA: IMPRESE E SERVIZI	165
2.1 Il sistema delle imprese turistiche in Italia	169
1. Struttura e dinamiche recenti del sistema turistico italiano	169
2. L'evoluzione per forma giuridica	174
3. Profili strutturali e occupazionali della filiera turistica in una prospettiva territoriale	178
4. Per un primo bilancio del 2018	183
Nota metodologica	188
2.2 La ricettività alberghiera ed extralberghiera	191
1. Il mercato internazionale: l'offerta alberghiera dei principali paesi dal 2000 al 2015	191
2. La ricettività dei Paesi dell'Unione Europea	194
3. Il sistema italiano della ricettività	202

3.1	<i>Lo stato attuale</i>	202
3.2	<i>L'evoluzione storica</i>	206
4.	La ricettività italiana nel 2000 e nel 2017	209
5.	La forza del sistema alberghiero italiano	210
6.	Il posizionamento dell'offerta alberghiera ed extralberghiera delle singole regioni	212
7.	Il comparto extralberghiero delle regioni	217
7.1	<i>Il lungo periodo e la congiuntura nazionale</i>	217
7.2	<i>Le ricettività extralberghiere delle regioni nel periodo 2002-2017</i>	221
7.3	<i>Il peso delle regioni per le tipologie di ricettività</i>	224
7.4	<i>L'impatto di Airbnb sulla ricettività</i>	226
2.3	La ristorazione	231
1.	La ristorazione	231
1.1	<i>Il comparto Bar</i>	233
1.2	<i>Il comparto "ristoranti"</i>	235
2.	La segmentazione delle imprese	237
3.	Il turnover imprenditoriale	238
4.	L'economia delle imprese	240
4.1	<i>Il fatturato delle imprese di ristorazione</i>	240
4.2	<i>Il valore aggiunto</i>	241
4.3	<i>L'occupazione</i>	241
4.4	<i>I consumi delle famiglie nella ristorazione</i>	242
5.	La ristorazione italiana nel contesto europeo	244
6.	Conclusioni	246
2.4	Le imprese di distribuzione e gli altri servizi per il turista	247
1.	I servizi propriamente turistici	247
2.	La crisi delle Agenzie di Viaggio	247
3.	Stabilimenti balneari e lacuali	250
4.	Guide e accompagnatori turistici	252
5.	Noleggio di imbarcazioni da diporto e biciclette	254
6.	Attività museali	258
7.	Stabilimenti termali	260
8.	Centri benessere	262
9.	Conclusioni	264
2.5	Il turismo e i trasporti continuano a crescere insieme	265
1.	Introduzione	265
2.	La domanda di mobilità in Italia e in Europa	267
3.	La domanda di mobilità turistica	272
4.	Il trasporto aereo e il turismo	280
4.1	<i>Il trasporto aereo continua a crescere anche in Italia nonostante l'incertezza dei vettori nazionali</i>	282
4.2	<i>La stagionalità nel turismo e nel trasporto aereo</i>	286
4.3	<i>Aeroporti e noleggio a breve termine</i>	287
	Bibliografia	287
2A	Online travel agencies versus siti ufficiali alberghieri: un'analisi comparata delle preferenze degli italiani	291
1.	La prenotazione alberghiera: OTA versus sito ufficiale	291
2.	La metodologia della ricerca	292
3.	Risultati	293
3.1	<i>OTA versus siti ufficiali: descrizione del campione e analisi fattoriale</i>	293
3.2	<i>OTA versus siti ufficiali: analisi descrittiva</i>	299
4.	Conclusioni	301
	Bibliografia	302

