



FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024 SOSTEGNO DEL TURISMO

ANALISI DEI COMPORTAMENTI TURISTICI E DI CONSUMO DEI VACANZIERI CHE SOGGIORNANO IN FRIULI VENEZIA GIULIA

10 Giugno
2025





Premessa e nota metodologica

L'impianto metodologico dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio ripone al centro lo studio del fenomeno e dei trend del turismo, tanto a livello centrale che locale.

Lo studio di analisi socioeconomica del territorio mette in luce l'andamento del turismo sulla base della metodologia utilizzata da Unioncamere per le indagini di livello nazionale. L'indagine a livello territoriale analizza i comportamenti turistici e di consumo dei vacanzieri che soggiornano in regione.

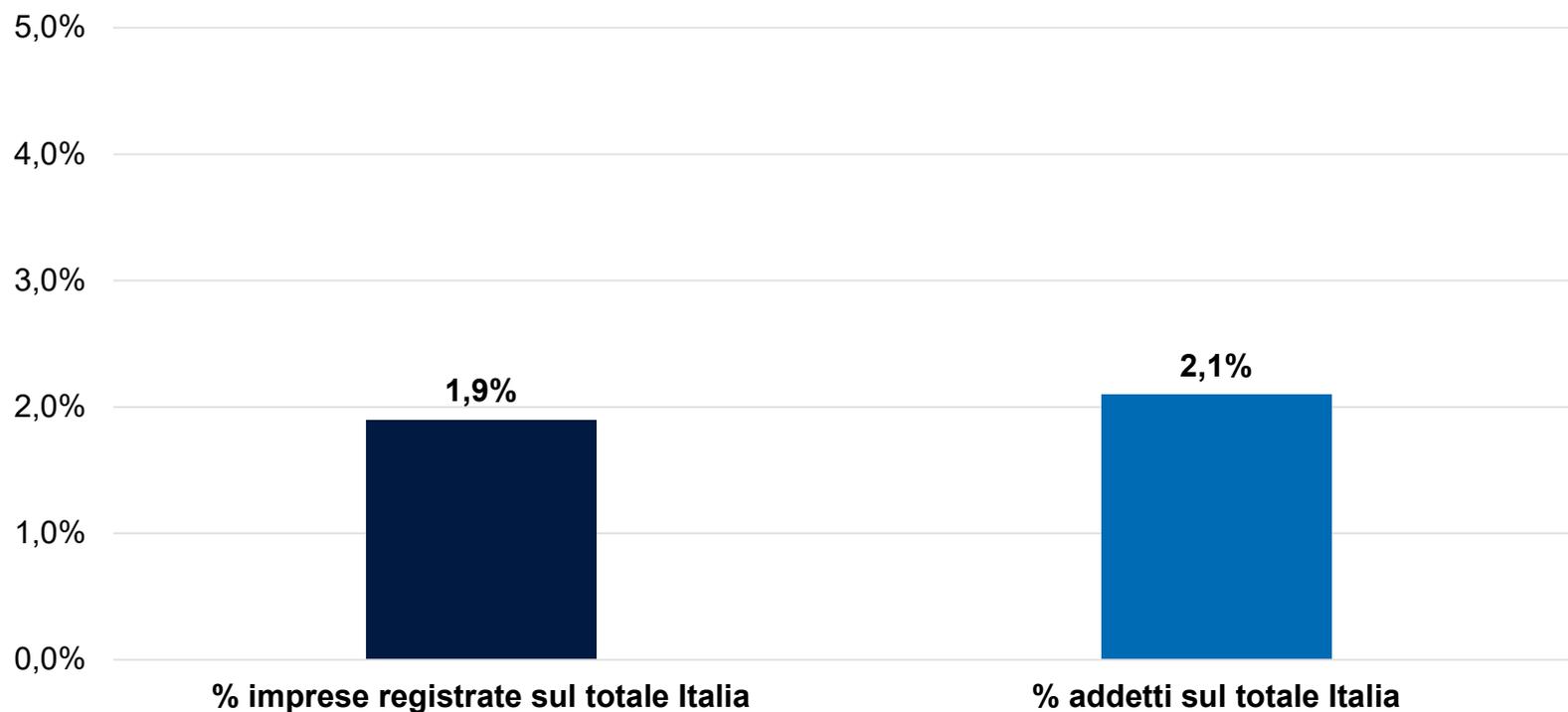
Dare continuità alle attività di osservazione economica a beneficio delle imprese e dei territori è l'obiettivo nel quale si inserisce il presente rapporto di analisi per lo svolgimento della linea di Attività 1 del progetto relativo al Fondo di Perequazione 2023-2024 per il sostegno del Turismo, realizzato dalla CCIAA di Pordenone Udine e dalla CCIAA Venezia Giulia.

