

Osservatorio Outdoor Estate 2024



THRENDS
TOURISM & HOSPITALITY ANALYTICS





IMPORTANTE ESCLUSIONE DI RESPONSABILITÀ E LIMITAZIONE DI RESPONSABILITÀ

Questo rapporto è stato distribuito gratuitamente. Non intendiamo fornire un servizio di consulenza o alcun altro tipo di consulenza attraverso questo rapporto. Non garantiamo che i dati forniti nel rapporto siano completamente affidabili. Consigliamo vivamente di non utilizzare i dati qui forniti come base per valutare qualsiasi decisione di investimento o finanziaria. Non abbiamo alcun obbligo di aggiornare i nostri risultati e le nostre conclusioni in caso di cambiamenti nelle condizioni di mercato.

COPYRIGHT

Qualsiasi ristampa, utilizzo o ripubblicazione di tutto o parte di questo rapporto senza il preventivo consenso scritto di **HUMAN COMPANY** e **THRENDS** è severamente vietato.

Qualsiasi riproduzione di questo tipo deve specificamente accreditare **THRENDS** come fonte, **HUMAN COMPANY** come committente.

HUMAN COMPANY © **THRENDS** sono marchi registrati.

1. Previsioni Italia





1.1

Introduzione
all'Osservatorio 2023

Il senso della 4° edizione dell'Osservatorio

Siamo ormai giunti alla quarta edizione dell'Osservatorio del turismo outdoor, nato sia per fare luce sull'importanza crescente di questo rilevante segmento di ricettività sia per costituire uno strumento fondamentale in grado di individuare le tendenze e le opportunità del mercato.

L'analisi dei dati su cui si basa questo report, infatti, rappresenta un unicum e un punto di riferimento di grande valore per tutti gli operatori e le realtà del turismo: la visione sull'andamento generale del comparto, l'individuazione dei principali trend in atto e le previsioni sulle stagioni in arrivo possono essere utili per calibrare le proprie decisioni di business e intercettare preziose occasioni di crescita.

A sottolineare ulteriormente la validità di questo studio è il fatto che le aspettative relative alle presenze per l'estate 2023 si sono dimostrate perfettamente in linea con i dati consuntivi.

Il principale elemento emerso da questa nuova edizione dell'Osservatorio è il consolidamento dei volumi dell'outdoor: dopo il boom del 2023, le presenze previste per la stagione estiva 2024 si attestano a 56,5 milioni, allineandosi con gli ultimi due anni. Si tratta di una notizia positiva, poiché evidenzia il recupero delle presenze perse durante il periodo pandemico, ma pone di fronte alla sfida di riprendere una traiettoria di crescita e, insieme al peso di alcuni elementi che influenzano la domanda come l'inflazione e i conflitti globali, invita gli operatori ad investire in una crescita basata sulla qualità e sulla comprensione delle esigenze dei propri ospiti.

Domenico Montano

Direttore Generale Human Company



Cosa ci attende dopo il biennio 22-23?

Questa nuova edizione dell'Osservatorio sull'Estate Outdoor, pubblicazione che abbiamo il piacere di curare per Human Company oramai da 4 anni, consegna una immagine del segmento diversa da quella che affrontava il triennio post Covid-19.

L'accelerazione dei volumi di domanda che avevamo previsto e correttamente stimato per il 2021, il 2022 ed il 2023 (in quest'ultimo anno le previsioni registravano un errore del solo -1% sul consuntivo) si sta forse esaurendo: la spinta dei mercati internazionali per vacanze all'aria aperta in Italia resta solida e sostenuta, mentre il mercato domestico sembra alle porte di uno shift di preferenze, che deve far riflettere.

La diluizione delle vacanze outdoor nel corso di un calendario meno concentrato sull'estate è anch'esso un aspetto di riflessione per il 2024.

Le riflessioni contenute in questa edizione del report raccolgono l'eredità di 5 anni di analisi dati nel segmento camping e camping village e si focalizzano su:

- Una capacità competitiva molto differente fra le regioni del Nord-Est ed il resto dell'Italia
- Il crescente peso del mercato estero
- La destagionalizzazione in atto sui flussi di domanda complessivi.

In questo contesto, in massima sintesi, prevediamo per l'estate 2024 un volume di domanda complessivamente vicino ai valori 2023. Siamo quindi ad un bivio: a termine del 2024 capiremo se il momentum del segmento si sta esaurendo o è invece destinato a sostenersi ancora.

Giorgio Ribaudo
Managing director THRENDS



Numeri chiave dell'Osservatorio 2024

56,5 mln

Stima delle presenze outdoor per l'estate 2024. Sostanzialmente stabili sulle presenze dell'estate 2023 (56,3 mln).

La stima dell'estate 2024

68,6 mln

Presenze outdoor nell'anno 2023. Differenza con il 2019: +3%; con il 2022: +2%.

Anteprima risultati del 2023

+12%

Aumento delle presenze estere outdoor tra 2023 (37,1 mln - 54% del totale) e 2019 (33,1 mln - 50%).

+4%

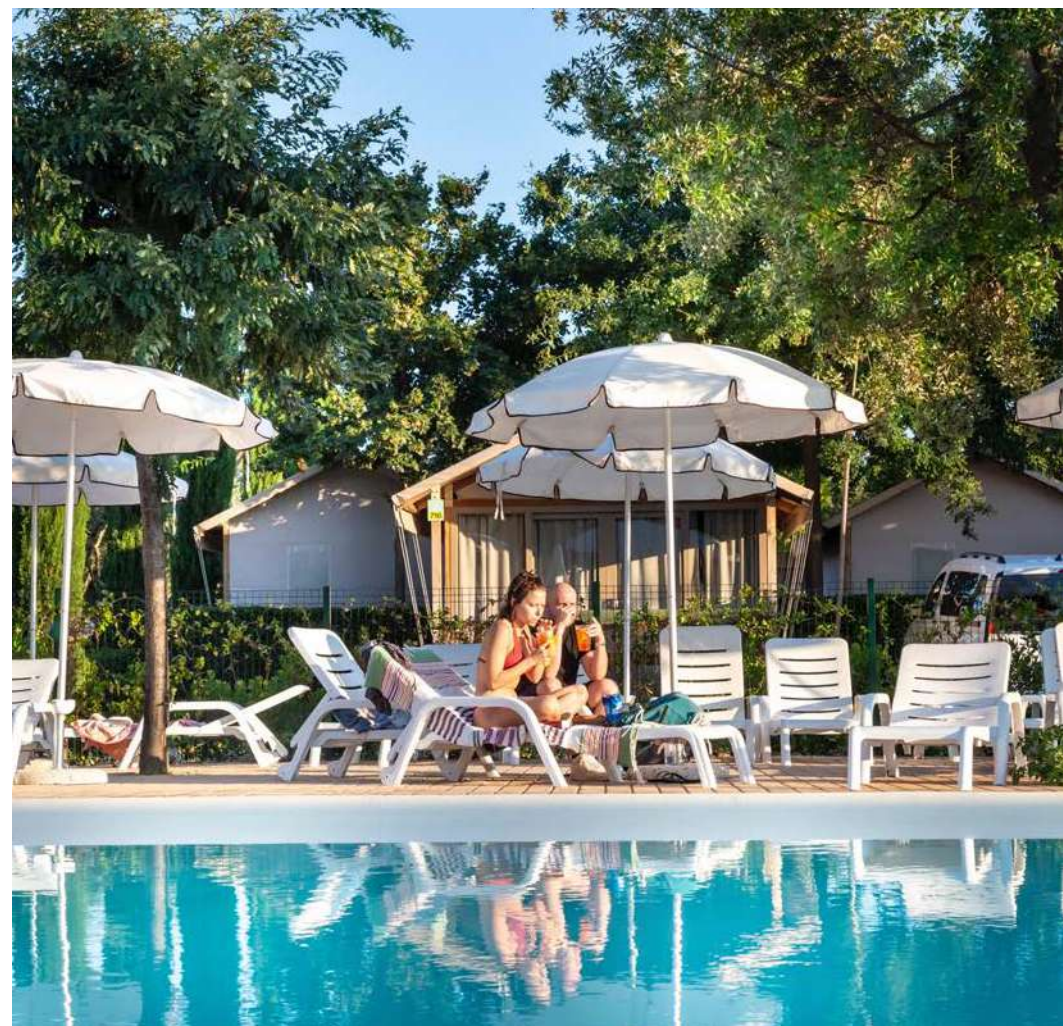
La crescita tra 2023 e 2022 delle regioni del Nord Italia contro il calo del Centro (-0,3%) e delle regioni del Sud e Isole (-1,5%).

74%

Quota di domanda outdoor del mercato estero assorbita dalle prime 5 destinazioni nel 2023 (era il 69% nel 2022): Veneto, Toscana, Lombardia, Alto Adige e Piemonte

2°

L'Italia è il secondo mercato europeo dietro la Francia per presenze nel 2023



Insights: 4 concetti chiave dall'Osservatorio

INSIGHTS DALL'OSSERVATORIO: 4 PUNTI CHIAVE SULL'ANDAMENTO DELLA DOMANDA E LA PREVISIONE 2024

2023: CHIUSURA DELL'ANNO POSITIVA. MA GRAZIE AI MESI NON ESTIVI

L'anno 2023 si è chiuso con +2% sul 2022 (+3% sul 2019) mentre la stagione estiva 2023 ha registrato un -1% sul 2022. Segno di come siano i mesi al di fuori di quelli estivi (da giugno a settembre per questa pubblicazione) a far crescere il dato annuo.

TREND DEL COMPARTO OUTDOOR: COSA DOPO LA FASE DI RECUPERO?

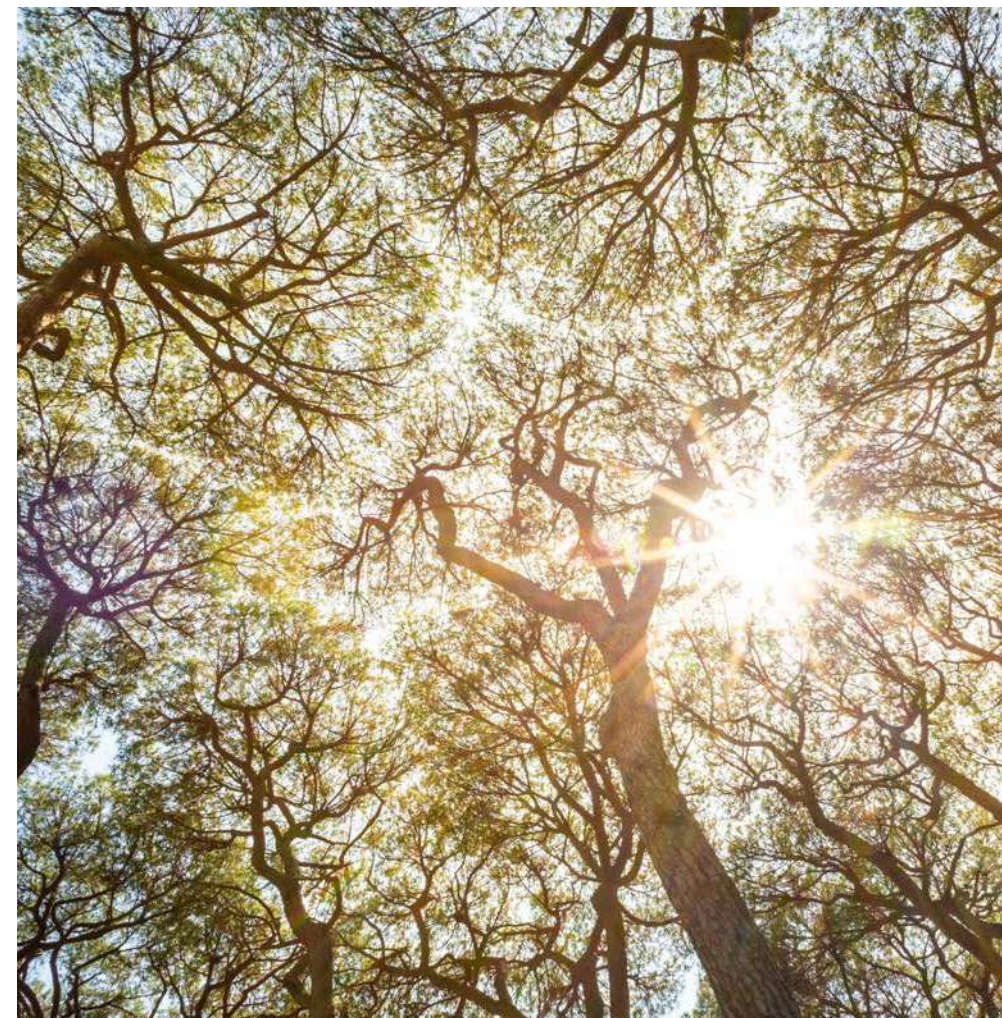
Il trend storico fa emergere un consolidamento delle presenze tra 2022 e 2023 lasciando intendere come il recupero dei volumi persi nel 2020 sia concluso e si apre ora una nuova fase dopo quella di recupero. Cosa occorre per mantenere un trend di crescita, considerando la situazione stabile dei mesi estivi e il calo del mercato italiano?

MERCATO ESTERO: TRAINA LA CRESCITA (DELLA DOMANDA E DEL PRODOTTO)

Continua a crescere il mercato estero che diventa il principale mercato (54% delle presenze totali nel 2023) con volumi record e prospettive di crescita (+6% sul 2022 e +10% sul 2019). Al contrario quello italiano vive un momento di calo (-2% sul 2022 e -7% sul 2019).

ESTATE 2024: IN LINEA CON LE SCORSE ANNATE. TREND COSTANTE

Ci aspettiamo un'estate 2024 in linea con quella del 2022 e del 2023 a testimonianza di una fase stabile del comparto (con 2 anime però: estero trend di crescita; Italia trend in calo). Questo porta ad una domanda importante per il comparto: cosa ci aspetta per il prossimo triennio? Come riprendere il trend di crescita?



1.2

Osservatorio 2024. Obiettivi e metodologia



Il perimetro di questa pubblicazione

OSSERVATORIO 2024: NOVITÀ PER UN QUADRO SEMPRE PIÙ APPROFONDITO

L'Osservatorio sul turismo outdoor si posiziona come punto di riferimento del settore turismo all'aria aperta italiano con specifico riferimento al segmento camping e camping village.

L'analisi verticale del settore contenuta nell'Osservatorio vuole posizionarsi appunto come riferimento per questo comparto del turismo, portando un contributo concreto e strategico.

Il perimetro di analisi dell'Osservatorio 2024 verte in primo luogo su un'analisi storica del settore offrendo in anteprima un'overview delle performance (in termini di presenze) del 2023.

Successivamente, novità di questa edizione, l'Osservatorio si compone di due approfondimenti mirati. Il primo relativo a una survey condotta su oltre 300 operatori e un panel selezionato di realtà del mondo OTA e digital per capire il sentiment relativamente non solo al 2023 ma anche alle previsioni del 2024. Infine il focus sull'impatto economico del settore all'aria aperta per capire la portata del segmento all'interno del panorama economico del turismo italiano.

PERIMETRO DI ANALISI



1	Analisi della domanda outdoor in Italia	Overview dei flussi turistici del comparto outdoor con in anteprima i dati relativi al 2023
2	Analisi previsionale domanda outdoor Italia 2024	Stime per l'andamento della domanda outdoor per la stagione estiva 2024
3	Analisi del sentiment del comparto	Survey divisa in: operatori del comparto; operatori OTA e digital; operatori istituzionali. Per una visione del sentiment del settore in vista della prossima stagione
4	Analisi dell'impatto economico del comparto	Approfondimento sulla stima di un impatto economico diretto e indotto del comparto outdoor

Obiettivi del rapporto

NUOVA FASE DEL COMPARTO OUTDOOR: CHIAVI DI LETTURA PER LE GIUSTE SCELTE STRATEGICHE

Gli obiettivi di questa edizione dell'Osservatorio si differenziano da quelli delle precedenti edizioni per via del maggior grado dettaglio e di analisi, frutto di un focus maggiore sul sentiment degli operatori (con 3 gruppi differenti di intervista) e della stima dell'impatto economico del comparto outdoor.

In particolare la parte di analisi storica della domanda e delle previsioni per l'estate 2024 ha l'obiettivo di:

- Dare in anteprima i risultati del 2023, offrendo un quadro di analisi completo
- Fornire una stima per la stagione estiva 2024 al fine di dare uno strumento di valutazione al comparto per comprendere cosa aspettarsi

L'Osservatorio 2024 mette in evidenza come si stia aprendo una nuova fase per il settore outdoor: la ripresa post pandemia è ormai terminata e sia apre ora una nuova fase.

Per mantenere il trend di crescita (si notano cali della domanda già nel 2023 in diverse aree) occorre un cambio di passo del settore al fine di rimanere competitivi sul mercato e rispondere alle esigenze della domanda (estera in primis).

L'Osservatorio ha dunque l'obiettivo, nel suo complesso, di fornire le chiavi di lettura per interpretare i segnali di un nuovo ciclo di andamento del settore così da interpretarli per effettuare le giuste scelte strategiche.

I MACRO OBIETTIVI DI QUESTO LAVORO

1. Inquadrare l'evoluzione del settore camping e camping village coinvolgendo un panel di opinion leader di settore (operatori e fornitori di servizi digital e OTA) che mostri la percezione sullo stato del comparto e il sentiment relativo alla prossima stagione estiva.
2. Tratteggiare il quadro dell'andamento del settore camping e camping village fornendo in anteprima i flussi del 2023 per capire l'evoluzione del comparto e il suo recupero rispetto al 2020 ma anche per dare visione dei risultati.
3. Giungere ad una stima dell'andamento della domanda per il segmento camping e camping village per l'estate 2024 per fornire un'overview che aiuti gli operatori a capire cosa aspettarsi.

Metodologia

METODOLOGIA DI ANALISI

I dati utilizzati in questo osservatorio provengono da diverse fonti. La raccolta dei dati ha coinvolto Istat, Eurostat e gli Uffici competenti di tutte le Regioni italiane. In questo modo si sono potuti raccogliere dati con dettagli diversi riuscendo così ad avere una visione complessiva.

