



INTERNATIONAL
TOURISM GROUP

Vacanza attiva

Profilo dei viaggiatori
italiani

GENNAIO 2024

TRAVELLYZE – Analisi personas

Analisi del profilo degli italiani che scelgono come tipologia di vacanza preferita il turismo attivo.

Gli italiani indicano una preferenza per le seguenti tipologie di turismo attivo come principale motivo di viaggio:

- Il 17,20 % (9,290,100 persone) indica il trekking
- Il 10,10 % (5,455,300 persone) lo sci
- Il 6,60% (3,564,800 persone) attività varie es. arrampicata, cavallo, surf/kite...
- Il 6,30 % (3,402,800 persone) il ciclismo



_ Turismo attivo italiano

**I profili per tipologia di
viaggio**

— 01

Distribuzione geografica

Il trekking domina

- Il trekking è di gran lunga l'attività più amata dagli italiani, con ben il 17,20 % di preferenze, seguito dallo sci (10,10 %), dal ciclismo (6,30 %) e dal mix delle altre attività, che tutte insieme raggiungono il 6,60 %
- Guardando alla distribuzione geografica si notano alcune macro tendenze:
 - Al Nord tutte le tipologie di vacanze attive sono più richieste rispetto alla media, con un picco di 20.72 % per quanto riguarda il trekking.
 - Il Centro è generalmente allineato più allineato con la media nazionale, con alcune modifiche: lo sci è più decisamente richiesto rispetto alla media (11,38 %), con tassi simili a quelli delle regioni del Nord Italia, il ciclismo (6,29 %) è comunque più richiesto rispetto alla somma delle altre attività diverse (5,99 %)
 - Il Sud ha tassi di interesse per la vacanza attiva decisamente più bassi, sempre sotto la media nazionale. Il trekking si conferma l'attività più richiesta, ma con un solo l'11,63 % delle preferenze, la vacanza in bicicletta è considerata la meno interessante (4,65 %)



