



Unioncamere  
Umbria



Regione Umbria

# OSSERVATORIO REGIONALE SUL TURISMO

Regione Umbria

DIMENSIONI E COMPORTAMENTI  
DELLA DOMANDA TURISTICA ITALIANA ATTUALE E POTENZIALE

II RAPPORTO 2008

a cura di



Istituto Nazionale  
Ricerche Turistiche



Sviluppumbria Spa



Centro Italiano  
di Studi Superiori sul Turismo  
e sulla Promozione Turistica



ISNART  
Istituto Nazionale  
Ricerche Turistiche



## Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	Unioncamere Umbria
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■ ■
Termine rilevazione:	gennaio 2009
Casi:	17.500



## Sommario

Premessa .....	4
1. Le vacanze degli italiani nella regione Umbria .....	5
1.1 L'identikit del turista.....	8
1.2 La vacanza in Umbria: modalità, destinazioni e comportamenti .....	11
1.3 I comportamenti e le motivazioni di vacanza .....	16
1.4 La spesa.....	19
1.5 Le previsioni .....	20
Nota metodologica.....	21

## Premessa

Nell'ambito dell'Osservatorio turistico regionale, questo rapporto presenta le caratteristiche del turismo italiano nella regione Umbria, con particolare riferimento al secondo semestre<sup>1</sup> del 2008 e alle previsioni di vacanza per il periodo gennaio e aprile 2009.

I dati permettono di quantificare i flussi di vacanzieri e il numero di vacanze effettuate nella regione, evidenziandone le caratteristiche, le ragioni scelta e i comportamenti di fruizione e la spesa.

In particolare, sono stati analizzati i seguenti elementi di indagine:

- numero dei vacanzieri,
- regione di origine dei flussi turistici,
- identikit dei vacanzieri,
- motivazioni e canali di influenza,
- attività svolte nel corso della vacanza,
- tipologia di alloggio,
- modalità e tempi di prenotazione,
- periodo di svolgimento della vacanza,
- spese sostenute.

E' stato, infine, chiesto agli intervistati di esprimersi in merito alle previsioni di vacanza fino ad aprile 2009.

---

<sup>1</sup> Nel II semestre è inclusa la prima settimana di gennaio 2009.



## 1. Le vacanze degli italiani nella regione Umbria

Nel 2008 l'Umbria è stata meta di 1,7 milioni di vacanze (l'1,8% di quelle svolte in Italia), per le quali gli italiani hanno scelto prevalentemente il territorio di Perugia che, con oltre 1,5 milioni di soggiorni, concentra l'85,6% degli atti di vacanza nel territorio regionale, senza variazioni sostanziali rispetto all'anno precedente (85,9%). In provincia di Terni sono state spese oltre 249 mila vacanze, pari al 14% di quelle trascorse in Umbria.

Nell'arco dell'anno il secondo semestre, dalla seconda metà di giugno alla prima settimana di gennaio, concentra 1.125.515 vacanze, pari a circa il 64% del totale annuo, con una concentrazione simile su tutto il territorio e senza variazioni particolari rispetto al 2007.

In questo secondo semestre, a livello regionale le vacanze principali, ossia quelle che comportano la maggiore durata o il maggiore impegno di spesa, sono quasi 411 mila, poco meno del 37% di quelle effettuate nei sei mesi considerati. Questa quota rispecchia il territorio di Perugia (dove le vacanze principali sono il 37%), ma non quello di Terni, che vede una quota più elevata di soggiorni di minore impatto come durata o come spesa (quasi il 67%).

### Vacanze degli italiani anno 2008

Umbria	1.762.566
Italia	100.464.000
% Umbria su Italia	1,8

### Totale vacanze in Umbria confronto 2007/2008

	2007	2008
Perugia	1.912.780	1.513.432
Terni	322.785	249.133
<b>Totale</b>	<b>2.235.566</b>	<b>1.762.566</b>

### Totale vacanze in Umbria confronto I-II semestre confronto 2007/2008



	2007		2008	
	I semestre	II semestre	I semestre	II semestre
Perugia	722.243	1.190.537	544.104	969.328
Terni	108.307	214.478	92.946	156.187
<b>Totale</b>	<b>830.550</b>	<b>1.405.016</b>	<b>637.050</b>	<b>1.125.515</b>

### Totale vacanze in Umbria II semestre 2008

	Vacanza principale	Altre vacanze	Totale
Perugia	358.966	610.362	969.328
Terni	51.622	104.566	156.187
<b>Totale</b>	<b>410.588</b>	<b>714.927</b>	<b>1.125.515</b>

Questi atti di vacanza sono stati effettuati da 1,1 milioni di italiani, che si sono distribuiti sul territorio privilegiando nettamente la provincia di Perugia, dove sono stati oltre 929 vacanzieri italiani, che vengono prevalentemente dal Lazio (18,7%) e dalla Lombardia (17%), ma anche dalla Campania (14%) e dalla Puglia (11%). Bassissimo, quasi assente, invero, il turismo interno da parte dei residenti, che rappresentano appena l'1%.