L'utilizzo di fonti diverse è stato necessario per condurre i diversi livelli di analisi e in particolare:

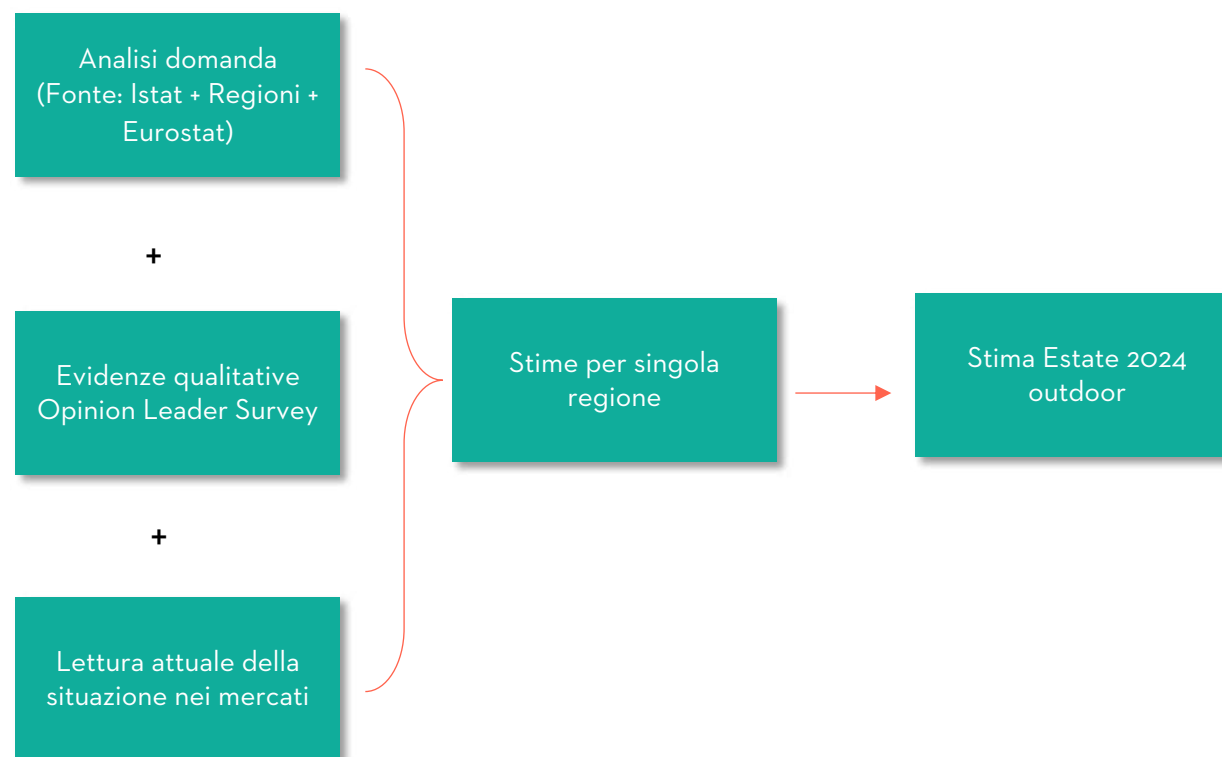
- Al fine dell'analisi comparativa tra i paesi europei si sono utilizzati dati Eurostat (il quale contempla per la categoria camping solo la classificazione NACE 55.3).
- Per l'analisi dei dati sul turismo italiano, dei dati storici del segmento camping e camping-village e dell'analisi dei mercati incoming, si sono utilizzati dati Istat (il quale, nella categoria camping e villaggi turistici, include le classi NACE 55.3 e 55.2.1).
- Per la parte di analisi dei dati del segmento outdoor del 2023 si sono utilizzati i dati forniti dai centri statistica delle Regioni italiane. Dunque il dato sui flussi turistici outdoor 2023 è unico in quanto alla data di redazione di questo report, Istat ancora non rende disponibile questa informazione.

Al fine di sviluppare il modello di stima delle presenze si è rivalutato il modello elaborato per le precedenti edizioni al fine di averne uno che meglio rispondesse alla situazione attuale.

Data anche la lettura del contesto macro economico, alla data di redazione del presente report, si è costruito un modello previsionale basato su ogni singola regione.

Le assunzioni su cui si è sviluppato il modello tengono conto del trend storico prima del 2020 e dopo del 2020, distinguendo tra mercato nazionale ed estero, e tenendo conto del riscontro emerso dal panel degli opinion leader.

SCHEMA PER LA DEFINIZIONE DELLE STIME 2024



NOTA

Dati
Estate

Al fine di rendere facilmente intuibile a che periodo si riferiscono i dati nelle pagine comparirà questo bollino ad indicare quando i dati si riferiscono al periodo estivo (da giugno a settembre) e non all'anno intero

I dati del segmento outdoor: un'anteprima dei risultati 2023

DATI 2023/2024: UNA VISIONE IN ANTEPRIMA DEL SETTORE OUTDOOR

La 4^o edizione dell'Osservatorio si è basata su una lunga attività di raccolta dati (con fonti: Istat, Eurostat e gli Uffici Regionali di Statistica) a cui è seguita una fase di lettura e analisi, al fine di valutarne la correttezza e la comparabilità, trattandosi di fonti diverse.

L'elaborazione di previsioni ha reso necessario ricostruire il dato storico 2023 per ogni regione d'Italia: **grazie al supporto degli Uffici Regionali di Statistica, il report presenta in anteprima i risultati (definibili «provvisori») della stagione 2023, ancora non disponibili e ufficializzati a livello ISTAT.**

Per la prima volta, quindi, sono rappresentati i volumi di presenze del segmento nell'estate 2023, per singolo mese e per mercato di provenienza.

Le fonti dati utilizzate sono indicate a fianco.

FONTI DEI DATI *quali fonti si sono consultate e messe a sistema*

ISTAT

Tutti dati storici del mondo outdoor.

I dati del mondo outdoor si riferiscono ai codici ATECO 55.2.1 e 55.3

EUROSTAT

I dati delle presenze outdoor dei paesi europei.

In questo caso i dati del mondo outdoor si riferiscono al solo codice NACE 55.3

UFFICI STATISTICA REGIONI

I dati delle presenze outdoor per singola regione relativamente all'anno 2023.

UNICITÀ DEI DATI *quali informazioni offre in esclusiva l'Osservatorio*

La 1^o visione dei risultati 2023

In anteprima l'Osservatorio fornisce i risultati delle performance del segmento outdoor per l'anno 2023. Un dato non ancora fornito da nessuna fonte istituzionale a livello italiano.

La 1^o stima dei flussi estivi 2024

In anteprima l'Osservatorio presenta le stime per la stagione estiva 2024 proponendo in esclusiva per gli operatori del settore il trend dei flussi per pianificare le strategie.

Confronti europei

In esclusiva l'Osservatorio presenta il confronto tra l'Italia e gli altri paesi europei oltre ad un focus sui principali mercati esteri.

Previsioni Estate 2023 vs consuntivo: come è andata

PREVISIONI 2023 CON MINIMO ERRORE SUL CONSUNTIVO (1%)

La previsioni sulle presenze dell'estate 2023 formulate nella scorsa edizione dell'Osservatorio Outdoor si sono rilevate particolarmente accurate facendo segnare un errore del solo 1%.

Infatti il consuntivo dell'estate 2023 è di 56,3 milioni di presenze (ottenuto dai dati provvisori condivisi dagli Uffici Statistica delle Regioni) contro la nostra stima di 56,6 milioni.

A livelli di mercati la stima del mercato italiano ha evidenziato un errore del -4% rispetto alla previsione mentre il mercato estero ha fatto registrare un +3% rispetto alla previsione.

Dunque l'estate 2023 si pone in linea a quella del 2022 (56,5 milioni) e superiore ai valori del 2019 (55,9 milioni).

DIFFERENZIALE PREVISIONI ESTATE 2023 VS ANDAMENTO REALE			
	Previsionale	Consuntivo*	Differenziale
Italia	28,0 mln	26,9 mln	-4%
Estero	28,6 mln	29,5 mln	+3%
Totale	56,6 mln	56,3 mln	-1%

*il consuntivo è frutto dei dati provvisori raccolti dagli Uffici Statistica delle Regioni, non essendo il consuntivo Istat ancora disponibile.

An artistic illustration of a woman with long blonde hair, wearing a dark dress, walking barefoot on a sandy beach. She is carrying a white face mask in her right hand. The background features a vibrant orange sunset sky, a dark blue sea, and a distant coastline. Several birds are flying in the sky. The overall style is painterly and evocative.

1.3

Turismo in Italia. 2023 fine del
periodo di recupero

Il turismo in Italia nel 2023

HIGHLIGHTS DEL TURISMO ITALIANO NEL 2023

Fonte dati: Istat

431,1 mln

Presenze 2023

+5%

Vs 2022

+5% le presenze del 2023 sul 2022.
In valori assoluti parliamo di circa 19 milioni di presenze in più nel 2023.

2023

Vs 2019

-3,5% mercato nazionale

+0,9% mercato internazionale

-6 mln

Nel 2023 le presenze totali si fermano a 431,1 milioni contro le 436,7 del 2019 (-1,3%, o in termini assoluti -6 milioni di presenze)

2023

Vs 2022

+6,0% segmento alberghiero

+2,5% segmento extra-alberghiero

+19 mln

Vs 2022

Rispetto al 2022, il mercato turistico italiano segna una crescita totale del +4,5%, con 19,1 milioni di presenze in più, di cui 15 milioni nel segmento alberghiero

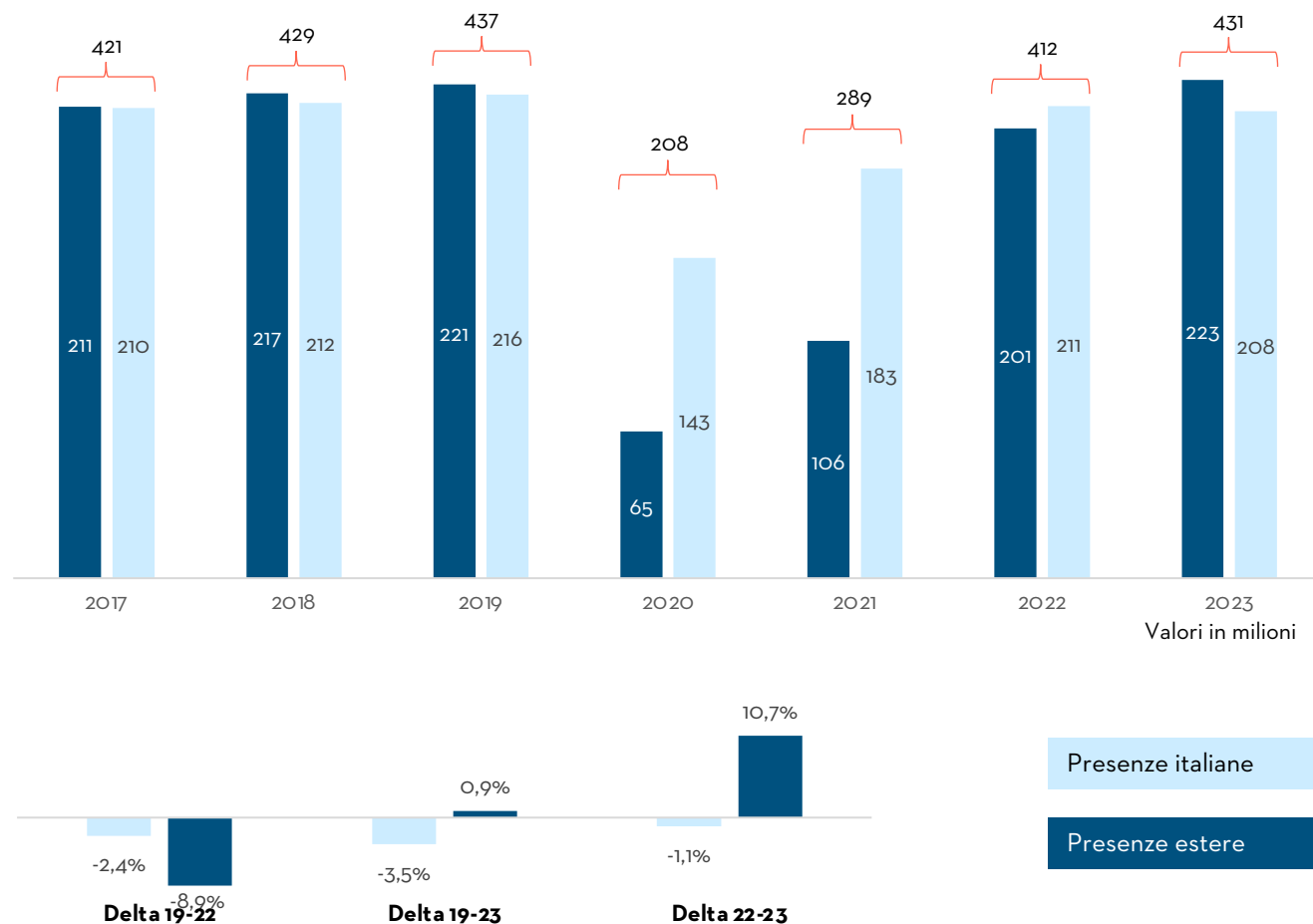
La domanda turistica in Italia: evoluzione 2017-2023

2023: RECUPERO DEI FLUSSI PRE-PANDEMIA

Il 2023 è stato l'anno in generale di ripresa dopo il periodo pandemico: i valori della domanda turistica in Italia sono molto vicini a quelli del 2019 (431 milioni di presenze nel 2023 contro 437 milioni di quattro anni prima), si è quindi vicini a un recupero totale dei flussi (-1,3%).

Osservando i numeri notiamo una crescita in particolare della domanda internazionale che ha registrato un +10,7% nel 2023 rispetto al 2022, e un +0,9% rispetto al 2019, superando i numeri pre-covid. Il mercato italiano è invece in più lenta ripresa ed è ancora sotto ai livelli 2019 del 3,5%, con una differenza in termini di presenze italiane di circa 8 milioni. Rispetto ai dati del 2022 sul 2019 comunque si può notare la ripresa sia della domanda estera che italiana.

I due mercati di provenienza, nazionale ed internazionale, tornano ad avere proporzioni invertite come in passato, con un peso del secondo nettamente maggiore del primo (52% estero vs 48% italiano).



Fonte dati: Istat

Andamento mensile presenze totali in Italia

RECUPERO DEI FLUSSI MENSILI: 6 MESI MEGLIO DEL 2019

Il confronto delle presenze mensili negli ultimi 5 anni mostra delle tendenze della domanda particolari: nel 2023 si assiste ad un generale aumento delle presenze rispetto al 2022. Inoltre il trend accenna un lieve processo di distribuzione della domanda verso una stagionalità diversa.

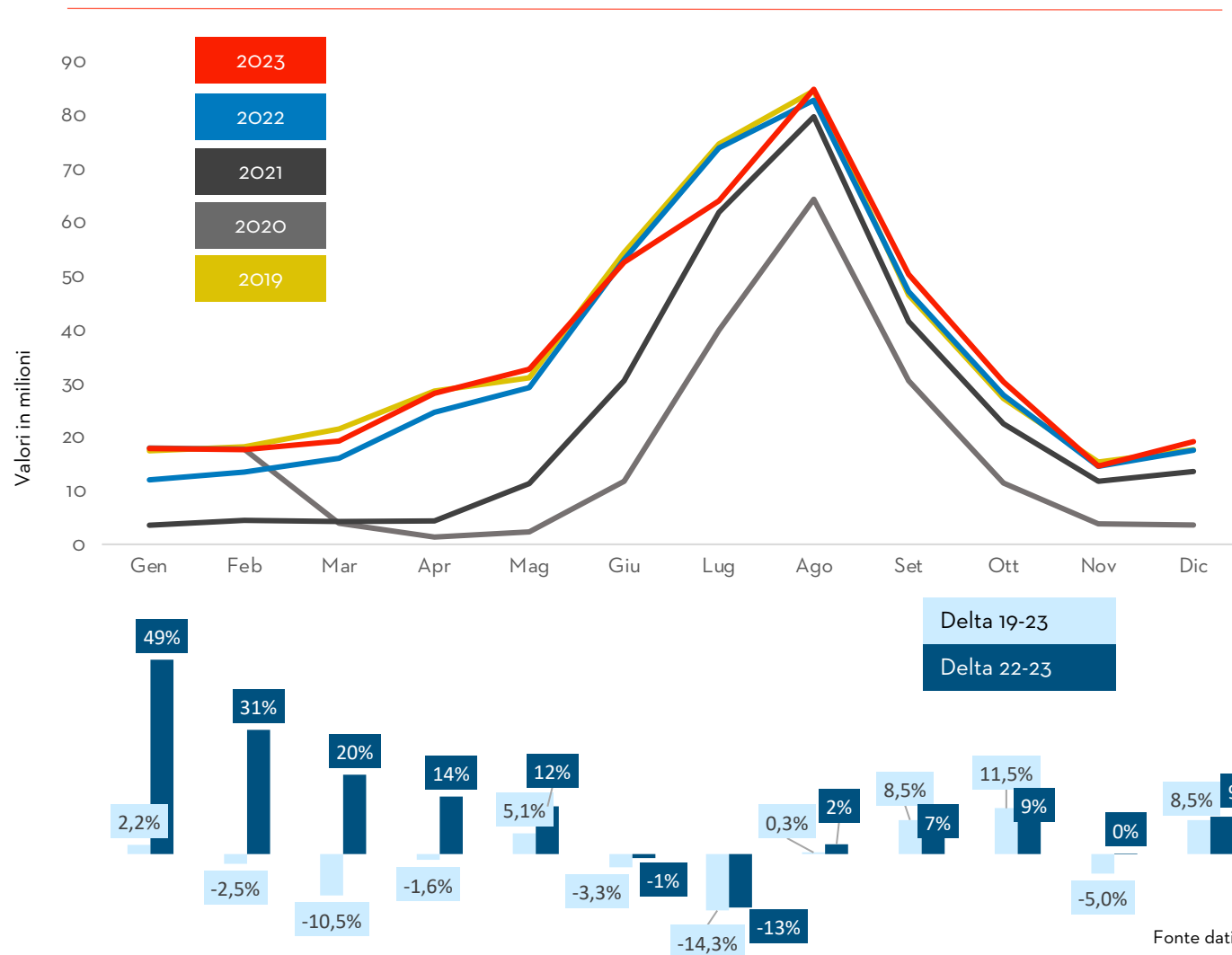
Si assiste, infatti, ad un prolungamento della domanda con incrementi nei mesi definiti di media stagione:

- Maggio (+5,1% sul 2019)
- Settembre (+8,5% sul 2019)
- Ottobre (11,5% sul 2019)

Inoltre la crescita sul 2019 si registra nei mesi di gennaio (+2,2%), agosto (+0,3%) e dicembre (+8,5%).

Diversamente, il calo più consistente sul 2019 si registra nei mesi di marzo (-10,5%) e luglio (-14,3%). Per quest'ultimo in particolare non è ancora noto se sia stato influenzato dal calo delle presenze in Emilia-Romagna e Veneto probabilmente frenate dall'alluvione di maggio 2023 nella componente alberghiera.

ANDAMENTO PRESENZE TOTALI MENSILI 2019-2023 E TASSI DI DECRESCITA



Fonte dati: Istat

Estate 2023: crescono i mesi di coda

Dati Estate

IL MERCATO ESTERO CRESCe NEI PERIODI DI BASSA STAGIONE: SETTEMBRE E OTTOBRE MEGLIO DEL 2019

Nei mesi da maggio ad ottobre 2023 si nota come il mercato estero abbia performance migliori rispetto al mercato italiano in 4 mesi su 6, mentre nei mesi di luglio e agosto il mercato italiano è di gran lunga maggiore. Il mercato estero mostra inoltre segnali di crescita rispetto al 2019 nei mesi di maggio (13%), agosto (4%), settembre (10%) e ottobre (14%). Il mercato italiano rimane, invece, distante dai valori 2019. A maggio, giugno, luglio e agosto le presenze domestiche rimangono tra il -2% di agosto fino al -13% di luglio. In bassa stagione, contrariamente a quanto registrato nel mercato estero, maggio registra cifre in calo rispetto al 2019 (-7%), mentre crescono settembre (+7%) e ottobre (+7%).