A livello nazionale sono state effettuate complessivamente oltre 30mila interviste. L'indagine viene rivolta ai turisti che dormono nelle strutture ricettive ma anche in alloggi privati o che sono ospitati da amici e parenti. Il campionamento è di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane. Una volta individuate, all'interno di ogni regione, le località di maggior interesse per ogni singolo prodotto (sulla base del numero di arrivi e presenze), si passa alla successiva fase di campionamento che prevede una distribuzione delle interviste tra turisti italiani e turisti stranieri. Tale divisione viene stabilita in base ai dati Istat relativi alle presenze per regione e provincia.

Per il Friuli Venezia Giulia, nell'ambito del progetto FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024 Sostegno del Turismo, è stato effettuato un sovra campionamento territoriale, realizzando 700 interviste ai turisti nel periodo aprile-maggio 2025 (PN-UD 350 interviste, GO-TS 350 interviste). In questa annualità ci si è focalizzati sul turismo culturale e siti UNESCO.

Incidenza della filiera turistica regionale sul totale nazionale

IL PESO DELLA FILIERA TURISTICA IN FVG AL 31.12.2024
(imprese registrate e addetti sul totale Italia)



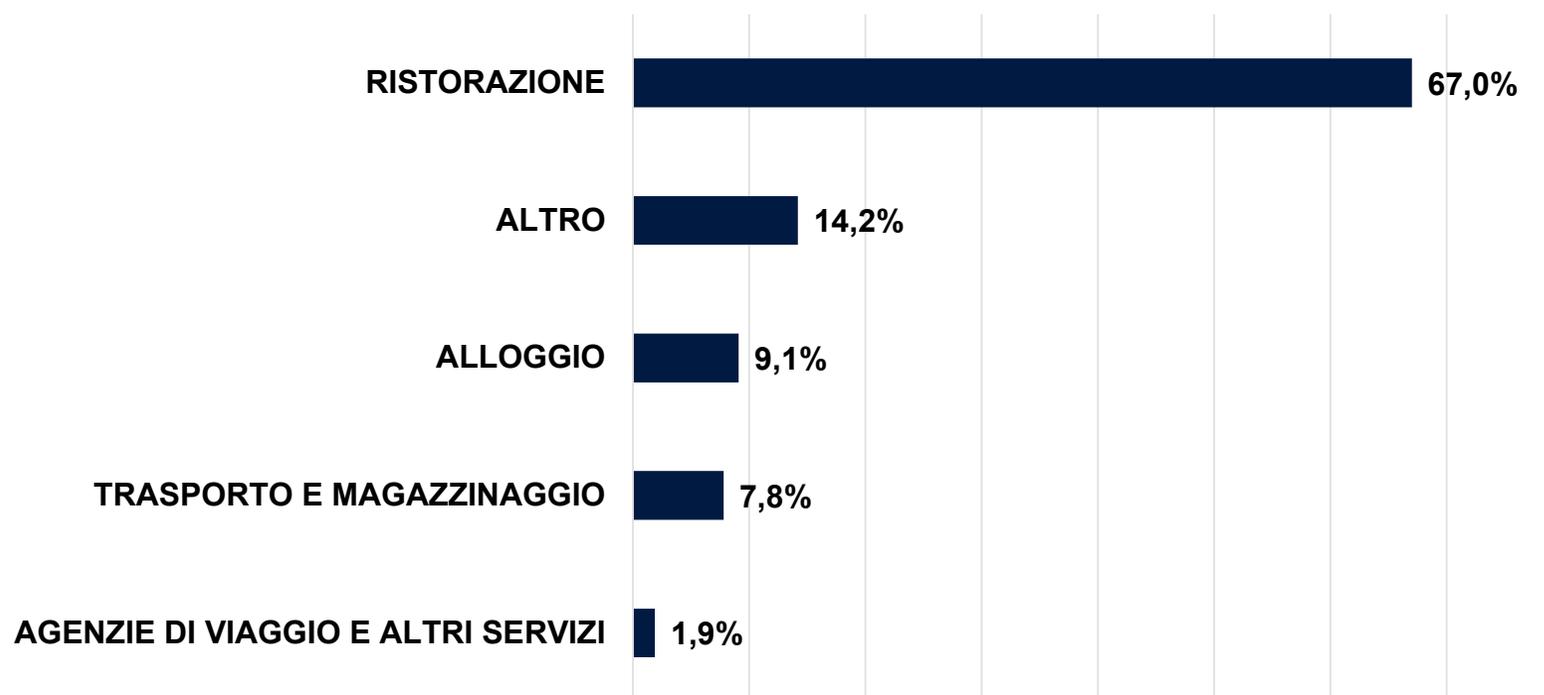
Il Friuli Venezia Giulia ospita un sistema di imprese legate alla filiera turistica di 11.972 imprese registrate al 31.12.2024, ovvero l'1,9% dell'offerta complessiva di filiera italiana (pari a 625mila imprese).