### Totale vacanzieri in Umbria II semestre 2008

Perugia	929.111
Terni	153.541
<b>Totale</b>	<b>1.082.652</b>



**Regione di provenienza del vacanziere in Umbria (%)**  
Il semestre 2008

Lazio	18,7
Lombardia	17,1
Campania	14,1
Puglia	11,1
Sicilia	5,6
Toscana	5,4
Piemonte	5,4
Veneto	4,7
Emilia Romagna	4,5
Calabria	3,4
Abruzzo	2,0
Marche	2,0
Trentino Alto Adige	1,3
Sardegna	1,1
Liguria	1,1
Umbria	1,0
Molise	0,7
Basilicata	0,4
Friuli Venezia Giulia	0,3
Valle D'Aosta	0,1



## 1.1 L'identikit del turista

La tipologia di vacanzieri è piuttosto eterogenea, e se da un lato dimostra la capacità dell'Umbria di dialogare con diversi segmenti di turisti allo stesso tempo, dall'altro pone la sfida della ricerca continua di elementi in grado di differenziare e specializzare le proposte indirizzate ai diversi pubblici.

Si nota così che i vacanzieri sono equamente distribuiti tra uomini e donne, che, fatta eccezione per i giovanissimi fino a 24 anni, tutti gli altri target di età si attestano intorno al 20%, con una buona presenza, quindi, sia di giovani tra i 25 e i 34 anni (22,3%) che di adulti tra i 35 e i 54, che, ancora, di over 55 (29,2%). Più omogeneo il tipo di impiego, che vede il 40% dei vacanzieri impiegati o insegnanti, seguiti dai liberi professionisti (18,7%).

A livello territoriale, Terni si caratterizza per la maggiore presenza di vacanzieri dal Lazio (26,8%) e dal Piemonte (9,9%) rispetto a Perugia, che, al contrario registra provenienze più importanti dalla Lombardia (17,6%), dalla Puglia (11,8%) e dalla Sicilia (6,3%).





### Identikit del vacanziere in Umbria (%) Il semestre 2008

#### Sesso

Maschio	50,2
Femmina	49,8
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

#### età

15-24 anni	7,8
25-34 anni	22,3
35-44 anni	20,3
45 -54 anni	20,4
55-64 anni	15,4
65 ed oltre	13,8
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

#### titolo di studio

Nessuno/Elementare	0,0
Media Inferiore	4,0
Media Superiore	53,8
Università/Laurea	42,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

#### professione

Dirigenti, Caposervizio, Quadro	4,7
Impiegati / Insegnante	40,0
Operai , Agricoltore	3,7
Titolari di azienda/Imprenditori	0,6
Libero professionista, consulente	18,7
Lavoratore autonomo / Artigiano / collaboratore occasionale	1,6
Commerciante / Esercente	1,0
Agenti di commercio/rappresentanti/informatore scientifico	2,0
Casalinghe	5,0
Studenti	8,6
Pensionati	6,3
Disoccupato / Non occupato	3,3
Altro	4,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>



**Regione di provenienza del vacanziero in Umbria (%)**  
**Il semestre 2008**

<b>regione di provenienza</b>	Perugia	Terni	Totale
Lazio	17,7	26,8	18,7
Lombardia	17,6	15,9	17,1
Campania	13,9	15,6	14,1
Puglia	11,8	4,5	11,1
Sicilia	6,3	-	5,6
Toscana	5,8	4,1	5,4
Piemonte	4,5	9,9	5,4
Veneto	5,3	2,6	4,7
Emilia Romagna	4,3	4,8	4,5
Calabria	3,3	3,3	3,4
Abruzzo	1,9	2,2	2,0
Marche	2,0	2,6	2,0
Trentino Alto Adige	1,1	2,2	1,3
Sardegna	1,1	0,9	1,1
Liguria	0,9	1,9	1,1
Umbria	0,8	1,9	1,0
Molise	0,7	0,7	0,7
Basilicata	0,4	-	0,4
Friuli Venezia Giulia	0,3	-	0,3
Valle D'Aosta	0,1	-	0,1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