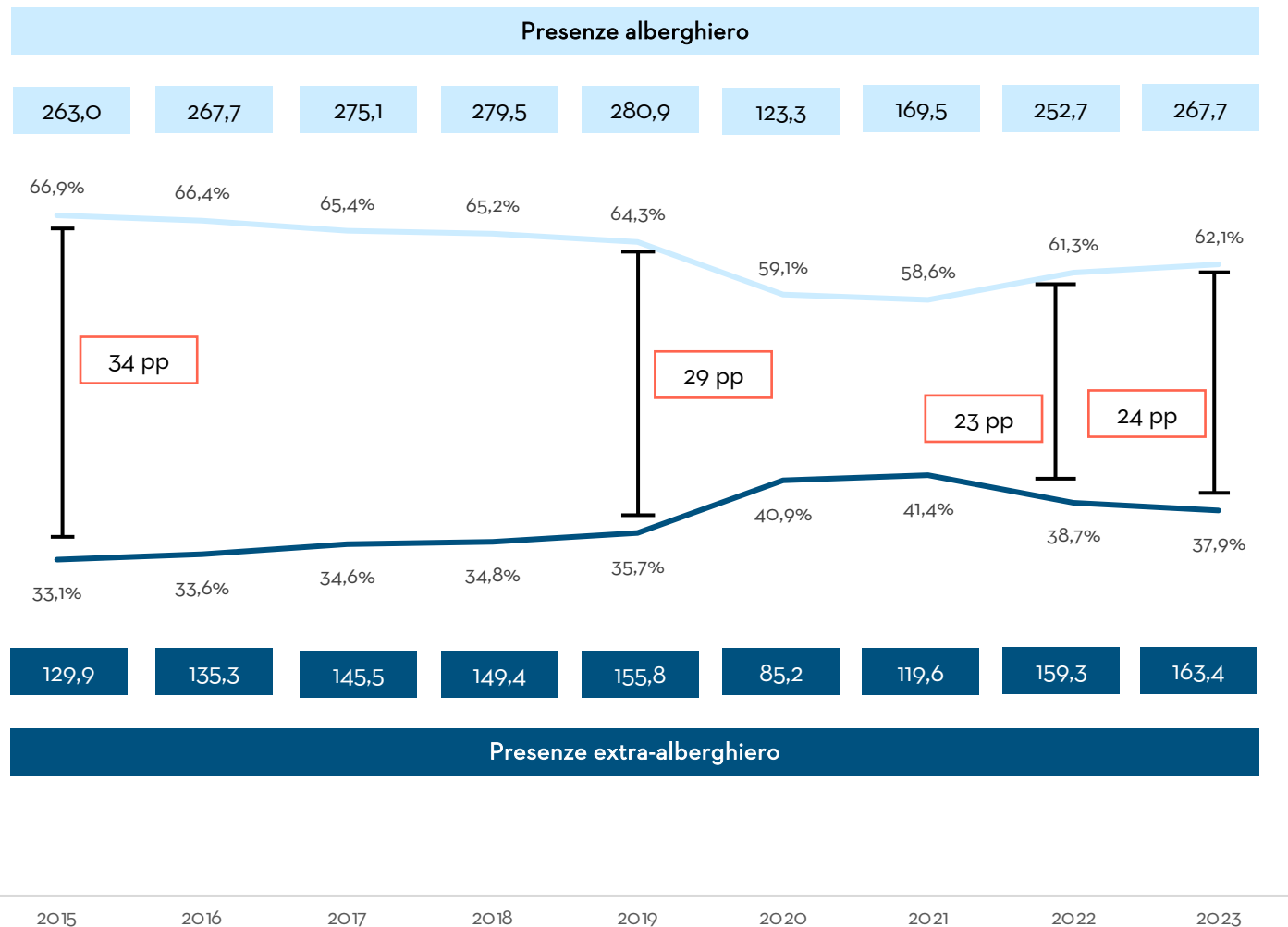
Emerge perciò un quadro di flussi esteri che ha ripreso e ampiamente superato i livelli del 2019, aumentando quindi il complessivo numero di presenze del 2023. Il mercato italiano è, invece, ancora in lenta ripresa nei mesi estivi centrali.

MERCATO ITALIA					
BEST MONTH SUMMER 2023 VS 2019			WORST MONTH SUMMER 2023 VS 2019		
+7%			-13%		
Settembre			Luglio		
Numeri in milioni	2019	2022	2023		
Mag	11,9	11,9	11,1		
Giu	24,8	24,1	23,8		
Lug	37,8	36,8	33,0		
Ago	50,4	47,2	49,4		
Set	19,0	19,2	20,3		
Ott	9,9	11,0	10,5		

MERCATO ESTERO					
BEST MONTH SUMMER 2023 VS 2019			WORST MONTH SUMMER 2023 VS 2019		
+10%			-16%		
Settembre			Luglio		
Numeri in milioni	2019	2022	2023		
Mag	19,1	16,0	21,5		
Giu	29,5	25,9	28,7		
Lug	36,9	32,8	31,0		
Ago	34,2	33,7	35,5		
Set	27,4	26,4	30,1		
Ott	17,3	16,1	19,7		

Fonte dati: Istat

Alberghiero vs extra-alberghiero



L'EXTRA-ALBERGHIERO AUMENTA LA SUA INCIDENZA NEL 2022-2023

Nei due macro segmenti principali emergono margini di ripresa diversi.

Mentre il segmento alberghiero ritorna ai livelli 2016, al contrario l'extra-alberghiero registra livelli record confermando quanto visto già nel 2022, con +3% sul 2022.

Il segmento extra-alberghiero quindi supera i valori del 2019 (163,4 mln nel 2023 contro i 155,8 del 2019) trainato dai flussi esteri di questo segmento i quali sono gli unici a crescere rispetto al 2019 (+10 mln di presenze). I flussi italiani dell'extra-alberghiero, invece, sono ancora sotto il 2019 di circa 3 milioni (72,7 mln del 2023 contro i 75,7 del 2019).

L'effetto totale, quindi, porta il peso dell'extra-alberghiero sul totale delle presenze ad aumentare negli ultimi due anni (38-39% sul totale). Il gap totale tra i due segmenti sembra assestarsi su 23-24 punti percentuali a fronte, inoltre, della crescente competitività del segmento extra-alberghiero con gli hotel midscale ed economy.

An artistic illustration of an underwater scene. A swimmer in a dark suit is diving from the top left, leaving a trail of white bubbles. A school of ten small orange fish swims in the middle right. The bottom is decorated with various coral and seaweed in shades of green, orange, and dark blue. The water is a deep teal color.

1.4

Outdoor 2019-2023.
Volumi consolidati

Il turismo outdoor in Italia nel 2023

HIGHLIGHTS DEL TURISMO OUTDOOR ITALIANO NEL 2023

Fonte dati: Istat

68,6 mln

Presenze 2023



+2,0%

Vs 2022

Nel biennio 2022-2023, il segmento outdoor ha dimostrato di aver superato la crisi dovuta alle restrizioni pandemiche, raggiungendo livelli record

40,9 mln

Presenze 2023
nelle regioni nord



60%

Peso sul totale

La maggior parte delle presenze nei campeggi e villaggi sono catalizzate nelle regioni del nord Italia (60%). Veneto, Lombardia ed Emilia-Romagna si confermano come principali regioni del nord

56,3 mln

Presenze estate
2023



-0,3%

Vs 2022

L'estate 2023 si conferma sui livelli 2022 con un leggero calo evidenziando come, nel computo annuale siano gli altri mesi a contribuire alla crescita finale

Outdoor 2023: record di presenze

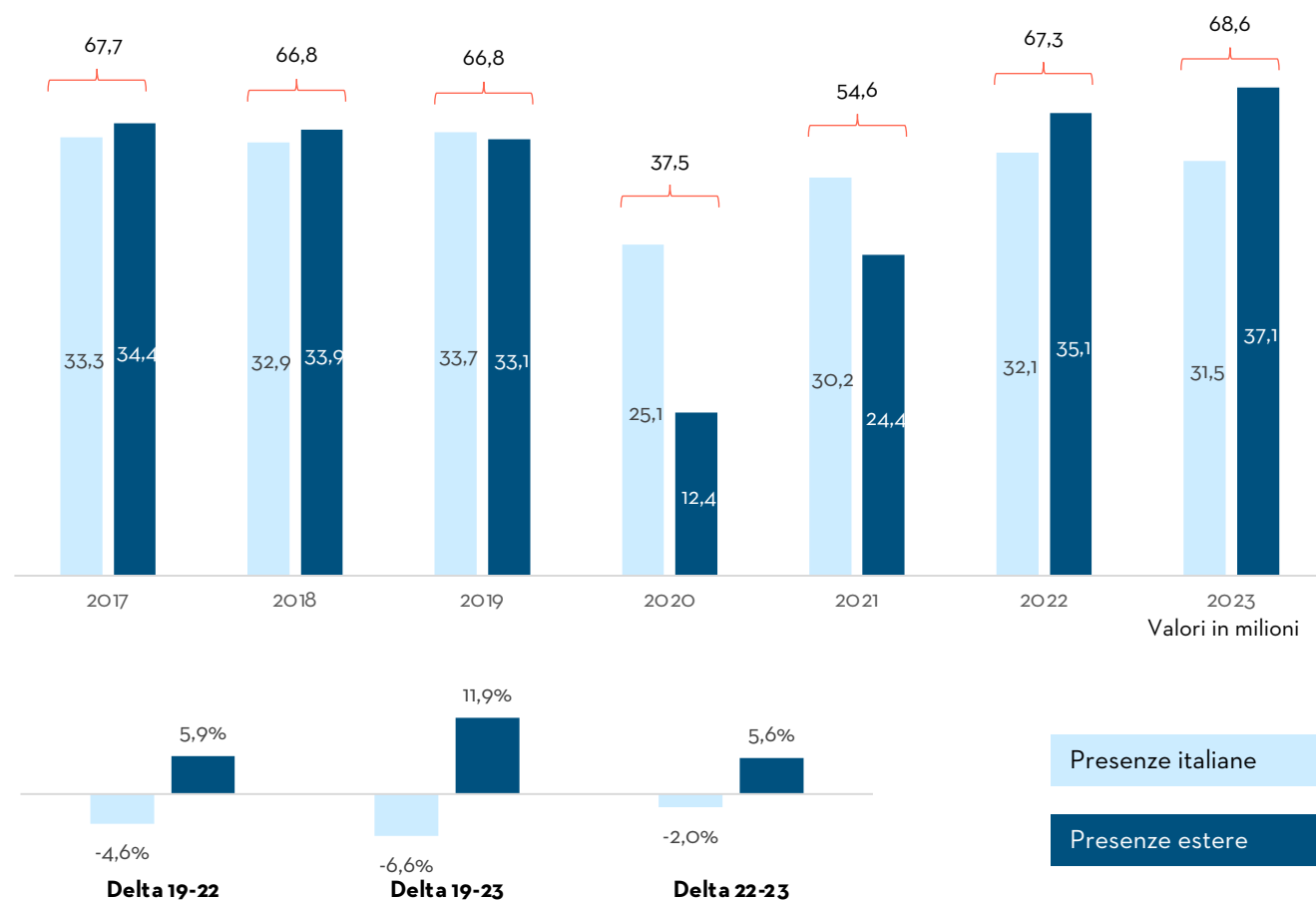
SETTORE OUTDOOR 2022-2023, RECORD DI PRESENZE: TORNANO GLI STRANIERI

Grazie ai dati forniti da Istat e dagli uffici statistica regionali* (2023) è stato possibile ricostruire l'andamento dal 2017 al 2023 del settore, così da verificare la situazione pre e post crollo del 2020.

Nel biennio 2022-2023 il settore ha dimostrato di essere in forte crescita e di aver superato la crisi successiva al covid-19.

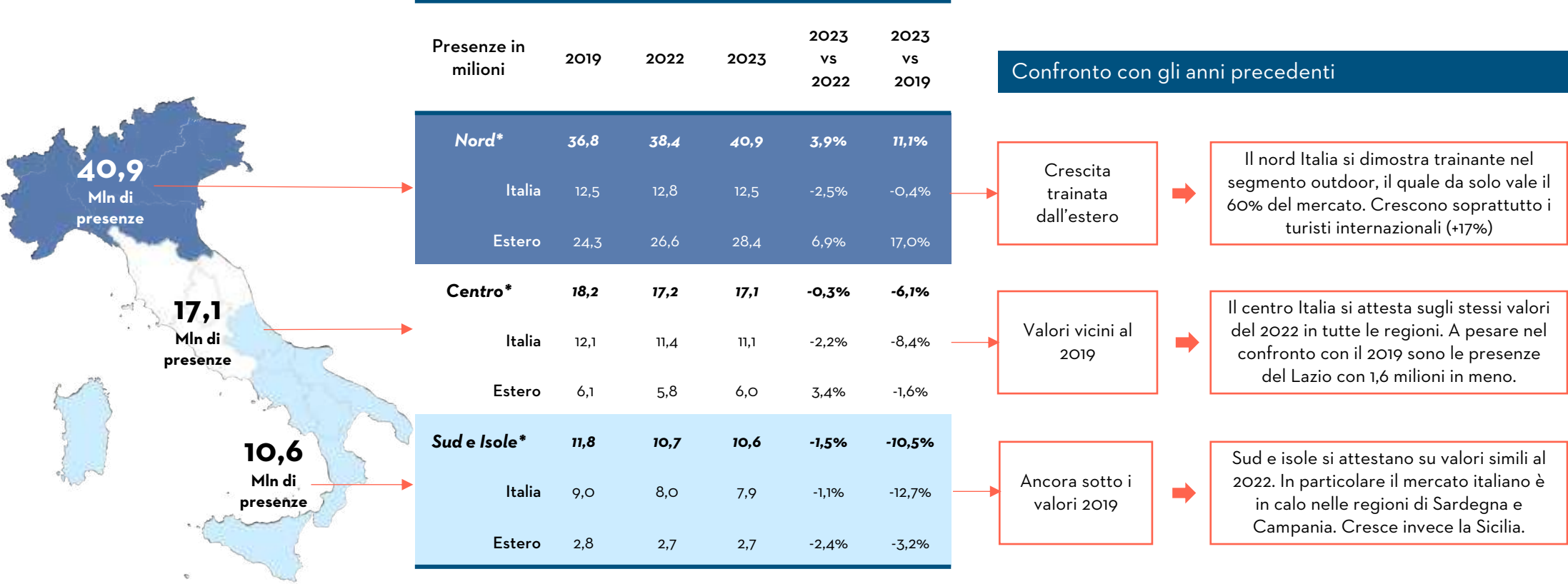
Già nel 2022, infatti, le presenze nei campeggi e villaggi d'Italia risultano maggiori rispetto al 2019, con il rientro dei turisti internazionali (sebbene alcune restrizioni relative alla pandemia fossero ancora in vigore per i primi mesi).

Nel 2023, invece, si assiste ad un forte aumento dei turisti stranieri (+5,6%) i quali raggiungono la quota record di 37,1 mln di presenze. Tuttavia a calare leggermente è il mercato domestico (-2,0%) andando ad aumentare il gap tra i due mercati (ita-estero). Il risultato totale è comunque quello di 68,6 mln di presenze, record mai raggiunto prima.



Outdoor 2023: flussi nelle aree italiane

COME HANNO PERFORMATO LE REGIONI NEL 2023



*Nord, centro e sud secondo la definizione Istat.
Fonte dati Istat fino al 2022. Uffici Statistica Regioni: dati 2023 provvisori (ove disponibili).

Le destinazioni del mercato: top 5 per Italia ed estero

Top 5 destinazioni 2023 - mercato italiano			
	Presenze	Quota su 23	Var. 19-23
	6.1 mln	19,5%	-0,3%
	4,0 mln	12,6%	-0,2%
	3,2 mln	10,1%	+2,2%
	2,6 mln	8,3%	+5,5%
	2,6 mln	8,1%	-2,5%
Totale Italia	31,5 mln		-6,6%

Top 5 destinazioni 2023 - mercato estero			
	Presenze	Quota su 23	Var. 19-23
	16,3 mln	44,0%	+12,7%
	4,4 mln	11,9%	+10,3%
	3,5 mln	9,4%	+39,4%
	1,8 mln	4,7%	+22,1%
	1,5 mln	4,1%	+23,2%
Totale Estero	37,1 mln		+11,9%

Fonte dati: Uffici Statistica Regioni: dati 2023 provvisori (ove disponibili).

*Dati Lombardia 2023 stimati

Top 5 regioni in crescita nell'estate 2023

Dati
Estate

TOP 5 DESTINAZIONI ESTATE 2023: MARGINE CRESCITA SUL 2019

		Presenze estate 2023	Var '23 vs '19	Presenze estate 2019	Mese con la crescita maggiore (vs 2019)
1°	 Alto Adige	1,3 mln	10,7%	1,2 mln	Settembre (+20%, +47k)
2°	 Trentino	1,8 mln	8,3%	1,6 mln	Settembre (+38%, +74k)
3°	 Liguria	2,0 mln	7,7%	1,9 mln	Settembre (+30%, +78k)
4°	 Marche	2,7 mln	5,3%	2,5 mln	Settembre (+37%, +88k)
5°	 Veneto	16,4 mln	4,9%	15,6 mln	Settembre (+23%, +513k)

TOP 5 REGIONI PER VOLUMI ESTIVI 2023 vs 2022

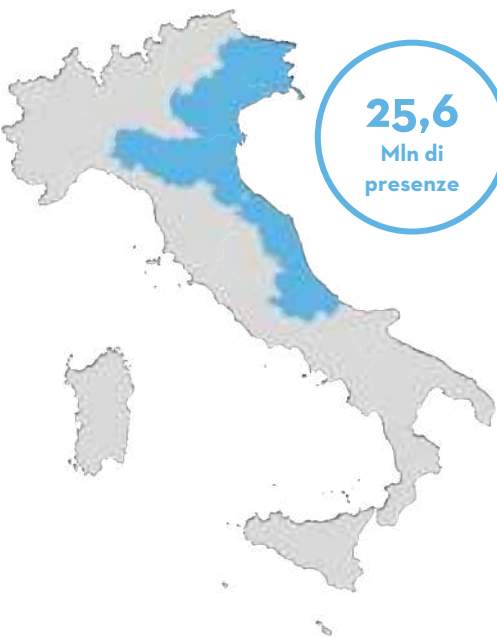
		Presenze Estate 2023	Presenze Estate 2022
1°	 Veneto	16,4 mln	16,2 mln
2°	 Toscana	8,9 mln	9,1 mln
3°	 Lombardia	4,0 mln	3,9 mln
4°	 Emilia-Romagna	3,9 mln	3,9 mln
5°	 Puglia	3,0 mln	3,1 mln

Approfondimento regioni adriatiche 2023

Dati
Estate

FOCUS ADRIATICO: 1° BACINO DI DESTINAZIONE

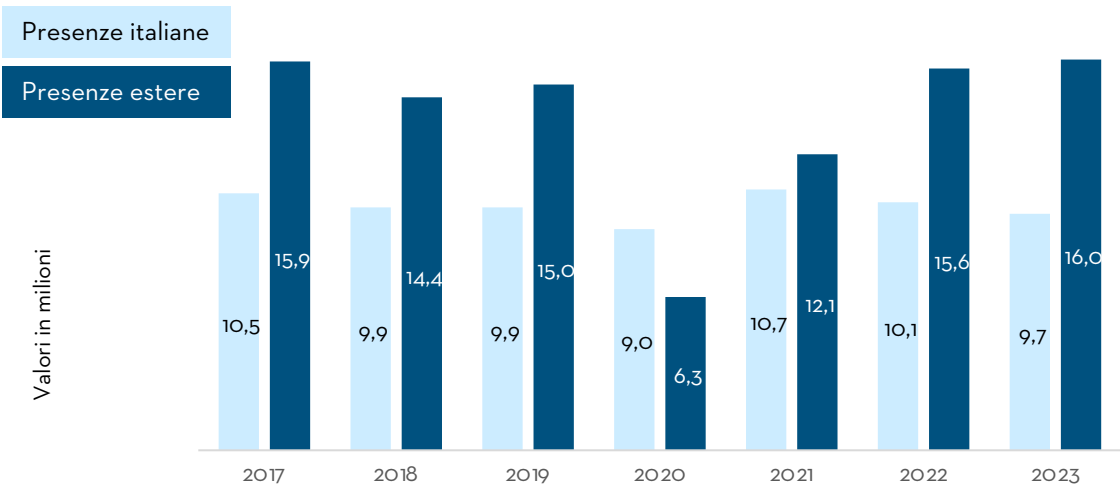
Questo focus verte sulle regioni Friuli, Veneto, Emilia-Romagna, Marche e Abruzzo che assieme raccolgono il 46% di tutte le presenze 2023 e il 56% di tutte le presenze estere 2023.