Il Friuli Venezia Giulia conta un totale di 63.148 addetti impiegati nelle imprese del settore, il 2,1% di tutti quelli legati al turismo in Italia (pari a più di 3 milioni).

Fonte: InfoCamere, IV trimestre 2024.

Incidenza dei settori della filiera turistica a livello regionale

INCIDENZA DEI SETTORI DELLA FILIERA TURISTICA IN FVG AL 31.12.2024



Le imprese della ristorazione al 31.12.2024 costituiscono il 67% delle imprese legate al turismo presenti nella regione.

Seguono le imprese di alloggio (9,1%), trasporto e magazzinaggio (7,8%), agenzie di viaggio e altri servizi (1,9%).

La categoria residuale Altro (14,2%) include servizi legati ad attività ricreative, artistiche, di intrattenimento, divertimento, sportive, di istruzione, biblioteche, archivi, musei e altre attività di servizi per la persona.

Fonte: InfoCamere, IV trimestre 2024.

Identikit del turista del FVG, 2025

Identikit del turista (%) 2025		Totale FVG		
Sesso		Italiani	Stranieri	Totale
Maschio		56,6	47,4	51,6
Femmina		43,4	52,6	48,4
Totale		100,0	100,0	100,0
Età		Italiani	Stranieri	Totale
Baby Boomers		5,0	3,2	4,0
Generazione X		32,3	54,1	44,1
Generazione Y		33,4	36,2	34,9
Generazione Z		27,9	6,4	16,2
Senior		1,4	-	0,6
Totale		100,0	100,0	100,0