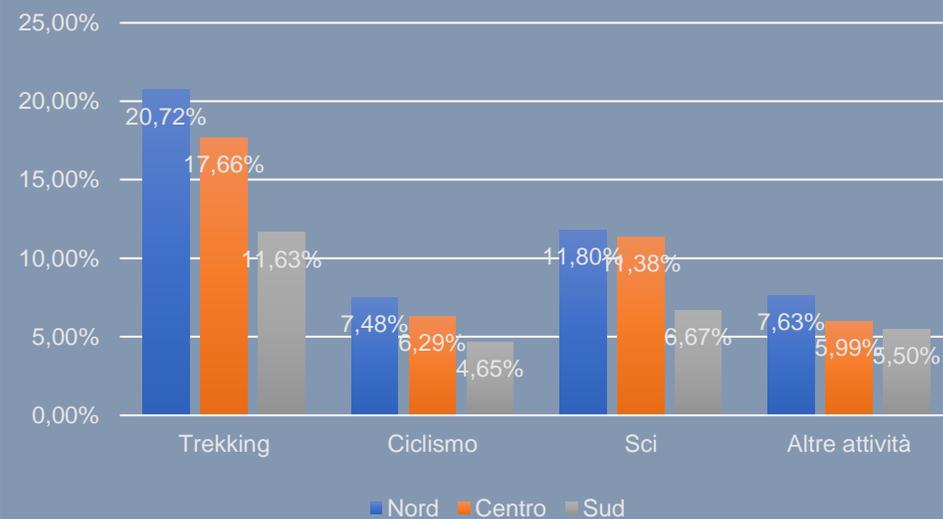
Italia

DATI NAZIONALI

■ Trekking ■ Ciclismo ■ Sci ■ Altre attività



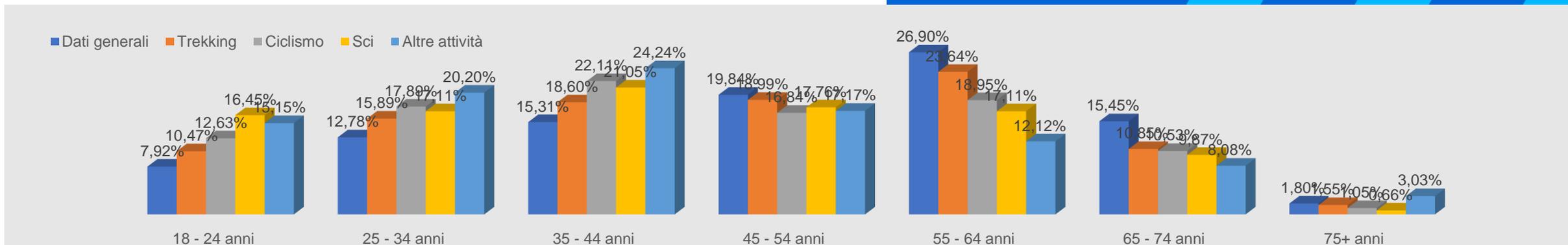
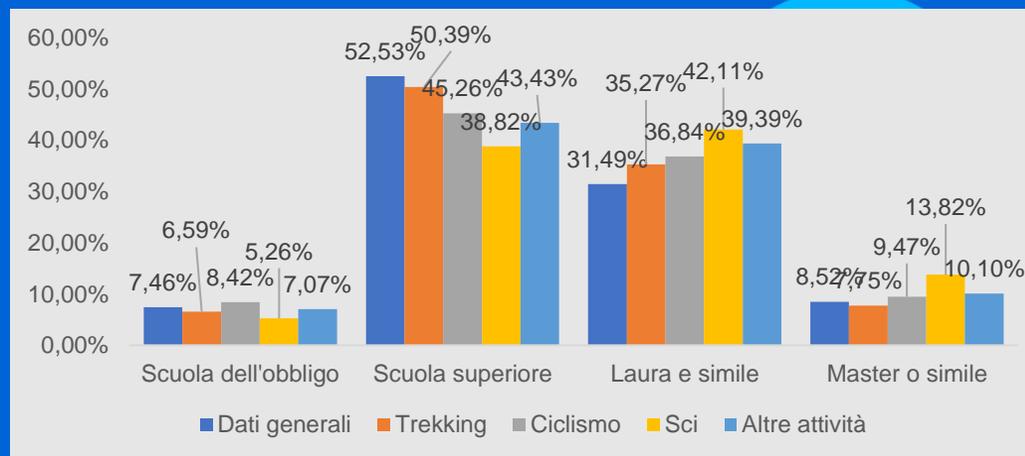
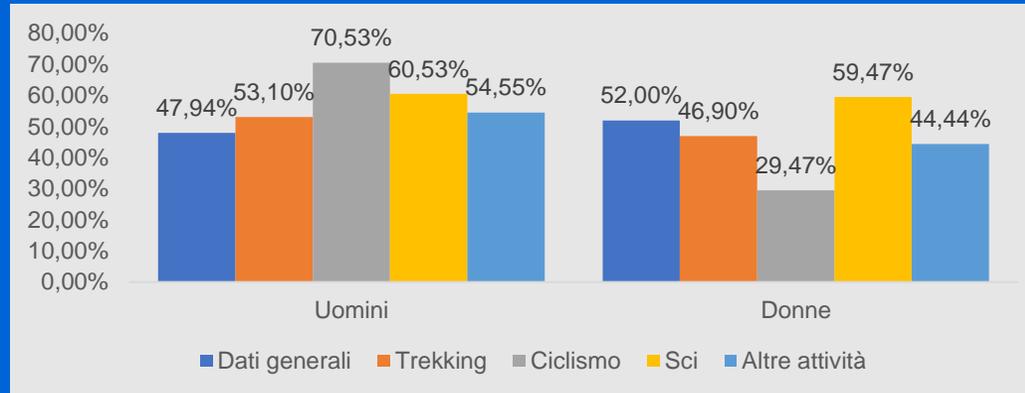
Distribuzione geografica



La composizione demografica

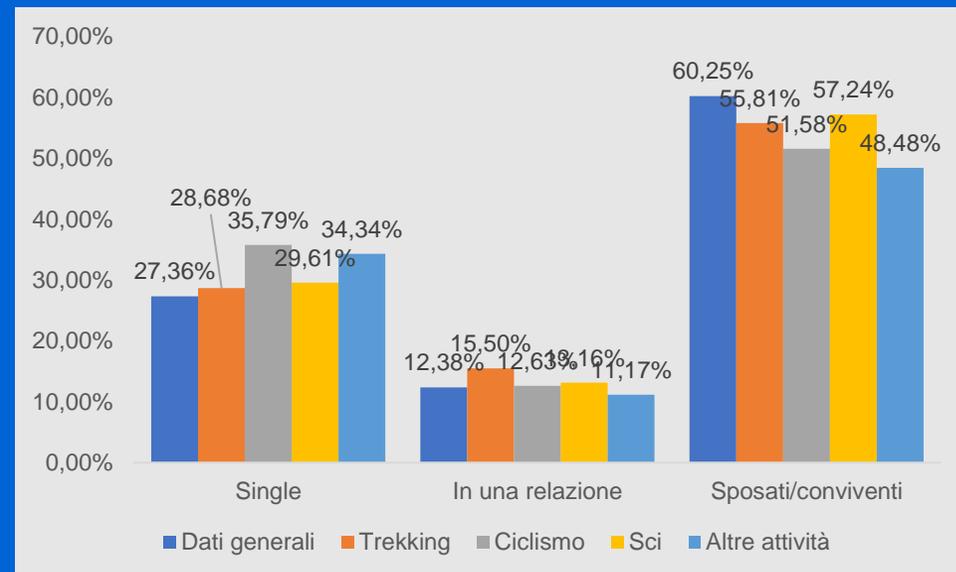
Giovani uomini scolarizzati

- La scelta di viaggio di turismo attivo superiore alla media per quanto riguarda gli uomini, generalmente inferiore alla media tra le donne. In linea generale si nota una forte predominanza degli uomini nel ciclismo (70,53 % contro il 29,47 %) e una sostanziale parità per lo sci (60,53 contro 59,47)
- La scelta di turismo attivo è superiore alla media fino ai 45 anni, sostanzialmente in linea con la media tra i 45 e i 54 anni, inferiore alla media nelle fasce d'età più alte. È importante notare come il trekking cresca d'importanza dopo i 45 anni, mentre rimane sostanzialmente stabile lo sci e diminuisce l'importanza delle attività diverse.
- La scolarità è mediamente più alta rispetto alla media. In particolare chi sceglie vacanze dedicate allo sci ha un tasso di scolarità più alto (laurea o master)