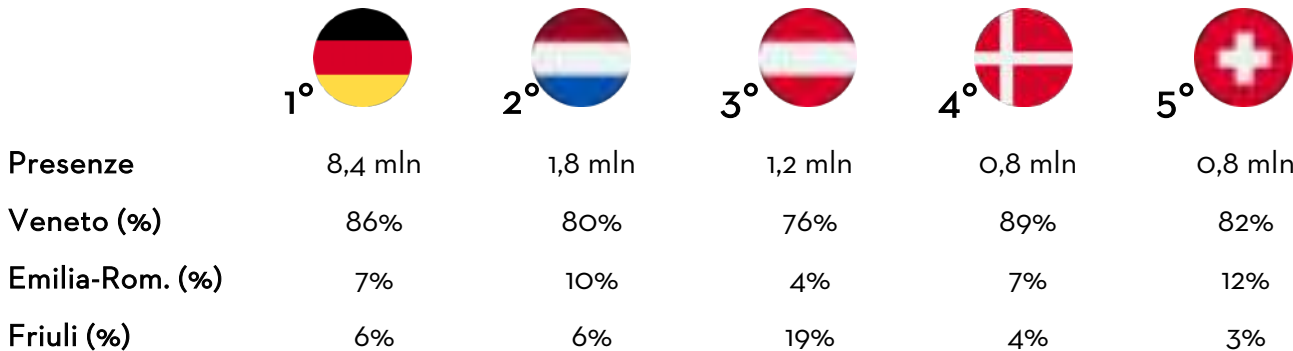
Cluster principale:
il mercato delle
regioni adriatiche
vale il 46% del
totale e il 54%
delle presenze
estere

Fonte dati: Uffici Statistica Regioni: dati 2023 provvisori.

PRESENZE NEI MESI GIUGNO-SETTEMBRE

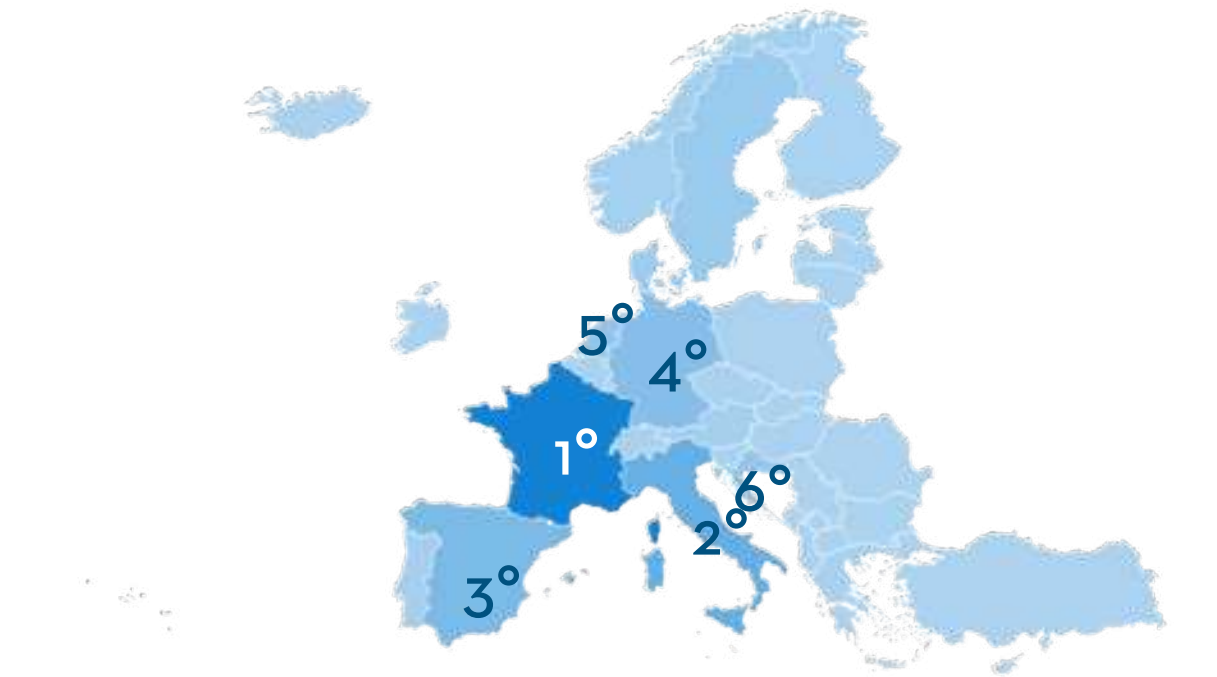


DISTRIBUZIONE PRESENZE PRINCIPALI MERCATI ESTERI NELL'AREA



Europa Outdoor in continua crescita

PRESENZE OUTDOOR (CAMPEGGI) EUROPA



Numeri in milioni	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Presenze	356,6	364,6	373,8	268,7	341,8	395,7	402,2
YoY	-	2,2%	2,5%	-28,1%	27,2%	15,8%	1,6%

Fonte dati: Eurostat, UK esclusa; dati mancanti della Svizzera 2023

CRESCE L'ATTRATTIVITÀ DELL'OUTDOOR IN EUROPA

402,2 mln
Presenze nei campeggi nel 2023

Il turismo open-air fa registrare in Europa nel 2023 un valore record di 402,2 mln di presenze (dati Eurostat), con 28,4 mln di presenze in più rispetto al 2019 (+8%).

+1,6% YoY
L'aumento delle presenze nei campeggi nel 2023 rispetto al 2022

In particolare il calo del 28,1% del 2020 era già stato assorbito nel 2022, con le presenze nei campeggi europei (villaggi esclusi) maggiori del 6% rispetto al 2019.

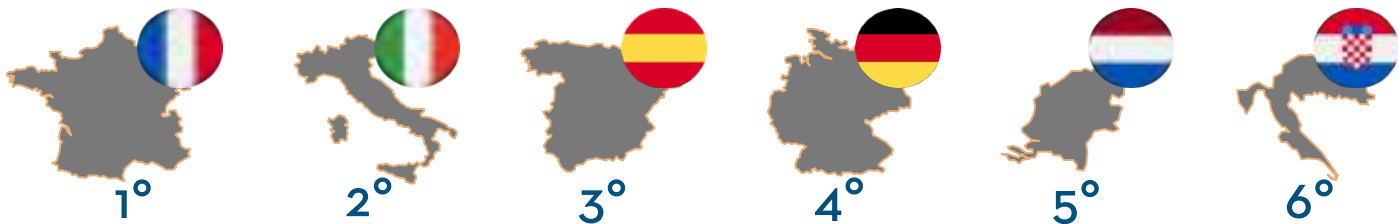
+8%
L'aumento delle presenze nei campeggi nel 2023 rispetto al 2019

Nel 2023 si assiste ad una ulteriore crescita (+1,6%) che porta il segmento outdoor ai massimi storici per l'Europa.

Tale risultato proviene maggiormente dalla crescita di alcuni dei principali paesi leader di questo segmento in Europa (Francia, Spagna, Germania, Olanda e Croazia) e all'aumento generale registrato in quasi tutti i paesi europei.

Italia a confronto: principali competitors europei

TOP 6 PAESI PER PRESENZE NEI CAMPEGGI



2019	128,6	54,6	40,7	35,8	21,9	19,1
2021	115,6	45,6	34,7	32,9	25,4	17,5
2022	135,7	48,5	44,9	40,0	26,1	21,4
2023	141,7	47,3	47,2	42,4	28,4	21,7
Var. 23-19%	+10,2%	-13,4%	+16,1	+18,6%	+29,7%	+12,9%

-13,4%
Calo delle presenze nei campeggi in Italia nel 2023 rispetto al 2019

+16%
Aumento delle presenze nei campeggi in Spagna e Germania nel 2023 rispetto al 2019

+30%
Aumento delle presenze nei campeggi in Olanda nel 2023 rispetto al 2019

NEI CAMPEGGI CRESCONO GLI ALTRI PAESI EUROPEI, ITALIA NO

Considerati i dati Eurostat sulle presenze nei campeggi europei, Francia, Italia, Spagna, Germania, Paesi Bassi e Croazia si riconfermano alle prime posizioni.

La Francia mantiene il suo primato all'interno del continente europeo con oltre 141 mln di presenze (circa 1/3 delle presenze europee).

Tra i top 6 mercati quello con la crescita più alta rispetto al 2019 è l'Olanda, +29,7%, seguito dalla Germania con +18,6%.

La maggior parte delle presenze, quasi 2/3 (escludendo la Gran Bretagna per la quale non sono disponibili dati dal 2019), è spartita dai primi 4 paesi: Francia, Italia, Spagna e Germania, gli unici a raggiungere e superare la quota di 40 mln di presenze.

Va evidenziato come i dati per l'Italia differiscano da quelli Istat (campeggi e villaggi) in quanto la fonte Eurostat considera sotto la categoria camping solamente le strutture con codice NACE 55.3, escludendo i 55.2 (villaggi turistici).

Offerta Outdoor Europa

CONCENTRAZIONE STRUTTURE OUTDOOR (CAMPEGGI) EUROPA



Paese	N° campeggi 2021 (in migliaia)	N° campeggi 2022 (in migliaia)	Campeggi per 100 km ²
France	8,1	8,1	14,8
Germany	3,1	3,1	8,7
Netherlands	2,6	2,7	61,7
Italy	2,2	2,3	7,4
Spain	1,3	1,4	2,6
Sweden	1,0	1,0	2,0
Norway	1,0	0,9	2,5
Croatia	0,9	0,9	15,3
Romania	0,8	0,8	3,3
Austria	0,6	0,7	7,7

OFFERTA EUROPEA E CONCENTRAZIONE OGNI 100 KM²

Il mercato dei campeggi europei conta circa 13 mila strutture ricettive (codice NACE 55.3 registrato da dati Eurostat).

La Francia ha l’offerta maggiore con circa 8 mila strutture open air, oltre 3 volte l’offerta della Germania seconda.

L’Italia risulta il 4° paese europeo con oltre 2 mila strutture.

La concentrazione delle strutture open air ogni 100 km² presenta una visione diversa dell’offerta europea.

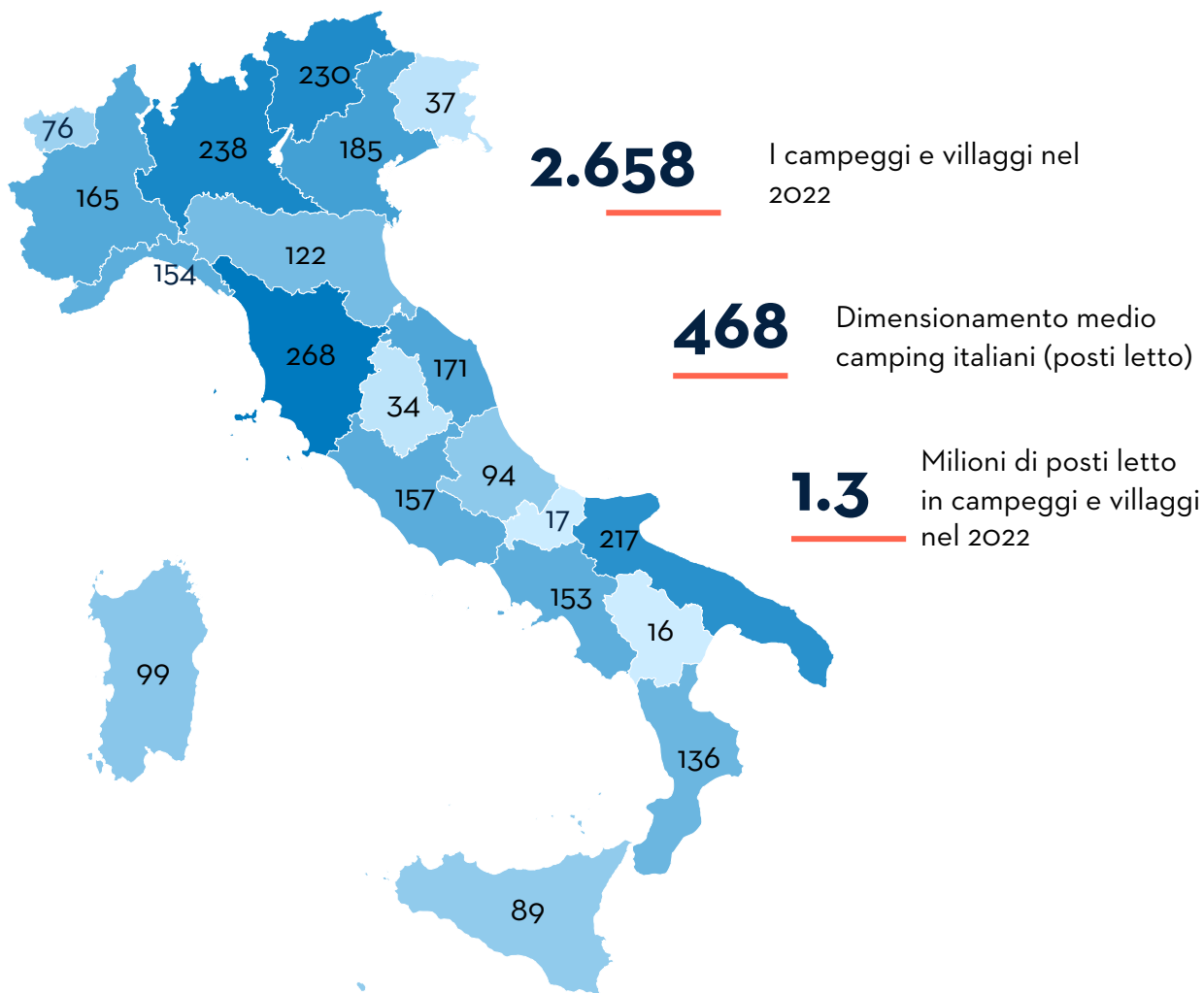
L’Olanda ha un’altissima concentrazione di strutture sul suo territorio (circa 62 ogni 100 km²) non paragonabile con nessun’altra in Europa.

Su valori simili Francia e Croazia con circa 15 strutture per km².

Germania, Italia e Austria registrano una concentrazione tra 7 e 9 strutture ogni km².

Offerta ricettiva outdoor

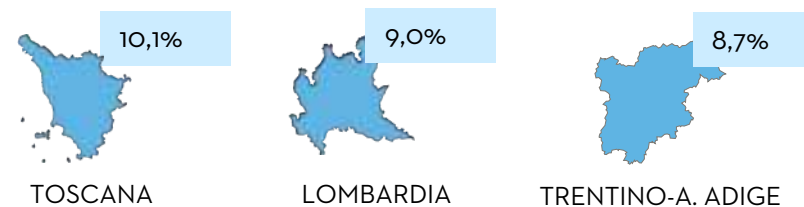
La situazione in Italia nel 2022



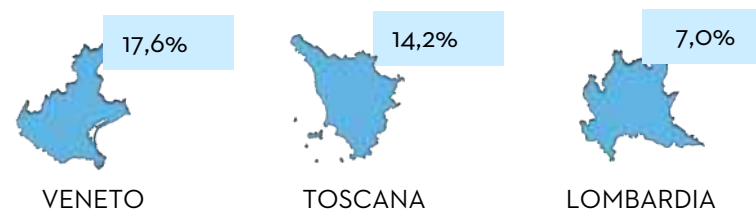
OFFERTA CAMPEGGI E VILLAGGI: 4 REGIONI CON PIÙ DI 200 STRUTTURE

L'offerta ricettiva outdoor italiana vede 4 regioni con più di 200 strutture outdoor: Toscana prima su tutte, Trentino-Alto Adige, Lombardia e Puglia (dati Istat disponibili al 2022). Considerando la capacità ricettiva, il Veneto registra il 17,6% dei posti letto e una media di 1248 posti letto per struttura. La seconda regione, invece, per numero di posti letto è la Toscana, con 697 posti letto medi per struttura.

TOP 3 REGIONI PER NUMERO DI CAMPEGGI E VILLAGGI 2022 (PESO SUL TOTALE)



TOP 3 REGIONI PER POSTI LETTO CAMPEGGI E VILLAGGI 2022 (PESO SUL TOTALE)



Fonte dati: Istat

Offerta ricettiva outdoor

Focus sulle prime regioni italiane

LE PRIME 6 REGIONI ITALIANE NELL’OFFERTA CAMPING

Nelle due tabelle sottostanti vengono presentate le principali regioni italiane distinte per numero di esercizi e di posti letto nel settore camping e villaggi. Nel confronto degli ultimi 3 anni, il numero di campeggi e villaggi in Italia è aumentato, in particolare nel 2022, con circa 42 strutture in più rispetto al 2019 (+1,6%). Tra le prime 6 regioni per numero di campeggi e villaggi, rimane in testa la Toscana con 268 strutture attive nel 2022 mentre emerge una grande crescita nella Lombardia (+9,2% sul 2019) con 20 strutture in più. Il Trentino Alto Adige invece, è quella con il calo più consistente di strutture, circa il 7% in meno nel 2022 rispetto al 2019. Per quanto riguarda i posti letto, invece, si può notare una ripresa totale dei valori del 2019 del Veneto, mentre sono in calo Emilia-Romagna e Puglia (-4,3% in entrambe). Il dimensionamento medio generale è tendenzialmente in diminuzione, rispecchiando il trend italiano.

N° esercizi	2019	2021	2022	Delta '19-'22	Peso 2022
Toscana	247	249	268	8,5%	10,1%
Lombardia	218	233	238	9,2%	9,0%
Trentino-Alto Adige	246	185	230	-6,5%	8,7%
Puglia	212	221	217	2,4%	8,2%
Toscana	247	249	268	8,5%	10,1%
Veneto	187	185	185	-1,1%	7,0%
Totale '22	2616	2568	2658	1,6%	100%

Posti letto	2019	2021	2022	Delta '19-'22	Quota 2022	Dim. Medio 2019	Dim. Medio 2022
Veneto	230.901	229.719	230.824	0,0%	17,6%	1235	1248
Toscana	184.486	185.077	186.872	1,3%	14,2%	747	697
Lombardia	90.049	90.472	91.889	2,0%	7,0%	413	386
Puglia	95.983	94.180	91.870	-4,3%	7,0%	453	423
Lazio	86.415	88.461	88.615	2,5%	6,8%	576	564
Emilia Romagna	92.008	89.273	88.028	-4,3%	6,7%	730	722
Totale	1.322.467	1.304.744	1.312.777	-0,7%	100,0%	506	468

Fonte dati: Istat



1.5

Estate 2024: Previsioni sulla
domanda

Stima dei flussi per l'estate 2024

MACRO CONSIDERAZIONI PER LE STIME

Alla data di redazione del presente Osservatorio possiamo immaginare che il contesto macro-economico in cui ci troviamo non è destinato a variare prima della prossima estate, nonostante le forti pressioni geo-politiche dei conflitti in atto.