## 1.2 La vacanza in Umbria: modalità, destinazioni e comportamenti

La stagionalità del turismo italiano è evidente: il 36% delle vacanze del secondo semestre si sono concentrate nel mese di agosto, il 16% circa a luglio ed il 17,2% a settembre. A livello regionale gli altri mesi, compresi i periodi festivi di fine anno, sembrano meno interessanti per i vacanzieri, che vi trascorrono meno del 10% dei soggiorni effettuati in tutto il periodo considerato, scegliendo le città (meta di circa la metà dei soggiorni) e l'entroterra collinare (35,8%).

La provincia di Terni evidenzia un andamento diverso rispetto alla media e alla provincia di Perugia, tanto da far prefigurare quasi due tipologie di vacanze diversi. In particolare:

- la maggior parte delle vacanze sono concentrate nei mesi invernali: il 33,8% a novembre e il 20,4% a dicembre, mentre l'estate privilegia luglio, con il 19,9% seguito da agosto con il 13,5%,
- le aree collinari sono la meta preferita, che concentra il 47,4% dei soggiorni rispetto al 35,8% della media regionale, ma sono più ricercate anche le zone di montagna (22,8% rispetto all'11,3%),
- la durata è leggermente inferiore, 4,6 notti rispetto alle 5,3 notti dell'Umbria,
- le scelte ricettive privilegiano decisamente l'ospitalità tipica dell'entroterra, fatta di B&B (33,8%) e agriturismi (37,7%) che nella media regionale si attestano intorno al 17%, mentre gli alberghi sono scelti appena nel 12% dei casi,
- in termini di target in provincia di Terni ci sono più famiglie sia con i ragazzi fino ai 14 anni (21,7%) che senza (24,4%), ma al contempo anche le coppie (44,2%),
- i turisti si sono mossi in auto nel 77% dei casi, ma le destinazioni della provincia sembrano più raggiungibili con il treno (19,4% rispetto al 5,4% rilevato in provincia di Perugia),
- la vacanza viene prenotata all'ultimo momento (non più di due settimane prima della partenza), grazie al contatto diretto con le strutture ricettive. La quota di appartamenti prenotati attraverso i privati è pari al 9,3%, rispetto al 2% rilevato in provincia di Perugia.

Corrispondentemente, l'area del capoluogo regionale presenta le seguenti caratteristiche:



- massima concentrazione delle vacanze ad agosto (39%) e negli altri due mesi estivi: luglio con il 15,2% e settembre con il 18,4%,
- netta prevalenza delle città, che sono le mete scelte per ben oltre la metà delle vacanze (53,2%), seguite dalle aree collinari (34,2%),
- un soggiorno che dura quasi una notte in più rispetto alla provincia di Terni (5,4 notti), e per il quale viene scelta prevalentemente l'ospitalità alberghiera (nel 44,7% dei casi), soprattutto le strutture a tre stelle, mentre la ricettività più tipica, degli agriturismi si attesta appena sul 14%, restando una caratteristica del soggiorno in provincia di Terni,
- il target principale sono le coppie, che rappresentano più del 50% (gli altri target sono molto meno importanti) che viaggiano in modo indipendente utilizzando l'auto nell'82% dei casi, al quale il pulmann costituisce l'alternativa nel 7,8% dei casi.
- La quota di vacanze non prenotate (27,2%) è più alta rispetto alla provincia di Terni di circa 10 punti percentuali e la modalità di prenotazione passa soprattutto per il contatto diretto con la struttura ricettiva (41,6%). I tempi di prenotazione sono più lunghi rispetto alla provincia di Terni, tanto che il 62,6% prenota dai 3 ad 1 mese prima della vacanza.