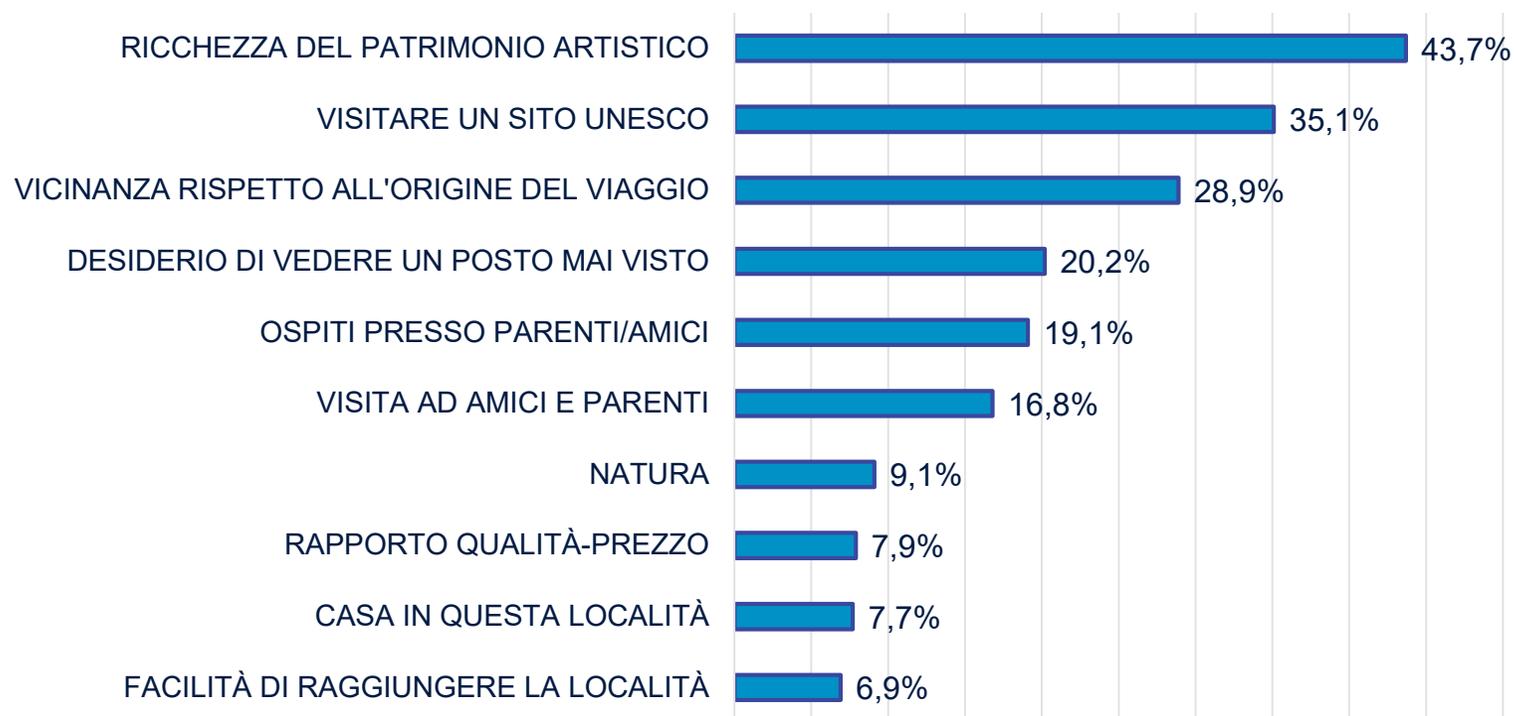
Dai dati raccolti dall'indagine campionaria ai turisti svolta da ISNART tra aprile e maggio 2025, emerge che i turisti italiani che hanno visitato il Friuli Venezia Giulia appartengono per il 32,3% alla Generazione X (45-60 anni) e per il 33,4% alla Y (30-44 anni), poco meno di terzo del totale dei turisti italiani appartiene alla Generazione Z (ha quindi meno di 30 anni). I turisti italiani sono sostanzialmente equidistribuiti tra queste tre classi generazionali.

Prendendo in considerazione invece gli stranieri, i turisti sono per il 54,1% della Generazione X e per il 36,2% della Y. Prevalgono quindi tra gli stranieri coloro che hanno tra i 45 e i 60 anni, che costituiscono più della metà dei visitatori della nostra regione.

Il 35% del totale dei turisti del FVG è una coppia senza bambini, il 30,8% fa parte di un gruppo organizzato e il 23,1% viaggia invece con amici. Tra gli stranieri è più alta la quota di coloro che viaggiano con un gruppo organizzato (42,3%).

Le principali motivazioni per la scelta della vacanza in FVG (% sul totale turisti), 2025

MOTIVAZIONI DI SOGGIORNO IN FVG



Il 32,4% dei turisti italiani e il 19,7% dei turisti stranieri che hanno visitato il Friuli Venezia Giulia tra aprile e maggio 2025 ci erano già stati in passato.

Le principali motivazioni di soggiorno sono il patrimonio artistico (43,7%, valore in crescita rispetto all'indagine dell'anno precedente per una questione legata alla stagionalità e al focus dell'indagine su turismo culturale) e la visita di un sito UNESCO (35,1%).

