DAL **TOUR**
AL **TURISMO**
ATTRAVERSO **I DATI**

10 MARZO 2022

LAZIO

UNIONCAMERE LAZIO

CAMERE DI COMMERCIO DEL LAZIO

UNIONCAMERE

FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020 - SOSTEGNO DEL TURISMO

LINEA DI ATTIVITA' 1 - OSSERVAZIONE ECONOMICA

1° REPORT DI ANALISI ECONOMICO-TERRITORIALE DEL TURISMO NEL LAZIO 2021

MARZO 2022

ISNART

Sommario

1. L’offerta
2. I profili dei turisti
3. I mercati stranieri
4. I turisti in vacanza nelle province del Lazio
5. Previsioni

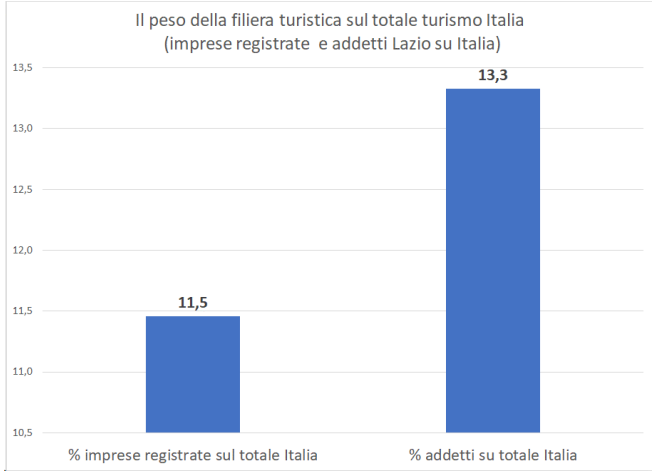
1. L’offerta

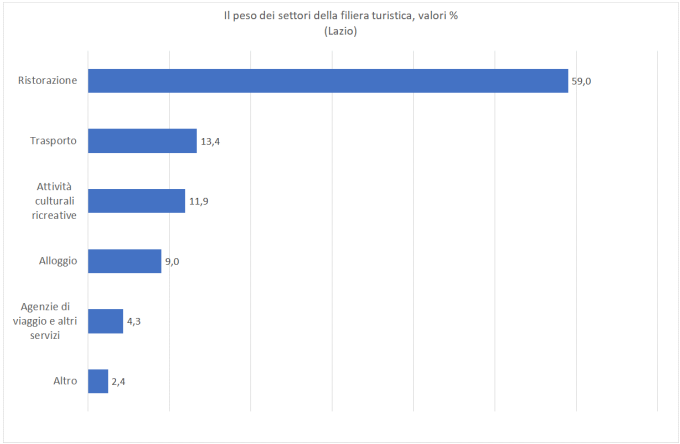
La filiera turistica regionale

Il Lazio è la seconda regione italiana per offerta dedicata al sistema turistico nazionale, preceduta dalla sola Lombardia. Ospita un sistema di imprese legate alla filiera turistica con quasi 72 mila imprese registrate al IV trimestre del 2021, ovvero l'11,5% dell'offerta complessiva di filiera italiana.

L'elevata specializzazione produttiva in chiave turistica del Lazio, che conta un totale di circa 351 mila addetti impiegati nelle imprese del settore (il 13,3% di quelli legati al turismo in Italia) è **concentrata a Roma che ha il 78% delle imprese e l'86% degli addetti della regione.**

Le imprese di ristorazione sono il 59% delle strutture legate al turismo presenti nella regione (con un picco del 72,5% tra le imprese della sola provincia di Frosinone). Seguono le imprese di trasporto, che costituiscono il 13,4% delle imprese della filiera turistica regionale (15,3% nella provincia di Roma), mentre quelle legate alle attività culturali e ricreative sono l'11,9% (13% Viterbo), le imprese di alloggio il 9% (9,8% Roma), le agenzie di viaggi e le altre imprese di servizi collegate alla filiera turistica il 4,3% (4,8% Latina).





Fonte: Infocamere, IV trimestre 2021

Il 2021 è stato ancora notevolmente condizionato da una forte incertezza dettata dal differenziato e mutevole andamento del contagio nelle diverse località italiane, con la conseguenza che le decisioni di vacanza tendono sempre più a concretizzarsi sotto data ed a risolversi nell'arco di pochi giorni. All'interno di questo scenario ha pesato - e continua a pesare - in maniera significativa l'andamento delle grandi città d'arte che, in media, nel periodo estivo assorbono quasi un quarto dei flussi turistici italiani.

Per la Capitale il terreno da riguadagnare rispetto al 2019 è ancora molto ampio. D'altra parte, le città d'arte di minori dimensioni (quali Ravenna, Viterbo, Verona, Matera, Lecce, Ferrara) nel 2020 avevano subito l'impatto del Covid-19 con minore intensità e nell'estate 2021 hanno in generale migliorato i livelli dell'anno precedente. Anche da questo punto di vista va ribadita la necessità, per le grandi città d'arte, di ripensare la propria attrattività e organizzazione turistica per tornare in maniera sostenibile ai valori del 2019.

L'inevitabile contrazione del turismo culturale ha indotto una ripresa più contenuta nelle aree a maggiore densità di città d'arte (Lazio, Toscana, Emilia Romagna). Come effetto di queste dinamiche il mercato turistico italiano appare parzialmente mutato rispetto al periodo pre-pandemia.

La regione Lazio, insieme con la Lombardia, perde posizioni significative: la quota di mercato del Lazio in termini di presenze turistiche stimate sul territorio passa dall'8,9% del 2019 al 3,7% nel 2021, quella della Lombardia passa dal 9,3% del 2019 al 7,3% nel 2021.