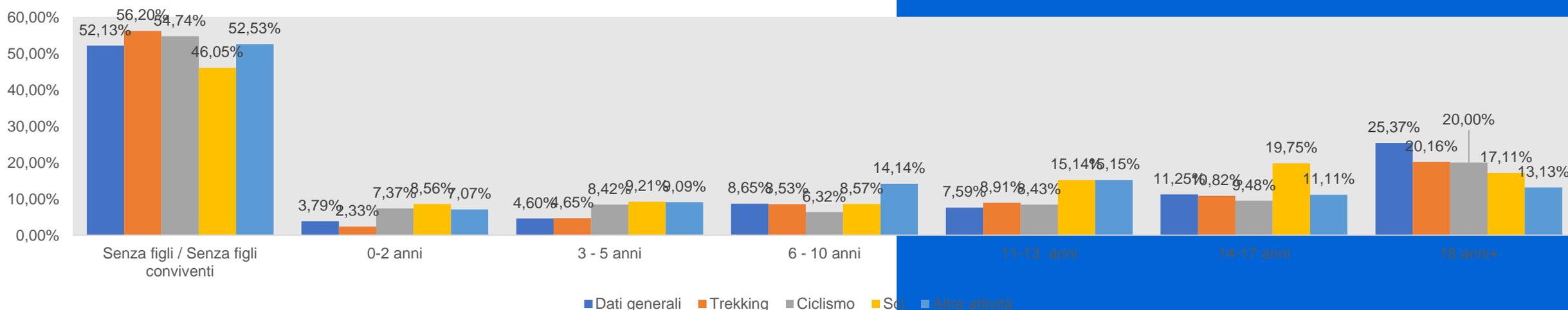


Composizione familiare

Pur mantenendo una forte predominanza di persone spostate / conviventi, si nota che il turismo attivo è sempre scelto in percentuale superiore alla media da chi è single, in particolare per il ciclismo (35,79 % rispetto al 27,36 % di media vacanza nazionale) e altre attività (34,34 %). Il trekking è l'unica tipologia di vacanza attiva che supera decisamente la media generale per chi è in una relazione senza convivenza (15,50 % vs. 12,38 %). Tra gli spostati/conviventi le percentuali di chi sceglie la vacanza attiva sono sempre inferiori alla media, ma lo sci è la tipologia che più si avvicina alla media generale (57,24 % rispetto a 60,25 %)

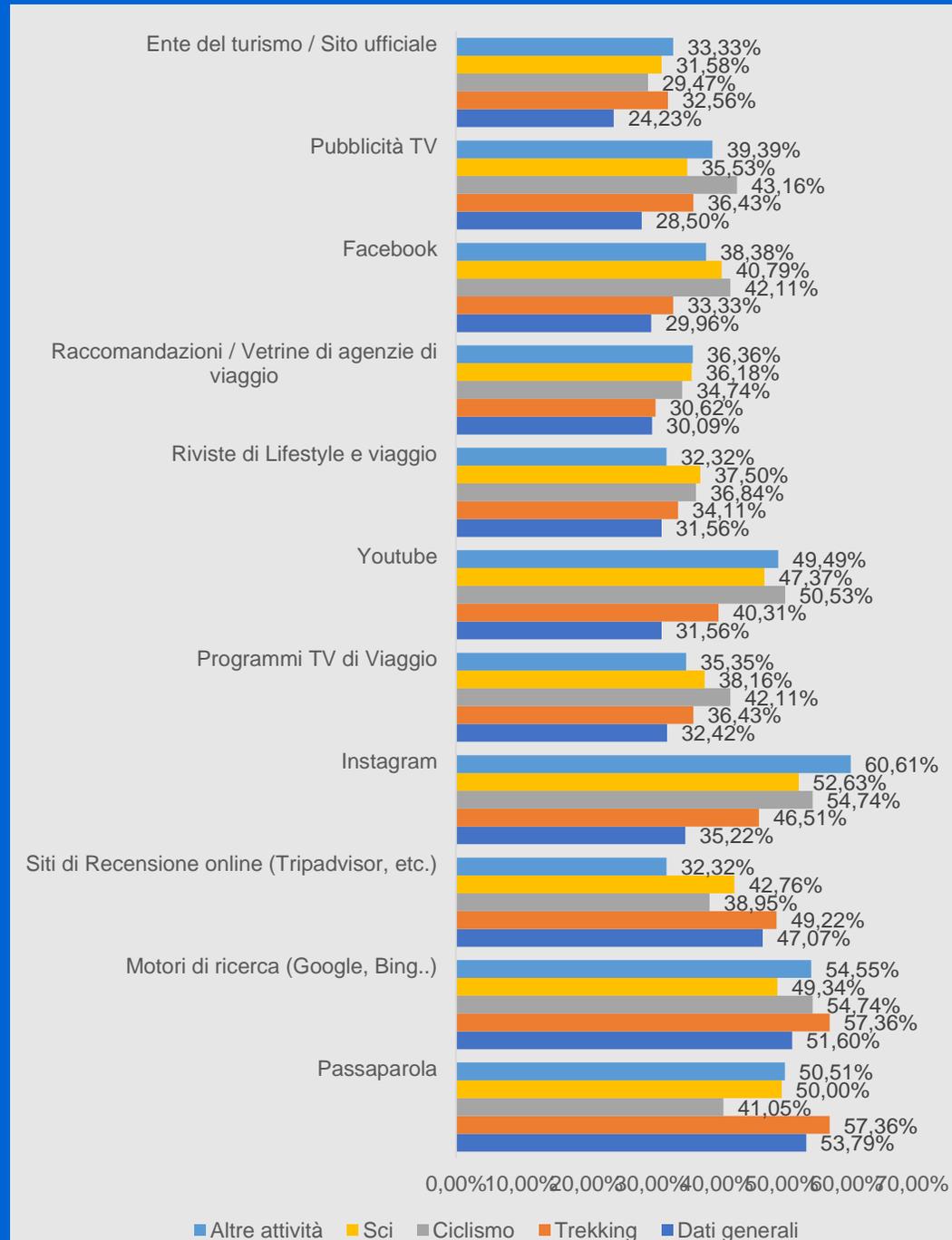


Per quanto riguarda la composizione familiare lo sci si dimostra l'attività più importante. Le altre attività sono preferite da chi non ha figli, o ha figli molto piccoli.



