

TURISMO LGBT IN ITALIA - estate 2015 -

Alla ricerca di location con un "alto livello di socializzazione", però lontani – possibilmente – dai luoghi comuni e soprattutto dalle persone che si frequentano quotidianamente. Sembra questa, in estrema sintesi, la finalità primaria che ricercano – nella loro prossima vacanza estiva 2015 – i "turisti LGBT", sebbene una loro classificazione così schematica possa risultare errata.

E' infatti sbagliato classificare questi turisti per preferenze sessuali, e per tale motivo la Ricerca analizza i desideri di vacanza, i luoghi di frequentazione, le motivazioni di tali scelte, etc. in maniera asettica, cercando di comprendere in profondità questi viaggiatori che, in Italia, cominciano ad avere precisi punti di riferimento: Tour Operator specializzati, alberghi e villaggi friendly, eventi e locali dedicati, etc.

E gli Enti Locali come si avvicinano a questo mercato? In nessuna maniera, se è vero che in Italia sono tante le località che si professano *LGBT friendly*, ma solo a parole: l'approccio è ancora quello di chi si preoccupa di non creare "scompensi" con i turisti etero e, per questo motivo, la comunicazione avviene sotto tono e, spesso, non avviene affatto. Così questo target guarda oltre confine e per l'estate 2015 sceglie altro: dalle mitiche Mykonos, Sitges e Lesbo, sino a Ibiza o Gran Canaria, ma anche alla croata Hvar, alla francese Nizza o alle capitali come Barcellona, Parigi, Berlino, Londra e Dublino.

*"Nell'estate 2015 turisti LGBT Italiani – afferma Massimo Feruzzi, Amministratore Unico di JFC e responsabile della Ricerca – spenderanno complessivamente **1Miliardo 568Milioni di Euro**: purtroppo **meno di 1/3** di questa spesa resterà dentro i confini nazionali, e ciò è dovuto alla mancanza, in Italia, di un atteggiamento "welcoming" verso questa clientela che quest'estate rappresenterà oltre **930mila arrivi**, con una spesa pro-capite media di **1.680,00 Euro**."*

Si tratta di clienti che ricercano socialità e relazioni; la maggior parte di essi si muove in coppia, ed anche per questo motivo non accetta aree di ghettizzazione. Purtroppo in Italia c'è ancora poca sensibilità e manca un vero sentimento di ospitalità verso questa ampia comunità.

E' utile però affermare che le **motivazioni sono assai variabili** a seconda della tipologia di vacanza che i turisti LGBT ricercano:

- se "*vacanza di socializzazione*" la destinazione deve essere divertente, frizzante ed offrire opportunità di aggregazione e relazione;
- se "*vacanza di relax, di coppia*" la destinazione deve invece essere tranquilla, possibilmente distante dai luoghi LGBT più frequentati e conosciuti;

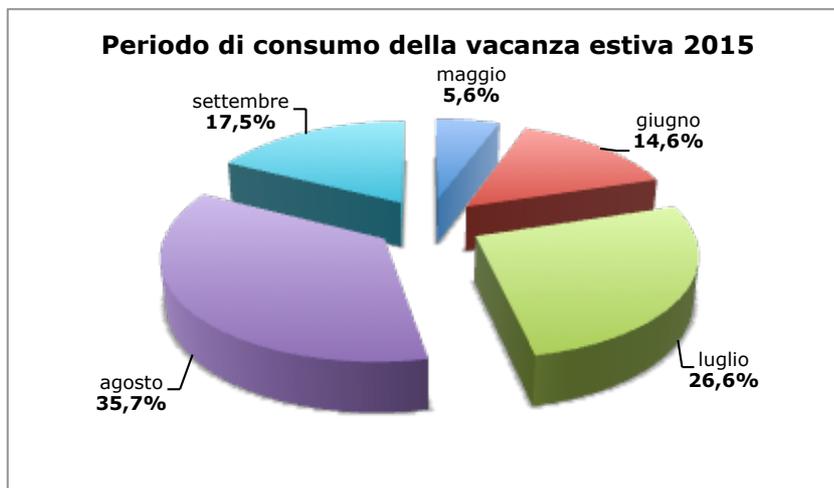


ma sono altresì variabili le differenze che spingono la scelta di vacanza tra i vari componenti della comunità LGBT:

- per quanto riguarda le **lesbiche**, le stesse sono le più "repeater" e tornano quindi volentieri in una destinazione conosciuta, soprattutto per rilassarsi;
- i **gay**, al contrario, sono quelli che – più di altri – manifestano maggior interesse ad esplorare destinazioni nuove, ricercando luoghi turisticamente famosi, con una vita notturna frizzante e con luoghi di socializzazione per gay;
- sulla linea della ricerca di luoghi ad alto livello di vita notturna e di luoghi/locali di socializzazione si muovono anche i **bisessuali** italiani;
- i **transgender** prediligono frequentare destinazioni dove si svolgono eventi o manifestazioni, come pure soggiornare in luoghi dove vi siano locali di socializzazione.