Quote di mercato delle regioni italiane (Italia = 100)

	2019	2020	2021
Abruzzo	1,4	1,9	1,9
Basilicata	0,6	0,7	0,7
Calabria	2,2	2,2	2,5
Campania	5,0	3,5	4,0
E Romagna	9,2	10,7	10,9
FV Giulia	2,1	2,3	2,2
Lazio	**8,9**	**4,5**	**3,7**
Liguria	3,5	4,1	4,2
Lombardia	9,3	7,4	7,3
Marche	2,4	3,7	3,8
Molise	0,1	0,2	0,2
Piemonte	3,4	3,2	3,2
Puglia	3,5	4,9	5,5
Sardegna	3,5	3,0	3,6
Sicilia	3,5	3,2	3,6
Toscana	11,0	10,5	10,4
TA Adige	11,9	16,0	13,2
Umbria	1,3	1,4	1,5
V D'Aosta	0,8	1,1	0,7
Veneto	16,3	15,6	17,0
Italia	100,0	100,0	100,0

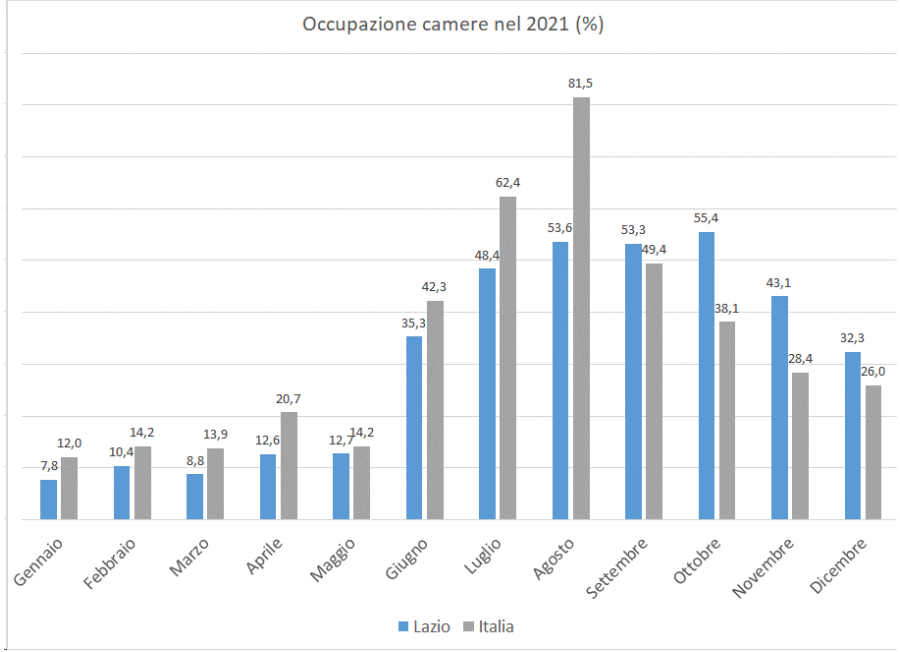
Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Le vendite del sistema ricettivo

Dall'indagine diretta svolta alle imprese ricettive del Lazio emerge per il 2021 una ripresa delle vendite nella stagione estiva, ma il trend torna a scendere in chiusura di anno.

In estate le strutture hanno venduto in media nel mese di giugno appena il 35,3% delle disponibilità del periodo, per poi salire gradualmente in luglio al 48,4% e in agosto al 53,6%. Un trend al di sotto di quello medio nazionale, con la sola eccezione del mese di settembre quando con il 53,3% di camere occupate supera i dati medi del contesto Italia. **Ad influire negativamente sui risultati dell'estate sono soprattutto le strutture ricettive della Capitale, che hanno risentito maggiormente del calo dei flussi turistici internazionali**, in crescita rispetto al disastroso 2020, ma ancora lontani dalle performance raggiunte negli anni pre-Covid. Meglio per le altre località di vacanza della regione, dove si registrano vendite medie del 56,7% a luglio e del 74,7% ad agosto.

In autunno vendute in media 5 camere ogni 10 disponibili nei mesi di settembre e ottobre, ma si scende a 3 camere vendute su 10 in dicembre.



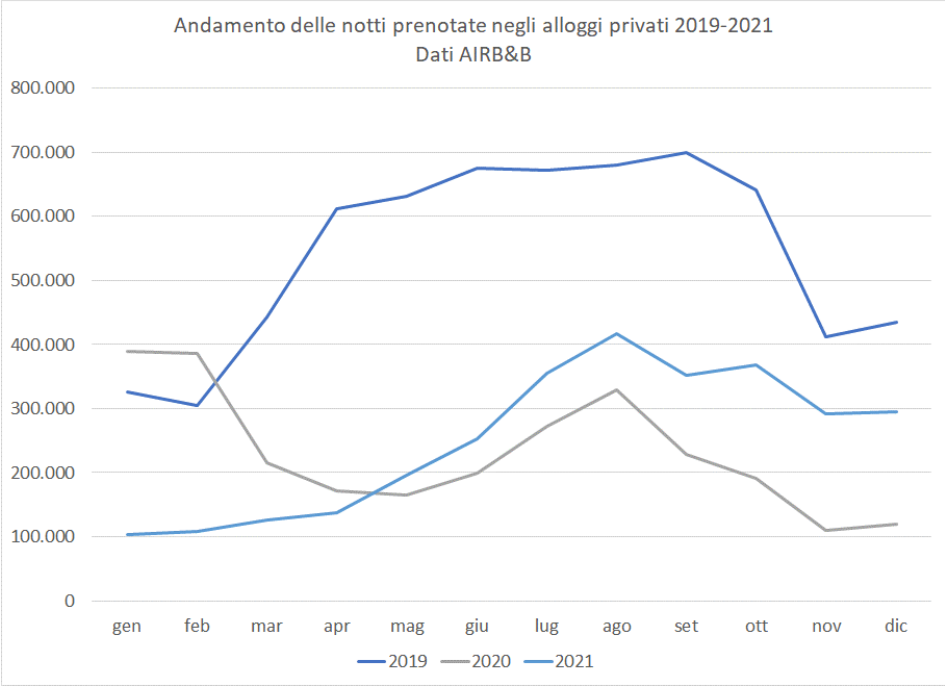
Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Le prenotazioni degli alloggi in affitto

Dai dati di Airdna, il sistema che registra l'andamento dell'offerta sul mercato parallelo degli alloggi privati disponibili sul portale Airbnb (camere private e camere condivise, appartamenti affittati per intero e camere in hotel) è possibile avere una panoramica delle notti prenotate ciascun mese negli ultimi tre anni sul mercato degli affitti brevi del Lazio.