In particolare la situazione non si discosta eccessivamente da quella che si aveva nell'estate 2023 (a livello di area europea). In particolare dal punto di vista di fattori che possono influenzare la propensione al viaggio della domanda (meglio descritti ed esplicitati nella pagina successiva).

Il fulcro del processo di stima ruota attorno alla considerazione che, analizzando i risultati del 2023, il 2024 si pone come anno della verità per il comparto outdoor.

Infatti nel 2023 si sono avute le prime avvisaglie di una fase di consolidamento della domanda, trainata dal mercato estero, con aree dove si sono avuti decrementi anche rilevanti.

Dunque il 2024 si pone come anno di appiattimento dell'andamento che pone un interrogativo chiave per il settore: per mantenere un trend di crescita, ottenuto nel post-Covid, occorre affrontare nuove sfide in termini di prodotto e di attrazione della domanda.

56,49

Presenze estate
2024 (+0,3% sul
2023)

29,47

Presenze estere
estate 2024 (+2%
sul 2023)

+1%

Variazione
presenze 2024 vs
2019

IL MODELLO DI STIMA

Assunzioni considerate per la previsione del comportamento dei flussi:

1. Analisi storica dei flussi di domanda per regione distinguendo l'andamento pre-Covid, il crollo del 2020 e il rimbalzo del 2021/2022
2. Lettura del contesto macro-economico globale per capire la propensione dei flussi al viaggio
3. Valutazione dei feedback ricevuti dagli operatori di settore
4. Analisi storica delle traiettorie di crescita dei comparti turistici
5. Individuazione del trend di domanda tra pre 2020 e post 2020 e definizione di un tasso di crescita/decrescita della domanda per singola regione e distinta tra mercato domestico e internazionale per l'estate 2023

LIMITAZIONI

Rispetto le assunzioni precedenti vanno evidenziate alcune limitazioni:

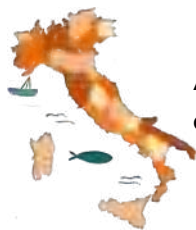
- Non disponendo dei dati ufficiali Istat relativi al 2023 alcuni valori provvisori potrebbero essere sovrastimati o sottostimati
- Le stime non considerano eventuali picchi di domanda dovuti a nuove aperture o speciali accordi commerciali non conosciuti al momento di redazione
- Si considera il contesto macro-economico alla data di redazione senza quindi considerare impatti specifici su determinati mercati o regioni di destinazione dovuti a eventi non certi o accaduti dopo

Fattori di impatto sulla domanda per l'estate 2024



Stato globale dei conflitti e variazione nelle rotte di viaggio

Lo stato dei conflitti in Ucraina e Palestina potrebbe ridisegnare le tratte di viaggio, sia outgoing (italiani che scelgono di rimanere) che incoming (alcuni paesi che non scelgono mete lontane). Il paniere di scelta nelle vacanze a lungo raggio di paesi UE potrebbe variare portando a scelte di vacanza diverse di alcuni mercati.



Appeal sempre crescente dell'Italia sui mercati esteri

Le ricerche pubblicate da vari operatori esteri sulle preferenze di vacanza indicano come l'Italia si inserisca sempre nelle primissime posizioni tra le mete più desiderate. Questo conferma l'alto appeal e la voglia di venire in vacanza in Italia dei principali mercati esteri.



Mercato domestico: trend del viaggio all'estero e competizione

Il mercato interno conferma una predisposizione a tornare a viaggiare oltre i confini nazionali. Inoltre emerge una competizione sempre maggiore tra le diverse formule ricettive specialmente extra-alberghiere in contesti leisure.



Crescita delle code della stagione estiva.

Si assiste a un trend dove la domanda sta iniziando a scegliere sempre più in mesi di coda della stagione come maggio, giugno o settembre ed ottobre. Quindi fuori anche ai classici periodi estivi ma dove si ritagliano dei giorni per prolungare le vacanze, vuoi per tariffe più basse o clima ancora mite.



Crescita delle tariffe. Revisione del budget di spesa

La crescita delle tariffe prevista anche per questa stagione può portare a modifiche nel comportamento di acquisto e delle scelte in vacanza. La maggiore spesa per l'alloggio può portare a rivedere il budget, a cercare offerte e promozioni, a modificare i periodi di vacanza e le spese in servizi ancillari.



Eventi climatici estremi, alte temperature e cambiamento climatico

Gli eventi atmosferici estremi che hanno caratterizzato la scorsa estate nel Mediterraneo e l'innalzamento delle temperature sta portando ad una differente pianificazione delle vacanze, specialmente dei mercati esteri modificando i periodi di viaggio.

Estate 2024: consolidamento dei volumi

Dati
Estate



Fonte dati: Istat. Previsioni 2024: Thrends

STAGIONE ESTIVA 2024: IN LINEA CON 2023. SFIDA PER IL FUTURO

Prevediamo come la stagione estiva 2024 si ponga in linea con quella 2022 e 2023.

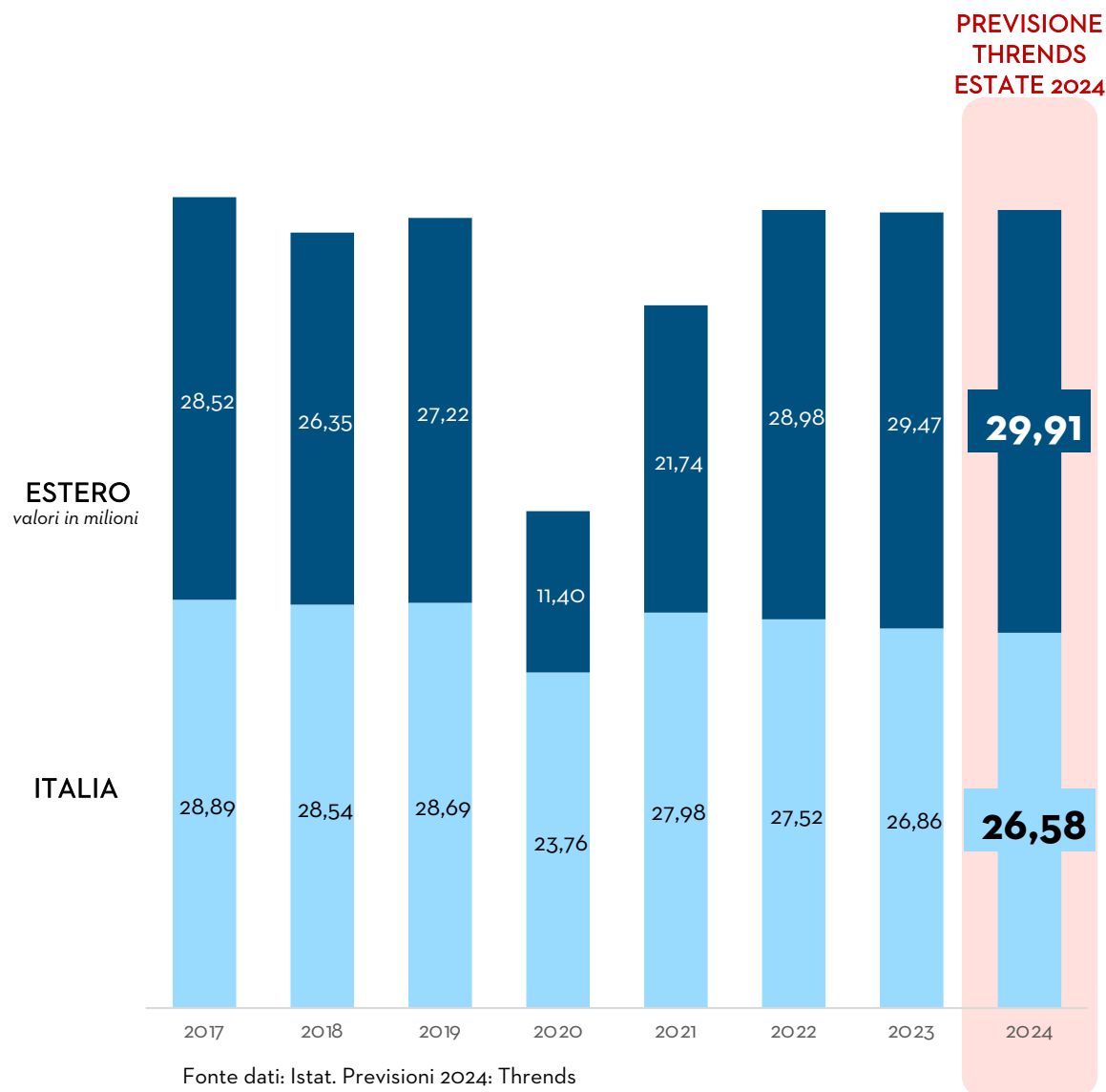
Questo da un lato rappresenta una notizia positiva di consolidamento dei volumi persi nel 2020 ma pone anche una sfida. Ovvero, come poter riprendere una traiettoria di crescita per i prossimi anni.

Leggendo i trend storici e le indicazioni dalla survey e dal mercato in generale, le considerazioni chiave che ci hanno portato a questa stima sono le seguenti:

- Ci aspettiamo ancora un **calo del mercato italiano** a fronte di un perdurare di mete estere ma anche dell'attrattività di altre formule
- Ci aspettiamo invece un **mercato estero trainante** soprattutto in specifiche aree geografiche (legate a prodotto di alto livello e vicinanza geografica)
- L'area del **Nord-Est** sarà quella trainante le performance
- L'area del **Centro** ci si aspetta si confermi in difficoltà per via soprattutto di un mercato interno stazionario
- L'area del **Sud** si mantiene stabile nel suo complesso
- Il potenziale della domanda sta soprattutto nelle **code della stagione** (maggio, settembre e ottobre)

Estate 2024: mercato estero sempre più centrale

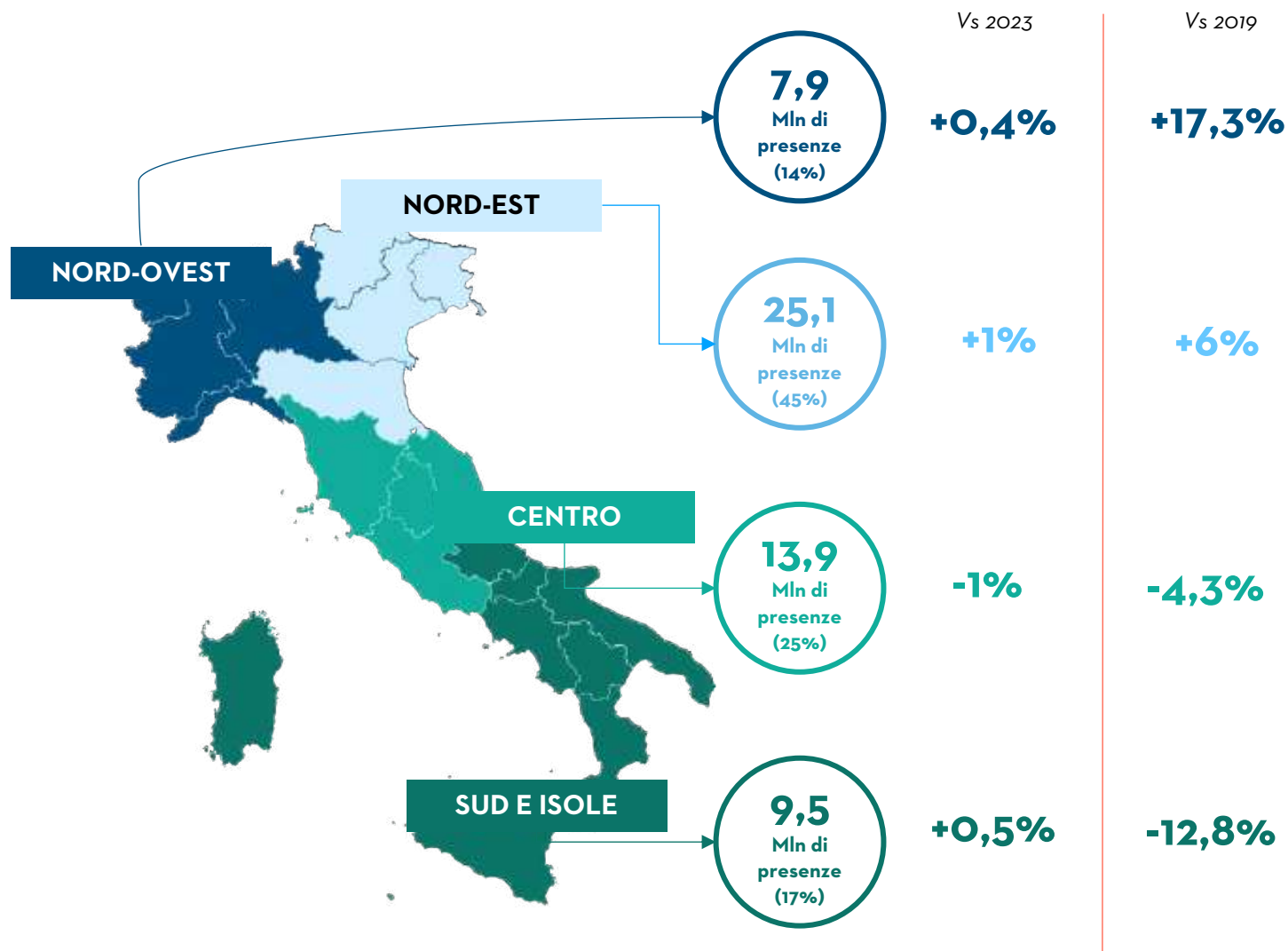
Dati
Estate



	MERCATO ESTERO	MERCATO ITALIANO
VALUTAZIONI	Mercato estero trainante: miglior performance storica - Trend storico di crescita post 2020 - Grande appeal di mercati centrali quali DACH e Benelux - Incremento vendite camper nel Nord Europa - Italia tra le prime mete di vacanza per principali mercati UE	Mercato italiano trend in calo nel lungo periodo - Trend calante post 2020 - Ritorno al viaggio long-haul e nei paesi mediterranei - Forte competizione di altre categorie dell'extra-alberghiero - Revisione budget di vacanza e potere di spesa - Ricalibrazione destinazioni di vacanza e numero delle notti
	Quota mercato su totale estate 2024	
	53% 47%	Vs 2023 +2% Vs 2019 +10% -1% -7%

Estate 2024: previsioni per area geografica

Dati
Estate



NORD CON VOLUMI IN CRESCITA. CENTRO E SUD SOTTO I LIVELLI 2019

Si presenta uno spaccato delle previsioni dell'estate 2024 suddivise per area geografica al fine di meglio interpretare le previsioni complessive per l'Italia.

In particolare:

- **Nord-Est.** Area geografica trainante (raccolge il 45% delle presenze estive). Dato il suo prodotto di alto profilo (molte strutture open-air 5 stelle si trovano qui) e la vicinanza ai mercati DACH confermerà il trend storico di crescita.
- **Nord-Ovest.** È l'area geografica con l'incidenza minore (14%) sulle presenze estive. Prevediamo un consolidamento dei volumi che già rappresentano record storici sui volumi pre-Covid.
- **Centro.** L'area con la seconda incidenza di presenze estive (25%). Vive un momento di trend calante della domanda per via soprattutto di un minor appeal sul mercato interno.
- **Sud e Isole.** Area che assorbe il 17% delle presenze estive. Si confermano i volumi post-Covid senza però tornare ai volumi del 2019 e anni precedenti.

2. Survey Italia





2.1

Indagine sul sentiment del
comparto outdoor

Metodologia e perimetro della survey

METODOLOGIA DELLA SURVEY

La survey 2024 dell'Osservatorio è stata condotta su 3 diversi gruppi di operatori legati a diverso titolo al comparto.

Il primo gruppo è quello degli operatori del comparto, ovvero proprietari, direttori o gestori di strutture ricettive outdoor.

Il secondo è invece quello degli operatori del mondo trade ovvero di rappresentanti di società di distribuzione online, portali online ed aggregatori.

Infine il terzo gruppo si riferisce ad operatori che coprono posizioni istituzionali nel turismo o di carattere generale, quindi legate al mondo della politica, dell'università e delle testate giornalistiche.

Per ogni gruppo è stato preparato un questionario con domande distinte al fine di cogliere punti di vista diversi rispetto a vari macro-argomenti.

PERIMETRO DELLA SURVEY

	GRUPPO DI INVIO	SOGGETTI INTERVISTATI	SCOPO DELL'INTERVISTA
1	Operatori del comparto outdoor	Proprietari, gestori e direttori di strutture all'aria aperta	Indagare il sentiment della stagione estiva 2023 e la percezione per la stagione estiva 2024
2	Operatori «trade»	Operatori di società di distribuzione online, portali online ed aggregatori	Indagare la visione del settore outdoor da chi gestisce canali di vendita e distribuzione
3	Operatori istituzionali	Operatori che coprono posizioni istituzionali nel turismo o di carattere generale	Indagare la percezione del settore da parte di chi occupa posizione istituzionali e di ottica generale nel turismo

Obiettivi dell'indagine agli operatori

I MACRO OBIETTIVI DI QUESTA SURVEY

1. Indagare la percezione degli operatori del comparto outdoor per capire l'andamento della stagione 2023 e le attese per la stagione 2024. Capire i risultati delle performance (in termini di presenze) e come si prevede il 2024.
2. Mettere a confronto la visione degli operatori outdoor con quella degli operatori «trade», ovvero di coloro che supportano la vendita delle strutture, per capire le performance attese per il 2024 e le strategie in termini di prezzi.
3. Infine indagare la percezione del comparto outdoor presso gli operatori istituzionali per capire come viene visto il comparto al di fuori di chi lo vive quotidianamente e valutare le sfide per una crescita.



4 concetti chiave sulla survey agli operatori

INSIGHTS DALL'OSSERVATORIO: 4 PUNTI CHIAVE DALLA SURVEY AI 3 GRUPPI DI INTERVISTA

ESTATE 2023: ANDAMENTO CONTRASTANTE. VARIAZIONE SU BASE GEOGRAFICA

Più della metà delle strutture registra una buona crescita del 2023 sul 2022, entro il 10%: è in particolare la zona del Nord e in parte minore del Centro ha registrare queste performance. Nelle aree del Sud, e in parte del Centro, si segnalano invece performance stabili o in calo rispetto al 2022.

CRESCITA DELLE TARIFFE: QUANTO MARGINE C'È ANCORA?

La survey evidenzia come ci siano prenotazioni già in ottimo stato per l'estate 2024 lasciando intendere una stagione in linea con il 2023. Continuano però a crescere le tariffe (50% afferma una crescita entro 5% sul 2023) ponendo l'interrogativo di come si comporterà la domanda a fronte di un continuo incremento e quanto spazio ci sia ancora per una crescita delle tariffe.

FATTORI CRITICI DELLO SVILUPPO DEL COMPARTO: 3 PUNTI CHIAVE

Dalla survey emergono delle tematiche di rilievo evidenziate dagli operatori come fattori critici per lo sviluppo del settore: 1) voce comune del settore - aumentare la percezione del prodotto; 2) maggiore industrializzazione del settore; 3) aspetti burocratici-normativi

IMPATTO ECONOMICO: PRIMA STIMA VALORE DEL COMPARTO

Possiamo stimare che l'impatto economico diretto del settore outdoor si attesti attorno ai 4,79 miliardi. Questa cifra rappresenta il contributo all'economia portato dalla spesa dei turisti che scelgono formule outdoor. L'impatto economico totale è invece stimabile in 8,53 miliardi.