Una comunità che, nella sua accezione più completa, si può definire LGBTQI, comprendendo anche "queer" e "intersex", che ricercano anch'essi – in prevalenza – aree di relazioni e socializzazione.

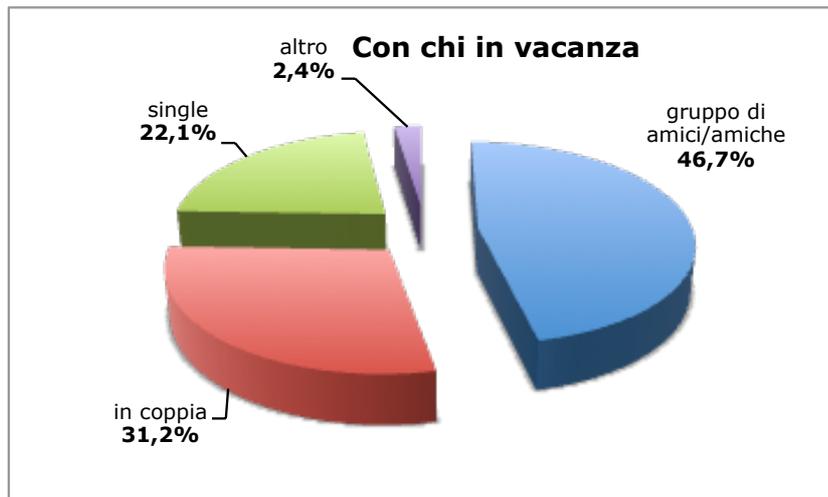
I turisti Italiani LGBT scelgono, per le loro vacanze estive, **periodi** che possiamo definire "canonici", con il mese di "agosto" al centro del loro interesse. E' infatti pari al 35,7% la quota di coloro che vanno in vacanza in questo mese, mentre è alta anche la percentuale di coloro che scelgono il mese di "luglio" (26,6%).



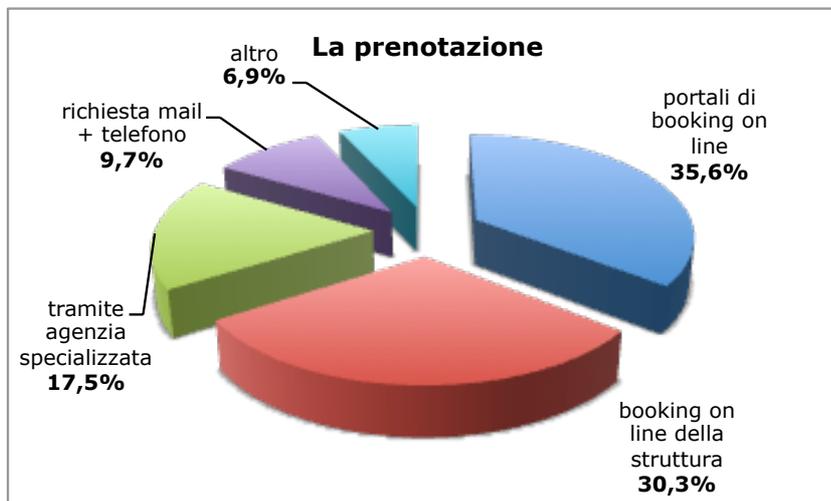
Buona altresì la quota di chi predilige il mese di "settembre" (17,55), mentre è più bassa la percentuale dei clienti LGBT che va in vacanza, durante l'estate, nel mese di "giugno" (14,6%) o nel mese di "maggio" (5,6%).

E' anche interessante analizzare **con chi va in vacanza** il turista LGBT italiano: emerge la preferenza di muoversi in "gruppi di amici ed amiche" (46,7%), ed in questo contesto è interessante notare come il numero medio di amici/amiche che scelgono di andare in vacanza insieme sia pari a 4. Alta anche la quota di chi si muove "in coppia" (31,2%), mentre i "single" rappresentano una

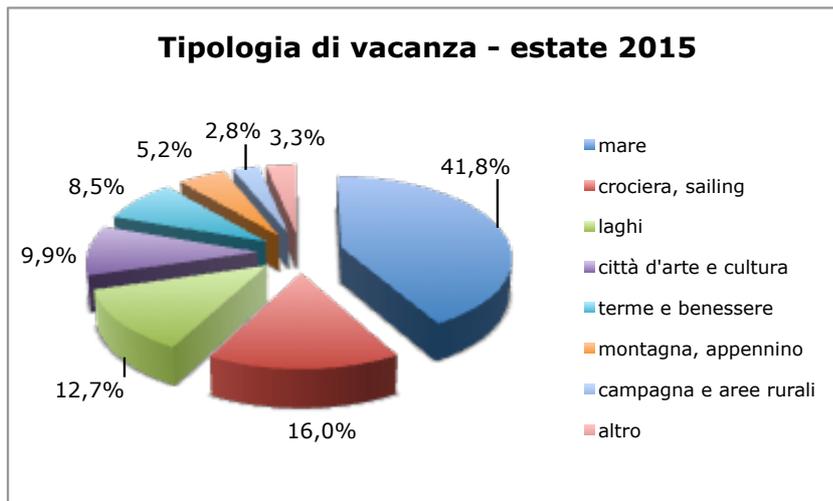
percentuale pari al 2,4%. Vi è, infine, un 2,4% di turisti LGBT che va in vacanza in "altra compagnia", ad esempio con la famiglia.



