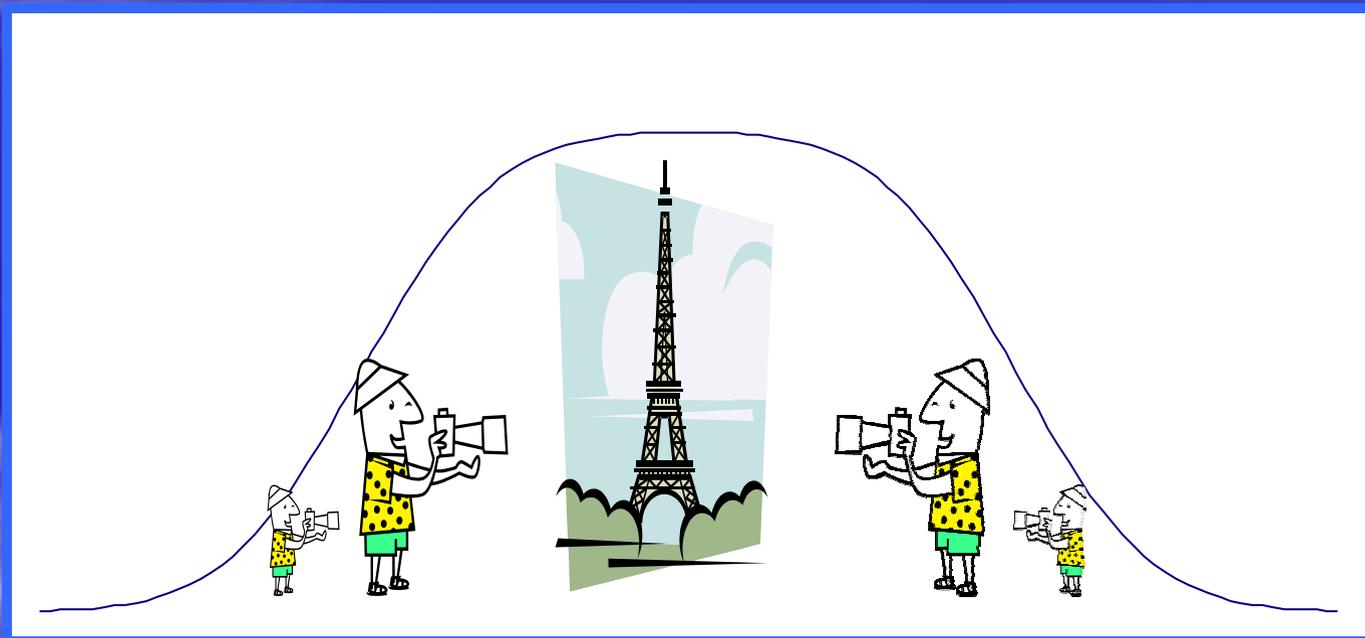


Statistica del Turismo



Docente: Biagio Simonetti

Obiettivi del Corso

1. Trasferire le conoscenze acquisite con il corso (corsi) di statistica dall'area del sapere a quella del saper fare
2. Applicare gli strumenti statistici al settore turistico
3. Apprendere l'utilizzo di un software statistico (SPSS)

Struttura del Corso

- Lezioni in aula
- Esercitazioni in laboratorio informatico
- Seminari

Modalità di svolgimento esame

- Analisi di un caso reale (gruppi di lavoro)
- Verifica apprendimento utilizzo sw statistico
- Discussione dei risultati del caso reale

Definizione

Il termine “turismo” identifica l’attività svolta dalle persone, per diletto, affari o per qualsiasi altro motivo – nel corso di viaggi e soggiorni in un luogo situato al di fuori del loro ambiente abituale per una durata minore di un anno.

World Tourism Organization (WTO)

Unità elementare: Turista

Chi si reca in un luogo diverso da quelli solitamente frequentati (ambiente abituale) e trascorre almeno una notte nel luogo visitato.

Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

Numero di dipendenti e introiti* delle Agenzie di Viaggi e Turismo in Europa

Fonte: ECTAA

Nazione	Numero Dipendenti					Introiti				
	1996	1997	1998	1999	2000	1996	1997	1998	1999	2000
Austria	10.000	16.000	16.000	17.500	15.000	2.575	2.750	2.950	3.150	2.800
Belgio	5.000	nd	nd	nd	nd	2.307	nd	nd	nd	nd
Danimarca	6.000	nd	5.800	5.700	nd	1.413	nd	1.500	1.677	na
Finlandia	3.700	3.700	3.800	3.900	4.000	1.474	1.758	1.924	2.017	2.186
Francia	25.000	nd	nd	28.000	30.000	11.538	nd	nd	9.680	10.793
Germania	65.000	nd	65.000	nd	77.000	23.010	nd	26.330	28.000	27.000
Grecia	16.000	nd	nd	nd	nd	6.153	nd	nd	nd	nd
Irlanda	4.000	nd	nd	nd	nd	2.358	nd	nd	nd	nd
Italia	20.000	nd	nd	nd	35.000	9.524	nd	nd	10.400	12.400
Lussemburgo	350	nd	nd	nd	nd	128	nd	nd	nd	nd
Paesi Bassi	13.000	nd	nd	13.000	16.000	3.000	nd	nd	7.500	8.600
Portogallo	5.000	7.004	6.986	nd	nd	2.500	nd	nd	nd	nd
Spagna	33.000	nd	34.000	35.000	37.000	7.669	nd	13.690	15.625	16.250
Svezia	4.000	nd	nd	6.100	6.000	2.688	nd	nd	2.960	3.645
Regno Unito	45.000	45.000	45.000	100.000	113.200	22.125	nd	nd	nd	60.420
Cipro	4.000	4.000	4.000	4.000	4.200	1.500	1.600	1.800	2.000	2.100
Ungheria	4.853	4.904	5.014	5.692	5.390	nd	nd	nd	nd	3.588
Romania	2.700	4.600	5.200	9.000	12.500	nd	nd	nd	nd	nd
Turchia	17.903	21.151	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croazia	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Norvegia	3.000	2.600	2.500	2.400	nd	1.928	2.000	2.000	1.900	na
Svizzera	14.000	nd	nd	nd	nd	4.000	nd	nd	nd	nd

*dati in milioni di Euro

QUALI TURISMI?

marino

montano (estivo e invernale)

lacuale

culturale (beni culturali e archeologici)

della salute (termale, fitness)

collinari e di interesse varie

città d'arte

E ANCORA ...

da crociera
nautico

ambiente (agriturismo, B&B, verde, ecc.)

enoturismo/gastronomia

turismo/affari

Grandi eventi (mondiali, giubileo, universiadi)

QUELLO di “NICCHIA” ...

dei borghi storici

del vino

dei treni storici

parchi letterari

dei sapori

.....

Com'è cambiato il turismo dopo l'11 settembre 2001

Effetti immediati sul comportamento e sulle abitudini del turista:

- situazione generalizzata di incertezza e di sconforto (peraltro estesa a tutta l'economia)
- fortissima crisi dei viaggi aerei, anche con il clamoroso fallimento di alcune compagnie aeree (già in crisi)
- sostituzione, per quanto possibile, delle forme di trasporto aereo con quello ferroviario e stradale (con forti saggi di incremento in molti Paesi europei)

Com'è cambiato il turismo dopo l'11 settembre 2001 (effetti immediati)

- slittamento delle scelte dal medio e lungo periodo al brevissimo periodo
- forte diminuzione dei viaggi a lungo raggio (intercontinentali)
- forte diminuzione delle crociere
- rivalutazione dei viaggi a breve e medio raggio
- aumento del movimento internazionale interno all'Europa che ha "nascosto" il calo delle provenienze di lungo raggio
- incremento del turismo domestico

Com'è cambiato il turismo dopo l'11 settembre 2001 (effetti immediati)

Effetti di medio periodo che determinano atteggiamenti strutturali del turista:

- maggiore attenzione ai localismi, alle componenti ambientali ed alle tradizioni
- riconversione verso forme di turismo più autentiche
- scelta a favore delle mete tradizionali
- maggiore permanenza media per le forme di turismo affidabili
- ricerca di destinazioni originali ma affidabili sul piano della sicurezza

PRINCIPALI DESTINAZIONI DEL TURISMO MONDIALE

Posizione			Paese	Arrivi 2001 in milioni	% su tot 2001
1990	1995	2001			
1	1	1	Francia	76,5	11%
2	2	2	Spagna	49,5	7,1%
3	3	3	USA	45,4	6,6%
4	4	4	Italia	39	5,6%
12	8	5	Cina	33,2	4,8%

FONTI STATISTICHE

La maggior parte delle statistiche riguardanti il turismo è prodotta dal Sistema Statistico Nazionale (Sistan) istituito con il D. Leg.vo n. 322/89.

Il *Sistan* è una rete costituita da organismi pubblici, vale a dire un network pubblico che ha il compito di raccogliere, elaborare, archiviare e diffondere l'informazione statistica

SITI INTERNET di interesse generale:

www.istat.it

www.starnet.unioncamere.it

SITI INTERNET di interesse specifico sul turismo

www.world-tourism.org

(Sito dell'organizzazione mondiale del turismo)

www.turistica.it

(Sito della società Mercury srl, specializzata in consulenze turistiche, da cui si può ordinare il Rapporto sul turismo italiano)

http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/index_en.htm

(Sito della Direzione Generale Imprese che si occupa di turismo all'interno della Commissione Europea)

Prossimi Seminari

03 Maggio 2004

11,30-13,00

Análisis clásico de series temporales. Llegada de turistas a España

04 Maggio 2004

11,30-13,00

Explotación descriptiva de un cuestionario. El perfil de los turistas de la Costa Dorada (Catalunya)

Relatore

Josep Allepus Querol

Facultat Ciències Econòmiques i Empresariales

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Spain