2.2

La percezione degli operatori



Operatori outdoor: percezione del 2023 ed aspettative 2024

UNA SURVEY PER CAPIRE IL SENTIMENT DEGLI OPERATORI

In questa sezione si presentano i risultati della survey che ha coinvolto un panel di oltre 300 operatori del comparto all'aria aperta.

In questa prima fase della survey l'obiettivo è stato quello di capire la percezione sulla stagione estiva 2023 e indagare le attese sulla stagione estiva 2024.

In particolare si è cercato di capire (alla data di indagine, marzo 2024) che situazione si avesse per capire se la stagione estiva 2024 ricalcasse o meno quella precedente. Ma anche indagare le scelte tariffarie per la prossima stagione.

I risultati mostrano dunque una percezione complessiva che non vuole essere esaustiva del comparto ma bensì dare degli spunti e delle chiavi di lettura che contribuiscono a leggere e commentare i dati statistici presentati nel primo report.

Dunque, l'insieme dell'analisi pura dei dati e della voce degli operatori ci permette di avere un quadro totale del comparto, dei suoi risultati ed aspettative.



Estate 2023: andamento contrastante sul 2022

ESTATE 2023: UNA STAGIONE POSITIVA CON QUALCHE ECCEZIONE

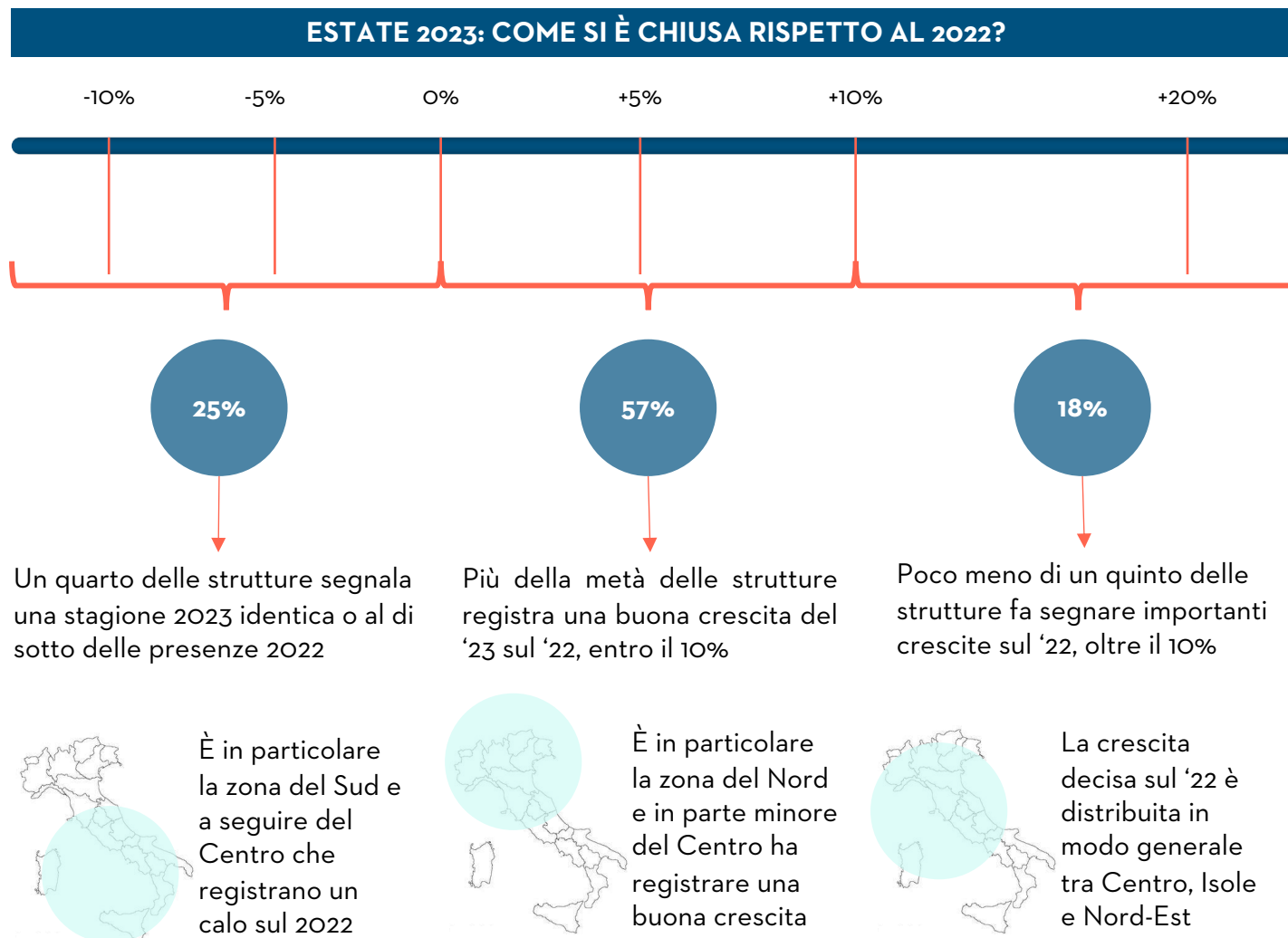
Gli operatori segnalano performance diverse, in termini di presenze, nel confronto della stagione estiva 2023 con quella del 2022, che è stata stagione record per diverse destinazioni.

Si può evidenziare come permanga un trend importante di crescita divisibile in chi compie una crescita entro il 10% (più della metà) e chi ben oltre il 10% (meno di un quinto).

La crescita si concentra nelle zone del Nord Italia, in particolare Nord-Est e zona Garda ma anche in alcuni spot del Centro.

Vi è un quarto delle strutture che segnala invece una stagione estiva 2023 identica o inferiore al 2022, in alcuni casi ben oltre il 10% di calo.

Il calo delle presenze si attesta, salvo sporadici casi, soprattutto nelle regioni del Sud e a seguire del Centro Italia.



Estate 2024: cosa ci si aspetta?

OCCUPAZIONE GIÀ CIRCA AL 50%. IN CRESCITA RISPETTO AL 2023

Gli operatori evidenziano un'occupazione on-the-book (a marzo 2024) che si dimostra già buona al punto che circa un quinto delle strutture hanno un'occupazione tra il 61-80%.

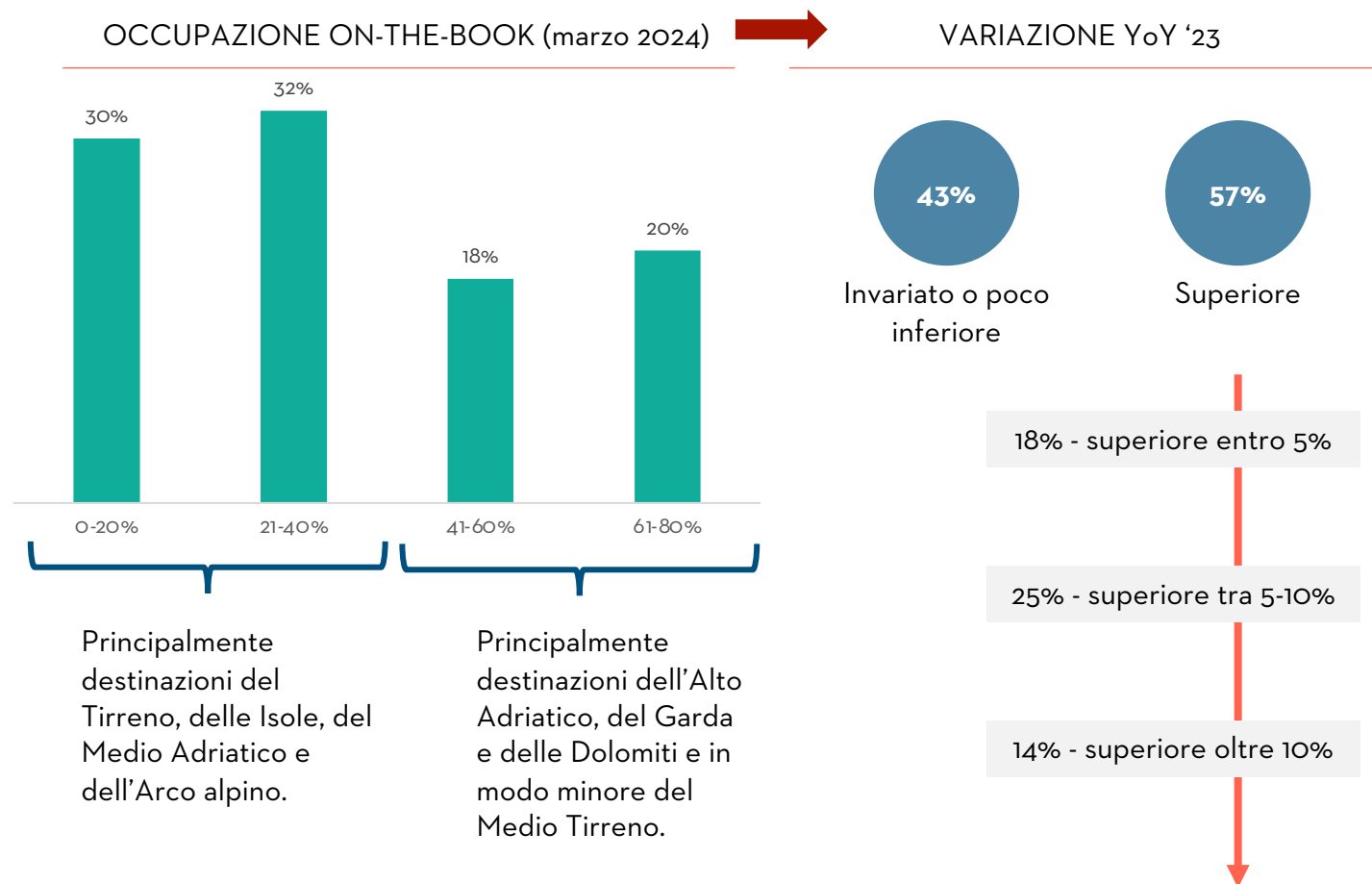
In generale le realtà che hanno tassi di occupazione che già si attestano attorno al 50% o ben al di sopra si trovano in destinazioni che riguardano le aree dell'Alto Adriatico, del Lago di Garda e delle Dolomiti, seguite dalle aree del Medio Tirreno.

Si divide in modo pari l'occupazione di chi si attesta sotto al 50%. Un terzo segnala un'occupazione nella fascia 21-40% e un altro terzo nella fascia 0-20%.

In queste due fasce troviamo, in particolar modo, strutture che si collocano in destinazioni del Tirreno, delle Isole, del Medio Adriatico e dell'Arco Alpino.

Più delle metà delle strutture evidenzia una crescita dell'on-the-book rispetto lo scorso anno e circa il 40% segnala una crescita superiore al 5%.

ESTATE 2024 - OCCUPAZIONE ON-THE-BOOK E CONFRONTO ANNO PRECEDENTE (marzo '24 VS '23)



Crescita dei prezzi: trend costante

PREZZI IN GENERALE CRESCITA - PER QUANTO ANCORA QUESTO TREND?

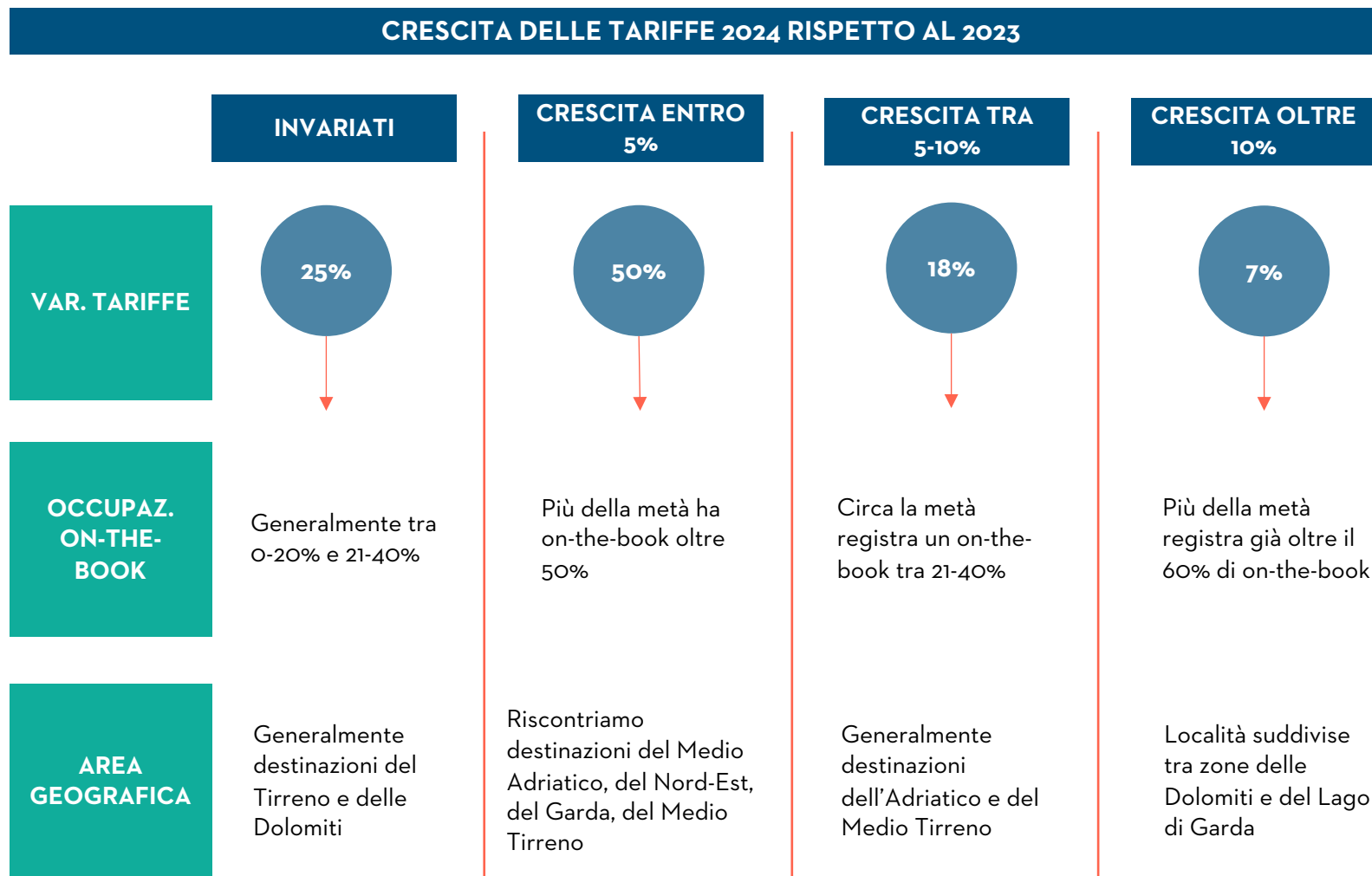
Gli operatori evidenziano un trend in crescita anche per il 2024 delle tariffe: il 75% dei rispondenti segnala un aumento rispetto ai prezzi 2023.

In particolare, circa la metà segnala una crescita entro il 5%.

Interessante notare un'apparente mancanza di relazione tra la crescita dei prezzi e l'occupazione on-the-book. Ad esempio chi registra un aumento oltre il 10% al contempo ha già un'occupazione superiore al 60%.

Andamento simile per chi ha aumentato i prezzi in misura contenuta (entro 5%): 1 rispondente su 2 che ha questo aumento fa segnare oltre il 50% di occupazione.

Chi non ha variato i prezzi evidenzia occupazioni inferiori al 50% e si trova soprattutto in destinazioni del Tirreno e delle Dolomiti.



Mercato italiano: si ferma la crescita

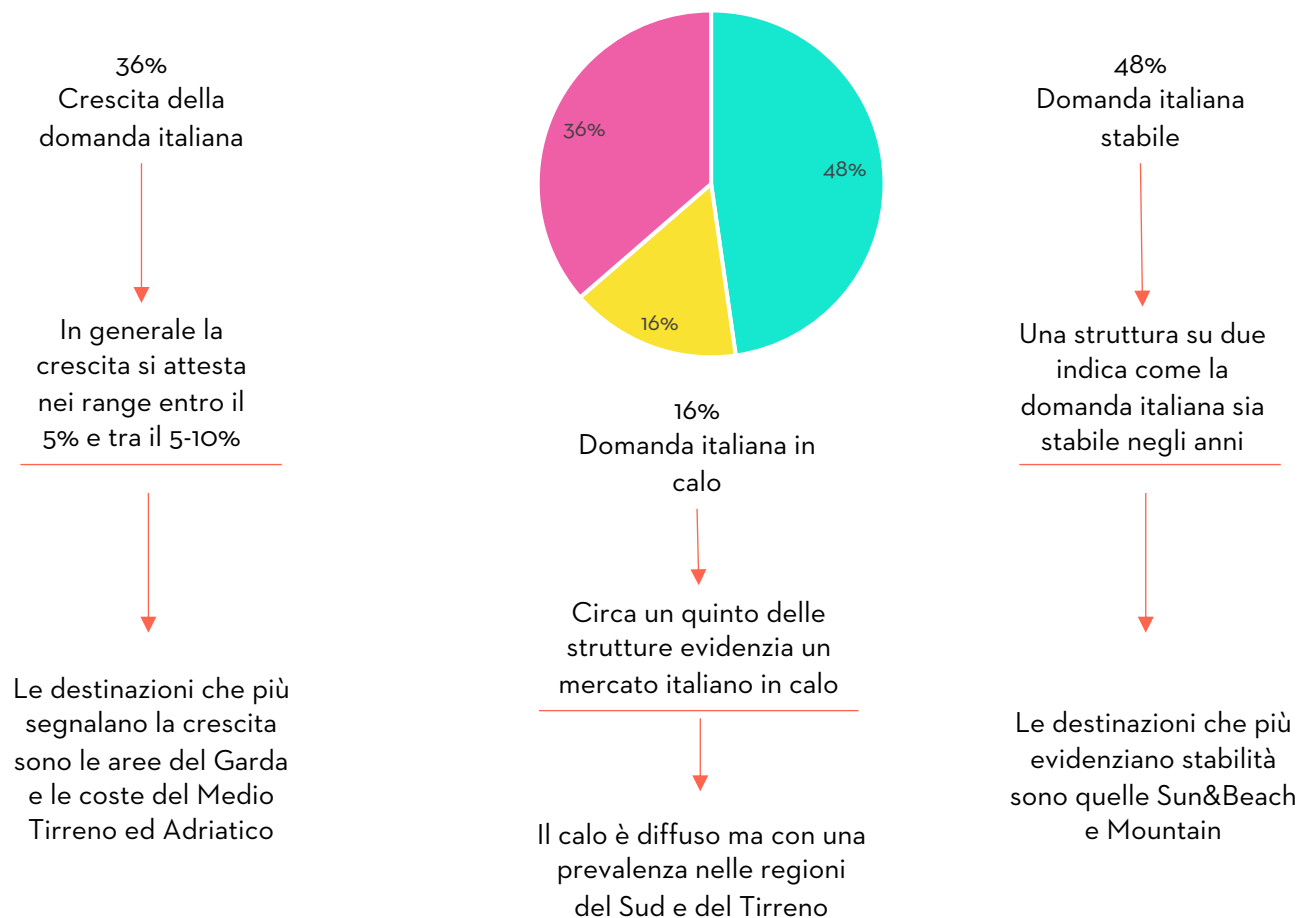
MERCATO DOMESTICO: UNA FRENATA ALL'APPEAL?

