



PRIMA INDAGINE NAZIONALE SULLE GUIDE TURISTICHE

A cura di



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

Sommario

CONFGUIDE – Federazione Nazionale Guide Turistiche.....	3
Identikit di una professione.....	4
Premessa	6
In sintesi	7
1. INDAGINE CAMPIONARIA CONOSCITIVA RIVOLTA ALLE GUIDE TURISTICHE ITALIANE	9
2. INDAGINE QUALITATIVA ALLE STRUTTURE RICETTIVE CERTIFICATE “OSPITALITÀ ITALIANA”	18
Metodologia.....	25

CONFGUIDE – Federazione Nazionale Guide Turistiche

Confguide costituisce il sistema di rappresentanza unitario nazionale delle guide turistiche, guide ambientali e accompagnatori turistici che si riconoscono nei valori del mercato e della concorrenza, della responsabilità sociale dell'attività d'impresa e del servizio reso ai cittadini, ai consumatori e agli utenti.

Nell'attuale scenario economico - turistico nazionale e internazionale un ruolo cardine risiede nella capacità di operare in maniera aggregata e coesa al fine di condividere programmi e di perseguire obiettivi comuni con l'adozione di una logica protesa alla centralità del cliente e alla ricerca della sua soddisfazione.

Il presente studio nasce dall'esigenza di dare vita ad un'indagine conoscitiva finalizzata a rilevare le caratteristiche professionali delle guide turistiche italiane abilitate al servizio, i principali target di clientela e le sinergie tra stakeholder del comparto. Affinché si possa parlare di sistema turistico capace di competere sul mercato, deve infatti esistere una reale capacità di generazione di comportamenti sistemici in grado di valorizzare le risorse esistenti e di attrarne altre dall'esterno in modo da innescare circoli virtuosi e sinergici di generazione di valore.

Identikit di una professione

In un momento di grandi cambiamenti nel mercato turistico e culturale, relativi sia alla domanda sia all'offerta, e di adeguamenti normativi, CONFGUIDE si propone di valorizzare la figura professionale della guida turistica ed implementare la richiesta di servizi di visite guidate tanto da parte del turismo organizzato quanto del visitatore singolo, a partire dalla situazione reale ed attuale con un'ottica proiettata al futuro.

Per questo motivo CONFGUIDE, sindacato nato nel 2013 in seno a Confcommercio con l'obiettivo di "contrastare il fenomeno diffuso dell'abusivismo, garantire servizi di qualità, fornire informazioni corrette, attivare corsi di formazione e di aggiornamento", ha commissionato a Isnart un'indagine mirata, nell'ambito della quale è stato intervistato un ampio campione di guide turistiche abilitate sul territorio italiano, mettendo in evidenza le principali caratteristiche professionali, i target di clientela, i committenti ed i rapporti con gli altri operatori della filiera turistica locale.

L'indagine, presentata in occasione della BIT di Milano a febbraio 2016, fa emergere dati importantissimi e punti di partenza imprescindibili per un impiego sempre più diffuso e propositivo dei servizi che caratterizzano la professione della guida turistica, sfruttando tutte le potenzialità e le capacità della professione anche in termini di promozione, ospitalità e accoglienza al turista/visitatore in Italia.

L'identikit realizzato da ISNART per CONFGUIDE ne fa emergere la nazionalità, le lingue parlate, l'età media, il livello di preparazione culturale, il possesso di ulteriori abilitazioni del mondo del turismo; ma anche informazioni sulla committenza e quindi sulla tipologia dei servizi richiesti. Un quadro osservando il quale si può affermare, con chiarezza, che le guide turistiche italiane sono in grado di soddisfare, attraverso le loro competenze specifiche, le richieste e le esigenze di una utenza di turisti e visitatori sempre più variegata, esigente ed attenta a temi diversi e spesso nuovi.

I servizi più frequentemente svolti sono quelli più squisitamente "culturali", ovvero visite guidate o tour all'interno di musei, mostre temporanee, siti monumentali e archeologici, ma anche servizi che comprendono passeggiate e tour turistici, anche a carattere religioso.



Ne consegue che la guida turistica è e deve essere intesa come il vero anello di congiunzione tra turismo e cultura e la figura chiave per una reale e concreta valorizzazione, fruizione e soprattutto promozione del patrimonio storico, artistico e culturale italiano.

La clientela è composta principalmente da adulti, soprattutto gruppi di turisti organizzati e scolaresche, poi famiglie e gruppi di amici o parenti, che non rinunciano ad una visita guidata in un museo o un palazzo, ad una gita guidata fuori porta o anche solo ad una passeggiata con spiegazioni di musei e monumenti nelle città d'arte del Bel Paese.

Quali sono i rapporti con altri protagonisti della filiera turistica locale? Gli ospiti degli alberghi certificati "Ospitalità Italiana" sono interessati ad usufruire di visite guidate ed i commenti e le informazioni dagli stessi Hotel presso la loro clientela esprimono una evidente soddisfazione per i servizi prestati dalle guide turistiche.

Considerato il grande apprezzamento da parte dei turisti e dei visitatori che si avvalgono di visite guidate, questo servizio non può essere inteso solo come "accessorio" all'interno di un pacchetto turistico (turismo organizzato), ma deve sempre più emergere come un servizio primario per un giusto e corretto apprezzamento di tutto il patrimonio culturale e paesaggistico italiano, che può e deve essere prestato solo da professionisti.

Alla luce di questi dati, CONFGUIDE ritiene che ci debba essere maggiore sinergia tra istituzioni museali e guide turistiche. Infatti, musei, siti archeologici e monumentali possono trovare nelle guide dei professionisti qualificati per una corretta divulgazione dei contenuti culturali e degli alleati per incrementare e meglio accogliere i visitatori, e promuovere il museo stesso.

