

Boom del turismo sociale e associato in Italia

Un incremento del 9,8% del numero delle vacanze e del 22,8% del volume degli affari. I dati resi noti da un Rapporto elaborato dall'Isnart in collaborazione con l'Osservatorio Italiano sul Turismo Sociale e Associato.

A fronte di un decremento del 2,6%, fatto registrare dal turismo italiano nel 2011, il Turismo Sociale e Associato, ossia quello che si avvale dei circuiti dei Cral aziendali, delle parrocchie e organizzazioni religiose, delle scuole, dei circoli culturali e sportivi e del Comune di residenza, fa registrare un incremento del 9,6% nel numero di vacanze e del 22,8% nel fatturato. E' quanto emerge da una indagine condotta dall'Isnart (Istituto Nazionale di Ricerche Turistiche) in collaborazione con l'Osservatorio Italiano del Turismo Sociale e Associato,. La metodologia adottata è quella CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) con questionario ad hoc composto da 31 domande, effettuato su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 4.000 individui. Il volume d'affari complessivo stimato dal TSA è stato lo scorso anno di 1,4 miliardi di euro per un numero di 2,3 milioni di vacanze. La spesa media è stata di 584 euro con una maggiore incidenza per quella effettuata all'estero (circa 930 euro) rispetto a quella effettuata in Italia (circa 420 euro). E, diversamente, da quanto si possa pensare, è stato evidenziato che la rete del TSA è un grande veicolatore di vacanze all'estero. Nonostante, infatti, siano le destinazioni italiane quelle più scelte dal turista (con un peso del 66% circa sul totale del TSA), quasi il 34% delle vacanze si svolge all'estero, quota che supera la media generale registrata nel complesso delle vacanze d'oltreconfine che si attesta sul 20,6%. Il Rapporto, giunto alla sua quarta 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. All'interno di questo circuito un ruolo decisivo viene svolto dai giovani tra i 15 e i 24 anni, che per effettuare una vacanza si affidano soprattutto alla scuola, a cui si accompagna una quota rilevante di adulti tra i 35 e i 44 anni, che utilizza i Cral aziendali. Il Rapporto rileva inoltre che nel 2011 sono state oltre 3.000 le imprese italiane che sono ricorse al circuito del turismo sociale e associato per promo-commercializzarsi in rappresentanza del 4% delle imprese presenti sul territorio, in lieve calo (-2,1%) rispetto al 2010. Nello specifico, tra i canali utilizzati dalle imprese, i Cral si posizionano in prima fila (5,4% sul totale degli operatori) in crescita del +3,6 punti percentuali. A livello territoriale, il ricorso al circuito dei viaggi organizzati da parte delle imprese è maggiore nel Centro-Sud e nelle Isole dove le percentuali sono rispettivamente del 5,2% e del 5,8%. In questa parte d'Italia, prevale il ricorso ai Cral e in seconda battuta alle associazioni sportive. In ogni caso, anche laddove il ricorso a tale soluzione è meno presente (in generale nel Nord Italia) i Cral rappresentano una piattaforma per allargare il network delle imprese a supporto dello sviluppo turistico. Il Turismo Sociale e Associato si conferma, inoltre, uno strumento estremamente incisivo per stagionalizzare i flussi turistici. Se nel complesso i soggiorni si concentrano in estate (quasi il 40% tra giugno e agosto), nel caso del TSA la stagione viene anticipata con il 13% delle vacanze in aprile (solo il 9,5% in media) e l'11,3% a maggio (solo il 6,5% in media). Di contro, a luglio, il peso delle vacanze si limita al 7,4% (10,9% in media), mentre agosto movimentata una quota del 11,9% rispetto ad una media generale del 17,6%. Tra i canali di organizzazione delle vacanze, in testa troviamo le scuole (25,4%) e le organizzazioni religiose (20%) che, insieme alle parrocchie (15,7%) rappresentano sempre di più un punto di riferimento per i turisti. In particolare, le vacanze pianificate dalle organizzazioni religiose crescono del +26,4%, mentre quelle attivate dalle parrocchie del +47,4%. Tra le principali destinazioni, emergono le città e le località di interesse culturale (47,3%) seguite dalle destinazioni balneari (29,3%) e dalla montagna (15,7%). La vacanza organizzata tramite il circuito del TSA, si svolge principalmente sul territorio nazionale con oltre 1,5 milioni di vacanze pari al 66% dell'intero movimento. Verso l'Italia, i principali canali di organizzazioni sono rappresentati dalle associazioni culturali (21% dei viaggi) e da quelle religiose (20,4%, seguiti dalle parrocchie (18%) e dalle scuole (15,6%). Per i viaggi all'estero i principali canali sono invece rappresentati dalle scuole (44,7%), seguite dall'organizzazione religiosa (19,2%). Per quanto concerne invece le destinazioni, la Spagna (13,7%) e il Regno Unito (12,8%) rappresentano quelle più appetibili. L'ultima annotazione non è una novità, ma una conferma, e riguarda la capacità di spesa del turista che si avvale di questo circuito: nel 29,8% ha un reddito mensile compreso fra i 775 e i 1550 euro, nel 29,8% compreso fra 1550 e i 2840 euro e il 23,3% oltre quest'ultima somma, dimostrando una volta di più che non si tratta affatto di un turismo "povero" come spesso, erroneamente, si è portati a credere.