Il trend mensile è quello tipico stagionale, con una crescita nei mesi di punta estivi anche in piena pandemia ma con numeri nettamente al di sotto di quelli del 2019.

I primi mesi del 2020, fino al primo lockdown nazionale, mostrano una tendenziale crescita della domanda per questo comparto ricettivo, calata drasticamente nei mesi successivi e nel 2021, con un andamento che segue quello dei continui stop and go imposti dalle misure di contenimento della pandemia.

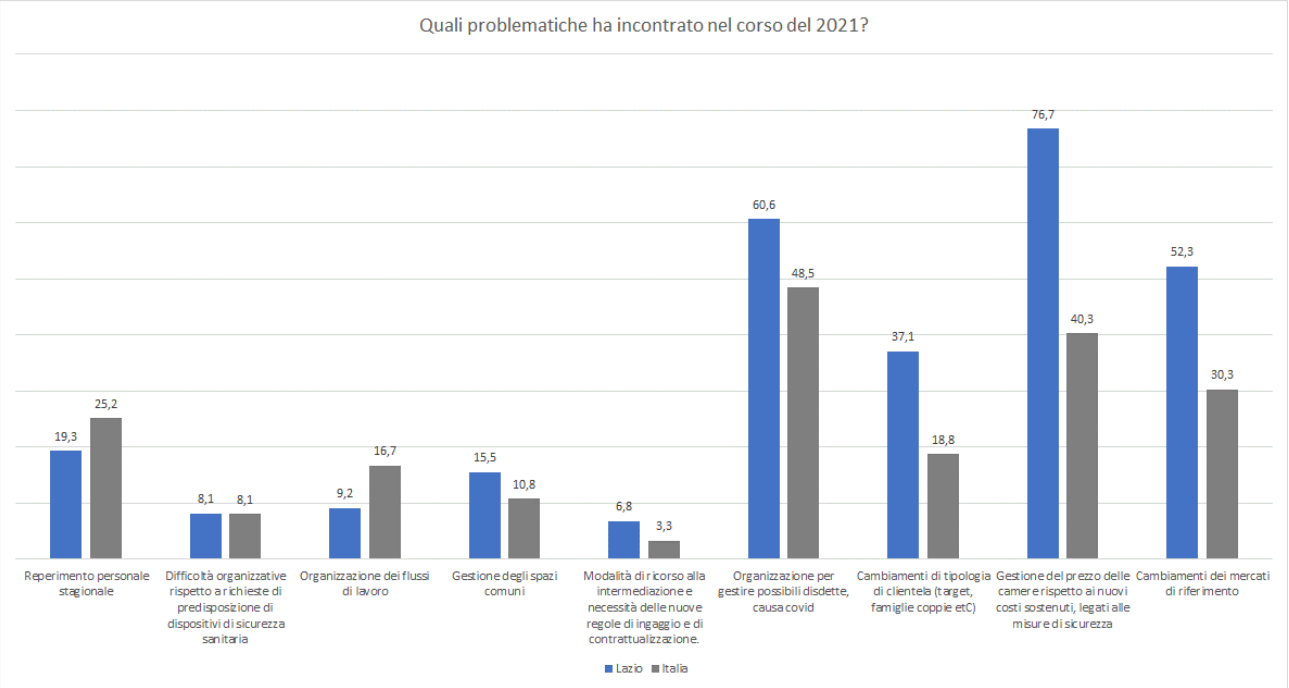


Fonte: Elaborazioni Isnart su dati Airdna

Le problematiche delle imprese

Le principali problematiche affrontate in questo 2021 dalle imprese locali?

- ✓ quasi 8 strutture ricettive su 10 hanno dovuto adeguare il prezzo di offerta ai più alti costi di gestione sostenuti per adempiere alle misure di prevenzione previste per contenere la pandemia;
- ✓ 6 imprese su 10 hanno riorganizzato la gestione per far fronte a possibile disdette della clientela;
- ✓ 1 impresa su 2 ha adeguato l'offerta a nuovi mercati e target di domanda.



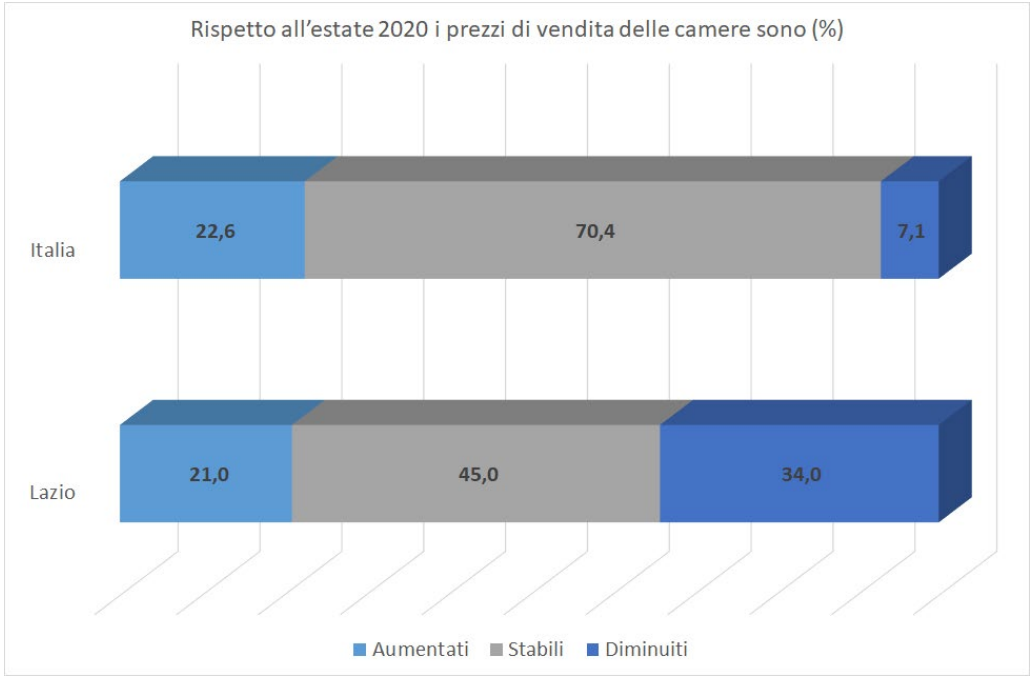
Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

I prezzi delle camere nell'estate 2021

Durante l'estate nel Lazio 1 operatore su 3 ha scelto di far fronte alla contrazione della domanda del periodo agendo sulla leva prezzo

Il 34% delle strutture ricettive del Lazio ha diminuito i prezzi rispetto a quelli dell'estate 2020, una scelta che nel contesto nazionale ha seguito appena il 7,1% delle strutture ricettive.