2B Il turismo degli italiani in case per vacanza in italia: caratteristiche, comportamenti	
capacità di spesa	305
1. Introduzione	305
2. Il soggiorno in case per vacanza: dove, come, quando e con chi	306
2.1 <i>Le tipologie di alloggio preferite e il confronto con l'hotel</i>	306
2.2 <i>La località di destinazione, la durata del soggiorno e la stagionalità</i>	307
2.3 <i>Il gruppo di viaggio e i canali informativi</i>	308
3. La scelta della località di soggiorno: motivazioni e giudizi	309
4. Come decidono la casa per vacanze: aspetti chiave e livello di soddisfazione	310
5. Quanto spendono e l'impatto sul territorio	311
2C La crescita della ricettività extralberghiera ed il cambiamento dell'identità dei luoghi	315
1. Introduzione	315
2. Piattaforme "sharing": effetto Airbnb sulle città europee	316
2.1 <i>Sharing economy e piattaforme verso nuovi modelli di sviluppo locale</i>	316
2.2 <i>Effetto Airbnb sulle città: framework internazionale e nazionale</i>	318
3. Genius loci e approccio place-based alla rigenerazione urbana	322
Bibliografia e sitografia	324
2D Reti e relazioni per la costruzione di un ecosistema digitale del turismo.	
Il caso del DMS Puglia	327
1. Le politiche di rete per la competizione turistica: filiere, ecosistemi e ruolo delle DMO	327
2. Dall'ecosistema di destinazione agli ecosistemi digitali per le destinazioni	328
3. Sistemi e servizi digitali per la gestione integrata di una destinazione. Il caso Puglia	328
4. Conclusioni: il valore dei dati	333
Bibliografia e sitografia	334
2E Il ruolo delle proloco nell'evoluzione dell'offerta turistica	335
1. Introduzione	335
2. Le Pro Loco e l'Unione Nazionale delle Pro Loco Italiane	335
3. Normative regionali	336
4. La presenza delle Pro Loco sul territorio nazionale	338
5. Conclusioni	343
Bibliografia e sitografia	344
PARTE TERZA: COMPETITIVITÀ DELLE DESTINAZIONI	345
3.1 La competitività della destinazione Italia: l'inizio della ripresa?	347
1. Introduzione	347
2. Il contesto di riferimento su scala globale: analisi competitiva delle macro-aree territoriali	349
3. L'evoluzione della quota di mercato della destinazione Italia	351
4. Focus sull'Europa mediterranea	354
5. Conclusioni	357
Bibliografia	357
3.2 La competitività delle "destinazioni turistiche diffuse": l'accessibilità fattore di svolta per il successo	359
1. Introduzione	359
2. Le destinazioni turistiche diffuse: analisi dei flussi turistici	360
3. I fattori di supporto alla competitività	369
4. Politica, pianificazione e sviluppo della destinazione	381
5. Conclusioni	385
Bibliografia	386
3.3 La competitività delle città d'arte italiane: i turisti stranieri la chiave della crescita	389
1. Introduzione	389
2. Il turismo culturale nelle città d'arte	390
2.1 <i>Il turismo culturale in Italia</i>	390
2.2 <i>La classificazione delle città d'arte italiane</i>	393

3.	La competitività delle principali città d'arte italiane	393
4.	Conclusioni	408
	Bibliografia e sitografia	409
3.4	L'Italia allo specchio. Paese, turismo e cultura visti dagli italiani	411
1.	Introduzione e obiettivi	411
2.	Le caratteristiche socio-demografiche del campione	412
3.	La percezione dell'immagine generale e dell'immagine turistica dell'Italia	414
4.	L'immagine culturale dell'Italia e le tipologie di vacanza preferite	417
5.	Conclusioni	419
	Bibliografia	420
3A	Misurazione della competitività: riflessioni metodologiche	421
1.	Introduzione	421
2.	Competitività nel turismo: concettualizzazione	422
3.	I modelli di competitività turistica	423
4.	Competitività turistica: quale misurazione?	424
5.	Il posizionamento dell'Italia	426
6.	Conclusioni, riflessioni e suggerimenti	426
	Bibliografia	427
3B	Il ruolo chiave della governance per la competitività delle destinazioni emergenti: imparare dal fallimento	431
1.	Introduzione e inquadramento teorico	431
2.	Il contesto empirico	432
2.1	<i>La fase "0" dell'evoluzione del network</i>	434
2.2	<i>La fase "1": lo sviluppo del network</i>	435
2.3	<i>La fase "2": il picco dell'evoluzione del network</i>	436
2.4	<i>La fase "3": la crisi del network</i>	436
2.5	<i>La fase "4": l'impulso esterno alla ripartenza del network</i>	437
3.	Conclusioni	437
	Bibliografia	439
3C	Da territorio a destinazione turistica orientata al benessere: il caso della riserva naturale "Gola del Furlo"	441
1.	Il concetto di Destinazione di Benessere	441
2.	La Riserva Naturale Statale Gola del Furlo	443
3.	Obiettivi e metodologia della ricerca	444
3.1	<i>Risorse</i>	444
3.2	<i>Attori</i>	445
3.3	<i>Attività</i>	446
4.	Prospettive e linee d'azione per rendere la Riserva Statale Gola del Furlo una Destinazione di Benessere	447
	Bibliografia e sitografia	449
3D	Il turismo in Basilicata: analisi della situazione attuale e opzioni per lo sviluppo	451
1.	Introduzione	451
2.	La dinamica dei flussi turistici in Basilicata nel decennio 2007-2017	452
3.	L'offerta ricettiva in Basilicata (2007-2017)	458
4.	Infrastrutture di trasporto e livello di accessibilità delle destinazioni turistiche regionali	462
5.	Possibili azioni per lo sviluppo del turismo in Basilicata	464
5.1	<i>Ri-organizzazione dei trasporti in una logica di integrazione di sistema</i>	464
5.2	<i>Realizzazione di un film o di una trasmissione televisiva divulgativo/scientifica sul patrimonio culturale della Basilicata</i>	465
5.3	<i>Sapori e sapere. La ristorazione tipica e "La tavola dei miti"</i>	466
5.4	<i>Il folklore dei miti</i>	466
5.5	<i>Mercatini artigianali e vendita di prodotti agroalimentari</i>	467