Ma come viene effettuata la **prenotazione**? Il turista LGBT Italiano, da questo punto di vista, è decisamente molto più avanti rispetto alla media nazionale. E' infatti pari al 65,9% la quota di coloro che prenotano tramite i sistemi di booking on line (35,6% sui portali e 30,3% direttamente sul booking della struttura), mentre il 17,5% si rivolge ad un'agenzia di viaggio specializzata. Vi è poi un'ulteriore quota del 9,7% che prenota telefonicamente a seguito di contatto e richiesta via mail.



Scendendo nello specifico della **tipologia di vacanza estiva**, emerge con chiarezza come sia la classica "vacanza al mare" quella di maggiore frequentazione da parte dei turisti LGBT, con una quota pari al 41,8%. A seguire, sempre il mare ma con un concetto diverso, che è quello della "crociera e del sailing" (16%). Minore la quota di chi sceglie "località lacuali" (12,7%), le "città d'arte e cultura" (9,9%) e quelle legate alle "terme ed al benessere" (8,5%: queste opzioni di vacanza si pongono in vetta alla classifica nel periodo autunnale ed invernale).



Ancora più scarsa la quota dei turisti LGBT che scelgono località in "montagna o in Appennino" (5,2%), oppure in "campagna e nelle aree rurali" (2,8%).

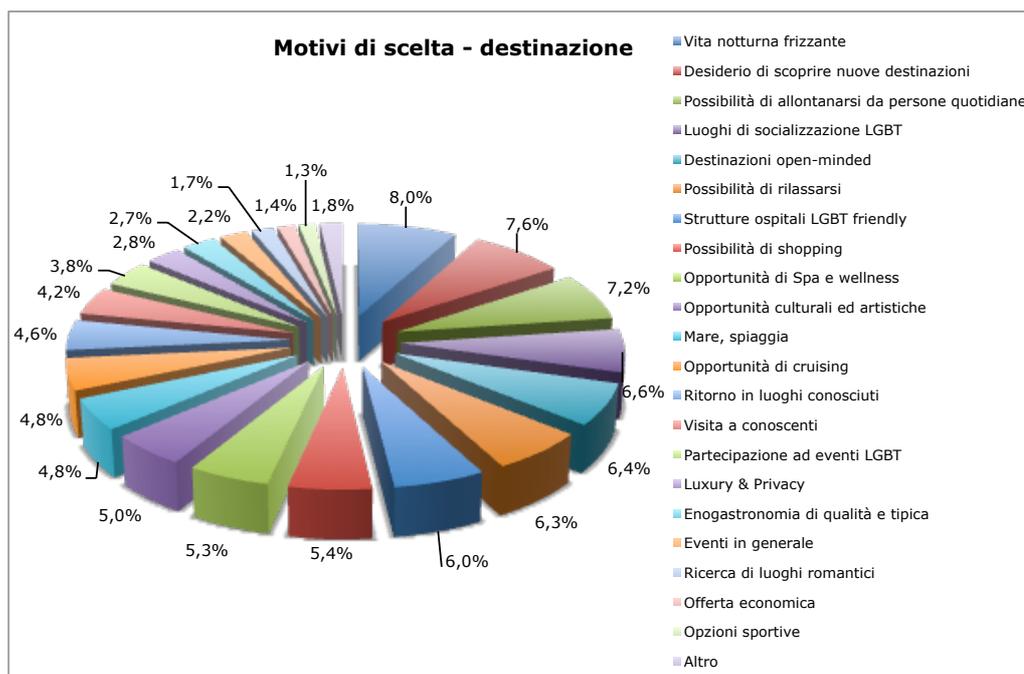


In sostanza, quindi, le vacanze estive si concentrano, per la maggior parte, nelle aree balneari. *Ma quali sono le **motivazioni** che spingono i turisti LGBT nella scelta di una **destinazione** rispetto ad un'altra?*

L'elemento legato alla possibilità di divertirsi è la prima motivazione di scelta della destinazione di vacanza: avere la certezza di trovare una "vita notturna frizzante" è motivo di scelta per l'8% di questi turisti. Sono anche altre le motivazioni di rilievo nella fase di scelta della destinazione:

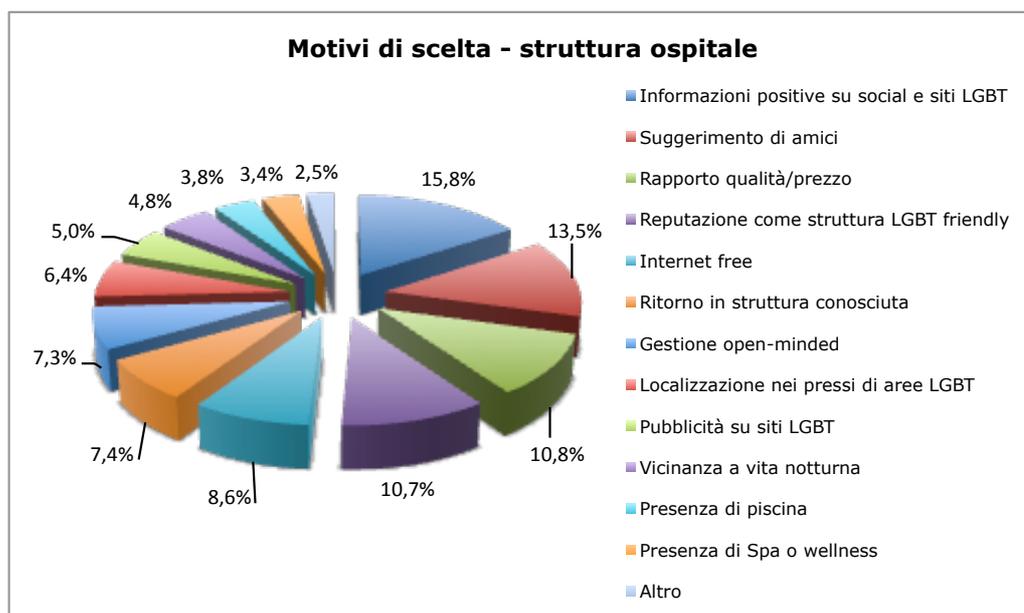
- il "desiderio di scoprire nuove destinazioni", che viene indicato dal 7,6% di questi turisti;
- la "possibilità di allontanarsi da persone del vivere quotidiano": elemento, questo, segnalato come motivazione dal 7,2%;
- la presenza di "luoghi di socializzazione LGBT", condizione primaria per il 6,6%;
- la certezza di soggiornare in una "destinazione open-minded" (6,4%);
- la "possibilità di rilassarsi", indicata come motivazione dal 6,3% dei turisti LGBT;
- la presenza di "strutture ospitali LGBT friendly", elemento valido per il 6%.

Seguono ulteriori fattori che vanno dalla "possibilità di fare shopping" (5,4%) alle "opportunità di Spa e wellness" (5,3%), dalla presenza di "opportunità culturali ed artistiche" (5%) al "mare e spiaggia" (4,8%); dalle "opportunità di cruising" (4,8%) al "ritorno in luoghi conosciuti" (4,6%).



Minori sono i valori legati alle tematiche della "visita ai conoscenti" (4,2%), a "partecipazione ad eventi LGBT" (3,8%), la presenza di offerte "luxury & privacy" (2,8%) o la presenza di "un'enogastronomia di qualità e tipica" (2,2%). Gli altri indicatori hanno valori inferiori ai due punti percentuali: tra questi fattori, rientra anche la scelta basata sulla possibilità di "effettuare un matrimonio".

Ma se nelle motivazioni di scelta della destinazione di vacanza scarso rilievo assume la presenza di "un'offerta economica" (1,4%), tale valore ha un peso più importante nel momento in cui si passa alla **selezione della struttura ospitale**, sia essa albergo, villaggio, residence, casa o villa, etc.