Ancora, CONFGUIDE ritiene che una maggiore sinergia anche tra gli operatori della filiera del turismo e le guide possa arricchire l'offerta turistica: la visita guidata rappresenta un valore aggiunto importante nell'esperienza del turista/visitatore. Una guida professionista, oltre ad illustrare l'oggetto della visita, induce nel turista/visitatore la voglia di raccontare l'esperienza, tornare e visitare nuovi luoghi, anche quelli meno noti.

Premessa

Il presente studio nasce dall'esigenza di dare vita ad un'indagine conoscitiva finalizzata a rilevare le caratteristiche professionali delle guide turistiche italiane abilitate, i principali target di clientela, i committenti e i rapporti con gli altri operatori della filiera turistica locale.

L'analisi è stata svolta attraverso tre fasi operative: censimento delle guide turistiche italiane, indagine campionaria conoscitiva rivolta alle guide turistiche, indagine qualitativa rivolta alle strutture ricettive certificate "Ospitalità Italiana".

Il censimento delle guide turistiche italiane abilitate, realizzato sulla base dei siti istituzionali di riferimento, si compone di un elenco nominativo con indicazione delle lingue straniere parlate/numero guide abilitate per lingua straniera, recapiti telefonici e/o email.

L'indagine campionaria conoscitiva rivolta alle guide turistiche italiane è stata svolta attraverso interviste telefoniche ad un campione di guide abilitate, al fine di rilevare il titolo di studio, la quota di guide effettivamente in attività, l'eventuale iscrizione al registro IVA e la copertura assicurativa; ulteriori abilitazioni professionali conseguite, la stagionalità dell'attività, la lingua straniera prevalente, i principali committenti, i target di clientela, i principali luoghi/aree di interesse per la propria attività.

L'indagine qualitativa alle strutture ricettive certificate "Ospitalità Italiana" è stata svolta attraverso interviste telefoniche, sulla base di un questionario creato ad hoc, ad un campione di strutture ricettive alberghiere certificate "Ospitalità Italiana". L'obiettivo è di conoscere e rilevare il grado di collaborazione con le guide turistiche locali ed in particolare la conoscenza delle guide locali, il grado di fruizione del servizio offerto, il circuito attraverso il quale l'operatore contatta le guide turistiche, le eventuali richieste da parte della clientela ed il grado di soddisfazione sulle guide turistiche da parte dei visitatori.

In sintesi

Le guide turistiche abilitate al servizio sul territorio italiano

L'indagine svolta sul campione esaminato fa emergere che 9 guide su 10 esercitano effettivamente la professione e per la metà di questi si tratta della principale attività lavorativa, per reddito e tempo dedicato. Italiani (87,9%) e madre lingua straniera (12,1%), sono in prevalenza laureati (83,5%) in conservazione e tutela dei beni culturali, in storia dell'arte e archeologia (38%) oppure in lingue straniere (27%).

4 guide su 10 hanno anche altre abilitazioni professionali: l'80% ha conseguito anche la qualifica di accompagnatore turistico, mentre l'11,8% delle guide è anche direttore tecnico di agenzia di viaggi e il 10,6% è guida ambientale o escursionistica.

I tour sui quali lavorano di più sono quelli squisitamente "culturali", ovvero visite guidate in musei, mostre temporanee o monumenti (72,3% delle guide), mentre il 20,5% lavora soprattutto con passeggiate e tour turistici in esterna e appena il 2,9% delle guide è specializzata in tour a carattere religioso.

I siti e le aree in cui si svolgono le visite guidate sono in prevalenza pubbliche (a segnalare di lavorare soprattutto su aree di proprietà regionale, provinciale, statale o comunale è il 90% delle guide), mentre il 31,7% delle guide lavora prevalentemente in luoghi di proprietà della Santa Sede e l'11,6% in location private.

La composizione della clientela mostra una prevalenza di stranieri (per il 60,5% delle guide turistiche), proveniente dagli USA (per il 47,3% delle guide che hanno clientela straniera), dalla Germania (25,6%), dalla Francia (23,3%) e dal Regno Unito (22%). Seguono gli italiani che risiedono in altre regioni (indicati dal 37,7% delle guide), mentre il target prevalente di clientela è interno alla regione per il 25,3% delle guide e locale per il 14,5%.



I contatti tra le guide e gli altri operatori della filiera turistica

Il 77,8% delle strutture alberghiere certificate Ospitalità Italiana è in contatto con associazioni e/o guide turistiche e il rapporto nasce principalmente da un'iniziativa delle guide stesse, che si presentano di persona (modalità di contatto segnalata dal 43,5% degli operatori alberghieri) oppure inviano un'email (22,6%), mentre si rivolge ad associazioni di categoria il 31,5% delle strutture e passa attraverso agenzie di viaggio e Tour Operator il 13,1%.

Il 71% degli operatori alberghieri Ospitalità Italiana dichiara di avere ospiti interessati a svolgere visite guidate, con un'incidenza media del 20% circa sulla clientela complessiva della struttura. A rivolgersi agli albergatori per una visita guidata sono soprattutto gruppi di amici o familiari (target indicato dal 54,2% delle strutture), seguiti dalle famiglie (38,6%) e dalle coppie di vacanzieri (33,3%).

Il 64,3% degli albergatori si rende disponibile a supportare la propria clientela nella ricerca di una visita guidata sul territorio e la richiesta avviene in prevalenza tramite una telefonata diretta svolta dall'operatore dell'hotel alla guida (indicata dal 60,2% delle strutture) o tramite e-mail (49,1%), mentre solo il 19,4% degli albergatori passa attraverso un'associazione di categoria e il 9,3% si rivolge ad agenzie di viaggio o Tour Operator per richiedere il servizio adatto alle esigenze della propria clientela.