VI *Indice*

6. Conclusioni	467
Bibliografia e sitografia	468
Allegati	469
3E Sistemi insulari italiani: competitività nel contesto mediterraneo	479
1. Introduzione	479
2. I contesti insulari	480
3. Il turismo nei contesti insulari italiani	481
4. Le performances dei contesti insulari del Bacino del Mediterraneo	483
5. Conclusioni	486
Bibliografia	487
PARTE QUARTA: TURISMI E MERCATI	489
4.1 Il turismo delle località d'arte	493
1. Il turismo culturale e d'arte	493
2. Il turismo culturale come chiave di sviluppo	494
2.1 <i>Le quote del movimento dei clienti</i>	496
2.2 <i>Le variazioni percentuali</i>	499
2.3 <i>I differenziali</i>	501
3. I clienti esteri e nazionali	502
3.1 <i>La composizione della clientela</i>	502
3.2 <i>Gli esercizi utilizzati secondo le statistiche Istat presso le strutture</i>	505
4. La stagionalità	507
5. La congiuntura	510
6. La spesa dei turisti per tipo di turismo	512
7. Il movimento turistico delle città d'arte nelle regioni	513
8. I musei e i monumenti e i siti archeologici statali	514
9. Conclusioni	517
4.2 I turismi del mare: un andamento eccezionalmente positivo	519
1. I turismi del mare	519
2. I trend del turismo balneare in Italia	520
2.1 <i>Il lungo periodo 2000-2017</i>	520
2.2 <i>Il diverso comportamento dei residenti e dei non residenti</i>	523
3. La ricettività utilizzata	527
4. Il livello regionale	529
5. Conclusioni	531
4.3 I turismi della montagna	533
1. Introduzione	533
2. Continua la ripresa del turismo alpino	533
3. Il turismo della neve	538
3.1 <i>L'Italia nel contesto internazionale alpino dello sci</i>	538
3.2 <i>L'andamento della stagione invernale nei comprensori alpini</i>	539
3.2.1 <i>La graduatoria dei primi 30 comprensori sciistici italiani</i>	539
3.2.2 <i>L'andamento della stagione sciistica nelle regioni alpine</i>	542
3.2.3 <i>La regione sciistica di Dolomiti Superski</i>	542
3.2.4 <i>Il Consorzio trentino Skirama</i>	544
3.2.5 <i>I comprensori sciistici della montagna lombarda</i>	545
3.2.6 <i>I comprensori sciistici piemontesi</i>	547
3.2.7 <i>I comprensori sciistici della Valle d'Aosta</i>	548
3.3 <i>Lo stato di salute dell'offerta sciistica italiana</i>	548
4. Conclusioni	549
Bibliografia	551
4.4 Stato attuale e prospettive di sviluppo del turismo termale	553
1. Premessa	553