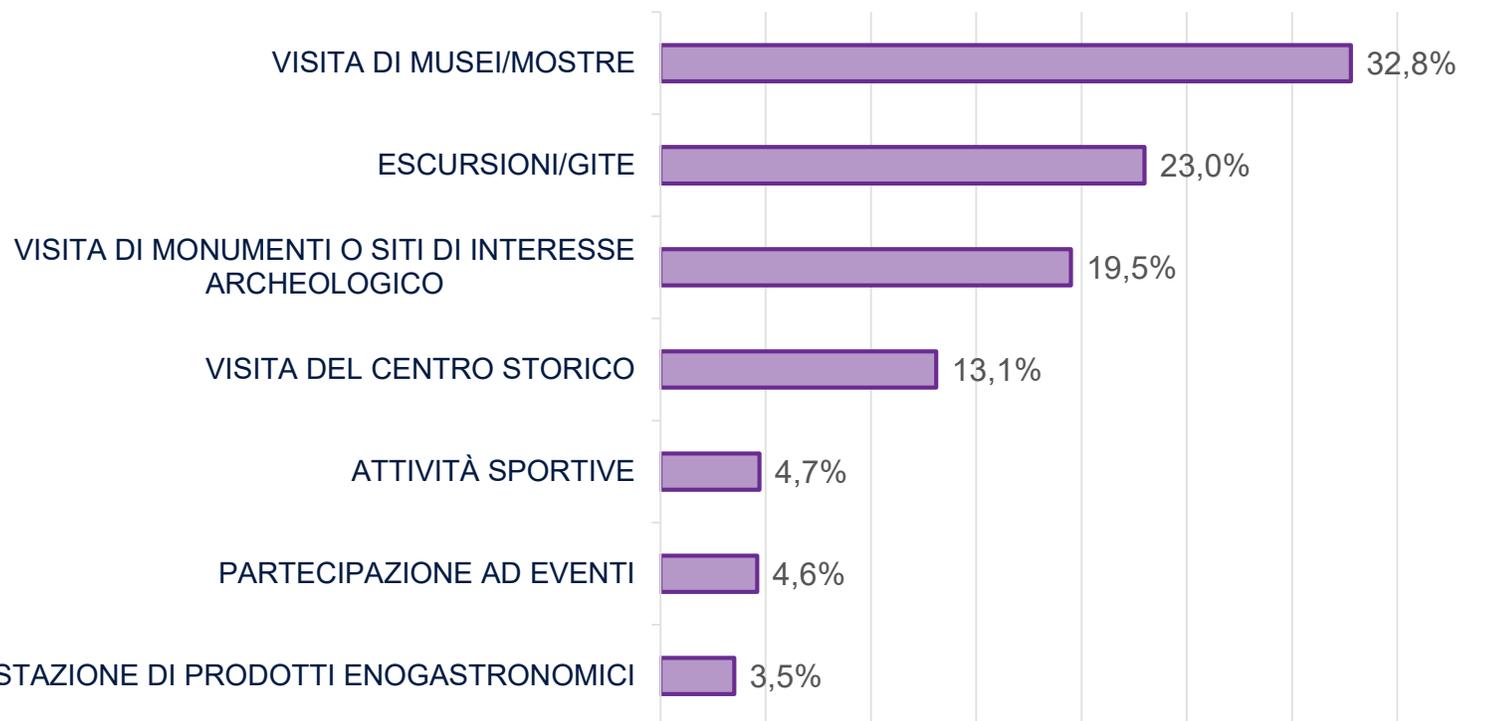
Gli stranieri dimostrano particolare interesse per il patrimonio artistico, considerano il FVG una località esclusiva con ristorazione di eccellenza e sono motivati dall'idea di visitare un posto mai visto. Gli italiani invece spesso possiedono anche una casa in queste località, oppure sono in visita ad amici e parenti.

Più della metà dei turisti (55,5%) ha scelto la meta grazie a internet, valore in crescita di circa 7 punti percentuali sull'anno precedente, il 33,3% su suggerimento di amici e conoscenti, il 28,4% su consiglio dell'agenzia viaggi a cui si affidano molto i turisti stranieri.

Nota: Le risposte per le motivazioni di soggiorno sono espresse in % sul totale dei turisti intervistati (con possibilità di risposta multipla).

Le principali attività svolte durante la vacanza in FVG (% sul totale turisti), 2025

ATTIVITÀ SVOLTE IN VACANZA IN FVG



Le attività svolte dai turisti sono coerenti con le motivazioni che hanno portato alla scelta della vacanza.