### Periodo della vacanza principale in Umbria (%) Il semestre 2008

	Perugia	Terni	Totale
Ultimi 15 giorni di giugno	2,5	0,0	2,1
In luglio	15,2	19,9	15,8
In agosto	39,1	13,5	35,9
In settembre	18,4	8,9	17,2
In ottobre	8,7	2,8	8,0
In novembre	6,0	33,8	9,5
In dicembre (escluse le vacanze di Natale/Capodanno/Epifania)	4,5	20,4	6,5
In dicembre nel periodo di Natale/Capodanno/Epifania	9,8	5,1	9,2



### Tipologia della vacanza principale in Umbria (%) II semestre 2008

	Perugia	Terni	Umbria
In città d'arte/altre città	53,2	26,5	49,8
In campagna/collina	34,2	47,4	35,8
In montagna	9,7	22,8	11,3
Al lago	1,8	3,3	2,0
In località termale	1,2	0,0	1,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### Media notti per la vacanza principale in Umbria II semestre 2008

Perugia	5,4
Terni	4,6
<b>Totale</b>	<b>5,3</b>

### Tipologia di alloggio scelta per la vacanza principale in Umbria II semestre 2008

% sul totale vacanzieri, possibili più risposte

	Perugia	Terni	Umbria
<b>Totale Hotel</b>	<b>44,7</b>	<b>12,6</b>	<b>40,7</b>
Hotel 1 stella	1,0	-	1,0
Hotel 2 stelle	11,9	-	11,4
Hotel 3 stelle	58,9	100,0	60,5
Hotel 4 stelle	23,2	-	22,3
Hotel 5 stelle	5,1	-	4,9
<b>Totale campeggio</b>	<b>2,3</b>	<b>-</b>	<b>2,0</b>
Roulotte/Camper	100,0	-	100,0
Appartamento/Residence in affitto	3,0	-	2,6
Seconda casa	7,0	5,1	6,8
Ospite in casa di amici/ parenti	9,1	14,9	9,8
Bed & Breakfast	14,9	33,8	17,3
Agriturismo	14,1	37,7	17,1
Conventi/Monasteri /Casa parrocchiale/istituto religioso	2,7	7,3	3,3
Rifugio/Baita	0,3	-	0,2
Ostello	5,7	7,3	5,9
College/famiglia	1,7	-	1,4
Altro	2,1	-	1,9



### Compagnia della vacanza principale in Umbria (%)

Il semestre 2008

	Perugia	Terni	Totale
In coppia senza bambini (coniugi/fidanzati/amici/ecc..)	50,5	44,2	49,7
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) senza bambini/ragazzi fino a 14 anni	18,6	22,4	19,1
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) con bambini/ragazzi da 7/14 anni	13,0	21,7	14,1
In famiglia o in gruppo di amici (3 o più persone) con bambini fino a 6 anni	10,3	8,9	10,2
Da solo	7,6	2,8	7,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### Mezzo di trasporto per la vacanza principale in Umbria

Il semestre 2008

% sul totale vacanzieri, possibili più risposte

	Perugia	Terni	Totale
Automobile	82,1	77,3	81,5
Autobus/Pullman	7,8	3,3	7,2
Treno	5,4	19,4	7,1
Camper	3,5	-	3,1
Aereo con volo speciale/low cost	1,2	-	1,0
Aereo con volo di linea	0,4	-	0,4
Altro	2,7	-	2,4

### Modalità di prenotazione della vacanza principale in Umbria (%)

Il semestre 2008

	Perugia	Terni	Totale
No, nessuna prenotazione	27,2	17,8	26,0
Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello, ecc.)	41,6	65,6	44,6
Direttamente tramite Internet scegliendo solo l'alloggio	8,8	-	7,7
Direttamente tramite Internet scegliendo solo il viaggio	5,9	7,3	6,0
La parrocchia	3,8	-	3,3
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	2,1	9,3	3,0
L'agenzia di viaggi, scegliendo una proposta su un catalogo di un tour operator	2,6	-	2,3
L'agenzia viaggi che però non ha utilizzato proposte da catalogo	2,6	-	2,3
Direttamente tramite Internet scegliendo una proposta completa di vacanza	2,5	-	2,2
L'organizzazione religiosa	2,1	-	1,9
Circoli/associazioni culturali	0,4	-	0,3
Agenzia immobiliare	0,3	-	0,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Tempi di prenotazione per la vacanza principale in Umbria (%)  
Il semestre 2008**

	Perugia	Terni	Totale
8/15 giorni prima	26,0	69,0	32,0
Circa un mese prima	36,9	-	31,8
Nell'ultima settimana	11,4	31,0	14,2
Circa 2 mesi prima	13,6	-	11,7
Circa 4 mesi prima o più	9,0	-	7,7
Circa 3 mesi prima	3,1	-	2,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



### 1.3 I comportamenti e le motivazioni di vacanza

L'arte e la cultura per la provincia di Perugia e la bellezza della natura per quella di Terni sono le motivazioni principali che spingono i vacanzieri a visitare la regione Umbria.