Si tratta di un servizio per il quale la clientela degli hotel esprime evidente soddisfazione: basandosi sui commenti e sulle informazioni raccolte presso gli ospiti che hanno richiesto una visita guidata sul territorio, gli operatori alberghieri esprimono un voto medio di 8,4 (su un massimo 10) per le attività delle guide turistiche sperimentate dalla propria clientela.

1. INDAGINE CAMPIONARIA CONOSCITIVA RIVOLTA ALLE GUIDE TURISTICHE ITALIANE

Sono 9 su 10 le guide turistiche abilitate che esercitano effettivamente la professione e nel 50% circa dei casi si tratta dell'attività primaria, svolta in misura prevalente.

4 guide su 10 hanno anche altre abilitazioni professionali di cui l'80% vi associa la qualifica di accompagnatore turistico, mentre l'11,8% è anche direttore tecnico di agenzia di viaggi e il 10,6% è guida ambientale o escursionistica.

Italiani (87,9%) e madre lingua straniera (12,1%), con una prevalenza per questi ultimi di provenienza dalla Russia, dalla Francia, dalla Germania e dal Giappone. Hanno un'età media di 43 anni (il 38% ha tra i 31 ed i 40 anni, il 32,1% tra i 41 ed i 50 anni), sono laureati (83,5% delle guide turistiche abilitate) in conservazione e tutela dei beni culturali, in storia dell'arte o archeologia (38%) oppure in lingue straniere (27%).

I principali committenti sono le agenzie di viaggi (indicate dal 55,7% delle guide) ed i Tour Operator (39,7%), seguiti dalle associazioni culturali (27,7%) e dalle scuole (25,1%), mentre la richiesta arriva da clientela privata per il 24% delle guide turistiche abilitate e da enti pubblici per il 6,3%.

E' iscritto ad associazioni, cooperative, sindacati o società di servizi il 44,3% delle guide turistiche abilitate, di cui il 73,7% fa riferimento ad associazioni di categoria ed il 17,3% a cooperative.

Circa 6 guide turistiche abilitate su 10 sono iscritte al registro IVA, mentre il regime fiscale più adottato è la ricevuta di lavoro occasionale (29,2%) ed il regime dei minimi per le partite IVA (26,2%). Ad assicurarsi con una polizza RC terzi è il 37,1% delle guide.

Si lavora tutta la settimana (circa il 50% delle guide dal lunedì al giovedì, il 63,7% soprattutto di venerdì e l'83% circa nel week end), **soprattutto a primavera (83,3%) e in estate (64,2%), ma per circa la metà delle guide c'è lavoro anche in autunno** mentre è stagione di visite guidate anche l'inverno solo per il 17,2%.

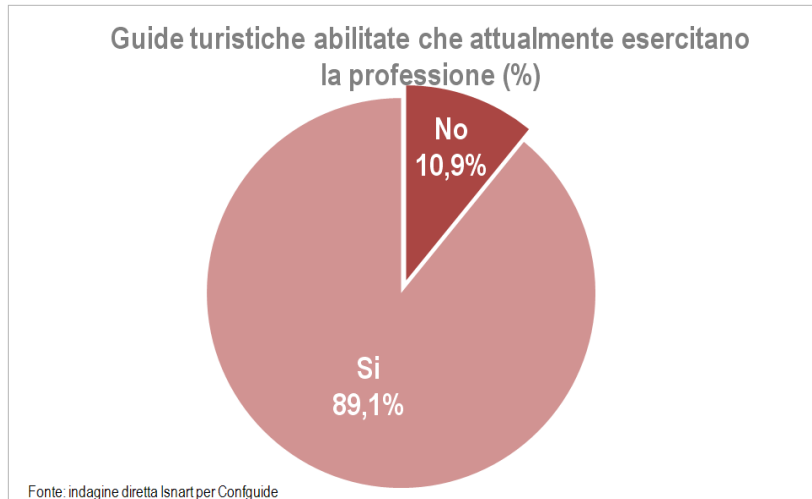
Circa il 55% delle visite guidate viene svolto in lingua: in prevalenza inglese (57,6%), seguito a distanza dal francese (15,5%), dal tedesco (10,1%), dallo spagnolo (6,6%), dal russo (5,1%) e dal giapponese (3,1%).

I tour sui quali lavorano di più sono quelli squisitamente “culturali”, ovvero visite guidate in musei, mostre temporanee o monumenti (72,3% delle guide), mentre il 20,5% lavora soprattutto con passeggiate e tour turistici in esterna e appena il 2,9% delle guide è specializzata in tour a carattere religioso .

Operano soprattutto sul territorio comunale (41,8%) o provinciale (34,2%), mentre solo 1 guida su 4 lavora abitualmente sul territorio regionale e il 4,1% a livello nazionale. I siti e le aree in cui si lavora maggiormente solo nel 90% dei casi pubbliche (di proprietà regionale, provinciale, statale o comunale), mentre il 31,7% delle guide segnala di lavorare soprattutto in luoghi di proprietà della Santa Sede e l'11,6% in location private.

La clientela è composta principalmente da adulti tra i 41 ed i 60 anni (il 49,6% delle guide segnala clientela prevalente tra i 51 ed i 60 anni ed il 45,9% tra i 41 ed i 50 anni), **soprattutto gruppi di turisti organizzati (65,4%), seguiti dalle scolaresche (38,4%), dalle famiglie (23,9%) e dai gruppi di amici o parenti (21,7%).**

Si tratta in prevalenza di **clientela straniera** (indicata dal 60,5% delle guide turistiche), **proveniente dagli USA** (per il **47,3%** delle guide con clientela straniera), **dalla Germania (25,6%), dalla Francia (23,3%) e dal Regno Unito (22%).** Seguono gli italiani che risiedono in altre regioni (indicati dal 37,7% delle guide), mentre il target prevalente di clientela è interno alla regione per il 25,3% delle guide e locale per il 14,5%.