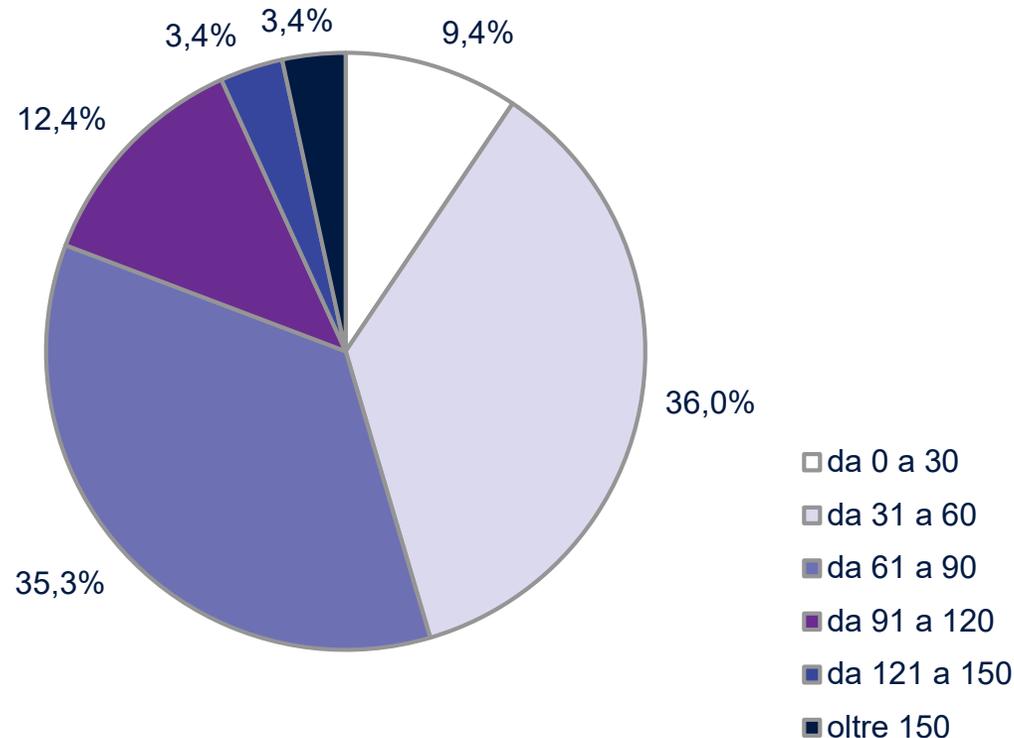
La visita di musei e mostre è l'attività preferita dai turisti intervistati tra aprile e maggio 2025 (32,8%). Seguono escursioni e gite (23%), la visita di monumenti o siti di interesse archeologico (19,5%) e dei centri storici (13,1%). A seguire, attività sportive, partecipazione ad eventi e degustazione di prodotti enogastronomici locali.

Nota: Le risposte per le attività svolte sono espresse in % sul totale dei turisti intervistati (con possibilità di risposta multipla).

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Spesa media giornaliera, 2025

SPESA GIORNALIERA IN € A PERSONA PER CLASSI DI SPESA,
escluse spese di viaggio e di alloggio



Per raggiungere il FVG (viaggio di andata e ritorno), in media, un turista italiano spende 174€ a persona, mentre per un turista straniero la spesa ammonta a circa 233€.