Le due zone hanno evidenziato caratteristiche di soggiorno ben distinte, che emergono, dunque, anche nelle scelte e, forse, nell'immaginario dei turisti italiani.

Accanto al patrimonio artistico e culturale, **l'area di Perugia** trae la sua forza dall'essere un luogo da scoprire, anche per la bellezza della sua natura e per trascorrere una vacanza in relax, e dall'essere una importante meta religiosa. Infine, nella scelta, sono più importanti gli eventi, sia quelli culturali che quelli che esprimono le tradizioni locali.

Le attività rispecchiano perfettamente queste aspettative e vedono i vacanzieri dedicarsi alla fruizione del patrimonio naturalistico dei luoghi (51,6%), alla visita delle sue risorse culturali (41,8%), delle mostre e dei musei (23,2%). La partecipazione agli eventi che esprimono la cultura locale è elevata e supera il 15% dei casi (rispetto al 3% di chi si trova in provincia di Terni).

Se l'esperienza personale, più di ogni altro, è il fattore decisivo nella scelta, per la provincia di Perugia contano in modo particolare: la presenza su Internet di informazioni aggiornate, complete e facilmente reperibili e delle offerte promosse dagli operatori; la presenza sulle guide turistiche, che influenza il 10% delle scelte e gli eventi religiosi, che confermano l'importanza di questo aspetto emerso già nelle ragioni di scelta. Si segnala l'efficacia anche dei film e dei documentari non turistici che, promuovendo la regione, influenzano il 3,6% delle scelte e gli eventi culturali decisivi nel 3,9% dei casi.

**La provincia di Terni** è attrattiva per la bellezza della natura che offre in particolare la possibilità di una vacanza rilassante. L'enogastronomia è più importante e influenza le scelte nel 18,5% dei casi (rispetto all'11,8% rilevato nel capoluogo). Tra le altre ragioni di scelta, il patrimonio artistico, ma soprattutto la presenza di amici e parenti che spesso offrono ospitalità, e la vicinanza, che nella provincia di Perugia è quasi ininfluente. Questo aspetto emerge con forza nei fattori che influenzano la scelta della destinazione di vacanza, che per Terni, sono direttamente legati all'esperienza personale, propria (74,7%) o di amici e familiari (25,3%). Internet è l'unica alternativa, ma la sua influenza è piuttosto limitata (intorno al 9%).

Durante il soggiorno i vacanzieri confermano il loro interesse per la natura (69,8%) e per l'enogastronomia, partecipando alle degustazioni (35,9%) ed acquistando i prodotti locali (20,4%).





Rispetto alla provincia di Perugia, è più diffuso lo shopping (11,2%), mentre meno vacanzieri visitano mostre e musei.

### Motivazione della vacanza principale in Umbria

Il semestre 2008

% sul totale vacanzieri, possibili più risposte

	Perugia	Terni	Totale
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	35,8	27,2	34,7
Bellezze naturali del luogo /stare a contatto con la natura/interessi naturalistici	26,4	37,4	27,8
Posto ideale per riposarsi	25,6	30,8	26,2
Il desiderio di vedere un posto mai visto	19,7	-	17,2
Rivedere amici/parenti	11,1	26,2	13,0
Interessi enogastronomici	11,8	18,5	12,6
Ho i parenti/amici che mi ospitano	9,3	24,2	11,1
Religione /pellegrinaggio	10,0	-	8,7
Decisione altrui (es. mi sono unito ad altri, hanno deciso i genitori/altri...)	8,6	3,3	8,0
Per assistere ad eventi culturali (concerti, spettacoli, mostre, folklore)	8,0	2,2	7,3
Prezzi convenienti	6,0	5,0	5,9
Partecipare ad eventi folkloristici e della cultura locale	6,3	2,2	5,8
Abbiamo la casa in quella località	5,8	5,1	5,8
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	4,6	-	4,1
Per la vicinanza	2,6	11,5	3,7
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di quella località	2,5	-	2,2
Posto adatto per bambini piccoli	1,3	-	1,1
Shopping	1,3	-	1,1
Per il gusto dell'avventura	0,4	-	0,4
Per i divertimenti che offre	-	2,2	0,3
Assistere a eventi sportivi	0,3	-	0,3
Destinazione esclusiva	0,1	-	0,1