Luogo di nascita delle guide turistiche (%)

Italia	87,9
Estero	12,1
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

L'attività della guida turistica (%)

Primaria/prevalente	49,9
Secondaria	50,1
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Età delle guide turistiche italiane (%)

fino a 30 anni	7,5
da 31 a 40 anni	38,0
da 41 a 50 anni	32,1
da 51 a 60 anni	14,6
oltre 60 anni	7,8
Totale	100,0
età media	43

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Titolo di studio conseguito dalle guide turistiche (%)

Diploma	16,5
Laurea	83,5
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Principali titoli di studio conseguiti dalle guide turistiche (%)

	1°	2°
Diploma	Linguistico (18%)	Classico (15%)
Laurea	Conservazione beni culturali/storia dell'arte/archeologia (38%)	Lingue (27%)

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Guide turistiche che hanno conseguito ulteriori abilitazioni (%)

Si	37,7
No	62,3
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Altre abilitazioni conseguite dalle guide turistiche

% sul totale guide che hanno conseguito altre abilitazioni

Accompagnatore turistico	80,1
Direttore tecnico di agenzia di viaggi	11,8
Guida ambientale o escursionistica	10,6
Interprete	3,7
Guida alpina	0,8

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Guide turistiche con copertura di polizza assicurativa RC terzi (%)

Si	37,1
No	62,9
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Stagionalità dell'attività di guida turistica

% sul totale guide, possibili più risposte

giorni della settimana

Lunedì	48,5
Martedì	52,7
Mercoledì	52,2
Giovedì	53,0
Venerdì	63,7
Sabato	82,8
Domenica	83,9

periodi dell'anno

Primavera	83,3
Estate	64,2
Autunno	53,0
Inverno	17,2
Festivi	19,9

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Percentuale di utilizzo delle lingue straniere durante le visite guidate (%)

Italiano	45,5
Altra lingua	54,5
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

La lingua straniera prevalente utilizzata dalle guide turistiche (%)

Inglese	57,6
Francese	15,5
Tedesco	10,1
Spagnolo	6,6
Russo	5,1
Giapponese	3,1
Altro	1,9
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Principali committenti delle guide turistiche

% sul totale guide, possibili più risposte

Agenzie di viaggio	55,7
Tour operator	39,7
Associazioni culturali	27,7
Scuole	25,1
Singolo cliente privato	24,0
Ente pubblico	6,3
	<i>Comune</i> 63,4
	<i>Provincia</i> 12,2
	<i>Regione</i> 4,9
	<i>Museo</i> 9,8
	<i>Giardini</i> 4,9
	<i>Altro</i> 4,9
Società di servizi culturali turistici	5,8
Ente privato	4,3
	<i>Museo</i> 60,7
	<i>Sito archeologico</i> 21,4
	<i>Case Palazzo</i> 7,1
	<i>Dimore storiche</i> 7,1
	<i>Altro</i> 3,6
Altro	0,8

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Target di clientela prevalente per età

% sul totale guide, possibili più risposte

fino 18 anni	25,4
18-20 anni	13,8
da 21 anni a 30 anni	12,4
da 31 a 40 anni	25,4
da 41 a 50 anni	45,9
da 51 a 60 anni	49,6
da 61 a 70 anni	35,7
oltre 70 anni	12,7

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Target prevalente per tipologia di gruppo

% sul totale guide, possibili più risposte

Gruppi turistici	65,4
Gruppi scolastici	38,4
Famiglie	23,9
Gruppi di amici/familiari	21,7
Coppie	11,9
Single	9,6
Business men	4,6

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Provenienza prevalente della clientela

% sul totale guide, possibili più risposte

Locale	14,5
Regionale	25,3
Italiana fuori regione	37,7
Straniera	60,5

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Principali nazioni estere di provenienza

% sul totale guide con clientela straniera, possibili più risposte

Stati Uniti	47,3
Germania	25,6
Francia	23,3
Gran Bretagna	22,0
Spagna	10,4
Austria	9,1
Russia	9,1
Giappone	8,4
Australia	5,8

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Aree/luoghi dove operano maggiormente le guide turistiche

% sul totale guide, possibili più risposte

Singolo museo	27,4
Singolo sito	23,4
Area comunale	41,8
Area provinciale	34,2
Area regionale	24,2
Area nazionale	4,1
Area europea	1,5

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Principali tour svolti dalle guide turistiche (%)

Culturale (museo, mostra, monumento visita all'interno)	72,3
Turistico (passeggiata in esterna)	20,5
Religioso	2,9
Sportivo	0,2
Enogastronomico	1,8
Naturalistico	1,8
Altro	0,5
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Proprietà delle aree/luoghi dove operano maggiormente le guide turistiche

% sul totale guide, possibili più risposte

Pubblica (comunale, provinciale, regionale, statale)	90,0
Religiosa	31,7
Privata	11,6

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Guide turistiche iscritte al registro IVA

Guide turistiche che svolgono l'unica attività

Si	61,6
No	38,4
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Regime fiscale adottato dalle guide turistiche (%)

Ricevuta lavoro occasionale	29,2
Regime dei minimi partita Iva	26,2
Esente Iva	6,1
Dipendente a tempo determinato	5,7
Contratto a progetto	1,8
Cooperativa	0,3
Non risponde	30,6
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Guide turistiche iscritte ad associazioni, cooperative, associazioni di categoria, sindacati, società di servizi (%)

Si	44,3
No	55,7
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Tipologia di associazione alla quale sono iscritte le guide turistiche (%)

Federazione/sindacato	80,3
Cooperativa	17,3
Società di servizi	2,4
Totale	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

2. INDAGINE QUALITATIVA ALLE STRUTTURE RICETTIVE CERTIFICATE “OSPITALITÀ ITALIANA”

Il 71% degli operatori alberghieri certificati dichiara di avere ospiti interessati a svolgere visite guidate, con un'incidenza media del 20% circa sulla clientela complessiva della struttura.