Fonti di ispirazione

- Il turismo attivo è richiesto da persone che hanno una forte motivazione al viaggio, e cercano quindi spesso informazioni da fonti dedicate.
- Per questo motivo molto importanti sono i social network, in cui fare ricerche all'interno di gruppi di interesse: Instagram in particolare è fonte di informazioni per il 35,22 % dei turisti generalisti, ma per il 46,51 % di chi sceglie il trekking, il 54,74 % di chi sceglie il ciclismo, il 52,63 % di chi sceglie lo sci, ben il 60,61 % di chi fa altre attività
- Chi sceglie il trekking usa un panel di fonti di informazione più simile alla media nazionale, con picchi nel passaparola (57,36 %), motori di ricerca (54,74 %), siti di recensione (49,22 %)
- Tra i social network Youtube è decisamente superiore rispetto a Facebook per tutte le attività
- Le informazioni fornite dagli enti del turismo sono considerate più della media generale

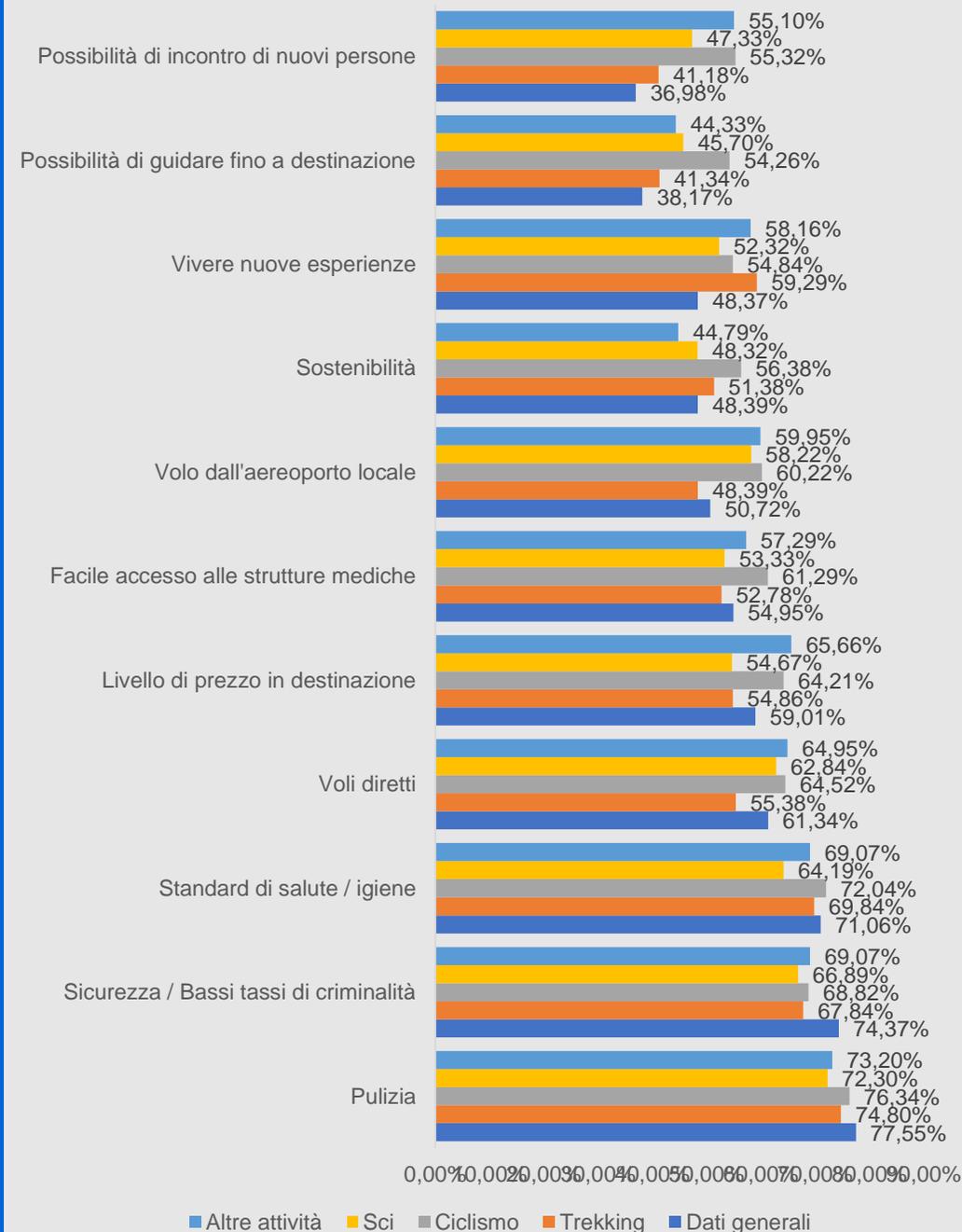


Ragioni di scelta del viaggio

- Pur mantenendosi sui livelli più alti d'importanza pulizia, sicurezza ed igiene hanno tassi di più bassi rispetto alla media nazionale.

- Si notano inoltre le seguenti caratteristiche:

- voli diretti / dall'aeroporto locale sono più importanti della media per tutte le tipologie di viaggio attivo tranne che per il trekking
- il livello di prezzo a destinazione è più importante della media per chi fa ciclismo / altre attività, mentre è inferiore alla media per chi è interessato a vacanze trekking e sci
- Nuove esperienze e la possibilità di incontrare nuove persone sono decisamente sopra la media per tutte le tipologie di viaggio all'aria aperta
- Per tutte le attività è superiore alla media la richiesta di poter guidare fino a destinazione, garantendo totale libertà al viaggiatore





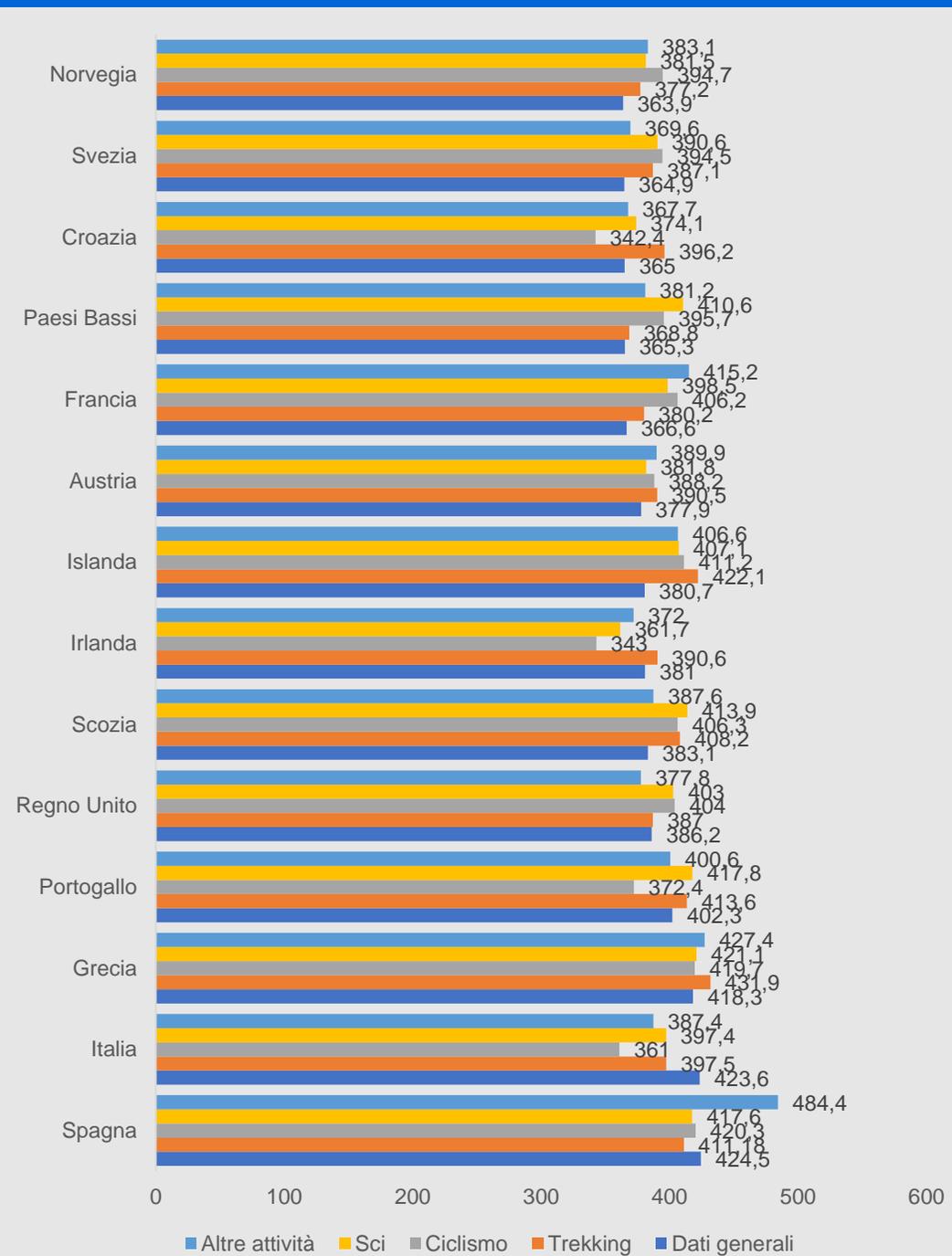
_Le destinazioni di interesse

**Cosa desiderano i
viaggiatori?**

02

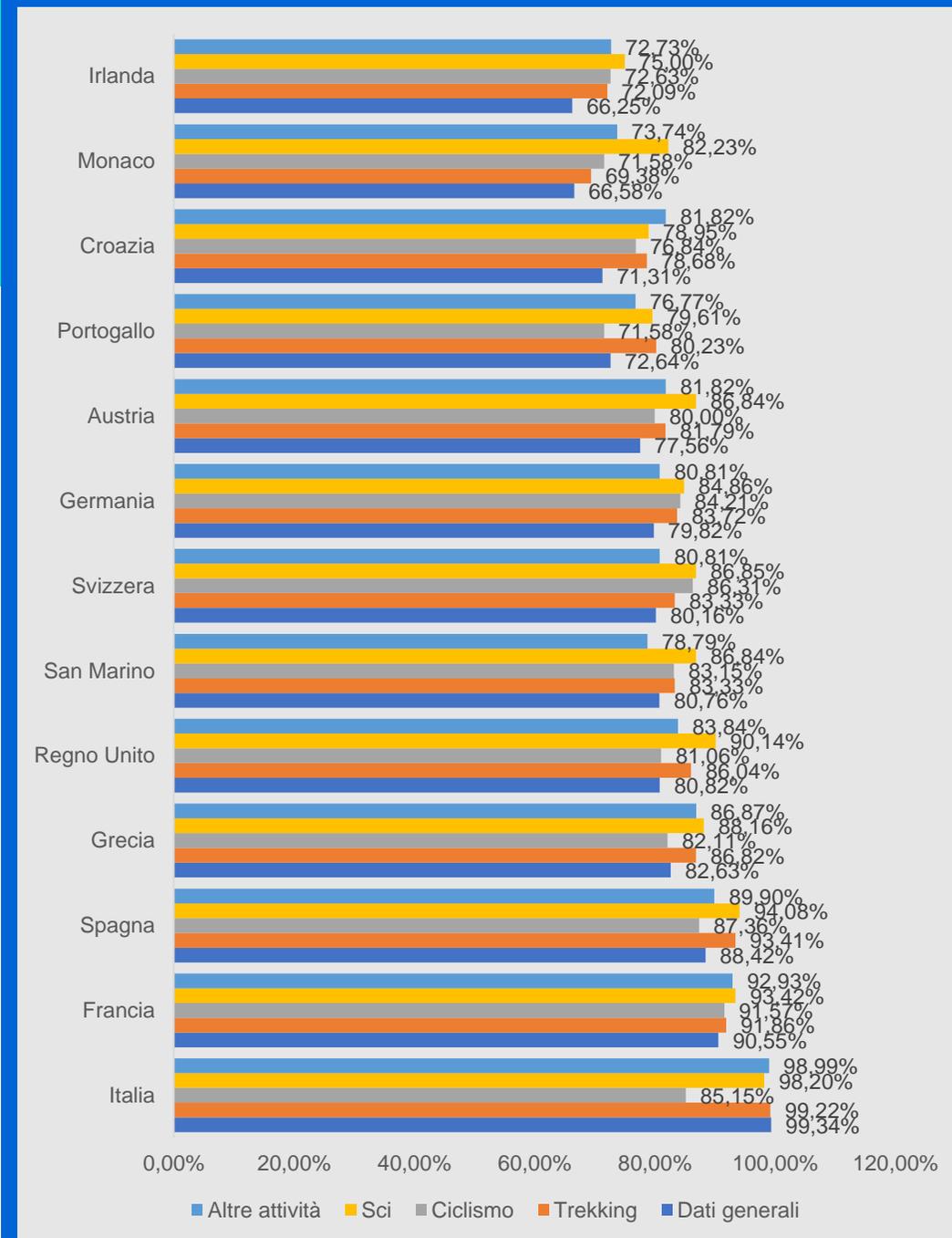
Immagine

- L'immagine dell'Italia è inferiore alla media nazionale per tutte le tipologie di turismo (soprattutto il ciclismo).
- Molto alto rispetto alla media è invece l'interesse per i Paesi Nordici
- Le mete europee sono in genere più apprezzate dai turisti attivi che dai turisti generalisti. La tendenza è particolarmente forte per quanto riguarda la Francia.