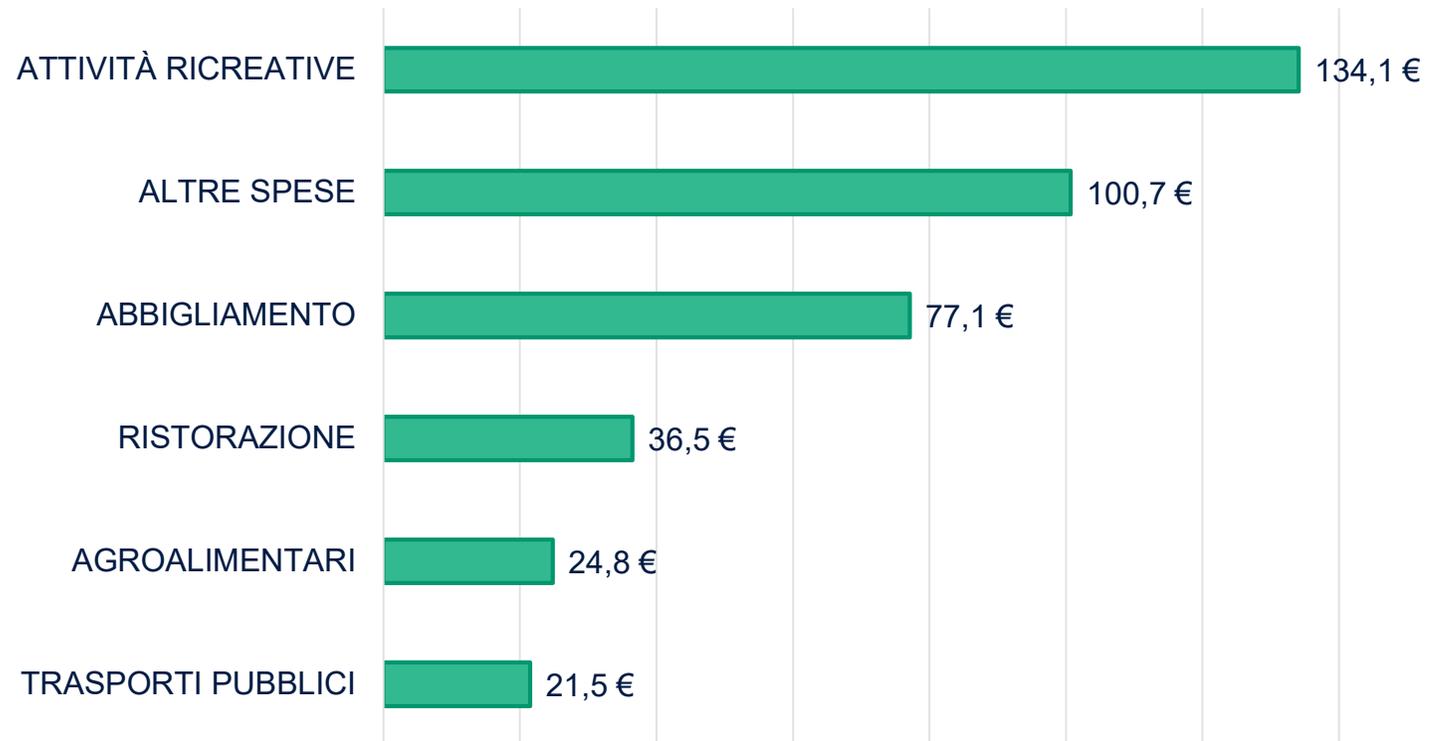
Alloggiare in FVG costa in media 41€ al giorno e la spesa media giornaliera a persona, ponderata per la quota di turisti che ha sostenuto effettivamente ogni singola voce di spesa, ammonta a 71€ (italiani 65€ e stranieri 76€).

Escludendo il viaggio e l'alloggio, la classe di spesa giornaliera cui appartiene la maggior parte dei turisti del FVG (36%) va da 31€ a 60€. Seguono coloro che spendono in media tra 61€ e 90€ al giorno (35,3%).

I turisti che spendono oltre 150€ al giorno, escluso viaggio e alloggio, sono il 3,4% del totale, il 9,4% invece spende meno di 30€.