Le richieste più frequenti che ricevono gli operatori alberghieri dalla propria clientela riguardano una guida madrelingua (indicata dal 39,9% degli operatori) e/o con esperienza (37,3%), seguite a distanza da chi richiede una guida turistica giovane (14,4%).

Il 77,8% degli operatori dell'hôtellerie certificati è in contatto con guide turistiche ed in particolare il 48,8% è in contatto diretto con le guide abilitate, il 43,5% con Associazioni, il 26,8% con le agenzie di viaggi, l'8,3% con il Comune ed il 6,5% con la Provincia.

Il 65,3% degli hotel certificati Ospitalità Italiana offre alla propria clientela la possibilità di visionare materiale promozionale sulle guide turistiche locali abilitate al servizio.

Il materiale a disposizione della clientela nella hall dell'hotel è nel 74,5% dei casi a cura del Comune, della provincia o di Associazioni culturali e di categoria, mentre nel 25,5% si tratta di depliant prodotti in autonomia dalla guida abilitata. Un hotel su quattro espone il materiale promozionale nelle camere degli ospiti.

A rivolgersi agli albergatori Ospitalità Italiana per una visita guidata sono soprattutto gruppi di amici o familiari (target indicato dal 54,2% delle strutture), seguiti dalle famiglie (38,6%) e dalle coppie di vacanzieri (33,3%). Richieste da single e uomini d'affari solo per gli albergatori delle strutture di media e alta categoria (indicati rispettivamente dall'8,5% e dal 3,9% di questi operatori).

La clientela prevalente ha un'età compresa tra i 41 ed i 50 anni (indicata dal 47,7% delle strutture certificate), seguono le fasce d'età dei tra i 31 ed i 40 anni e tra i 51 ed i 60 anni (entrambe indicate da 1 operatore su 4).

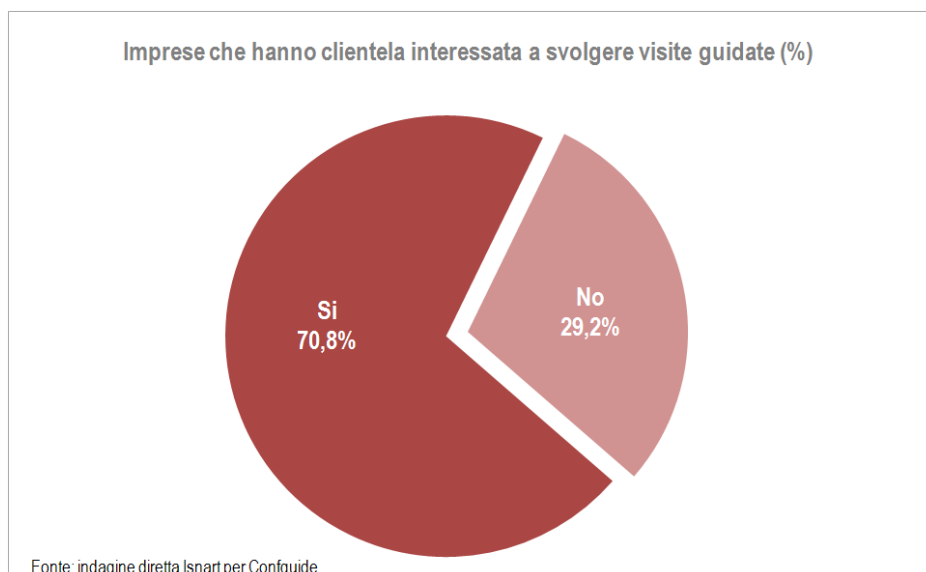
Il contatto tra gli hotel e le guide turistiche avviene in prevalenza attraverso la promozione diretta svolta su iniziativa della guida stessa, la quale si presenta di persona (indicata dal 43,5% degli hotel certificati) oppure invia un'e-mail (22,6%), mentre il contatto tramite Associazioni è segnalato

dal 31,5% delle strutture e quello indiretto attraverso il canale di intermediazione commerciale di agenzie di viaggio e Tour Operator appena dal 13,1%.

La frequenza di utilizzo del servizio è mediamente bassa (per il 76,5% degli hotel è inferiore alle 5 volte nell'arco di un mese), con l'abitudine a richiedere la guida di fiducia: il 79,2% si avvale sempre della stessa guida, mentre solo il 20,8% la cambia sulla base delle esigenze della clientela.

L'64,3% degli albergatori si rende disponibile a supportare la propria clientela nella ricerca di una visita guidata sul territorio e la richiesta avviene in prevalenza tramite una telefonata diretta svolta dall'operatore dell'hotel alla guida di conoscenza (indicata dal 60,2% delle strutture) o con un contatto tramite e-mail (49,1%), mentre solo il 19,4% degli albergatori passa attraverso un'associazione e il 9,3% si rivolge ad agenzie di viaggio o Tour Operator per richiedere il servizio adatto alle esigenze della propria clientela. **Il 13,7% degli operatori si limita a rilasciare alla clientela il contatto telefonico al cliente interessato al servizio.**

In media le visite guidate hanno una durata di 4 ore e la clientela esprime un grado di soddisfazione elevato per il servizio offerto: **in una scala da 1 a 10 il voto medio espresso dagli operatori alberghieri certificati, basato sui commenti e sulle informazioni raccolte presso la propria clientela, è di 8,4**, mentre le lamentele prevalenti riguardano la durata (giudicata da alcuni eccessiva) o i contenuti della visita guidata ed in particolare la richiesta di una maggiore ricchezza di "curiosità" sul territorio.