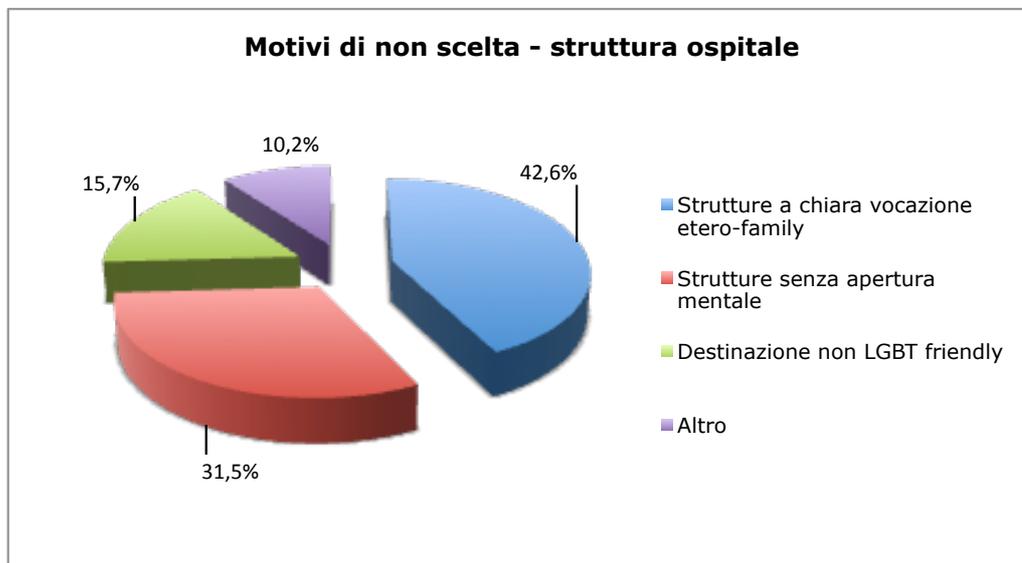


Emerge infatti come, in questo caso, il buon "rapporto qualità/prezzo" sia considerato motivazione di scelta per il 10,8% dei turisti LGBT Italiani; davanti a questo motivo di scelta si posizionano solo le "informazioni positive sui social e sui siti LGBT" (15,8%) e il "suggerimento di amici", indicato dal 13,5%.

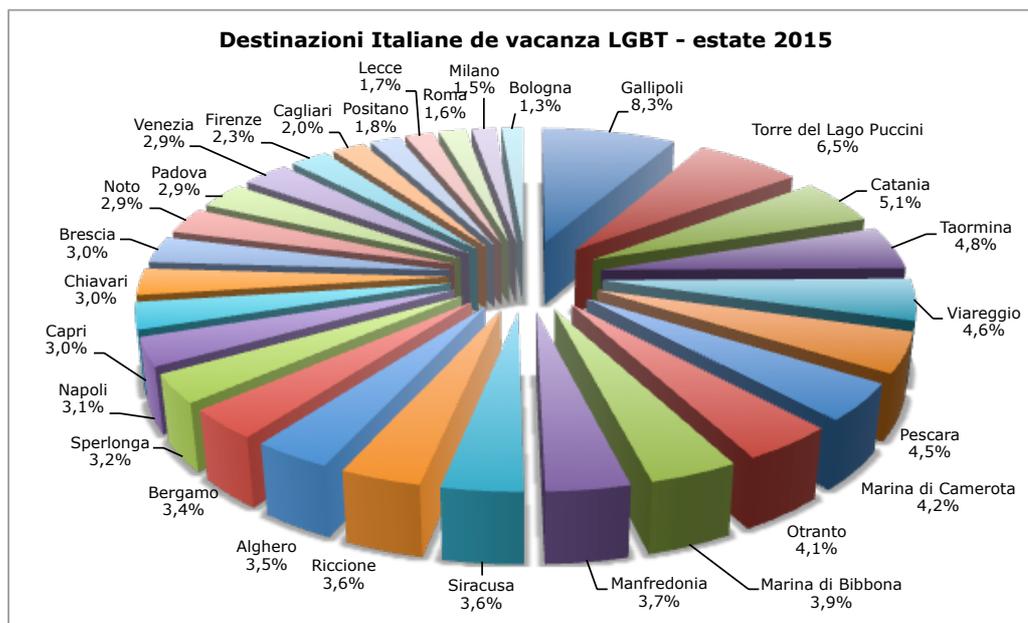
Altri fattori importanti nella fase di scelta della struttura ospitale sono la "reputazione come struttura LGBT friendly" (10,7%), la presenza del servizio di "internet free" (8,6%), il "ritorno in una struttura conosciuta", fattore valido per il 7,4% dei turisti LGBT Italiani, ed una "gestione open-minded" (7,3%).

Ancora: la "localizzazione nei pressi di aree LGBT" è indicata dal 6,4%, come pure il 5% indica come motivazione della scelta la "pubblicità sui siti LGBT" o la "vicinanza alla vita notturna" (4,8%).

Se questi sono i fattori che spingono un turista LGBT Italiano nella scelta della struttura ospitale, vi sono invece dei **motivi che portano tali ospiti a non scegliere una struttura?** Certamente sì! In particolare i turisti LGBT Italiani non amano soggiornare in "strutture con una chiara vocazione per il target etero delle famiglie con bambini" (42,6%), ma è alta anche la quota di coloro che si allontanano da "strutture con una gestione senza apertura mentale" (31,5%) o, più in generale, da strutture che sono localizzate in destinazioni palesemente "non LGBT friendly" (15,7%).



Veniamo allora alle **destinazioni di vacanza** dei turisti LGBT Italiani nell'estate 2015, con riferimento alle sole **destinazioni nazionali**. Tra tutte, la località più trendy è la pugliese "Gallipoli", risposta valida per l'8,3%, davanti anche alla storica località di "Torre del Lago Puccini" in Toscana (6,5%). Poi l'emergente "Catania" con il 5,1% delle preferenze, davanti ad un'altra località siciliana tradizionalmente identificata come destinazione LGBT, ma che ultimamente sta perdendo posizioni: "Taormina" (4,8%).