Il mercato domestico nel 2023 è sostanzialmente stabile facendo segnare un lieve calo (-2%) sul 2022. Ciò emerge anche dalle risposte degli operatori che mettono in evidenza due situazioni contrapposte.

Da un lato quasi il 60% afferma che il mercato italiano è stabile o in calo (16% afferma che il calo rientra tra il 5-10%), mentre dall'altro lato circa il 40% fa notare un mercato italiano in crescita con valori divisi tra meno del 5% e compresi tra 5-10%.

È interessante notare come chi ha visto performance positive del 2023 sul 2022 (a livello di presenze) ha avuto un mercato italiano almeno stabile o in crescita entro 5%. Ciò sottolinea una rilevanza del mercato interno che, dopo aver avuto un boom nel 2021-2022, ha ora frenato la sua traiettoria di crescita indicando la necessità di ricalibrare l'offerta e la comunicazione per mantenere alto l'appeal rispetto ad altre soluzioni.

DOMANDA ITALIANA NEL CONFRONTO 2023-2022



Mercato estero: generale stato di crescita nel 2023

MERCATO INTERNAZIONALE: APPEAL ELEVATO PER TUTTI I TOP MERCATI

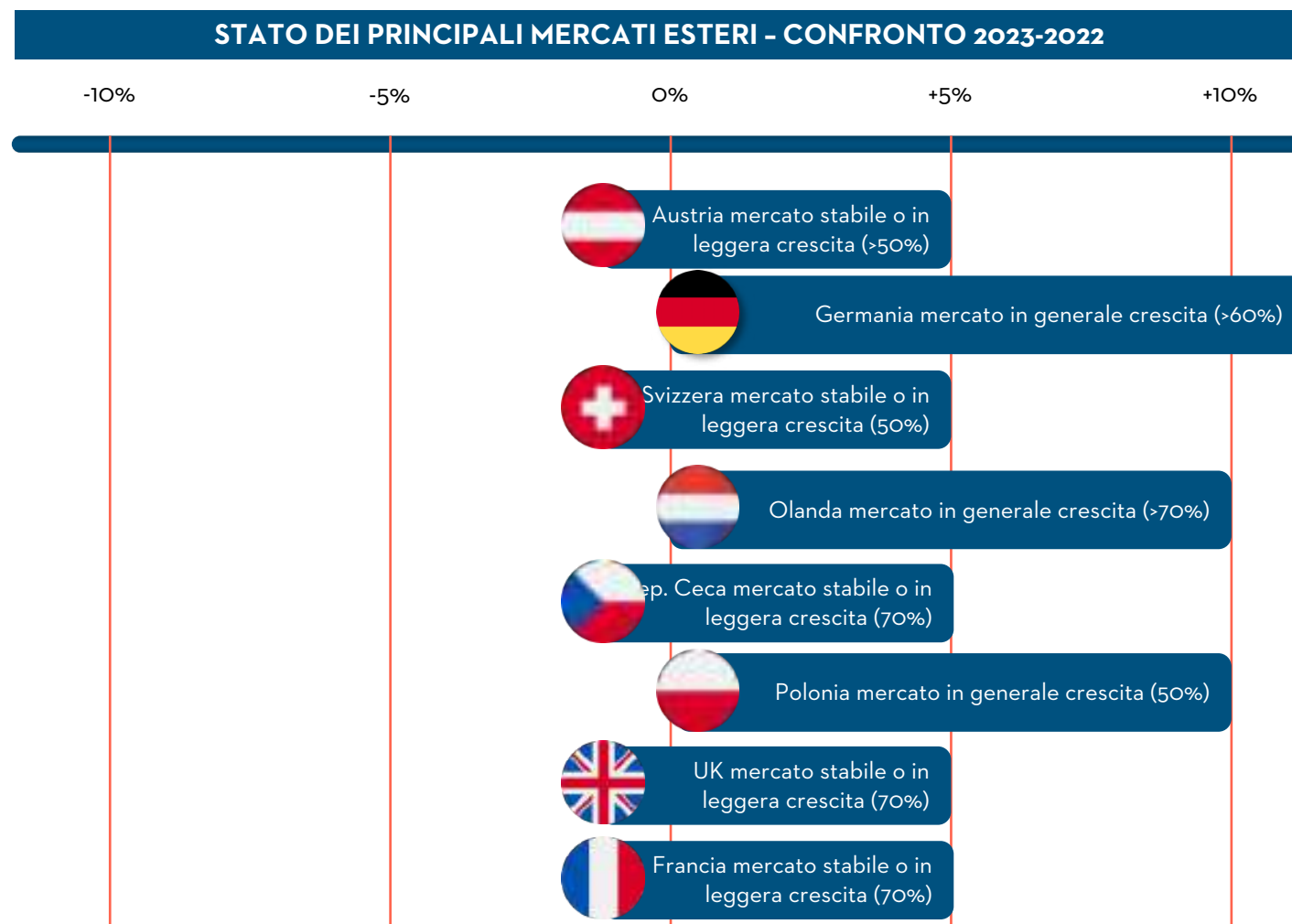
Gli operatori evidenziano un tendenziale stato di buona salute per tutti i principali mercati esteri.

L'infografica accanto evidenzia come la maggior parte degli operatori riporta, per ogni singolo mercato, almeno uno stato di stabilità (percentuali di variazioni attorno allo 0%) o di leggera crescita (entro il 5%).

Sono in particolare Germania, Olanda e Polonia i mercati che nel 2023 hanno visto la maggiore crescita.

Infatti più di 1 struttura su 2 segnala una crescita di questi mercati che si attese entro il 5% o nella fascia tra 5-10%.

Questo trend positivo dei mercati esteri va anche parametrato alle aree diverse aree d'Italia (dove ogni mercato ha un'influenza differente).



In parentesi n° risposte ottenute

An artistic illustration of a woman with long blonde hair, wearing a dark dress, walking on a sandy beach. The sky is a deep orange-red, and the sea is a dark blue. Several birds are flying in the sky. The overall style is painterly and evocative.

2.3

Aspettative e insights: la visione del
«trade» e degli «istituzionali»

Operatori «trade»: percezione positiva

L'INDAGINE PRESSO GLI OPERATORI TRADE DEL COMPARTO OUTDOOR

La seconda fase dell'indagine ha coinvolto un gruppo di operatori che definiamo «trade» per il comparto all'aria aperta.

Si tratta di operatori legati al mondo della distribuzione online, dei canali di vendita, dei portali e degli aggregatori.

Si sono selezionati in base alla loro expertise nel comparto o per la loro rilevanza a livello internazionale.

Lo scopo dell'intervistare queste realtà è stato quello di vedere anche l'altra faccia della medaglia. Ovvero non solo gli operatori ma anche chi ha una visione da un punto di vista più ampio e non legato ad una specifica destinazione.

L'intervista si è svolta, dunque, su domande simili a quelle fatte agli operatori e su altre differenti, proprio con l'obiettivo di ottenerne una visione complementare.

In particolare, si è cercato di indagare come vedessero queste realtà il comparto outdoor e quale fosse la loro percezione per la prossima stagione estiva 2024.



2024: la crescita dei prezzi non si ferma

2024: ATTESO UN ULTERIORE INCREMENTO DELLE TARIFFE

Gli operatori del mondo «trade» evidenziano un ulteriore crescita delle tariffe per la stagione 2024.

In particolare la crescita si attesta soprattutto nella fascia tra il 5% e il 10% rispetto a quanto fatto registrare lo scorso anno.

Ai due poli opposti di questa crescita vi sarà chi, in parte minore, manterrà sostanzialmente invariate le tariffe e chi, all'altro estremo, le aumenterà sensibilmente oltre il 10%.

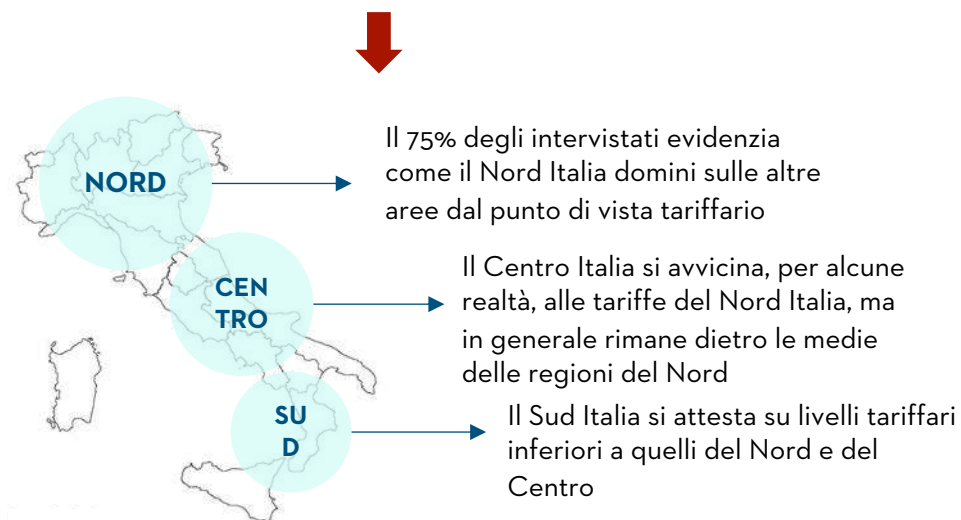
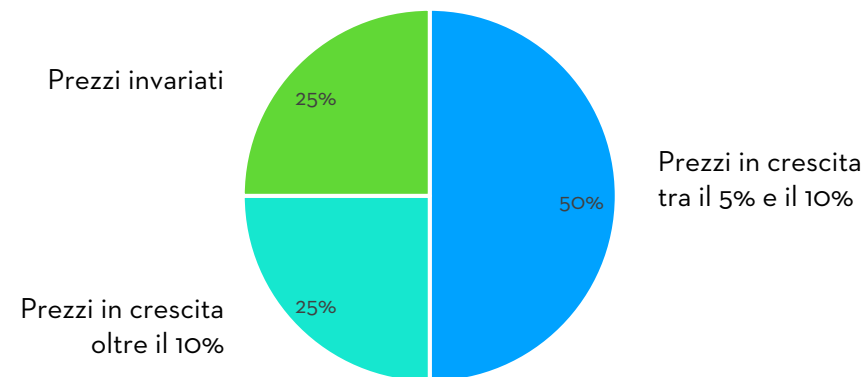
Va evidenziato come la crescita tariffaria interessi tutta Italia ma in generale abbiamo un netto fenomeno di differenziazione delle tariffe medie tra le 3 macro-aree d'Italia.

Quasi tutti gli operatori sono concordi nell'affermare come il Nord Italia si posizioni su tariffe superiori a tutte le altre aree d'Italia. Qualcuno evidenzia come la differenza con alcune aree del Centro Italia sia minima ma, appunto, ciò vale solo per mirati cluster di destinazione.

È invece consolidato come il Sud Italia si posizioni su tariffe medie inferiori a quelle delle altre 2 macro-aree e ciò dipende da 2 fattori su tutti che sono:

- Una maggiore competitività (tipologia di unità) delle strutture del Nord
- Maggiori flussi dai mercati del Nord-Europa (DACH su tutti) per le destinazioni del Nord e del Centro Italia.

CRESCITA DEI PREZZI E DIVISIONE GEOGRAFICA



Estate 2024: prospettive dei mercati

DOMESTICO IN RIPRESA - INTERNAZIONALE SEMPRE PIÙ IN ALTO

La percezione degli operatori «trade» indica prospettive di crescita per entrambi i mercati sia quello domestico che quello internazionale.

Se per il secondo potrebbe sembrare scontato (dato il trend di crescita degli ultimi 2 anni) ciò non lo è per il mercato interno che aveva visto una riduzione nel 2023.

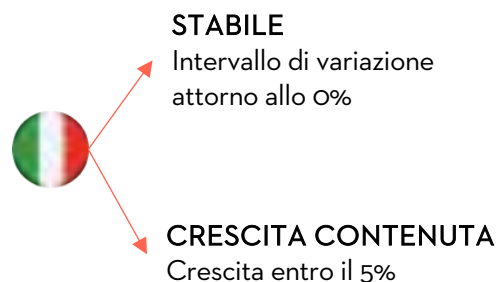
In generale ci si aspetta una crescita tra il 5% e il 10% per il mercato interno mentre tra i mercati esteri che si vedono maggiormente crescere sono la Germania, l'Olanda e la Danimarca.

Gli operatori ribadiscono le differenze tra i due mercati in termini di booking window: quello domestico tende a prenotare molto sotto-data (meno di 2 settimane prima); quello internazionale concentra le sue prenotazioni tra più di un mese e fino a tre mesi prima.

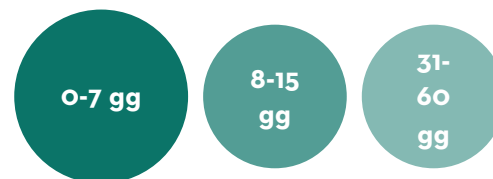
MERCATO DOMESTICO

PROSPETTIVE DEL MERCATO

Principali risposte ricevute sul mercato italiano



BOOKING WINDOW



Italiani hanno generalmente una booking window tra 0-7 giorni mentre più raramente arrivano a prenotare con più di un mese di anticipo

MERCATO INTERNAZIONALE

QUALI MERCATI STANNO CRESCENDO



Germania: paese più segnalato come in crescita



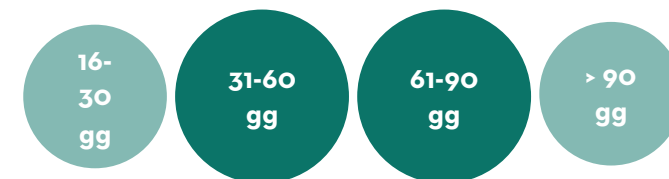
Danimarca e Olanda seguono come tra i mercati con maggiore interesse



Est e Nord Europa come altri 2 cluster segnalati in crescita

La grandezza della bandiera indica il numero di risposte su quale mercato stia crescendo

BOOKING WINDOW



Mercato estero in misura minore prenota con più di 2 settimane di anticipo e allo stesso modo con più di 3 mesi di anticipo

Stranieri si concentrano con una booking window superiore a un mese e molto spesso anche oltre i 2 mesi

Outdoor: bene il transato, ma nel confronto con l'alberghiero?

PERFORMANCE IN CRESCITA CHE SI AVVICINANO ALL'ALBERGHIERO

Il transato a marzo 2024 vedeva un incremento rispetto all'anno precedente per la maggior parte entro il 5% ma con un piccolo gruppo che evidenzia prenotazioni superiori al 10%.

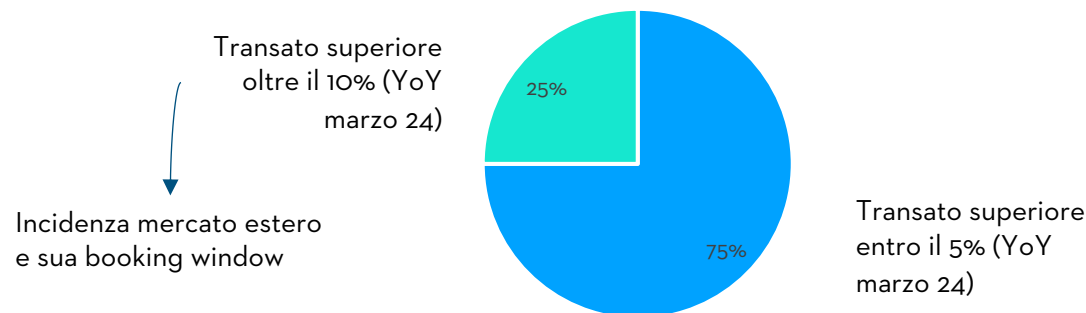
Su queste performance incide molto la quota di mercato estero per la singola destinazione che, come visto nella pagina precedente, tende a prenotare con largo anticipo e che negli ultimi anni ha visto aumentare il suo interesse per la vacanza outdoor in Italia.

È interessante evidenziare come gli operatori «trade» vedano, grazie al loro punto di vista, il confronto tra le performance del comparto outdoor e quello dell'alberghiero.

Pur essendoci differenze legate alle destinazioni che vedono una maggiore offerta open-air, e anche al livello delle strutture che possiamo comparare, in generale 1 operatore su 2 segnala come ad oggi la differenza si stia assottigliando e le performance siano molto vicine.

Una quota minore segnala addirittura performance dell'open-air a volte anche superiore a quelle dell'alberghiero. Mentre alcuni evidenziano una distanza ancora ampia a favore dell'alberghiero.

2024: TRANSATO GIÀ SUPERIORE

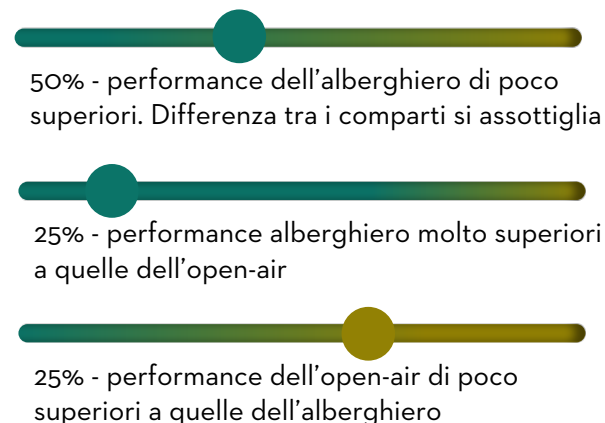


CONFRONTO ALBERGHIERO-OUTDOOR: CHE DISTANZA NELLE PERFORMANCE?

ALBERGHIERO



OUTDOOR



Operatori «istituzionali»: 3 fattori per lo sviluppo del settore

L'INDAGINE PRESSO GLI OPERATORI ISTITUZIONALI DEL TURISMO

La terza fase dell'indagine ha coinvolto un gruppo di operatori che definiamo «istituzionali» per il comparto all'aria aperta.

Ovvero, si tratta di operatori legati al mondo del turismo in generale che hanno una visione a tutto tondo e che possono vedere con occhio esterno l'evoluzione del comparto open-air.

Abbiamo intervistato persone dal mondo dell'università, della politica e delle testate giornalistiche di settore per ottenere un quadro variegato con lo scopo di ricevere una visione che possa stimolare riflessioni di più alto livello sullo sviluppo del settore e sulla sua «brand awareness» al di fuori di chi vi opera quotidianamente.

L'intervista è stata condotta con domande mirate e differenti da quelle per gli altri gruppi di intervista e in particolare ha cercato di indagare come si vedesse il comparto, come venisse interpretato, quali fossero gli elementi ostativi al suo sviluppo e quale il confronto con l'alberghiero.

3 ELEMENTI CENTRALI PER EVOLUZIONE DEL SETTORE

1

VOCE COMUNE DEL SETTORE - AUMENTARE PERCEZIONE PRODOTTO

Intesa come voce istituzionale del settore ma anche come voce dei singoli attori per contribuire a una percezione diversa e svecchiare l'immagine del prodotto.

2

MAGGIORE INDUSTRIALIZZAZIONE SETTORE

Indicata come la capacità di creare aziende strutturate in grado di far fronte alle sfide attuali e di avere maggiore competitività a livello europeo e tra settori ricettivi.

