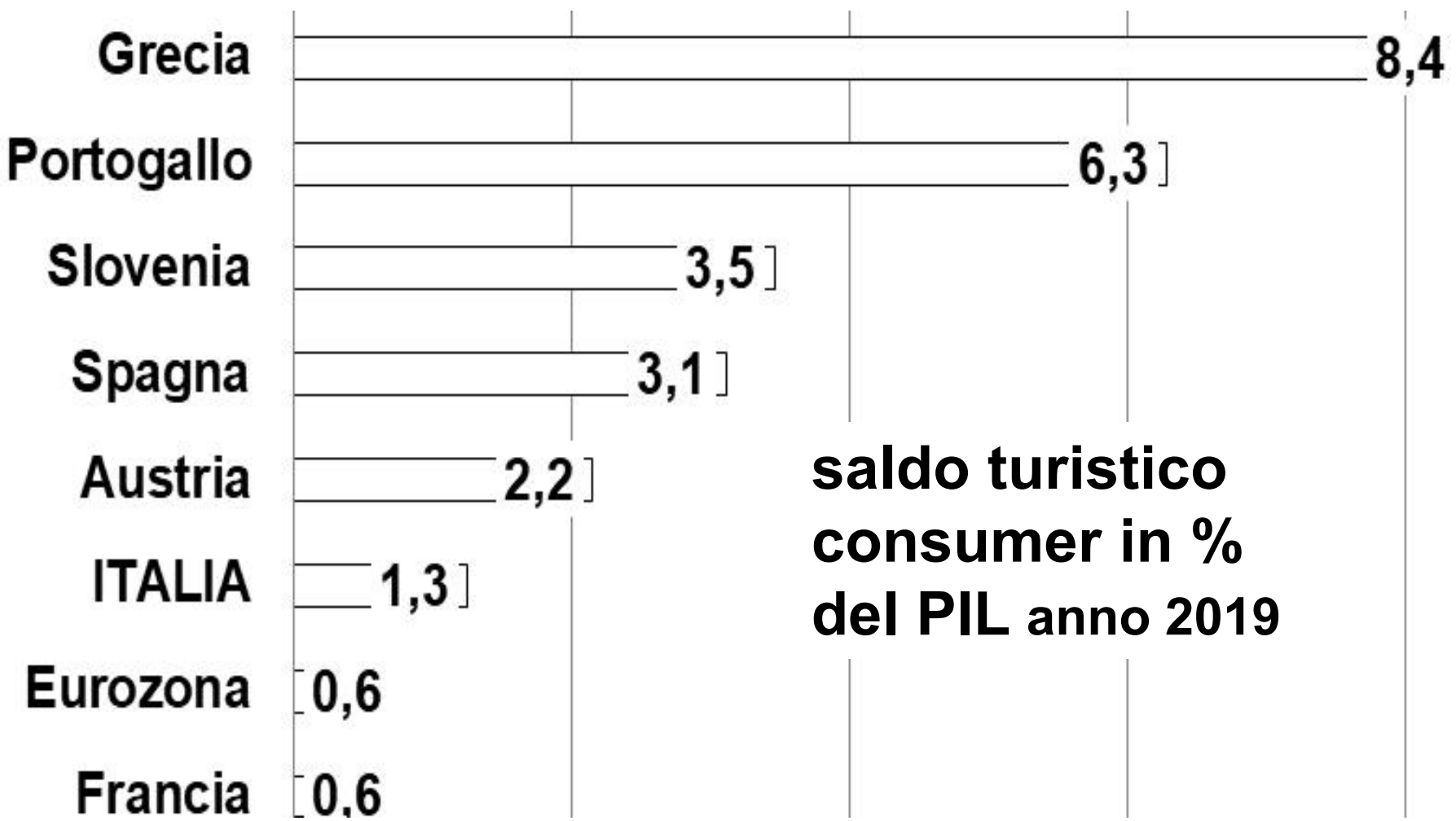


appunto sull'attrattività turistica delle regioni italiane

**Stati Generali del Turismo
Chianciano, 28 ottobre 2022**

**Mariano Bella
Direttore Ufficio Studi Confcommercio**

competitività-attrattività



**saldo turistico
consumer in %
del PIL anno 2019**

indici regionali sulle presenze

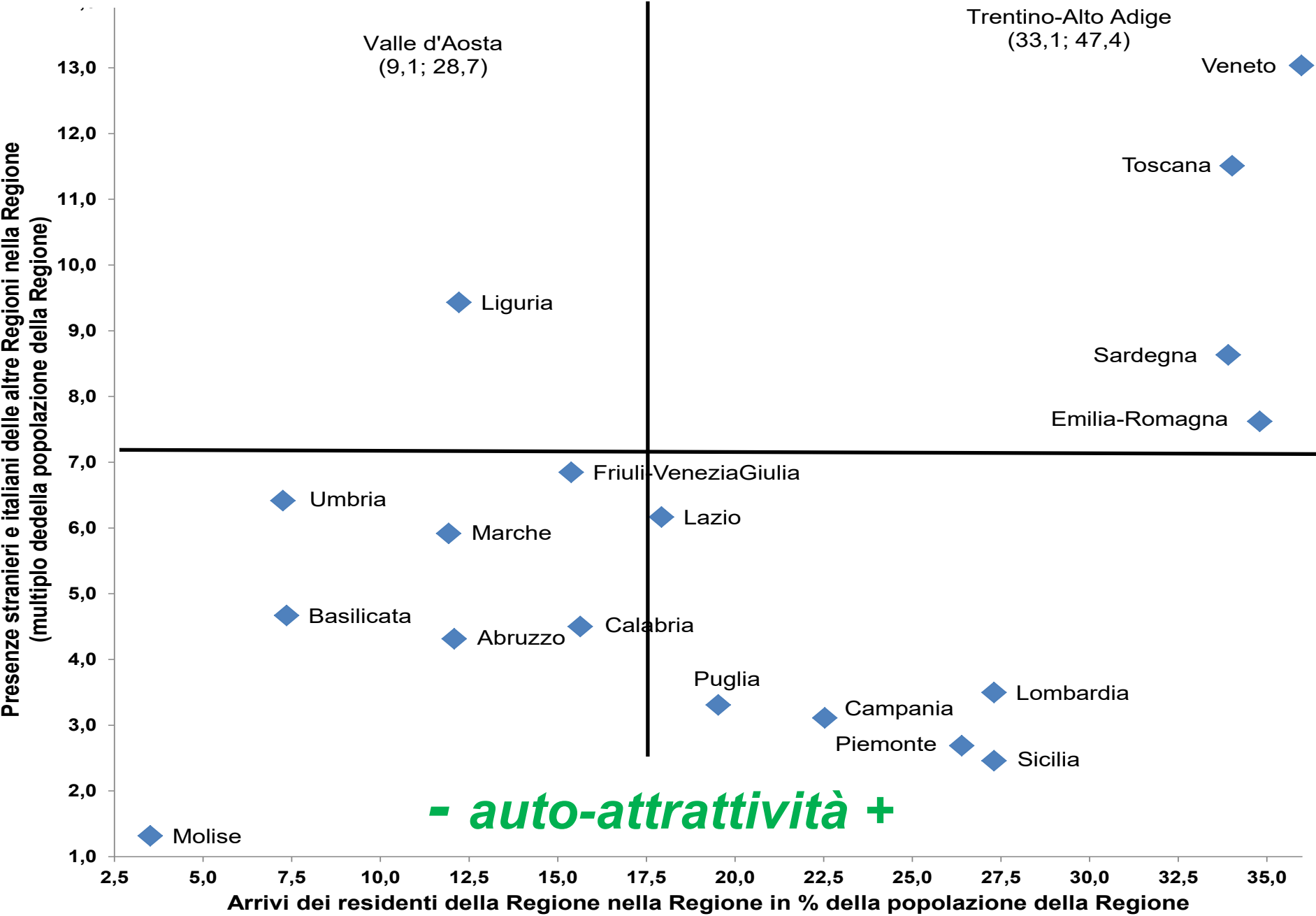
Distribuzione delle presenze secondo la provenienza in % del totale delle presenze

<i>anno 2019</i>	stranieri	italiani al netto dei residenti nella regione	residenti nella regione
Piemonte	43,9	34,1	22,0
Val d'Aosta	41,7	57,5	0,7
Liguria	40,7	54,9	4,3
Lombardia	59,9	26,7	13,4
Trentino A. A.	59,8	38,2	2,1
Veneto	67,6	21,7	10,7
Friuli V. G.	56,9	34,4	8,6
Emilia Romagna	26,3	58,0	15,7
Toscana	53,6	34,9	11,5
Umbria	35,3	59,7	5,0
Marche	16,6	69,9	13,5
Lazio	62,5	28,6	8,9
Abruzzo	12,8	77,7	9,4
Molise	7,9	82,5	9,6
Campania	48,3	32,6	19,1
Puglia	24,9	60,1	15,1
Basilicata	12,5	82,5	5,1
Calabria	23,1	67,0	10,0
Sicilia	50,5	29,1	20,4
Sardegna	51,0	41,1	7,8
Italia	50,5	38,4	11,1

decomporre l'attrattività
«regionale»:

- 1) valorizzare la componente di auto-attrattività
- 2) analizzare in profondità il ruolo delle seconde case (non presente in questi numeri; si tratterebbe di avere altre tre colonne a fianco delle tre presenti in tabella, intestate a presenze presso seconde case)

attrattività e auto-attrattività (2019)



fonti

chart 1: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio (USC) su dati Eurostat.

chart 2-3: Elaborazioni USC su dati Banca d'Italia e Istat.

appunto sull'attrattività turistica delle regioni italiane

**Stati Generali del Turismo
Chianciano, 28 ottobre 2022**

**Mariano Bella
Direttore Ufficio Studi Confcommercio**