Per il 45% delle strutture laziali i prezzi sono rimasti stabili, quota decisamente inferiore a quella della media Italia, dove è il 70,4% delle imprese ricettive a mantenere fissi i prezzi rispetto a quelli applicati nel 2020.



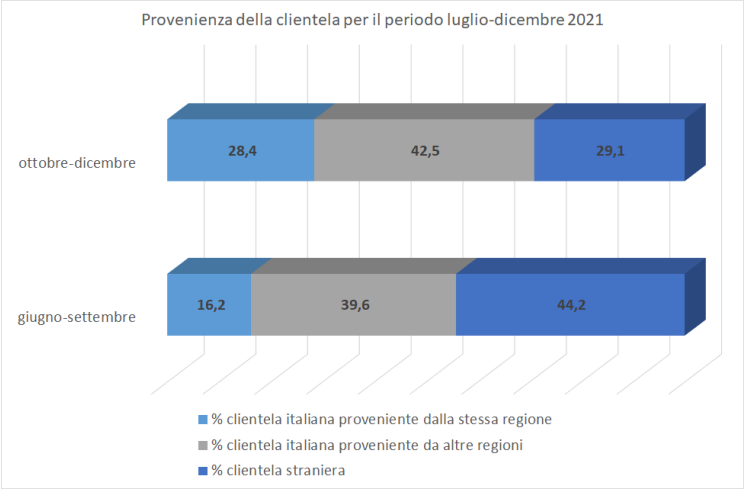
Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

La provenienza della clientela

Una domanda turistica in cui il turismo internazionale torna ad avere un ruolo di primo piano, ma solo in estate.

In estate il 44,2% della clientela degli esercizi ricettivi del Lazio è composta da stranieri, quota che nella sola città di Roma raggiunge una media del 48,7% mentre nelle altre località si ferma al 29,1% della domanda del periodo. Seguono i turisti italiani provenienti da altre regioni del Bel Paese: sono il 39,6% della clientela delle strutture ricettive del Lazio, il 43,6% nella città di Roma. Il turismo interno alla regione pesa per il 16,2% sul totale ma con una netta differenza tra le destinazioni turistiche: è appena il 7,7% della clientela a Roma, mentre arriva al 44,3% tra la clientela delle strutture ricettive delle altre località turistiche della regione.

In **autunno/inverno gli stranieri sono solo il 29,1% della clientela degli esercizi ricettivi della regione**, mentre cresce l'influenza del turismo italiano di prossimità (42,5%) e quello proveniente da altre regioni (28,4%)



Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

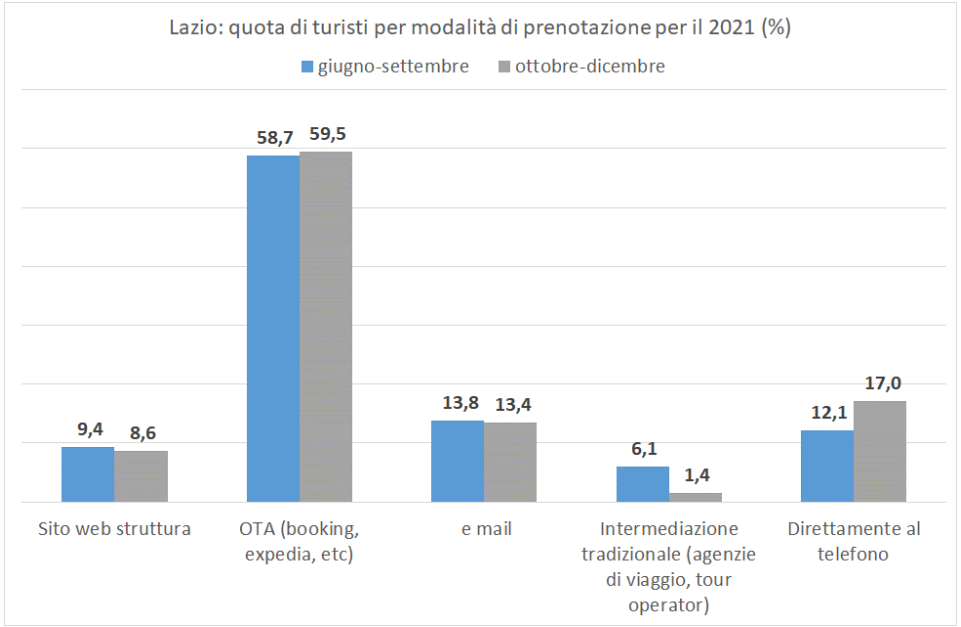
Provenienza della clientale per il periodo luglio-settembre 2021				
	% clientela italiana proveniente dalla stessa regione	% clientela italiana proveniente da altre regioni	% clientela straniera	Totale
Altre località	44,3	26,6	29,1	100,0
Roma	7,7	43,6	48,7	100,0
Lazio	16,2	39,6	44,2	100,0
Italia	20,3	47,4	32,4	100,0
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio				

I canali di vendita

La vacanza si prenota on line

I grandi portali di prenotazione on line sono ormai gli strumenti più utilizzati dalla clientela delle strutture ricettive, nel Lazio come nel resto del contesto nazionale ed internazionale. Canali di booking, quelli delle OTA, che hanno visto aumentare in modo significativo la loro quota di mercato proprio in seguito alla pandemia, grazie a politiche di prezzo al ribasso e legate alla possibilità di cancellare o modificare le prenotazioni in tempo reale.