3

ASPETTI BUROCRATICI-NORMATIVI

Indicata come la voce che oggi è freno allo sviluppo mentre può facilitare maggiormente l'evoluzione del settore inteso anche come innovazione di prodotto.

Tematiche di rilievo: impatti sulla percezione del settore

TEMATICHE EVIDENZIATE	IMPATTO TEMATICA SUI SEGUENTI ASPETTI		
	NOTORIETÀ AL PUBBLICO DEL SEGMENTO OUTDOOR	RILEVANZA NEI TAVOLI ISTITUZIONALI	SUPPORTO/FRENO ALLO SVILUPPO
FENOMENO GLAMPING Glamping ha contribuito a far conoscere settore ma in realtà indica una piccola fetta del comparto e non aiuta ad avere idea precisa.	 Aiuta notorietà		 Aiuta sviluppo
POCA CHIAREZZA CONCETTI SIMILI (OUTDOOR E OPEN-AIR) Non aiuta alla crescita della notorietà la confusione nell'utilizzo dei termini e un significato spesso non chiaro a tutti.	 Non aiuta notorietà	 Non aiuta rilevanza	 Non aiuta sviluppo
CAMPAGNE MAINSTREAM GRANDI GRUPPI Ha contribuito allo sviluppo della notorietà le campagne marketing sui grandi canali mainstream di gruppi domestici affermati.	 Aiuta notorietà		 Aiuta sviluppo
LAVORO ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA: NON SEMPRE CONOSCIUTO Non tutti i rispondenti conoscono il lavoro svolto dalle associazioni di categoria nei tavoli istituzionali e spesso la percezione è di mancanza di un'azione comune e incisiva.		 Aiuta rilevanza	 Aiuta sviluppo
INDUSTRIALIZZAZIONE SETTORE: DIMENSIONI RIDOTTE E PARCELLIZZAZIONE Tematica spesso indicata in riferimento a un settore dove i gruppi sono pochi, le dimensioni sono spesso ridotte.		 Non aiuta rilevanza	 Non aiuta sviluppo
INNOVAZIONE PRODOTTO E DIGITALIZZAZIONE: SPESSO MANCANTE Indicato come spesso manca, specie in alcune aree, una spinta a innovare il prodotto e digitalizzare l'offerta.			 Non aiuta sviluppo

3. Impatto economico





3.1

Metodologia e limitazioni

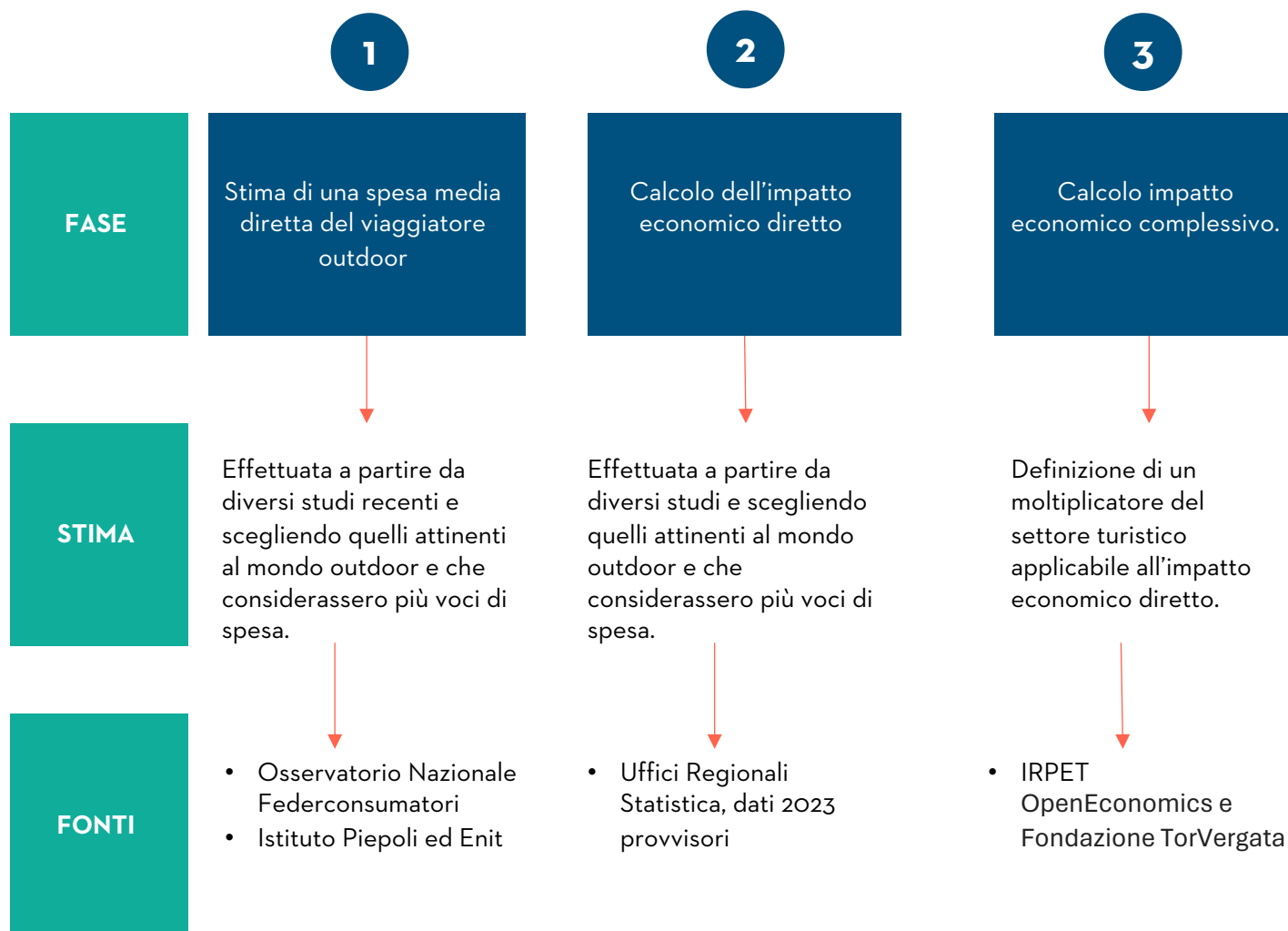
Impatto economico: obiettivi



OBIETTIVI DEL CALCOLO DELL'IMPATTO ECONOMICO

1. Fornire un cruscotto di misurazione dell'impatto economico complessivo del settore outdoor per avere dei razionali di riferimento.
2. Stimare l'impatto economico del settore outdoor al fine di dare rilevanza al settore e capirne la reale portata.
3. Stimolare un dibattito e una riflessione all'interno del settore al fine di migliorare e perfezionare sempre di più la stima.

Metodologia e limitazioni



LIMITAZIONI

1. Identificata una spesa generica dei turisti per il soggiorno nel camping e camping village. Non include spese esterne (escursioni, souvenir, cene, altri divertimenti)
2. Mancanza di dati precisi derivanti dalle strutture sulla spesa media
3. Sfruttato un moltiplicatore generico del settore turistico
4. Creata una media di spesa tra alta e bassa stagione volendo scontare l'effetto delle fluttuazioni dei prezzi
5. Valore di spesa rapportato alle presenze 2023, dato provvisorio e non ancora ufficiale

3.2

L'impatto economico del comparto outdoor



Impatto economico diretto

IMPATTO DIRETTO: UNA PRIMA STIMA DEL VALORE DEL COMPARTO OUTDOOR

Possiamo stimare che l'impatto economico diretto del settore outdoor si attesti attorno ai 4,79 miliardi.

Questa cifra rappresenta il contributo all'economia portato dalla spesa dei turisti che scelgono formule outdoor.

Il valore di spesa diretta pro capite giornaliera dei turisti da cui si è partiti include tutte le spese effettuate nelle strutture ricettive da parte dei viaggiatori con riferimento ai prezzi 2023.

I valori, essendo prezzi pagati dal pubblico, includono l'IVA.

Il valore medio di spesa individuato, 65€, è la risultante di una stima che considera diverse fonti analizzate e considera elementi di diversità quali la possibilità di scegliere tra soluzioni piazzole, bungalow o altre unità (ad esempio glamping), frutto di una media tra prezzi di alta e bassa stagione. Sono inoltre considerate altre voci di spesa come quelle in F&B in struttura (ristorante, market e bar) o di altro genere (spiaggia, nolo bici).

Chiaramente il valore giornaliero di spesa non considera eventuali altri costi che rappresenterebbero spese esterne rispetto a quanto pagato per il soggiorno in struttura.

VALORE IMPATTO ECONOMICO DIRETTO SETTORE OUTDOOR

~ **4,79** mld

Impatto economico diretto 2023
settore outdoor



Spesa giornaliera diretta media per turista

65 €

- Spesa per alloggio (media tra piazzola, bungalow e unità glamping)
- Include spesa per eventuali pasti interni
- Include spesa per accesso servizi inclusi come ad esempio la spiaggia
- Valore che riflette la media tra periodo di alta stagione e bassa

Presenze 2023

68,6 mln

- Ottenute tramite analisi dati provvisori forniti dagli Uffici Statistica delle Regioni

Impatto economico totale

IMPATTO TOTALE: CONTRIBUTO DEL COMPARTO OUTDOOR ALL'ECONOMIA ITALIANA

Volendo giungere ad una stima del contributo all'economia italiana del comparto outdoor si sono calcolati due valori frutto dell'applicazione di due diversi moltiplicatori di spesa del settore turismo al valore di impatto economico diretto, pari a circa 4,79 miliardi.

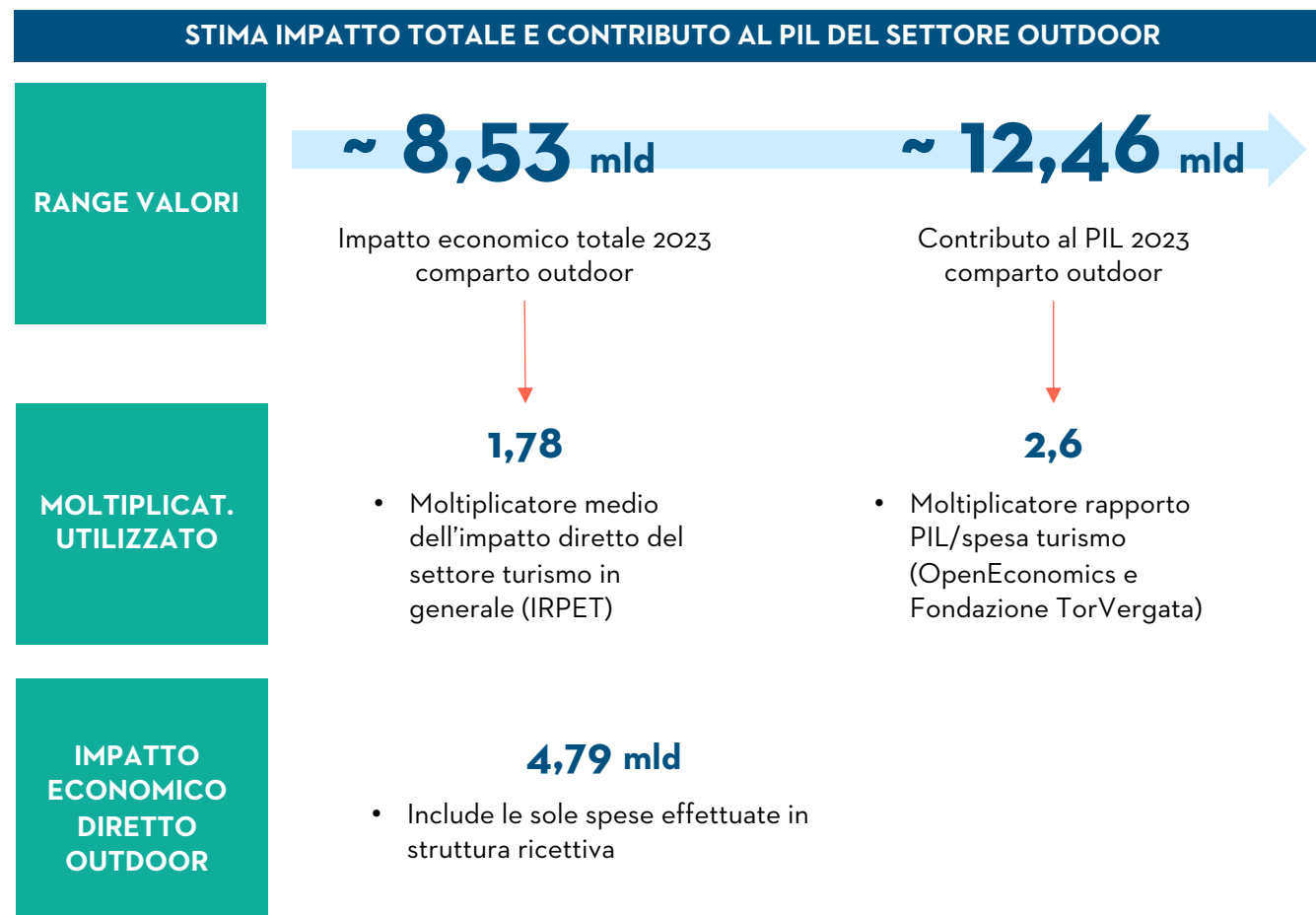
I moltiplicatori utilizzati sono ricavati da altri lavori di riferimento nel mondo del turismo.

Si giunge così a stimare che il settore outdoor genera un impatto economico totale di circa 8,53 miliardi (che comprende spesa diretta e indiretta) mentre il contributo al PIL può essere stimato in circa 12,46 miliardi.

Occorrono alcune precisazioni ai valori qui identificati:

- Innanzitutto il valore di impatto parte da un valore di impatto diretto che considera le sole spese in struttura ricettiva del turista outdoor
- Inoltre vengono applicati dei moltiplicatori generali del settore al fine di scontare il fatto che non vi sia uno specifico moltiplicatore del turismo outdoor ma ne esistano diversi per il settore del turismo in generale.

Dunque, i valori individuati possono rappresentare un range del contributo totale del settore outdoor che tiene conto della spesa diretta del viaggiatore.



Fonte dati: IRPET; OpenEconomics e Fondazione TorVergata

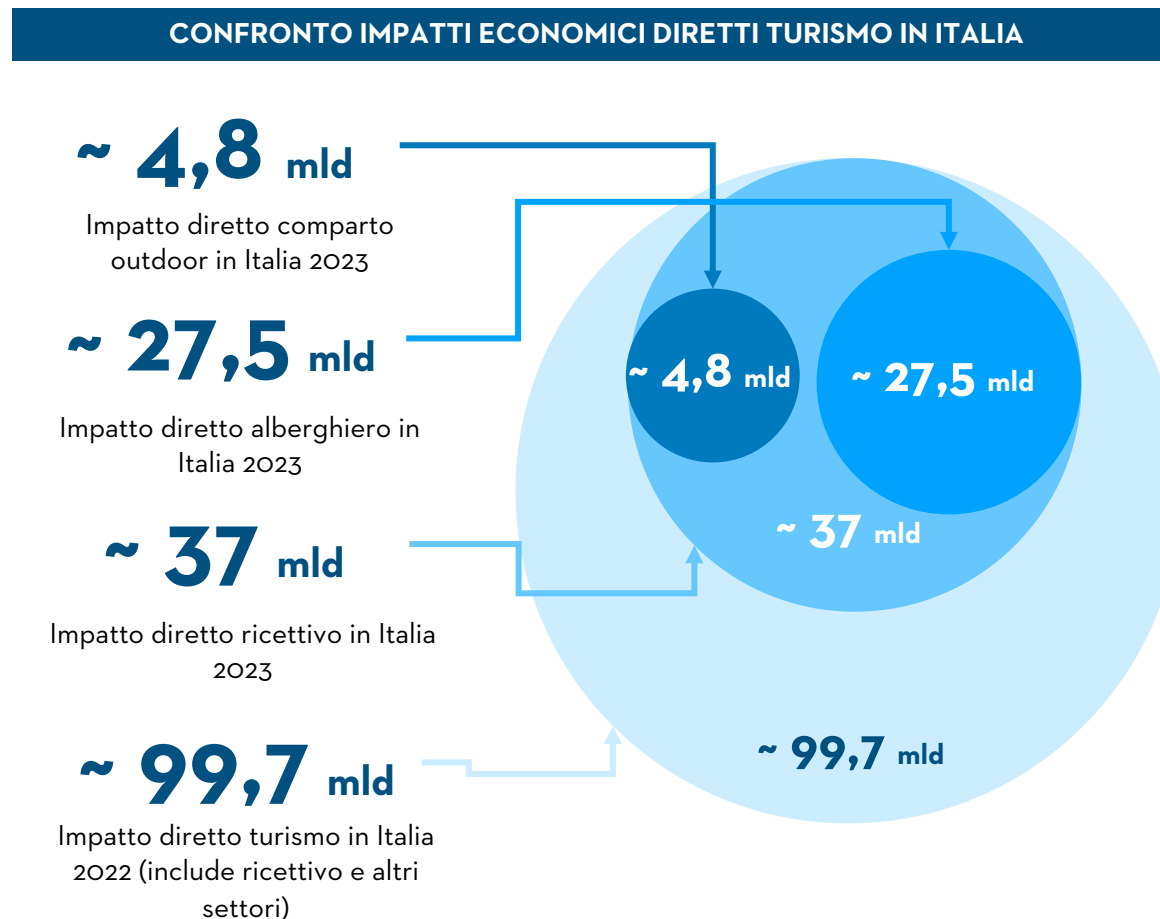
Confronto impatti economici diretti nel turismo in Italia

COMPARTO OUTDOOR: 5% DELLA SPESA DIRETTA TURISTICA IN ITALIA

Confrontando i valori di impatto economico diretto del turismo in Italia possiamo stimare come il contributo del comparto outdoor alla spesa turistica in Italia sia di circa il 5%.

Questa stima presenta alcune limitazioni:

- Innanzitutto per svolgere questo confronto si è utilizzato il valore della spesa economica diretta in Italia del 2022 (fornito da OpenEconomics e Fondazione TorVergata al Ministero del Turismo) confrontandola con altri valori relativi al 2023. L'assunzione è che al massimo il valore sia sottostimato essendo l'impatto diretto del 2023 potenzialmente più alto per un maggior numero di turisti nel 2023 rispetto al 2022.
- Viene qui considerata come spesa diretta del turista in ambito alberghiero o delle strutture outdoor solamente quella sostenuta dentro le strutture. Dunque potenzialmente sottostimata.
- Il valore di riferimento dell'impatto economico diretto del turismo (circa 100 mld) include anche spese sostenute nei settori ricettivo, ristorazione, trasporti e altre attività commerciali
- Il valore di 27,5 mld come impatto diretto dell'alberghiero è frutto di una stima Thrends a partire da valori forniti da Istat e dal MEF. In egual modo la stima dell'impatto diretto di tutto il comparto ricettivo in Italia (37 mld).



Fonte dati: OpenEconomics e Fondazione TorVergata; Thrends

Team di ricerca

Coordinamento tecnico e pubblicazione

Enrico Gori - Human Company - enrico.gori@humancompany.com

Ricerca ed analisi

Andrea Agazzani - THRENDS

Giorgio Ribaudo - THRENDS

Manfredi Paluzzi Monti - THRENDS

Valbona Sadiraj - THRENDS

Per informazioni su metodologia e dati scrivere a:

office@thrends-italy.com

Ufficio stampa: BPRESS

Eleonora Bresesti

Sara Caringella

Carolina Ratti

humancompany@bpress.it

Human Company | group.humancompany.com