Spesa media giornaliera per categorie, 2025

SPESA GIORNALIERA IN € A PERSONA PER CATEGORIE



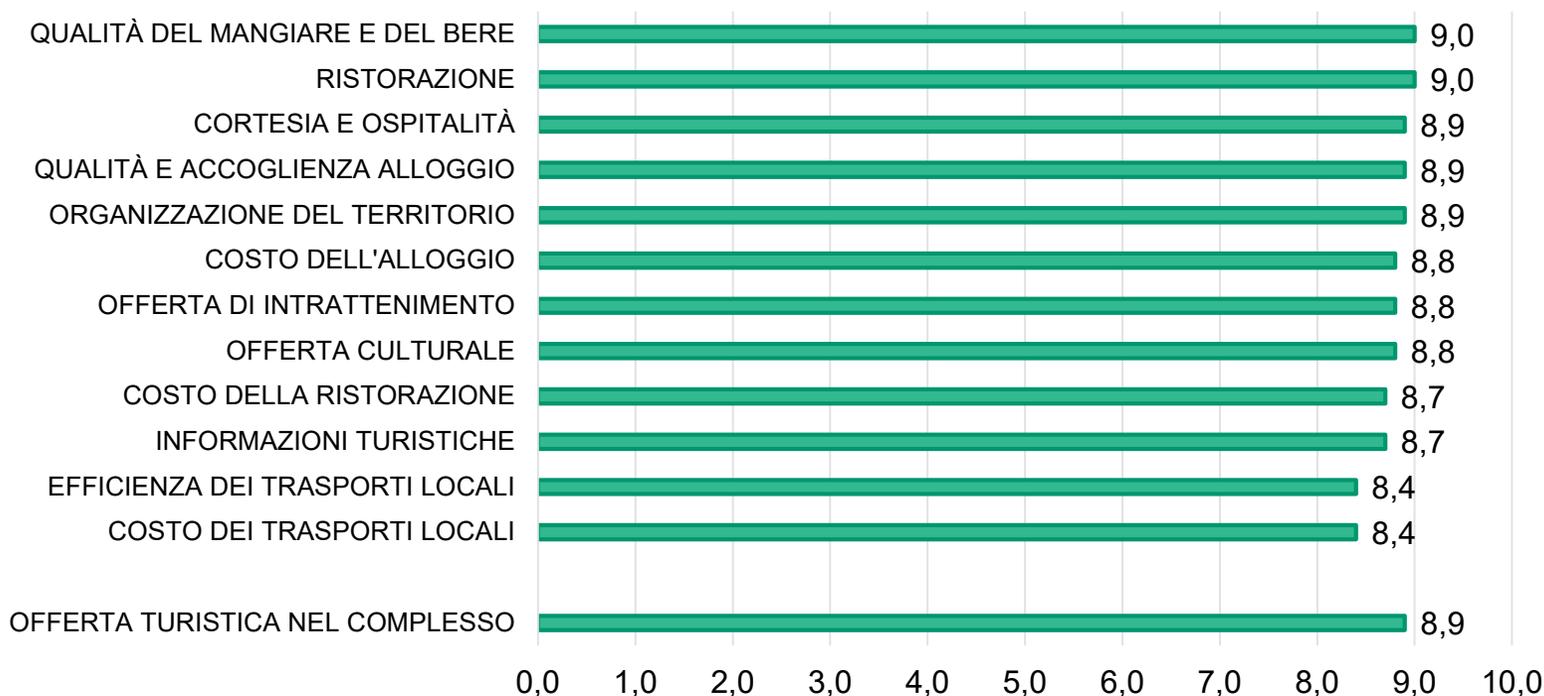
Scendendo nel dettaglio delle categorie, la spesa principale che i turisti sostengono riguarda le attività ricreative (fino a 134,1€ al giorno a persona), come ad esempio ingressi ai musei, visite guidate, spettacoli, concerti, attività sportive, noleggi, servizi benessere. Si noti però che non tutti i turisti effettuano effettivamente spese in tutte le categorie qui indicate.

Altre fette importanti della spesa giornaliera sono l'abbigliamento (77,1€ al giorno a persona), la ristorazione (36,5€) e i prodotti agroalimentari (24,8€). I trasporti pubblici e i parcheggi incidono invece per 21,5€ al giorno.

Nella categoria residuale delle altre spese rientrano acquisti di gioielleria, prodotti artigianali tipici, souvenir e altro shopping.

Giudizio dei turisti sul FVG, 2025

GIUDIZIO MEDIO SUL SOGGIORNO (punteggio da 1 a 10)



Complessivamente il giudizio dei turisti sul Friuli Venezia Giulia è ottimo e sfiora i 9 punti su 10, valore in aumento di un punto rispetto all'anno precedente.

Spiccano la qualità del mangiare e del bere (9 su 10), ristorazione (9), cortesia e ospitalità (8,9), qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio (8,9), organizzazione del territorio in termini di collegamenti e orari di apertura (8,9).

In generale i giudizi in tutti gli ambiti analizzati superano ampiamente il punteggio di 8.

I turisti stranieri attribuiscono il valore di 9,1 alla qualità del mangiare e bere e alla ristorazione.

Il 51,3% dei turisti ha scritto o scriverà recensioni online sulla vacanza. I principali canali utilizzati sono, in ordine di utilizzo, Instagram, Facebook, Google, TikTok, Airbnb, Booking/altre agenzie turistiche online.



Glossario

GENERAZIONI:

- I Senior rappresentano i nati prima del 1950;
- I Baby Boomers rappresentano i nati tra il 1950 e il 1964;
- La Generazione X rappresenta i nati tra il 1965 e il 1980;
- La Generazione Y rappresenta i nati tra il 1981 e il 1995;
- La Generazione Z rappresenta i nati dopo il 1995.



Rapporto redatto da

Elaborazione statistica

- **Elisa Qualizza**

Grafica e impaginazione

- **Giovanni Mambrini**

Si autorizza la riproduzione, la diffusione e l'utilizzazione della presente pubblicazione a condizione di citarne la fonte.

Approfondimenti e domande sui contenuti del report possono essere richiesti a **statistica@pnud.camcom.it** o telefonando al numero **0432 273 539**

Documento pubblicato nel sito: **www.pnud.camcom.it**