2. Dal business termale al global wellness: prospettive di analisi e dimensione economica dei fenomeni	553
3. L'Offerta nelle località termali	559
4. La domanda nelle località termali	561
4.1 <i>Le dinamiche di breve periodo</i>	561
4.2 <i>Le dinamiche di lungo periodo</i>	563
4.3 <i>Nuovi orientamenti dei turisti termali nella scelta dell'offerta ricettiva</i>	568
4.4 <i>Dinamiche della domanda turistica nelle diverse tipologie di località</i>	569
5. La competitività degli stabilimenti termali italiani	571
5.1 <i>La domanda rilevata attraverso gli arrivi negli stabilimenti termali</i>	571
5.2 <i>Un confronto con gli altri Paesi</i>	575
5.3 <i>La valenza economica delle terme: il caso dell'Emilia-Romagna</i>	576
6. Considerazioni finali	578
Bibliografia e sitografia	580
4.5 Il turismo lacuale	581
1. Introduzione	581
2. Sport e tempo libero sui laghi italiani	581
3. Il soggiorno al lago	584
3.1 <i>L'offerta ricettiva</i>	584
3.2 <i>I flussi turistici</i>	586
4. Focus: i flussi turistici nelle principali località lacuali italiane	589
Bibliografia	593
4.6 Il turismo crocieristico	595
1. L'Italia leader nella crocieristica	595
2. La crescita della crocieristica nel mondo	596
3. Europa e Mediterraneo	598
4. Il traffico crocieristico in Italia	600
5. Il crocierista italiano	607
4.7 Le tendenze della nautica di diporto	613
1. I diversi andamenti	613
2. Andar per mare: il parco nautico	614
2.1 <i>La consistenza del parco nautico nel mondo</i>	614
2.2 <i>La consistenza del parco nautico in Italia</i>	617
3. L'industria nautica ed il diportismo	620
4. Il diportismo nautico nelle regioni	622
5. L'economia della Nautica da diporto	624
6. Conclusioni	627
Bibliografia	628
4.8 Il turismo congressuale	629
1. Premessa	629
2. La distribuzione geografica delle sedi per congressi ed eventi	630
3. Il mercato dei congressi ed eventi in Italia	631
4. Il mercato dei congressi ed eventi per area geografica	633
5. L'analisi in base alla provenienza geografica dei partecipanti	634
6. L'analisi in base alla tipologia di organizzazione promotrice	635
7. La forte diversificazione del mercato in base al tipo di sede	636
8. La dimensione economica dell'attività congressuale delle sedi	640
9. Conclusioni	640
Bibliografia	641
4A L'enogastronomia in viaggio: da elemento accessorio a fattore determinante nelle scelte di viaggio degli italiani	643
1. Turismo ed enogastronomia: un binomio di successo	643

2.	Il turista italiano e la vacanza enogastronomica: attitudine e comportamento	644
2.1	<i>Prima del viaggio: la scelta della meta</i>	644
2.2	<i>Durante la vacanza: esperienze fruite</i>	646
2.3	<i>Dopo il viaggio: soddisfazione e ricordo</i>	647
3.	Conclusioni e prospettive	648
	Bibliografia	649
4B	Il turismo del vino: conoscere le richieste dei turisti per sviluppare l'offerta. Il caso del distretto del prosecco di Conegliano Valdobbiadene	651
1.	Introduzione	651
2.	Il contesto turistico nelle Colline del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene	653
3.	Il punto di vista degli operatori vitivinicoli del Distretto	655
4.	Le preferenze e la segmentazione degli enoturisti nelle Colline del Prosecco – L'indagine ai clienti delle cantine	656
4.1	<i>Alcuni cenni metodologici</i>	656
4.2	<i>Le preferenze degli enoturisti nelle Colline del Prosecco</i>	657
4.3	<i>I segmenti degli enoturisti nelle Colline del Prosecco</i>	658
5.	Conclusioni	659
	Bibliografia	661
4C	Lo shopping conta? il centro storico delle città d'arte come ambiente di shopping e il suo impatto sulla soddisfazione del turista	663
1.	La configurazione multidimensionale della fruizione turistica delle città	663
2.	Lo shopping come attività trasversale del turismo urbano	665
3.	La ricerca: obiettivi e metodologia	665
4.	I risultati	666
4.1	<i>La valutazione sintetica dell'esperienza nel centro storico e nei negozi e le determinanti dell'esperienza di shopping</i>	667
4.2	<i>L'atmosfera del centro storico</i>	668
5.	Conclusioni	669
	Bibliografia	670
4D	Definire il turismo sportivo: tipologie di turisti e numeri di riferimento	673
1.	Introduzione	673
2.	La pratica sportiva	673
2.1	<i>Il contesto internazionale</i>	674
2.2	<i>La pratica sportiva in Italia</i>	674
3.	Il turismo sportivo in Italia e nel Mondo	675
3.1	<i>Per una definizione del turismo sportivo</i>	675
3.2	<i>Il contesto internazionale</i>	677
3.3	<i>Il turismo sportivo in Italia</i>	677
3.4	<i>Gli eventi sportivi: dagli impatti ai fattori per il successo</i>	678
4E	Il mercato italiano del turismo responsabile: consapevolezza, contraddizioni e rapporto con gli altri acquisti	681
1.	Introduzione	681
2.	Cos'è il turismo responsabile? Alcuni cenni teorici	681
3.	Una recente indagine sul turismo responsabile in Italia	683
3.1	<i>Approccio metodologico all'indagine</i>	683
3.2	<i>I risultati dell'indagine tra conoscenza, percezione e comportamenti dei consumatori</i>	684
3.2.1	<i>La consapevolezza sul turismo responsabile</i>	684
3.2.2	<i>La percezione circa le destinazioni del turismo responsabile</i>	687
3.2.3	<i>Il legame tra viaggi responsabili e altri acquisti etici</i>	689
4.	Conclusioni	689
	Bibliografia	691