In media **ha prenotato la vacanza nel Lazio attraverso le grandi OTA il 58,7% delle clientela nell'estate 2021, il 59,5% nel periodo ottobre-dicembre**. Seguono a distanza le prenotazioni via email (13,8% in estate, 13,4% in autunno) e quelle al telefono (12,1% in estate, 17% in autunno), il booking diretto on line attraverso il sito della struttura ricettiva (9,4% estate, 8,6% autunno) e quello che passa dal circuito tradizionale dell'intermediazione turistica (6,1% estate, ma appena l'1,4% dei clienti del periodo ottobre-dicembre).



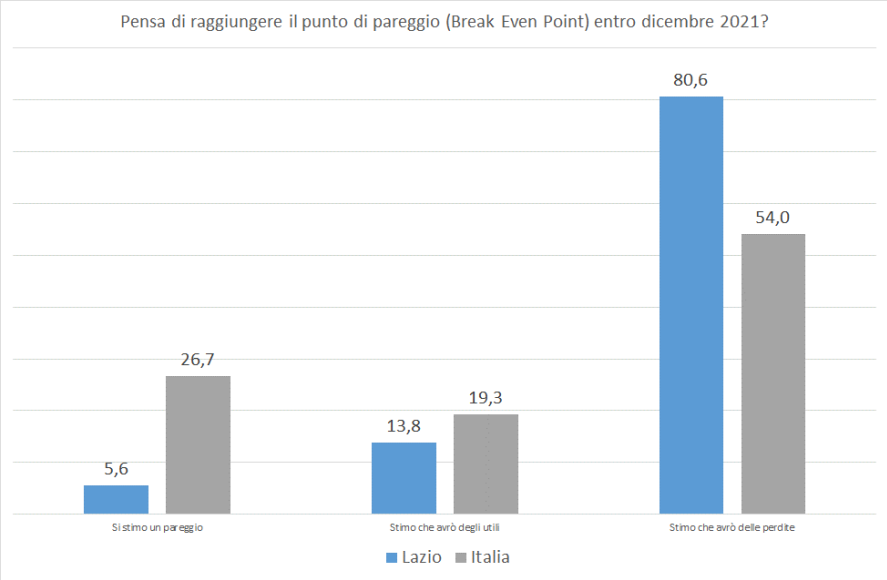
Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Le previsioni di bilancio

Nel Lazio 8 imprese ricettive su 10 stimano perdite in bilancio

Le vendite, nettamente inferiori rispetto agli anni pre-pandemia, fanno prevedere a fine 2021 all'80,6% delle imprese ricettive del Lazio di non raggiungere il punto di pareggio in bilancio. Un risultato in cui molto peso hanno avuto il calo dei flussi turistici internazionali soprattutto per le strutture ricettive della Capitale, le più colpite dalle misure di contenimento dei flussi turistici in uscita che molti Paesi internazionali ancora adottano per le vacanze oltre confine.

Il calo di ricavi rispetto al 2020 è stimato dagli operatori del Lazio intorno al -24%, più sostenuto rispetto a quello stimato per la destinazione Italia (-9,6%).



Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Stima di variazione dei ricavi rispetto al 2020 (%)	
Lazio	-23,9
Italia	-9,6

2. I profili dei turisti

gli Avatour

Indagine locale ai turisti: le generazioni

Da una lettura incrociata dei dati risultati dall'indagine diretta svolta ai turisti in vacanza nella regione sono state individuate le principali caratteristiche identificative del turista tipo che visita il Lazio nella stagione estiva, raccolti sulla base della «generazione» di appartenenza.

Ciascuna generazione è rappresentata graficamente da un Avatour, profili derivati dai dati rilevati dalle indagini ai turisti, riconducibili a vere e proprie «tribù del turismo» ovvero gruppi di turisti con caratteristiche simili, quali l'età, le motivazioni di vacanza, i comportamenti, lo status economico o sociale e/o le passioni che li spingono a scegliere una determinata destinazione turistica.

Il turista della generazione Z in vacanza nel Lazio
(al di sotto dei 26 anni , 11,2%)

E' alla ricerca di:
- Arte e cultura
- Degustazioni enogastronomiche
- Esperienze uniche
- Località esclusive

Durante la vacanza si dedica a
- Escursioni e gite
- Visite di musei e mostre
- Shopping

Spende per la vacanza in media 165 euro per il viaggio A/R, 40 euro al giorno a persona per l'alloggio, 78,5 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.

La destinazione di riferimento culturale è: Roma
Tra le altre destinazioni spicca la montagna reatina

AVATOUR
IDENTIKIT

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Il turista della generazione Y in vacanza nel Lazio
(tra i 26 ed i 40 anni, 35,3%)

E' alla ricerca di:
- Arte e cultura
- Divertimenti
- Posti nuovi da scoprire
- Buon rapporto qualità/prezzo

Durante la vacanza si dedica a
- Visite del centro storico, monumenti, musei e mostre
- Escursioni e gite
- Shopping

Spende per la vacanza in media 130 euro per il viaggio A/R, 43 euro al giorno a persona per l'alloggio, 75 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.

Al di là della Capitale, le destinazioni di riferimento sono: le località balneari specialmente nell'area pontina.

AVATOUR
IDENTIKIT

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Il turista della generazione X in vacanza nel Lazio
(tra i 41 ed i 56 anni, 38,8%)

E' alla ricerca di:
- Arte e cultura
- Degustazioni enogastronomiche
- Scoperta di luoghi sconosciuti

Durante la vacanza si dedica a
- Degustazioni di prodotti tipici
- Eventi religiosi
- Visite del centro storico e dei suoi monumenti

Spende per la vacanza in media 112 euro per il viaggio A/R, 42 euro al giorno a persona per l'alloggio, 73 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.

La destinazione di riferimento è: Roma e le altre città d'arte come Viterbo.

AVATOUR
IDENTIKIT

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Il turista della generazione Baby Boomers in vacanza nel Lazio
(turisti tra i 58 ed i 69 anni, 13,4%)

E' alla ricerca di:
- Arte e cultura
- Degustazioni enogastronomiche
- Divertimenti
- Shopping

Durante la vacanza si dedica a
- Escursioni e gite
- Viste di musei, monumenti e città
- Eventi religiosi
- Centro benessere

Spende per la vacanza in media 125 euro per il viaggio A/R, 46 euro al giorno a persona per l'alloggio, 71 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.