Hotel certificati Ospitalità Italiana nei quali è presente materiale promozionale sulle guide turistiche locali abilitate (%)

	1-2 stelle	3 stelle	4-5 stelle	Totale
Si	62,5	65,5	65,4	65,3
No	37,5	34,5	34,6	34,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Luogo nel quale è presente materiale promozionale sulle guide turistiche locali abilitate

% sul totale hotel Ospitalità Italiana nei quali è presente materiale promozionale, possibili più risposte

	1-2 stelle	3 stelle	4-5 stelle	Totale
Si, nella hall, le guide turistiche locali sono inserite su depliant curati dal Comune/Provincia/associazioni	70,0	80,8	66,0	74,5
Si, nella hall, promozione individuale	40,0	19,2	32,1	25,5
Si, nelle camere	30,0	26,9	26,4	27,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Hotel certificati Ospitalità Italiana in contatto con guide turistiche locali (%)

	Si	No	Totale
1-2 stelle	68,8	31,3	100,0
3 stelle	79,0	21,0	100,0
4-5 stelle	77,8	22,2	100,0
Totale	77,8	22,2	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Hotel certificati Ospitalità Italiana: modalità di contatto con le guide turistiche % sul totale operatori in contatto con guide turistiche, possibili più risposte

	1-2 stelle	3 stelle	4-5 stelle	Totale
Direttamente con le guide	45,5	55,3	39,7	48,8
Con associazioni	45,5	42,6	44,4	43,5
Con agenzie di viaggio	9,1	24,5	33,3	26,8
Con il Comune	0,0	6,4	12,7	8,3
Con la Provincia	9,1	7,4	4,8	6,5
Altro	18,2	5,3	3,2	5,4

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Le richieste da parte della clientela in merito alle guide turistiche locali (oltre la lingua parlata) negli hotel certificati Ospitalità Italiana % sul totale hotel con clientela interessata alle guide turistiche, possibili più risposte

	1-2 stelle	3 stelle	4-5 stelle	Totale
Guida straniera madrelingua	62,5	41,0	35,5	39,9
Guida con esperienza	37,5	37,3	37,1	37,3
Guida giovane	12,5	14,5	14,5	14,4
Guida locale	-	1,2	1,6	1,3
Altro	-	8,4	11,3	8,5

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Tipologia di clientela che richiede l'ausilio di una guida turistica locale nelle imprese certificate Ospitalità Italiana

% sul totale hotel con clientela interessata alle guide turistiche, possibili più risposte

	1-2 stelle	3 stelle	4-5 stelle	Totale
Gruppi di amici/familiari	50,0	53,0	56,5	54,2
Famiglie	37,5	37,3	40,3	38,6
Coppie	75,0	26,5	37,1	33,3
Single	-	7,2	11,3	8,5
Business men	-	4,8	3,2	3,9

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Età della clientela che richiede l'ausilio di una guida turistica locale nelle imprese certificate Ospitalità Italiana

	1-2 stelle	3 stelle	4-5 stelle	Totale
da 18 anni a 30 anni	-	-	4,8	2,0
da 31 a 40 anni	12,5	27,7	19,4	23,5
da 41 a 50 anni	62,5	45,8	48,4	47,7
da 51 a 60 anni	25,0	25,3	21,0	23,5
oltre 60 anni	-	1,2	6,5	3,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Grado di utilizzo/contatto delle guide turistiche locali in media durante un mese da parte degli hotel certificati Ospitalità Italiana (%)

Hotel in contatto con guide turistiche

	Alto (10 volte in un mese)	Medio (5 volte in un mese)	Basso (meno di 5 volte in un mese)	Totale
1-2 stelle	11,1	0,0	88,9	100,0
3 stelle	4,8	20,5	74,7	100,0
4-5 stelle	3,5	19,3	77,2	100,0
Totale	4,7	18,8	76,5	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Imprese ricettive che sia avvalgono sempre delle stesse guide turistiche locali (%)

Hotel in contatto con guide turistiche

	Si	No, cambio sulla base delle esigenze della clientela	Totale
1-2 stelle	55,6	44,4	100,0
3 stelle	84,3	15,7	100,0
4-5 stelle	75,4	24,6	100,0
Totale	79,2	20,8	100,0

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Numero di guide turistiche locali contattate in media in un mese dagli hotel certificati Ospitalità Italiana

Hotel in contatto con guide turistiche

	da 1 a 3	da 4 a 7	da 8 a 10	oltre 10	Totale
1-2 stelle	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
3 stelle	83,1	7,2	4,8	4,8	100,0
4-5 stelle	86,0	14,0	0,0	0,0	100,0
Totale	85,2	9,4	2,7	2,7	100,0

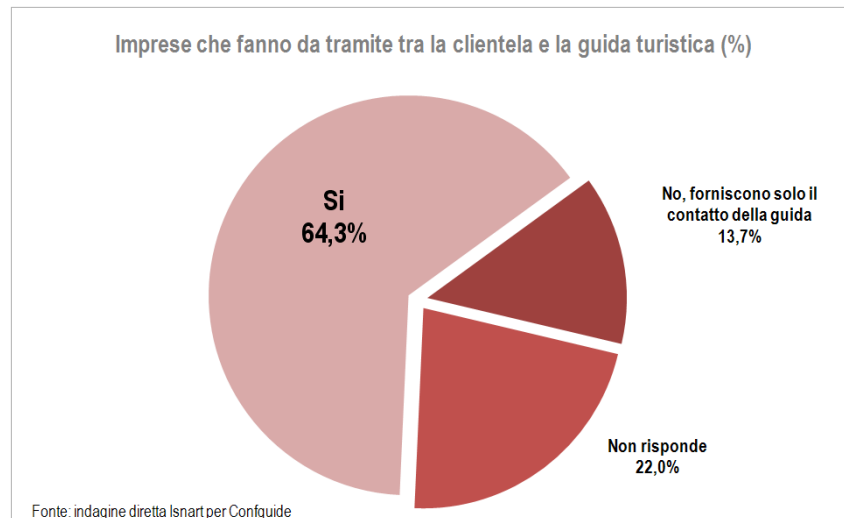
Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Canali di comunicazione tra gli hotel e le guide abilitate