PARTE QUINTA: POLITICHE PUBBLICHE PER IL TURISMO	693
5.1 Il turismo nelle politiche di coesione comunitarie e nazionali	697
1. Introduzione	697
2. L'avanzamento della programmazione 2014-2020	698
2.1 <i>Quadro di insieme</i>	699
2.2 <i>Distribuzione territoriale delle risorse e dei progetti</i>	700
2.3 <i>Opere infrastrutturali e incentivi alle imprese</i>	702
2.4 <i>La dimensione finanziaria degli interventi</i>	705
3. Il "monitoraggio civico" degli interventi attuati nel 2007-2013	708
3.1 <i>Il monitoraggio civico nelle politiche di coesione</i>	708
3.2 <i>I progetti monitorati per Natura, Cultura e Turismo</i>	709
3.3 <i>Confronto tra esiti del monitoraggio civico e dati del Sistema Nazionale di Monitoraggio</i>	711
3.4 <i>Alcuni esempi di monitoraggio civico di grandi progetti</i>	712
4. Conclusioni	714
5.2 Il turismo nelle politiche di sviluppo rurale e della pesca	717
1. Introduzione	717
2. Il turismo nelle strategie delle politiche di sviluppo rurale: finalità, interventi e risorse	718
2.1 <i>La visione d'insieme</i>	718
2.2 <i>PSR e turismo: un bilancio consolidato del ciclo di programmazione 2007-2013</i>	722
2.3 <i>Strategie, allocazioni finanziarie e strumenti attuativi nella programmazione 2014-2020</i>	725
3. L'agriturismo nelle politiche di sviluppo rurale: alcuni esempi di intervento	729
4. Il LEADER e il turismo rurale nella programmazione 2014-2020	731
5. Pesca e turismo nella politica comunitaria per la pesca	734
5.1 <i>Uno sguardo alla fase di programmazione 2014-2020</i>	734
5.2 <i>Il turismo nelle attività dei GAC/FLAG: alcune esperienze</i>	735
6. Il turismo nella PAC post 2020	737
7. Conclusioni	738
5.3 Il turismo come opportunità di sviluppo per le aree interne del paese	741
1. Il percorso di definizione delle strategie d'area	741
2. Il ruolo del turismo nelle aree interne	743
3. Le scelte dei territori	745
4. I punti critici e il supporto della Federazione Aree Interne	747
5.4 La spesa per il turismo: un'analisi dei conti pubblici territoriali	751
1. La spesa pubblica per il Turismo in Italia nel periodo 2000-2016	751
1.1 <i>Il settore Turismo nei Conti Pubblici Territoriali</i>	751
1.2 <i>Spesa totale e spesa in conto capitale</i>	753
2. I soggetti di spesa	755
3. Confronti regionali	756
4. Il ruolo della politica di coesione nella spesa pubblica per il turismo	759
Allegato: Normativa nazionale e regionale di interesse turistico	761
5A La governance turistica in Alto Adige: sfide, opportunità e cambiamenti	769
1. Introduzione	769
2. L'evoluzione del turismo in Alto Adige: una serie storica	769
3. Il sistema di governance per l'innovazione regionale	771
3.1 <i>Le agenzie di sviluppo e la loro evoluzione nel tempo</i>	771
4. Analisi delle relazioni collaborative tra agenzie e altri enti	774
4.1 <i>L'analisi network: il metodo</i>	774
4.2 <i>L'analisi network: risultati</i>	775
5. Conclusioni	779
Bibliografia	780