Al di là della Capitale, tra le destinazioni di riferimento: le destinazioni balneari e le altre destinazioni culturali del Lazio tra città e borghi della regione.

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

Il turista della generazione Senior in vacanza nel Lazio
(over 70 ,1,3%)

E' alla ricerca di:
- Ospitalità e compagnia di amici e parenti
- Arte e cultura
- Relax
- Esperienze religiose

Durante la vacanza si dedica a:
- Escursioni e gite
- Visite di monumenti, musei e mostre
- Centro benessere

Spende per la vacanza in media 159 euro per il viaggio A/R, 67 euro al giorno a persona per l'alloggio, 34 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.

Al di là della Capitale, tra le destinazioni di riferimento: la montagna, le città d'arte minori e altre località naturalistiche interne nel basso Lazio (Ciociaria e i monti Lepini).

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio

AVATOUR
IDENTIKIT

3. I mercati stranieri

Indagine locale ai turisti

Germania

I turisti tedeschi scelgono il Lazio per il suo patrimonio culturale (muove in media il 66,1% dei turisti nel 2021), per vedere luoghi unici al mondo (19,1%), per la curiosità di visitare posti sconosciuti (16,5%), in cerca dello stile di vita italiano (13,9%), magari in località considerate esclusive (dall'11,2% dei turisti), assaporando i gusti ed i sapori del nostro territorio (questa motivazione è decisiva per il 13,9% dei turisti) e dedicandosi allo shopping (fondamentale per il 13,4%).

Internet influenza 1 turista tedesco su 2, attraverso le offerte on line (48,1%), le informazioni reperite su siti web e portali di settore (50%), i social network (28,1%), le recensioni on line (11,3%).

1 turista su 4 è influenzato da precedenti esperienze di vacanza nella regione

Visite culturali (monumenti e siti archeologici per il 51,4% dei turisti, musei e mostre per il 33,4%), passeggiate nel centro storico (41,2%), ma anche escursioni e gite alla scoperta della regione (per il 35,1% dei turisti), shopping (24,4%) e degustazioni di prodotti tipici locali (21,8%).

Per la vacanza si spende in media pro-capite 172 euro per il viaggio A/R, 43 euro al giorno per l'alloggio e 70 euro per lo shopping e gli altri beni e servizi acquistati nel corso della vacanza.

Tra i luoghi più frequentati:

Roma e le altre città d'arte del Lazio, terme e lago.

Francia

Il turista francese si muove soprattutto per visitare i beni culturali della regione (74,4%), per la curiosità nei confronti di luoghi sconosciuti (20,9%) e di località esclusive (fanno presa sul 17,7% dei turisti), uniche la mondo (14,8%).
Il 12,2% dei turisti francesi sceglie il Lazio per la presenza di strutture di ristorazione di eccellenza, l'11,8% appositamente per degustare prodotti tipici locali.
Il 9,7% si muove per fare shopping e l'8,9% sceglie il Lazio per il buon rapporto qualità/prezzo.

Quasi 6 turisti su 10 sono influenzati dal web e a fare presa sono soprattutto le offerte on line, decisive per il 68% dei turisti francesi.

1 turista su 4 è influenzato dal passaparola di amici e parenti

Passeggiate alla scoperta dei centri storici (51,8%), visite di monumenti e siti archeologici (44,4%), musei e mostre temporanee (33,2%), ma anche escursioni e gite in giornata (39,9%), shopping (21,4%), degustazioni (12,2%) ed eventi religiosi (11,8%).

La spesa media pro-capite del turista francese nel Lazio è pari a 167 per il viaggio A/R, 47 euro al giorno per l'alloggio, 91 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi sul luogo di vacanza.

Tra i luoghi più frequentati:

Roma e le città d'arte minori, turismo balneare (mare e lago)

Spagna

Beni culturali (motivazione di vacanza per il 75,5% dei turisti spagnoli in visita nel Lazio nel 2021), ma anche tanta curiosità per luoghi sconosciuti (fondamentale per il 30,8% dei turisti), per località considerate esclusive (20,6%), uniche (10,4%). Inoltre 1 turista spagnolo su 10 si muove appositamente per interessi enogastronomici.

3 turisti spagnoli su 5 sono influenzati dalle offerte commerciali reperite sul web

1 turista su 4 si affida ai consigli di amici, parenti o semplici conoscenti

Il 75,7% dei turisti visita monumenti e siti di interesse archeologico nel corso del soggiorno turistico nella regione, il 58% va alla scoperta dei centri storici ed il 37,3% visita musei e mostre temporanee.

Il 20% dei turisti si dedica allo shopping, il 10% agli eventi religiosi.

La spesa media pro-capite è di 124 euro per il viaggio A/R, 54 euro al giorno per l'alloggio e 83 euro per le altre spese sostenute sul luogo di vacanza (ristorazione, shopping, attività culturali e ricreative, degustazioni, ecc.)

Tra i luoghi più frequentati:

Roma ed i piccoli borghi del Lazio

4. I turisti in vacanza nelle province del Lazio

Indagine locale ai turisti

Il turista in provincia di Latina

ESTATE

Se l'estate in provincia di Latina è dedicata al relax al mare (motivazioni di vista per il 57,5% dei turisti), agli eventi (15,9%) e allo shopping (14,3%).

Internet influenza attraverso le informazioni di siti e portali (45,8%), i social network (24,6%), le offerte (24%) e le recensioni (8%).

Per 4 turisti su 10 è fondamentale il passaparola

Tra le attività più praticate: bagni di sole e mare (per l'87% dei turisti), ma anche escursioni e gite (63,8%) e passeggiate nel centro storico (14,6%)

La vacanza costa in media pro-capite: 118,5 euro per il viaggio A/R, 66 euro al giorno per l'alloggio e 103,5 euro per le altre spese (beni e servizi acquistati nel corso della vacanza)

AUTUNNO

In autunno si scelgono le sue destinazioni per la ricchezza del patrimonio artistico-culturale (39,9%). Decisive anche le visite a parenti e amici (per 4 turisti su 10) e il desiderio di visitare luoghi sconosciuti, che suscitano curiosità (per 1 turista su 5).