Si torna poi in Toscana con "*Viareggio*", che conquista il 4,6% delle preferenze dei turisti LGBT Italiani, seguita da un'altra destinazione emergente come "*Pescara*" in Abruzzo (4,5%) e dalla campana "*Marina di Camerota*" con il 4,2%.

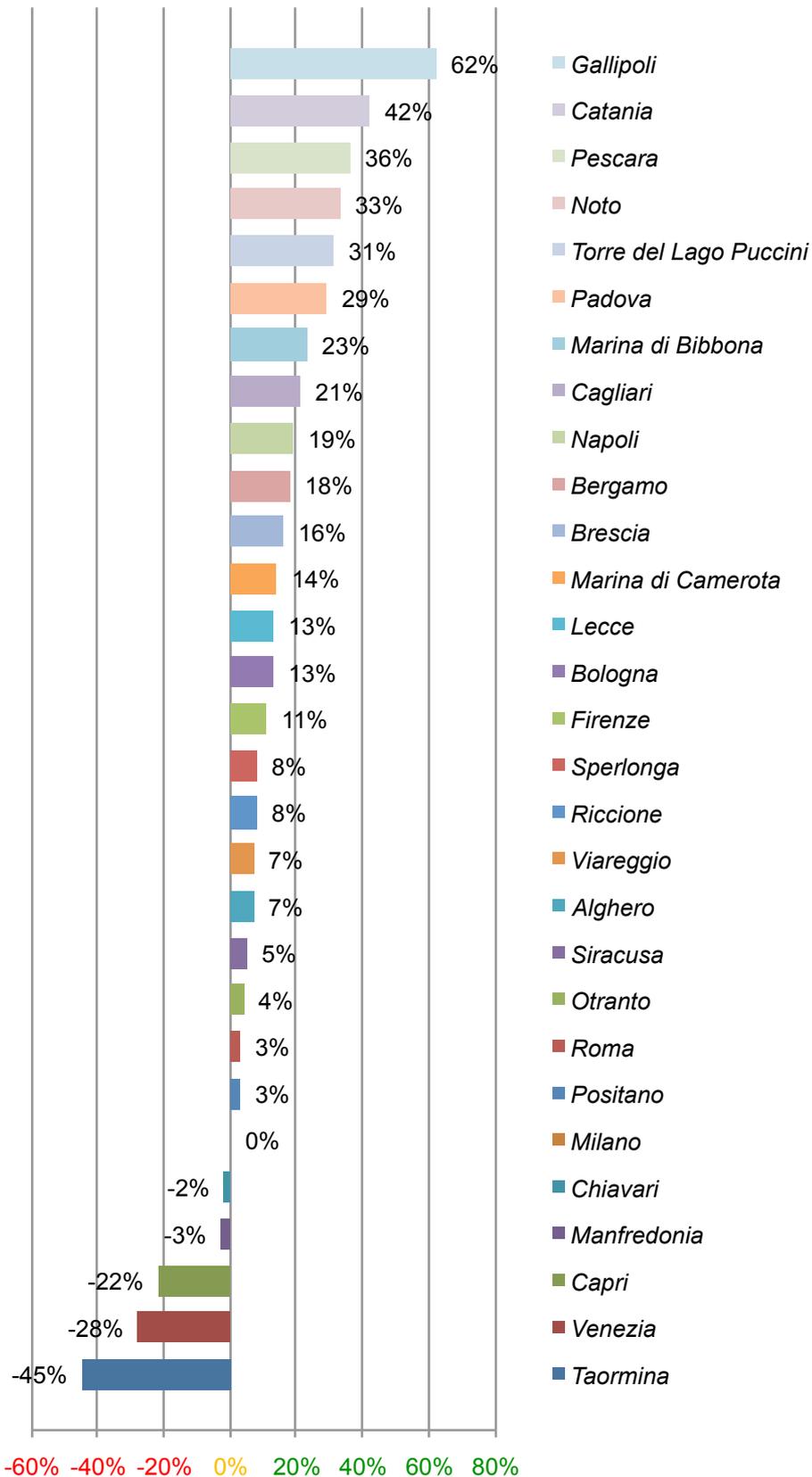
Ancora, a seguire: la pugliese "*Otranto*" (4,1%), "*Marina di Bibbona*" in Toscana (3,9%), un'altra località pugliese come "*Manfredonia*" (3,7%), "*Siracusa*" in Sicilia (3,6%) e la romagnola località di "*Riccione*" (3,6%).

E' comunque interessante notare come vi sia il predominio delle località del sud Italia in vetta alle destinazioni preferite dai turisti LGBT Italiani nell'estate 2015, con Puglia e Sicilia al top della classifica, contrastate solo dalla Toscana.