5B “Slow Tourism” nel paesaggio italiano. Politiche e iniziative per la valorizzazione territoriale attraverso la mobilità dolce	783
1. Introduzione	783
2. <i>Slow tourism</i> in Italia: orientamenti istituzionali e sperimentazioni	784
2.1 <i>Cammini, vie storiche e percorsi a piedi</i>	786
2.2 <i>Ciclovie turistiche</i>	787
2.3 <i>Reti ferroviarie</i>	787
3. <i>Slow tourism</i> per la rigenerazione territoriale <i>place-based</i>	790
Bibliografia	791
5C Il turismo accessibile quale opportunità di sviluppo economico e sociale per le destinazioni	793
1. Introduzione	793
2. La destinazione accessibile e il “turismo per tutti”	793
3. La domanda di turismo accessibile in Europa ed in Italia	794
4. Alcuni esempi di politiche di sostegno per il turismo accessibile in Europa e nel resto del mondo	796
4.1 <i>Germania</i>	796
4.2 <i>Regno Unito</i>	798
4.3 <i>Spagna</i>	798
4.4 <i>Le iniziative promosse dalla Commissione Europea</i>	798
4.5 <i>L’India</i>	799
5. Le policy adottate in Italia	799
5.1 <i>Gli albori del turismo accessibile in Italia</i>	799
5.2 <i>Dagli inizi del nuovo millennio ai giorni nostri</i>	800
6. Conclusioni	801
Alcune considerazioni finali	803
1. Lo sviluppo reale del settore e l’urgenza di una <i>task force</i>	803
2. Turismo urbano e <i>gentrification</i> : il <i>genius loci</i> elemento chiave dello sviluppo	805
3. Il cambiamento del sistema turistico di offerta: tra operatori tradizionali, piattaforme collaborative e grandi player dell’intermediazione	807
4. Turismo e <i>Made in Italy</i> : cultura, enogastronomia e moda	808
5. L’emergere di nuovi segmenti turistici ed il loro contributo al rilancio dei segmenti tradizionali	810
6. Politiche del turismo e nuova <i>governance</i> istituzionale: fra mercato reale e mercato immaginario	812

L'Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo (IRISS) è un organo del Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR) costituito nel 2014 in seguito alla fusione dell'Istituto di Ricerca sulle Attività Terziarie (IRAT) e dell'UOS di Napoli dell'Istituto di Studi Giuridici Internazionali (ISGI), entrambi costituiti nei primissimi anni '80. La missione dell'IRISS è rappresentata dallo studio dell'innovazione e dei servizi nell'ottica dello sviluppo della competitività internazionale di imprese e territori, due contesti nei quali si genera valore economico, culturale e umano. Questi temi sono affrontati secondo un approccio sistemico e interdisciplinare che integra la prospettiva economica e aziendale, quella propria della pianificazione e gestione del territorio e, infine, la prospettiva giuridica che investe, anche trasversalmente, tutti gli interessi di ricerca del nuovo Istituto.

In ambito turistico, l'IRISS ha sviluppato un ampio patrimonio di competenze, partecipando a progetti di ricerca a livello internazionale e nazionale, alimentando una ricca produzione scientifica. Gli ambiti di interesse più significativi comprendono tourism experience, destination management, nuove tecnologie ICT per la valorizzazione dei sistemi turistici territoriali. Su questi temi l'Istituto promuove varie iniziative, in collaborazione con grandi imprese, come IBM, e con università di eccellenza, come il Rosen College of Hospitality Management. Dal 2011, collabora con il Prof. Emilio Becheri, direttore di Turistica, per la redazione del Rapporto sul Turismo Italiano.

Con la collaborazione di:



AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO - ENIT



CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA



Istituto Nazionale
di Statistica



ISBN 978-88-6950-339-9



9 788869 503399

EURO 50,00