### Canali di influenza della vacanza principale in Umbria

Il semestre 2008



**% sul totale vacanzieri, possibili più risposte**

	Perugia	Terni	Totale
C'ero già stato/esperienza personale	28,2	74,7	34,0
Consiglio/Racconti di amici/parenti/familiari	33,8	25,3	32,7
Informazioni su Internet	18,7	9,3	17,5
Offerte su Internet	9,8	9,3	9,8
Guide turistiche	10,1	-	8,8
Eventi religiosi	6,4	-	5,6
Non ho scelto io/hanno deciso altri	5,7	-	5,0
Attrazioni/eventi culturali	3,9	-	3,4
Film/Documentari	3,6	-	3,2
Attrazioni/eventi musicali	1,4	-	1,2
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	1,4	-	1,2
Pubblicità sulla stampa	1,2	-	1,0
Attrazioni/eventi sportivi	0,6	-	0,5
Libri/Testi (non di turismo)	0,5	-	0,4
Mostre/Convegni/Fiere	0,3	-	0,2
Altro	2,0	-	1,8

**Attività svolte durante la vacanza principale in Umbria  
II semestre 2008**

% sul totale vacanzieri, possibili più risposte

	Perugia	Terni	Totale
Ho visitato le bellezze naturalistiche del luogo	51,6	69,8	53,9
Ho visitato i monumenti e i siti di interesse archeologico	41,8	44,5	42,1
Ho degustato i prodotti eno-gastronomici locali	32,4	35,9	32,8
Ho visitato mostre e musei	23,2	9,7	21,5
Ho acquistato prodotti tipici e dell'artigianato locale	20,8	20,4	20,8
Ho partecipato ad eventi folkloristici e della cultura locale	15,2	3,0	13,7
Ho fatto shopping	8,9	11,2	9,2
Ho visitato fiere e manifestazioni espositive	5,2	7,8	5,5
Ho praticato attività sportive	4,1	2,1	3,8
Ho assistito a spettacoli musicali	1,8	9,7	2,8
Ho assistito a spettacoli sportivi	1,8	6,2	2,3
Altro	2,4	3,3	2,5



## 1.4 La spesa

Gli oltre 1,1 milioni di vacanzieri hanno speso in media circa 606 €, che arrivano a 686 € in provincia di Terni e sono pari a 594 € in quella di Perugia.

### Spesa per la vacanza principale in Umbria Il semestre 2008 (valori in euro)

	Media
Perugia	594,74
Terni	686,24
<b>Totale</b>	<b>606,48</b>



## 1.5 Le previsioni

Tra gennaio ed aprile gli italiani prevedono di effettuare oltre 260 mila vacanze in Umbria, pari al 3,7% delle vacanze in Italia, continuando a preferire la provincia di Perugia (con 204,8 mila vacanze previste).

I soggiorni si concentrano in primavera: il 16,5% a marzo, il 32% nel mese di aprile, il 30,6% durante la settimana festiva di pasqua.

<b>Previsioni</b> gennaio-aprile 2009 (n. di vacanze)	
	N
Perugia	204.821
Terni	56.742
<b>Totale</b>	<b>261.562</b>
% Umbria sul totale vacanze previste in Italia	3,7

<b>Periodo della vacanza in Umbria (%)</b> gennaio-aprile 2009			
	Perugia	Terni	Totale
In gennaio	3,0	13,6	5,3
In febbraio (escluso il periodo di Carnevale)	11,4	1,4	9,2
In febbraio nel periodo di Carnevale	5,5	9,8	6,4
In marzo	19,2	6,8	16,5
In aprile (escluso il periodo di Pasqua)	28,9	42,9	32,0
In aprile nel periodo di Pasqua	32,0	25,5	30,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



## Nota metodologica

Per monitorare la domanda turistica interna, la rilevazione viene effettuata su un campione rappresentativo della popolazione nazionale di 17.500 interviste. Tale numerosità determina stime campionarie ad un livello di confidenza del 99% con un margine di errore dello (+/-) 0,98%.

Il campionamento è stato di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane:

- 1000 interviste in Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Marche, Lazio, Abruzzo, Campania, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna;
- 500 interviste in Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Umbria, Molise e Basilicata.

Ogni sub-campione è stato ulteriormente stratificato per le principali variabili socio-demografiche:

- sesso
- età
- dimensione demografica del comune di residenza
- provincia.

La metodologia adottata per la rilevazione del questionario, di durata complessiva media pari a circa 15 minuti, è stata quella C.A.T.I. (*Computer Assisted Telephone Interviews*), con questionario ad hoc, composto da 45 domande.

Le interviste hanno avuto luogo durante il mese di gennaio 2009 e sono state condotte dalla società Dinamiche.