Isnart: oltre 142 milioni di presenze per le città d'arte e i borghi

turisti-jetcost-0a1d6c05

Non solo le città d’arte, ma anche i borghi e i piccoli centri dell'entroterra, maggiore impatto sull’economia dell’Italia e attenzione al rapporto qualità-prezzo. Sono questi i nuovi trend del turismo culturale in vacanza in Italia nel 2022, che emergono dall’indagine realizzata da Isnart per l’Osservatorio sull’Economia del Turismo delle Camere di Commercio.

In particolare, **il patrimonio culturale** è la seconda motivazione di vacanza in Italia, nel 2022, subito dopo quella naturalistica. A crescere è, inoltre, la voglia dei turisti culturali di visitare posti nuovi, fuori dalle rotte tradizionali: un interesse segnalato dal 20% degli intervistati, rispetto al 14,3% del 2019 e fenomeno che rappresenta un possibile riflesso delle restrizioni pandemiche, che possono aver alimentato nel turista il desiderio di “evadere” e scoprire nuove mete.
La stima di Isnart per il 2022 è di **oltre 142 milioni di presenze tra pernottamenti in strutture ricettive e alloggi in abitazioni private**. Di questi, oltre la metà è costituita dai flussi italiani (un 55% che si traduce in 78,8 milioni di presenze); la quota internazionale si attesta sui 63,6 milioni.
“*Un turista su 5 è alla ricerca di nuove esperienze e destinazioni da scoprire* – sottolinea **Loretta Credaro**, neo presidente Isnart – *Questo è un fenomeno emergente da non sottovalutare nella programmazione dell’offerta turistica locale e che ha l’obiettivo di mettere in luce anche le piccole eccellenze del territorio. Il buon rapporto qualità/prezzo è un must del turismo culturale che rappresenta un fattore decisivo di scelta per italiani e stranieri, complice anche il carovita degli ultimi mesi. La tendenza, sempre più condivisa tra la domanda turistica, è rivolta a una ricerca di qualità dell’intero sistema di offerta locale. La vera chiave di successo per una destinazione turistica italiana è da ricercare nel dialogo e nel coordinamento delle iniziative messe in campo dai vari soggetti attivi, pubblici e privati, della filiera di ospitalità allargata*”.

L'identikit del turista culturale

Chi viaggia per motivi culturali spende sensibilmente di più al giorno del turista medio italiano per gli acquisti di beni e servizi durante la vacanza: **93 euro medi contro 74 euro**. Un trend di spesa significativo, che supera anche i 70 euro registrati nel 2019 e che non è esclusivamente legato alla spirale inflazionistica in atto. Il budget destinato all'alloggio si attesta sui 61 euro al giorno.
Triplica, in parallelo, l'attenzione al rapporto qualità-prezzo (dal 4,1% del 2019 al 13% del 2022), complice **lo shock inflazionistico del periodo attuale**. Tra le voci di spesa di questo cluster di turismo segnaliamo: 26 euro presso ristoranti e pizzerie, 21 euro in attività ricreative (ad es., cinema), 13 euro in biglietti/card per musei e monumenti e 12 euro per l'acquisto di prodotti enogastronomici.
Il turista dall'estero appare propenso ad una spesa leggermente superiore rispetto a quello italiano, sia a livello enogastronomico (28 euro in ristoranti e pizzerie) che culturale (14 euro in biglietti/card).
Il web gioca un ruolo fondamentale nella diffusione di informazioni logistiche ed esperienziali, per il turista culturale. Nella scelta della destinazione ideale, infatti, un turista culturale su due si fa influenzare da Internet, quota che resta invariata guardando al 2019 e che, in parallelo, è superiore a quella associata al turista medio italiano nel 2022 (33,0%).
Il turista culturale è alla ricerca di una vacanza non solo all'insegna della cultura, interessato alle città d'arte (che tanto avevano sofferto nel corso della pandemia), ma anche ai **borghi interni del Paese**, che consentono di coniugare perfettamente la dimensione culturale con quella del turismo all'aria aperta.
Infatti, dall'indagine Isnart l'identikit del turista culturale assume **un profilo trasversale**: attento alla cultura, alla ricerca e all'apprezzamento del patrimonio storico-artistico e architettonico, senza però tralasciare "tesori" turistici d'altra forma da scoprire.
I turisti culturali italiani appaiono più attratti dalla combinazione con le destinazioni naturalistiche (22,2%). **I turisti stranieri, invece, sono guidati dalla voglia di novità** (22%), unita a quella di scoprire l'enogastronomia tipica locale (18,1%).
Una volta a destinazione, il turista culturale si dedica naturalmente a visite in centri storici (35,3%), monumenti (30,1%), palazzi e castelli (28%), musei (25,3%) e siti archeologici (18%). Ma il dato più interessante è quello che vede il turista culturale fare anche **tante escursioni e gite nella natura** (57,1%), più del turista medio italiano (47%). Un interesse che appare cresciuto "con la pandemia", visto che nel 2019 i turisti culturali che si dedicavano ad escursioni e gite ammontavano al 30,3%.