% sul totale operatori in contatto con guide turistiche, possibili più risposte

	1-2 stelle	3 stelle	4-5 stelle	Totale
Promozione diretta da parte della guida turistica locale presso la struttura	54,5	40,4	46,0	43,5
Tramite le associazioni	45,5	31,9	28,6	31,5
Promozione via mail da parte della guida turistica locale presso la struttura	9,1	22,3	25,4	22,6
Tramite agenzie di viaggio/Tour Operator	-	11,7	17,5	13,1
Tramite il Comune	-	5,3	7,9	6,0
Tramite la Provincia	-	4,3	4,8	4,2
Altro	-	-	1,6	0,6

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide



Modalità di contatto tra gli hotel e le guide

% sulle imprese che fanno da tramite tra cliente e guida, possibili più risposte

	1-2 stelle	3 stelle	4-5 stelle	Totale
Contattando direttamente le guide turistiche locali abilitate al servizio tramite cellulare	44,4	61,1	62,2	60,2
Contattando direttamente le guide turistiche locali abilitate al servizio tramite mail	66,7	40,7	55,6	49,1
Contattando le guide turistiche locali abilitate al servizio tramite associazioni di categoria	33,3	24,1	11,1	19,4
Contattando le guide turistiche locali abilitate al servizio tramite agenzie di viaggio/Tour Operator	-	7,4	13,3	9,3

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Soddisfazione per la visita guidata della clientela degli hotel certificati Ospitalità italiana (valutazione operatore punteggio minimo 1 massimo 10)

1-2 stelle	8,1
3 stelle	8,4
4-5 stelle	8,4
Totale	8,4

Fonte: indagine diretta Isnart per Confguide

Metodologia

Censimento delle guide turistiche italiane

Nel corso del mese di maggio 2015 è stata svolta l'analisi desk per la costruzione della banca dati delle guide turistiche italiane abilitate al servizio attraverso gli elenchi ufficiali disponibili online presso i siti istituzionali delle Regioni e Province italiane.

Sono state inoltre contattate telefonicamente e/o via mail i referenti degli albi delle guide turistiche, laddove il nominativo era disponibile online, altrimenti si è provveduto a contattare i referenti del settore turismo o i referenti generici della Provincia o della Regione.

La banca dati (DB) creata contiene un totale di **17.100 contatti a livello provinciale**.

Per ogni guida il DB riporta il nome, il cognome, uno o più contatti telefonici e/o un indirizzo e-mail nonché l'indicazione delle lingue straniere per le quali si è ottenuta l'abilitazione. Nella banca dati sono presenti oltre 13 mila contatti telefonici e oltre 12 mila e-mail.

Le principali lingue parlate sono l'inglese (da oltre 10 mila guide), il francese (da oltre 5 mila) e il tedesco (quasi 3 mila guide turistiche abilitate).

Per le regioni Friuli Venezia Giulia, Umbria, Abruzzo, Molise, Campania, Basilicata e Sicilia il file è regionale: per le regioni Liguria, Toscana e Marche i dati sono stati forniti dalla Regione ma si tratta di file provinciali; in tutti gli altri casi il dato è provinciale.

Per le sole province di Vercelli, Alessandria, Bergamo, Bolzano, Foggia e Taranto sono stati individuati i nominativi delle guide ma non i contatti telefono/email.

I dati sono stati raccolti ed organizzati in due file excel:

1. file "**Contatti guide**" contiene la banca dati delle guide turistiche con tutti i dati individuati (anagrafica, lingue, contatti);
2. il file "**Contatti mail e siti**" contiene per ogni regione/provincia i link utilizzati e laddove disponibili i riferimenti delle persone contattate.

**Principali lingue parlate dalle guide turistiche in Italia
(n. di guide)**

Inglese	10.308
Francese	5.273
Tedesco	2.865
Spagnolo	2.806
Russo	631
Portoghese	349

Fonte: analisi desk Isnart

Distribuzione Guide turistiche per regione¹	
LAZIO	3.439
TOSCANA	2.347
PUGLIA	1.513
LOMBARDIA	1.389
PIEMONTE	1.266
SICILIA	1.061
CAMPANIA	925
SARDEGNA	837
EMILIA ROMAGNA	834
VENETO	730
ABRUZZO	593
TRENTINO ALTO ADIGE	544
LIGURIA	332
MOLISE	286
CALABRIA	228
MARCHE	212
UMBRIA	200
BASILICATA	182
FRIULI VENEZIA GIULIA	182
VALLE D'AOSTA	33
TOTALE	17.133

¹ Il totale regionale è dato dalla somma delle guide nelle singole provincie, potrebbero esserci dei casi di guide che hanno l'abilitazione in diverse regioni/provincie e quindi una duplicazione del dato