Oltre alle località sopra citate, ve ne sono comunque molte altre in questa speciale classifica: da "*Alghero*" a "*Bergamo*", da "*Sperlonga*" a "*Napoli*", sino a "*Capri*" e "*Chiavari*".

Quali sono, però, le destinazioni Italiane che hanno il più alto **indice di appeal** nei confronti del turista LGBT e quali, invece, quelle il cui l'indice è in calo? La pugliese "*Gallipoli*" si conferma essere non solo la destinazione più frequentata nell'estate 2015 ma anche quella con la più alta immagine, con un indice di incremento di appeal pari al +62% rispetto allo scorso anno. Seguono, poi, tre destinazioni non propriamente balneari come sono, appunto, "*Catania*", "*Pescara*" e "*Noto*", rispettivamente con indici di crescita pari al +42%, +36% e +33%. A seguire la destinazione storica per i turisti LGBT com'è, appunto, "*Torre del Lago Puccini*", che mantiene comunque alto il suo livello di appeal con un +31%.

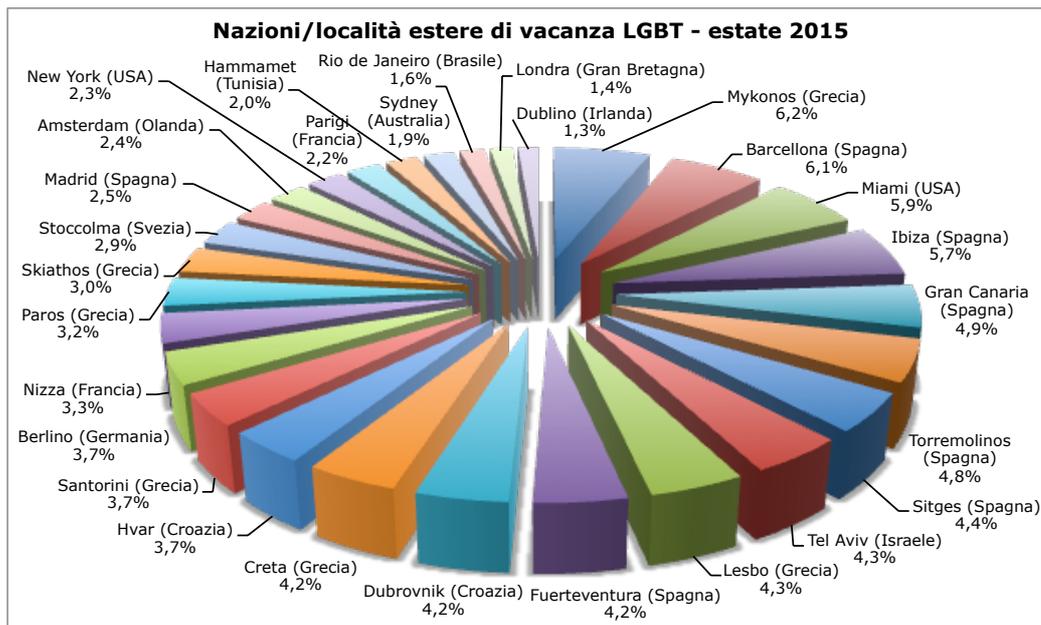
Mapa di posizionamento indice di appeal destinazioni LGBT



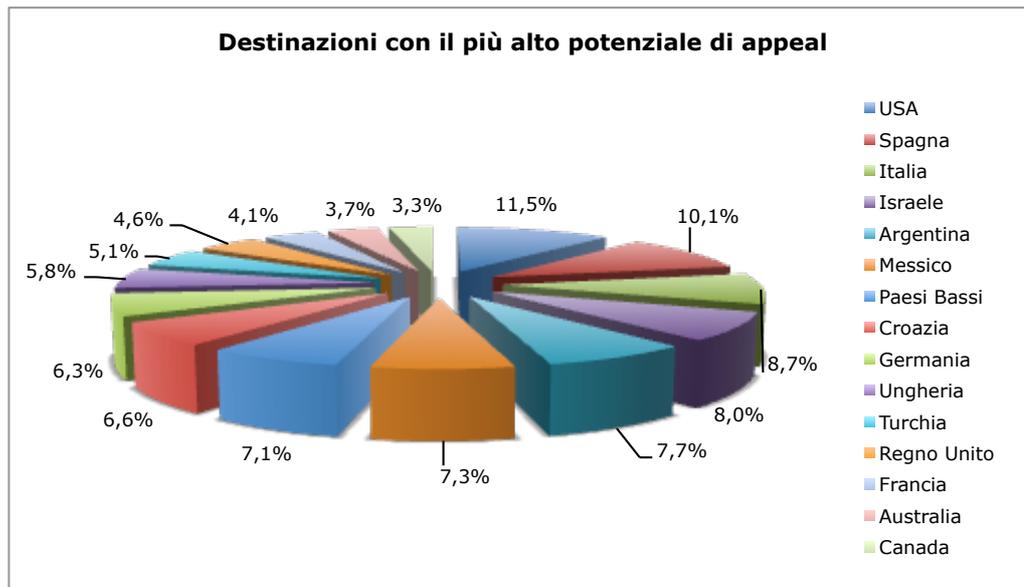
Continuando nella valutazione delle destinazioni con un buon indice di appeal troviamo "Padova" con un incremento pari al +29%, "Marina di Bibbona" (+23%), "Cagliari" (+21%), "Napoli" (+19%), "Bergamo" (+18%), "Brescia" (+16%), "Marina di Camerota" (+14%), "Lecce" (+13%) e "Bologna" (+13%). Tra le destinazioni che, al contrario, hanno perso appeal nei confronti dei turisti LGBT Italiani vi è "Taormina" (-45%), condizionata anche da un deflusso verso destinazioni siciliane considerate più frizzante e "welcoming" nei confronti dei turisti LGBT, "Venezia" (-28%) e "Capri" (-22%).