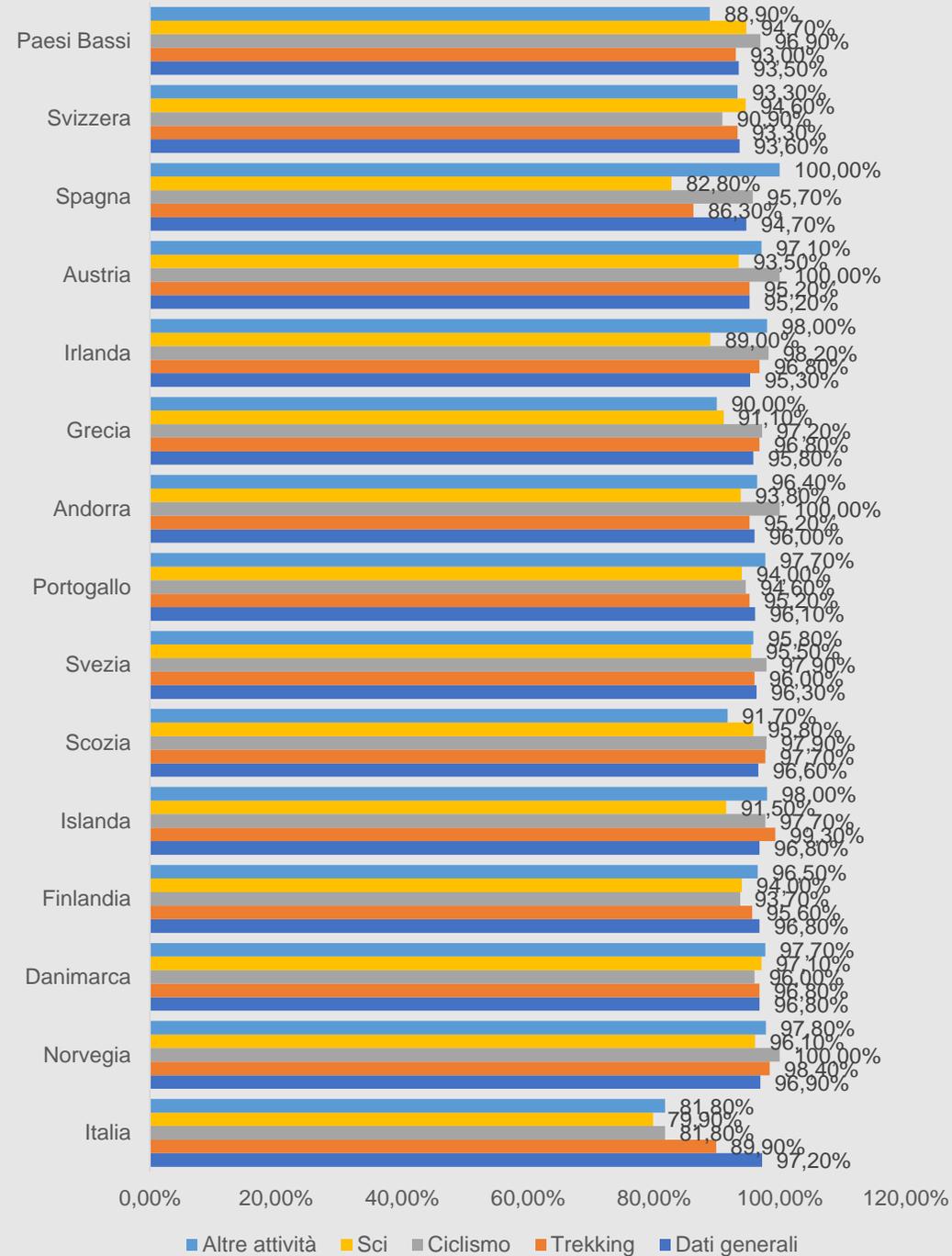
Awareness

- L'Italia è indicata tra le mete più conosciute per chi viaggia per turismo attivo, con l'eccezione però di chi viaggia in bicicletta
- In linea generale chi viaggia per turismo attivo dichiara di avere una conoscenza maggiore dei Paesi stranieri di interesse rispetto al turista generalista
- Il target di riferimento medio alto è confermato nella presenza in lista di destinazioni come il Principato di Monaco, di business e lusso più che di vacanza leisure



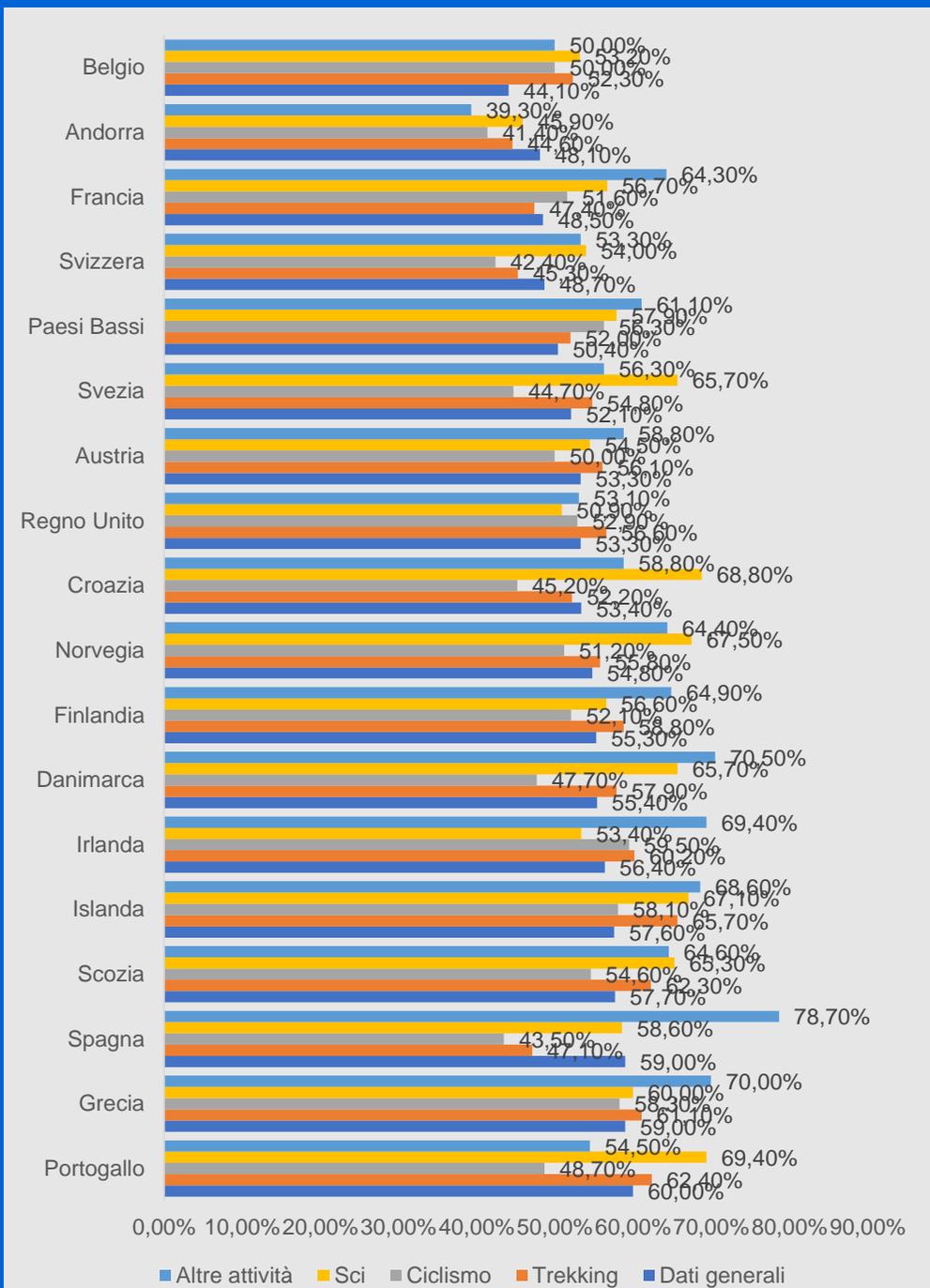
Percezione di chi non ha visitato il Paese

- L'Italia dimostra di essere considerata scarsamente appetibile rispetto ai competitor per quanto riguarda il turismo attivo
- Le destinazioni più mass market come Grecia o Spagna hanno andamenti altalenanti, con grande interesse per alcune tipologie di turismo, ma anche basse percentuali di percezione per altre tipologie.
- Chi viaggia per ciclismo presenta una forte polarizzazione verso Paesi in grado di offrire piste conosciute.



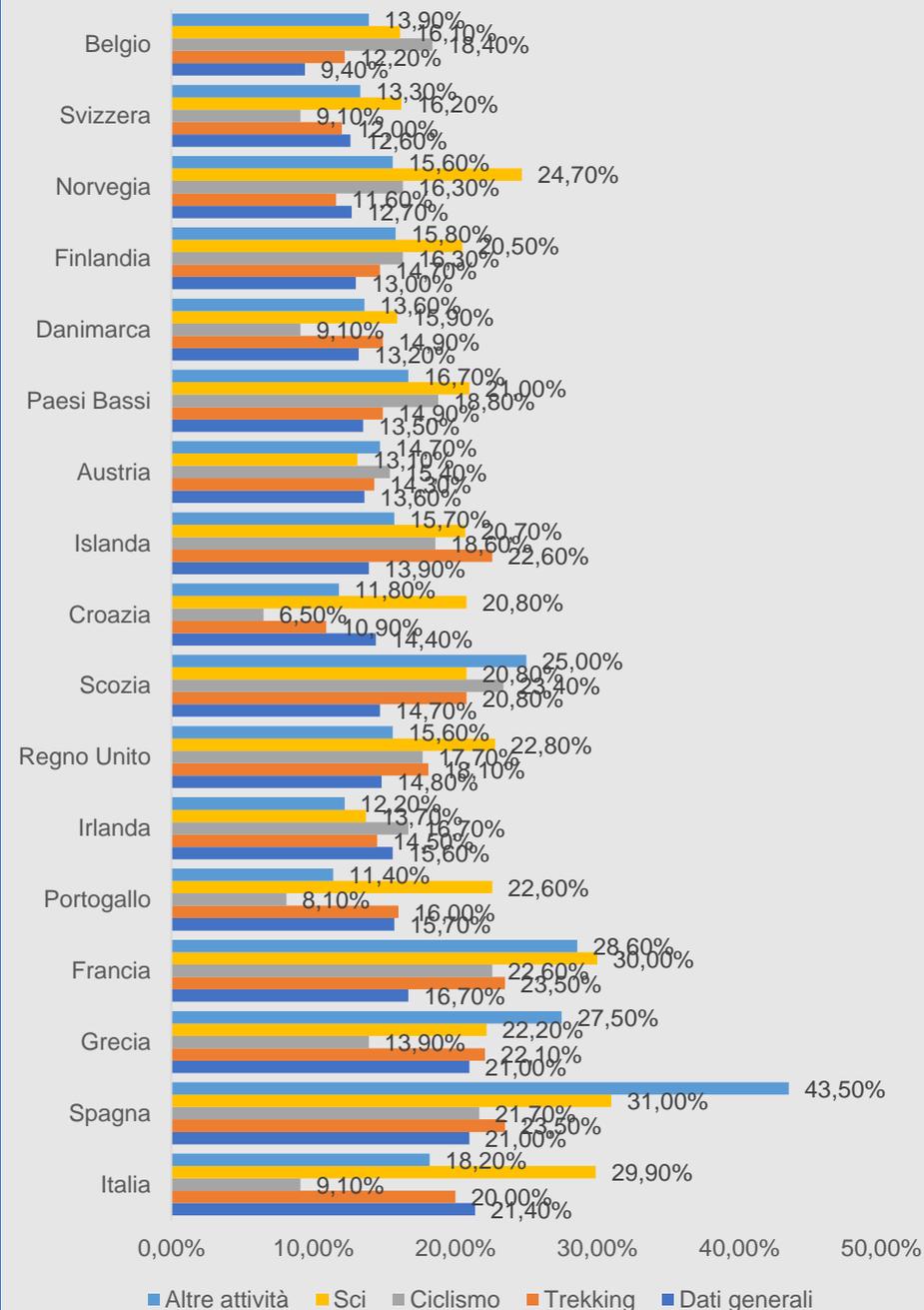
Desiderio di Viaggio a lungo termine

- L'Italia non è indicata tra le prime mete «da sogno» per una vacanza attiva.
- I viaggiatori per attività diverse sono coloro che hanno una maggiore propensione alla scoperta, con tassi desiderio di viaggi generalmente più alti della media, come chi fa sci. Non a caso sono generalmente le persone più giovani e scolarizzate.
- Gli amanti del ciclismo sono tra coloro che indicano meno appeal per la programmazione di viaggi a lungo termine, con tassi quasi sempre inferiori alla media nazionale.



Desiderio di Viaggio entro 3 anni

- Si conferma una più alta propensione al viaggio di chi viaggia per sci o per diverse tipologie di viaggi attivi.
- L'Italia è generalmente meno indicata nella per un viaggio entro 3 anni, tranne da chi viaggia per sci, dove è la prima destinazione.
- I Paesi Nordici sono generalmente molto più richiesti a 3 anni rispetto alla media tra chi viaggia per turismo attivo.





INTERNATIONAL
TOURISM GROUP