Distribuzione Guide turistiche per provincia		
PIEMONTE	TORINO	448
PIEMONTE	VERCELLI	100
PIEMONTE	NOVARA	101
PIEMONTE	CUNEO	288
PIEMONTE	ASTI	121
PIEMONTE	ALESSANDRIA	106
PIEMONTE	BIELLA	41
PIEMONTE	VERBANO-CUSIO-OSSOLA	61
VALLE D'AOSTA	AOSTA	33
LOMBARDIA	VARESE	40
LOMBARDIA	COMO	102
LOMBARDIA	SONDRIO	76
LOMBARDIA	MILANO	417
LOMBARDIA	BERGAMO	140
LOMBARDIA	BRESCIA	166
LOMBARDIA	PAVIA	112
LOMBARDIA	CREMONA	61
LOMBARDIA	MANTOVA	153
LOMBARDIA	LECCO	37
LOMBARDIA	LODI	46
LOMBARDIA	MONZA BRIANZA	39
TRENTINO ALTO ADIGE	BOLZANO	425
TRENTINO ALTO ADIGE	TRENTO	119
VENETO	VERONA	130
VENETO	VICENZA	113
VENETO	BELLUNO	17
VENETO	TREVISO	79
VENETO	VENEZIA	251
VENETO	PADOVA	126
VENETO	ROVIGO	14
FRIULI-VENEZIA GIULIA		182
LIGURIA	IMPERIA	64
LIGURIA	SAVONA	36
LIGURIA	GENOVA	153
LIGURIA	LA SPEZIA	79
EMILIA-ROMAGNA	PIACENZA	68
EMILIA-ROMAGNA	PARMA	93
EMILIA-ROMAGNA	REGGIO EMILIA	58
EMILIA-ROMAGNA	MODENA	77
EMILIA-ROMAGNA	BOLOGNA	111
EMILIA-ROMAGNA	FERRARA	150
EMILIA-ROMAGNA	RAVENNA	137
EMILIA-ROMAGNA	FORLÌ CESENA	68
EMILIA-ROMAGNA	RIMINI	72

DISTRIBUZIONE GUIDE TURISTICHE PER PROVINCIA		
TOSCANA	MASSA CARRARA	33
TOSCANA	LUCCA	170
TOSCANA	PISTOIA	50
TOSCANA	FIRENZE	1.243
TOSCANA	LIVORNO	116
TOSCANA	PISA	259
TOSCANA	AREZZO	79
TOSCANA	SIENA	129
TOSCANA	GROSSETO	97
TOSCANA	PRATO	171
UMBRIA		200
MARCHE	PESARO E URBINO	63
MARCHE	ANCONA	32
MARCHE	MACERATA	46
MARCHE	ASCOLI PICENO	34
MARCHE	FERMO	37
LAZIO	VITERBO	336
LAZIO	RIETI	53
LAZIO	ROMA	2.797
LAZIO	LATINA	141
LAZIO	FROSINONE	112
ABRUZZO		593
MOLISE		286
CAMPANIA		925
PUGLIA	FOGGIA	194
PUGLIA	BARI	606
PUGLIA	TARANTO	86
PUGLIA	BRINDISI	127
PUGLIA	LECCE	288
PUGLIA	BARLETTA-ANDRIA-TRANI	212
BASILICATA		182
CALABRIA	COSENZA	74
CALABRIA	CATANZARO	46
CALABRIA	REGGIO CALABRIA	90
CALABRIA	CROTONE	12
CALABRIA	VIBO VALENTIA	6
SICILIA		1.061
SARDEGNA	NUORO	190
SARDEGNA	CAGLIARI	354
SARDEGNA	ORISTANO	160
SARDEGNA	OLBIA-TEMPIO	84
SARDEGNA	OGLIASTRA	49
TOTALE		17.133



Indagine campionaria conoscitiva rivolta alle guide turistiche italiane

Nel corso del mese di giugno 2015 per la costruzione del campione da intervistare sono state contattate circa 1.340 guide turistiche attraverso i contatti disponibili online rilevati dall'analisi desk delle guide turistiche italiane abilitate. Di queste, 147 (l'11%) hanno dichiarato di non esercitare la professione turistica, 540 non hanno inteso completare l'intervista, mentre 653 hanno regolarmente completato l'intervista.

L'indagine telefonica ha previsto un questionario ad hoc e ha rilevato, in particolare:

- titolo di studio conseguito con dettaglio di specializzazione;
- quota di guide turistiche in attività;
- quota di guide turistiche iscritte al registro IVA in caso di attività unica;
- quota di guide che operano con copertura di polizza assicurativa (RC terzi);
- ulteriori abilitazioni professionali conseguite;
- la stagionalità dell'attività (giorni della settimana/periodi dell'anno);
- lingua straniera prevalente;
- principali committenti;
- target della clientela (es. gruppi, famiglie) e provenienza;
- principali luoghi/area di interesse per la propria attività.

Indagine qualitativa rivolta alle strutture ricettive certificate “Ospitalità Italiana”

Nel corso del mese di giugno 2015 sono stati contattati 216 hotel certificati Ospitalità Italiana al fine di conoscere e rilevare il grado di collaborazione con le guide turistiche locali.

Ospitalità Italiana è un’iniziativa di sistema delle Camere di Commercio che dal 1997 garantisce al consumatore standard qualitativi sulle imprese ricettive e ristorative (alberghi, ristoranti, agriturismi, campeggi, stabilimenti balneari ecc); un processo di certificazione gratuito, volontario e rinnovabile annualmente che enfatizza la qualità del servizio erogato.

L’indagine telefonica ha previsto un questionario ad hoc e ha rilevato, in particolare:

- la conoscenza delle guide locali;
- il grado di fruizione delle guide turistiche locali;
- il circuito attraverso il quale l’operatore contatta le guide turistiche;
- il grado di soddisfazione sulle guide turistiche.



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche





CONFGUIDE

Federazione Nazionale Guide Turistiche - Confcommercio Imprese per l'Italia

Piazza G. G. Belli 2

00153 Roma

Tel +39 06 5866305 – 06 5866260

Fax +39 06 5812750

confguide@confcommercio.it

deskfederazioni@confcommercio.it



**Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche**