

## 1.200.000 di euro il fatturato del turismo sociale e associato in Italia

I dati pubblicati da un rapporto elaborato dall'Isnart e presentato a Viterbo nel corso della Borsa del Turismo Sociale e Associato 2011.

Nel 2010 i vacanzieri italiani che hanno prenotato la vacanza attraverso il circuito sociale e associato (Cral aziendali, parrocchie, organizzazioni religiose, scuole, circoli culturali e sportivi e Comune di residenza) hanno attivato una spesa di 1 miliardo e 171 milioni di euro circa, pari all'1,9% dei consumi totali dovuti al turismo nell'arco dell'anno. E' quanto emerge da una indagine condotta dall'Isnart (Istituto Nazionale di Ricerche Turistiche) in collaborazione con l'Osservatorio permanente costituito in ambito BTSA (Borsa del Turismo Sociale e Associato) con il sistema CATI e questionario ad hoc composto da 31 domande, su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 5.250 individui.

Il Rapporto, giunto alla sua terza edizione, svela peculiarità e aspetti inediti di un comparto del turismo nazionale di vaste proporzioni, fino ad oggi poco conosciuto e valutato, e l'identikit di un vacanziero che per le proprie vacanze si affida ad un circuito, quello sociale ed associativo, molto sviluppato e ramificato sull'intero territorio nazionale, tale da generare più di 2,1 milioni di vacanze, pari al 2,2% del totale delle vacanze degli italiani. All'interno di questo circuito un ruolo decisivo viene svolto dalle scuole (27,5%), dai circoli e dalle associazioni culturali (17,8%) e dalle organizzazioni religiose (17,4%). La spesa media per soggiorno si aggira sui 553 euro.

Diversamente da quanto si possa credere, il turismo sociale e associato non è esclusivo appannaggio del segmento "Senior", ma abbraccia turisti di ogni età e classe sociale.

La preponderante attività delle scuole, infatti, porta il segmento "Junior" ad assurgere come il principale target di riferimento di questa forma di turismo generando ben 439 mila vacanze, cui seguono i giovani fra i 25 e i 34 anni. Questi ultimi, però, oltre che per le scuole (131 mila vacanze) passano anche per le organizzazioni religiose (117 mila vacanze) e le parrocchie (90 mila vacanze).

I cral aziendali interfacciano principalmente con turisti di età media (115 mila vacanze), mentre i circoli e le associazioni culturali rivelano un carattere di maggiore trasversalità, raccogliendo prenotazioni di vacanza per turisti di tutte le età con una maggiore propensione per gli over 64 che rappresentano ben il 52,7%. I circoli e le associazioni sportive, pur vantando una minore incidenza, hanno come target principale i giovanissimi (15-24 anni) con 22 mila vacanze e quelli di media età (45-54 anni) con 19 mila vacanze. I comuni di residenza, infine, si caratterizzano per una maggiore concentrazione su specifici segmenti di domanda, in primis per i giovani (15-24 anni) con 49 mila vacanze.

Altro dato rilevante che emerge dallo studio riguarda le strutture ricettive coinvolte in questo movimento. Nel 2010, ad esempio, è stato stimato che le strutture che hanno collaborato con la rete del turismo sociale e associato siano state poco meno di 4.600, pari al 6,1% del totale, in calo del 3,2% rispetto al 2009. Rispetto allo scorso anno, si rileva anche una diversa diffusione sul territorio nazionale. Se, infatti, negli anni passati, le buone prassi di turismo sociale e

associato risultavano particolarmente diffuse nel Centro Italia, nel Sud e nelle Isole, quest'anno sono le imprese del Nord Ovest ad essere maggiormente inserite in questo giro.

Uno sguardo alla tipologia ci dice che le case per le ferie (15,9%) e gli ostelli per la gioventù (13,4%) si confermano le strutture ricettive che più stringono rapporti commerciali all'interno del circuito associazionistico, seguite da quelle alberghiere (8,9%) di categoria medio-alta (15,3% a 4 stelle e 13,9% a 5 stelle) e dalle residenze turistiche-alberghiere (12,6%). Poco coinvolte si rivelano, invece, le strutture agrituristiche (2,8%) e i B&B (2,7%).

Per quanto concerne le dinamiche interne ai rapporti di intermediazione viene confermata l'esistenza di nessi tra tipologia di strutture ricettive e soggetti intermediari. Si rileva così che ad usufruire maggiormente degli hotel di categoria superiore e dei villaggi sono le associazioni sportive, culturali e i cral aziendali; le case per ferie sono maggiormente legate alle parrocchie e alle organizzazioni religiose mentre, infine, gli ostelli della gioventù sono maggiormente appannaggio delle associazioni sportive, culturali e delle scuole.

Altro dato significativo riguarda le destinazioni. Gli italiani che prenotano attraverso il circuito del turismo sociale e associato spendono il 63,1% delle loro vacanze nelle destinazioni turistiche del nostro paese, mentre il 36,9% va all'estero. Le scuole, in particolare, veicolano la quota più consistente di vacanza all'estero (50,2%), seguite dai Comuni (43,2%) e dalle organizzazioni religiose (39,5%). In questo caso i paesi preferiti sono nell'ordine Spagna, Francia e Germania. I cral aziendali e i circoli/associazioni contribuiscono, viceversa, maggiormente al turismo interno.

L'identikit del vacanziere italiano che prenota tramite il turismo sociale e associato è quello di un turista mediamente giovane che nel 43,8% ha una età compresa fra i 15 e i 34 anni e solo nel 7,5% dei casi supera i 65 anni. In particolare la quota dei giovani cresce per le vacanze all'estero, evidenziando una maggiore percentuale di studenti (24,2%) rispetto alle vacanze in Italia. E' in possesso di una formazione medio-alta (diplomati, 53,2% e laureati, 31,8%); si tratta per lo più di vacanzieri in piena attività lavorativa (56,9%) e meno di una volta su cinque sono casalinghe o pensionati.