Internet influenza con informazioni (62,9%), social network (39,5%) e offerte (33,9%).

1 turista su 2 è influenzato da precedenti esperienze personali.

Tra le attività più praticate: passeggiate alla scoperta del centro storico (61%), visite di musei (33,9%) e monumenti (40,6%).

2 turisti su 10 frequentano i centri benessere della provincia

La vacanza costa in media pro-capite: 85 euro per il viaggio A/R, 41 euro al giorno per l'alloggio e 52 euro per le altre spese

Il turista in provincia di Roma

ESTATE

Il turista che sceglie la provincia di Roma in estate lo fa per il patrimonio culturale (74,2%), certo, ma anche per curiosità (17,4%), per degustare i prodotti locali (12,2%), per soggiornare in località considerate «esclusive» (11,4%) e per le occasioni di divertimento (9,8%).

Internet influenza attraverso le offerte reperite on line (53,7% dei turisti), informazioni (39,6%), social network (26,8%), recensioni (9%).

La vacanza è dedicata alle visite culturali di musei (26,2%) e monumenti (43,4%), ma anche alle passeggiate nel centro storico (46%) e alle escursioni e gite alla scoperta del territorio (33,5%).

Si spende in media 131 euro per il viaggio A/R, 41 euro al persona al giorno per l'alloggio, 71,5 euro per le altre spese.

AUTUNNO

In autunno il patrimonio culturale pesa per il 68,8% ma la seconda motivazione di visita sono i collegamenti infrastrutturali (muovono 3 turisti su 10)

Su Internet a fare la differenza sono soprattutto le offerte, decisive per il 78,7% dei turisti. Seguono informazioni (36,8%) e social network (21%)

1 turista su 2 è influenzato da precedenti esperienze personali di vacanza.

Tra le attività più praticate: passeggiate alla scoperta del centro storico (per 7 turisti su 10), visite di monumenti e siti archeologici (per 4 turisti su 10). Si riducono rispetto all'estate le escursioni (24,6%), ma cresce la voglia di shopping (vi si dedica il 26,7% dei turisti, contro l'11% in estate).

La vacanza costa in media pro-capite: 60 euro per il viaggio A/R, 37 euro al giorno per l'alloggio e 126 euro per gli extra.

Il turista in provincia di Frosinone

ESTATE

Arte e storia (17,1%), voglia di relax (10,6%) in luoghi di vacanza facili da raggiungere (13,3%) per i turisti estivi della provincia di Frosinone.

Le informazioni su Internet influenzano le scelte del 75% dei turisti. Seguono le offerte on line (27,5% dei turisti) ed i social network (22,5%).

Il passaparola di amici e parenti è decisivo per il 72,4% dei turisti

Vacanze attive alla scoperta del territorio, con escursioni e gite in giornata per 8 turisti su 10.

Si spende in media 89 euro per il viaggio A/R, 59 euro a persona al giorno per l'alloggio, 55 euro per le altre spese.

AUTUNNO

In autunno 1 turista su 3 scopre la provincia grazie all'ospitalità offerta da parenti e amici e 2 turisti su 10 approfittano della seconda casa.
Cresce il turismo di prossimità e il legame con la Capitale: per 3 turisti su 10 è decisiva la vicinanza con la località di residenza/origine della vacanza

I social network influenzano le decisioni del 65% dei turisti (informazioni on line 25%, offerte del web 15%).

3 turisti su 5 sono habituè

1 turista su 4 segue i consigli di amici e parenti

Escursioni e gite (82%), ma anche visite del centro storico (41,9%), degustazioni (23%) ed eventi religiosi.

1 visitatore su 10 approfitta della possibilità di svolgere il proprio lavoro in modalità smartworking fuori dalla Capitale.

La vacanza costa in media pro-capite: 45,5 euro per il viaggio A/R, 44 euro al giorno per l'alloggio e 70 euro per gli extra.

Il turista in provincia di Viterbo

ESTATE

Patrimonio culturale (37,3%), curiosità (18,4%) e buon rapporto qualità/prezzo (11,9%) sono tra le principali motivazioni di vacanza dei turisti estivi del viterbese.

Internet influenza le scelte del 61% dei turisti e in particolare per il 46,5% sono decisive le recensioni on line, mentre solo il 10,5% è influenzato dalle offerte commerciali del web

Sul luogo di vacanza si fanno escursioni e gite (51,3%), si va al lago (45,7%) si visita il centro storico (40%) e ci si decida agli sport all'aria aperta (16,1%).

Si spende in media 102 euro per il viaggio A/R, 47 euro al persona al giorno per l'alloggio, 80 euro per le altre spese.

AUTUNNO

In autunno**,** oltre al patrimonio artistico-monumentale, pesa molto la possibilità di usufruire dell'ospitalità di parenti e amici (per l il 37,1% dei turisti) e della seconda casa (25,2%).
Turismo di prossimità per 1 visitatore su 4.

6 turisti su 10 sono habituè.

4 turisti su 10 seguono i consigli di amici e parenti

Le informazioni reperite on line sono decisive per il 56,7% dei turisti, i social network per il 46,8%

Anche in autunno molte le escursioni e le gite (84,7% dei turisti), le visite del centro storico (48,4%) e quelle al lago (25,8%).

Il 7,6% dei visitatori lavora durante il soggiorno turistico.

La vacanza costa in media pro-capite: 63 euro per il viaggio A/R, 43 euro al giorno per l'alloggio e 66 euro per gli extra.

Il turista in provincia di Rieti

AUTUNNO

Non solo montagna per il turista che visita la provincia di Rieti: il 35,3% si muove per il patrimonio culturale e per il 42,6% è decisiva l'ospitalità offerta da amici e parenti

6 turisti su 10 tornano nella provincia perché si sono trovati bene.

Internet fa presa soprattutto attraverso offerte promozionali e recensioni on line: influenzano rispettivamente il 67,4% e il 59,4% dei turisti.
Molto importanti anche le informazioni reperite in rete, decisive per 7 turisti su 10

La vacanza è dedicata alle passeggiate del centro storico (per il 92,3% dei turisti), alle visite nei musei (46,8%), alle escursioni (24,8%), agli sport all'aria aperta (21,7%).