Passando invece ad analizzare le **località di vacanza** dei turisti LGBT Italiani nell'estate 2015, facendo riferimento in questo caso alle **destinazioni estere**, emerge la località storica di "Mykonos" in Grecia, con il 6,2% delle preferenze, seguita da "Barcellona" in Spagna (6,1%) e da "Miami" con il 5,9%.

A seguito di queste una serie di ulteriori destinazioni spagnole: "Ibiza" (5,7%), "Gran Canaria" (4,9%), "Torremolinos" (4,8%) e la storica "Sitges" con il 4,4%. Poi "Tel Aviv" in Israele (4,3%), che però ha subito un repentino blocco a causa del conflitto in corso, e l'anch'essa storica località di "Lesbo" in Grecia, con il 4,3% delle preferenze.



A **livello internazionale** quali sono le destinazioni/nazioni con il più alto potenziale di appeal per conquistare quote di turisti LGBT? Gli "USA" risultano essere il paese con il più alto potenziale (11,5%), seguiti dalla "Spagna" (10,1%) e dall'"Italia" con l'8,7%. A seguire, "Israele" (8%), l'"Argentina" (7,7%), il "Messico" (7,3%), i "Paesi Bassi" e la "Croazia", rispettivamente con il 7,1% ed il 6,6%.



Cosa rappresenta, oggi, questo segmento di mercato per l'economia turistica nazionale?

E poi, quanto "market share" riusciamo a mantenere dentro i confini nazionali?

Questi sono i **numeri** che è in grado di generare il turismo LGBT Italiano nell'estate 2015:

- **930.000 arrivi** per complessive **9.524.000 presenze**, di cui:
 - il **28,9%** sceglierà una destinazione dentro i confini nazionali;
 - il **71,1%** prediligerà, invece, una destinazione oltre confine;
- complessivamente, il fatturato che questo segmento di mercato nazionale attiverà nell'estate 2015 sarà pari a circa **1Miliardo 568Milioni di Euro**;
- la permanenza media dei soggiorni estivi relativi alla vacanza primaria si attesta a **10,2 gg.**;
- la spesa media/soggiorno è pari a **1.680,00 Euro**.

Metodologia

Per la Ricerca "Turismo LGBT in Italia – estate 2015" l'analisi è stata condotta nel periodo 3/20 marzo 2015 – sulla base di un panel di rilevazione 2014 – attraverso elaborazioni e stime di JFC in base alle seguenti fonti:

- interviste telefoniche CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - 9 Tour Operator specializzati in offerte dedicati alla clientela LGBT Italiana;
 - 31 agenzie di viaggi che hanno effettuato prenotazioni per clienti LGBT in occasione delle vacanze estive 2015;
 - 131 alberghi localizzati in varie località italiane (mare, montagna, campagna, città d'arte, terme, laghi, etc.) che hanno avuto clienti classificabili come LGBT;
- Interviste on line CAWI (Computer Assisted Web Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - 355 italiani che rientrano nella categoria dei turisti LGBT, che hanno pre-dichiarato di effettuare una vacanza nel corso dell'estate 2015;
 - 4 Tour Operator specializzati in offerte dedicati alla clientela LGBT Italiana;
 - 14 agenzie di viaggi che hanno effettuato prenotazioni per clienti LGBT in occasione delle vacanze estive 2015;
 - 54 alberghi localizzati in varie località italiane (mare, montagna, campagna, città d'arte, terme, laghi, etc.) che hanno avuto clienti classificabili come LGBT;
- Crescita Turismo – Professional Tourism Book, numero 4;
- elaborazioni fonti varie;
- banca dati JFC.

La Ricerca "Turismo LGBT in Italia – estate 2015" è stata realizzata da:



JFC srl
Palazzo Bandini
Via XX Settembre, 29
Faenza (RA)
tel. 0546 668557
info@jfc.it
www.jfc.it

Diritti di traduzione, memorizzazione elettronica, riproduzione e adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.

Per informazioni: info@jfc.it