La vacanza costa in media pro-capite: 49 euro per il viaggio A/R, 38 euro al giorno per l'alloggio e 62 euro per gli extra.

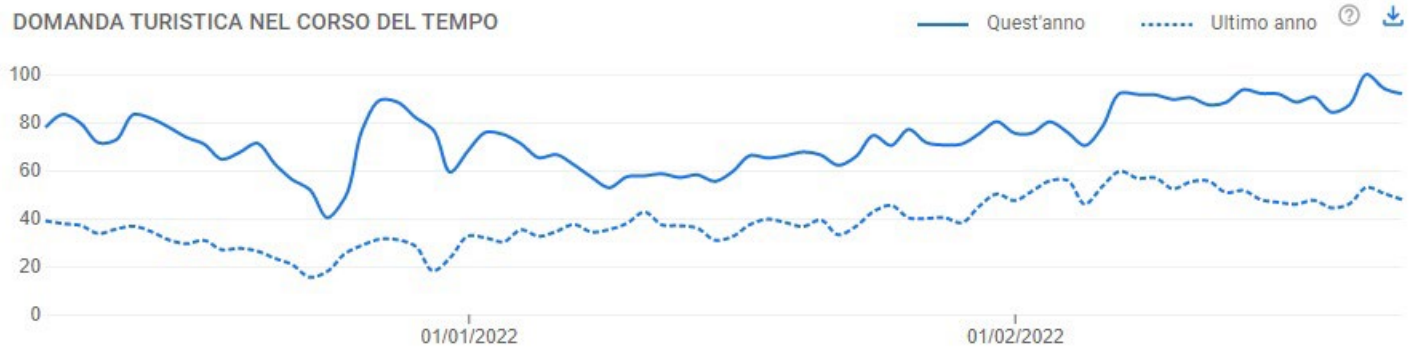
UNIONCAMERE LAZIO
CAMERE DI COMMERCIO DEL LAZIO

UNIONCAMERE

5. Previsioni

ISNART

Le ricerche on line per le prossime vacanze nel Lazio



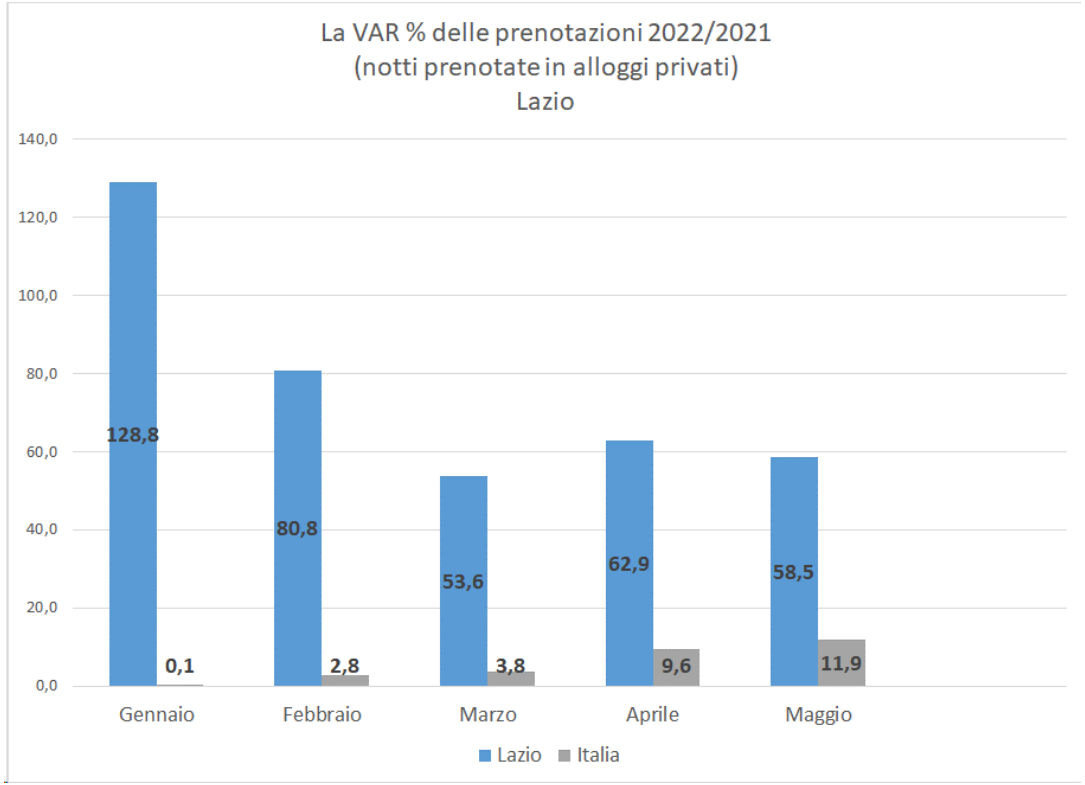
Google Trends - travelinsights

Il trend delle ricerche svolte dagli italiani tramite Google, per prendere informazioni e organizzare le prossime vacanze nel Lazio, mostra una crescita rispetto al 2021: le ricerche on line tra l'8 dicembre 2021 e il 23 febbraio 2022 sono quasi raddoppiate, facendo prevedere una maggiore fiducia negli italiani sulla possibilità di andare in vacanza nei prossimi mesi, Pasqua compresa.

Le prenotazioni 2022 per il mercato degli affitti brevi

Dalle prenotazioni già registrate sul portale di Airbnb (per camere private in affitto, camere affittate condivise, appartamenti per intero e camere in hotel) per i primi 5 mesi del 2022 emerge una crescita della domanda per il mercato degli affitti brevi del Lazio, decisamente più elevata di quella della media nazionale per questo comparto.

Aumentano, dunque del +80,8% le prenotazioni delle notti in alloggi privati per il mese di febbraio (+2,8% la media Italia), del +53,6% per marzo, (+3,8% Italia) del +62,9% per aprile (+9,6% Italia) e del +58,5% per il mese di maggio (+11,9% la media Italia).



Fonte: Elaborazioni Isnart su dati Airdna