



TURISMO & TOSCANA

13 giugno 2014

La Toscana e la domanda internazionale

Caratteristiche e aspettative per il 2015

A cura di



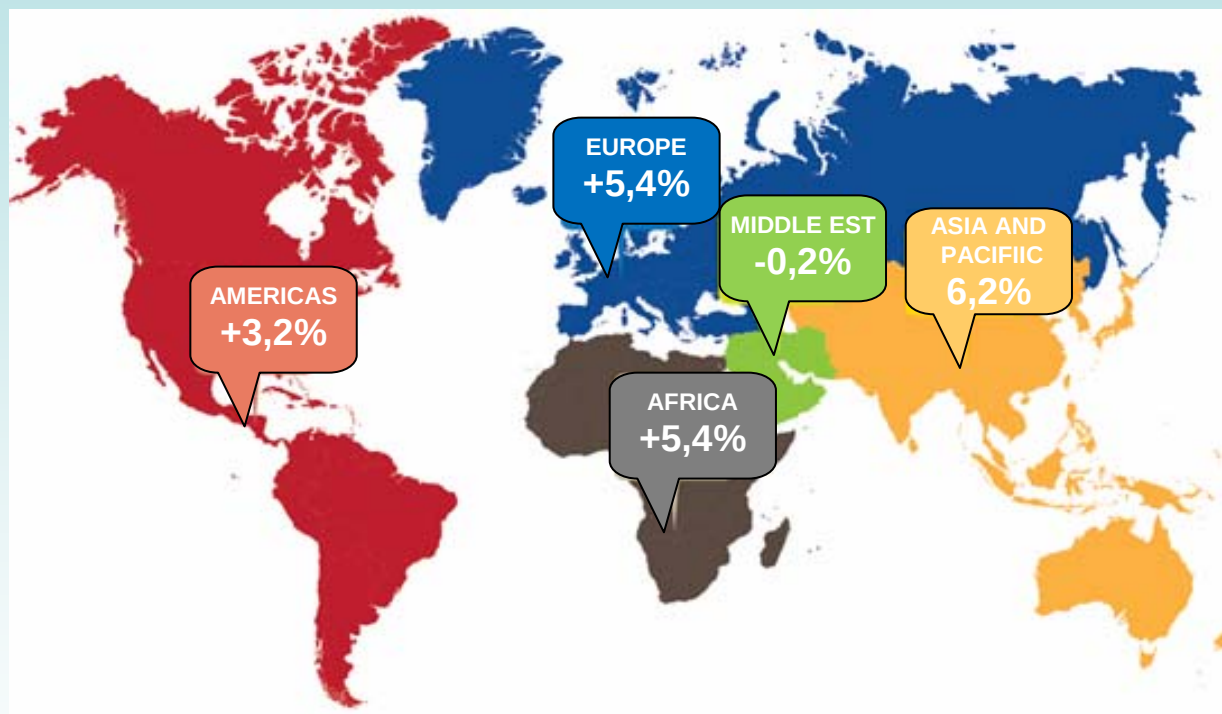
Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



Unioncamere
Toscana



Il turismo nel Mondo arrivi internazionali 2013



Principali destinazioni:

1. Francia
2. Stati Uniti
3. Cina
4. Spagna
5. Italia

Var. % 2012/201

1
↑
+1,8
↑
+6,8
↑
+0,3
↑
+2,7
↑
+0,5

Nel 2013 il turismo cresce con 1.087 miliardi di arrivi (+5% rispetto al 2012).

Crescita più sostenuta per l'Asia e Pacifico, mentre il Medio Oriente subisce gli effetti dell'instabilità politica.



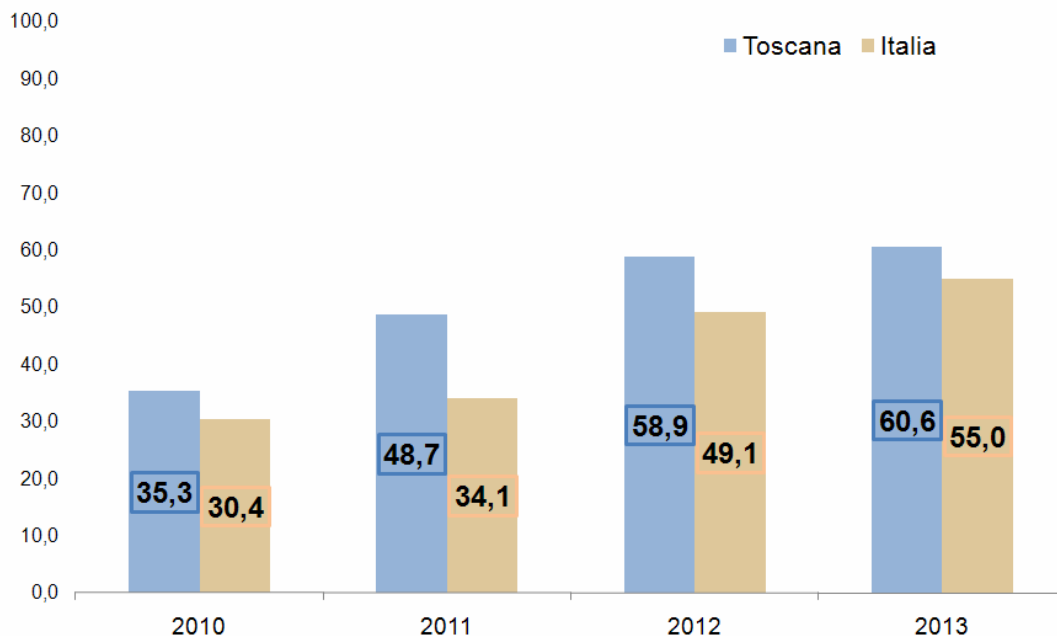
Perché i turisti vanno in vacanza in Toscana Anno 2013

	Toscana			Italia
	Italiani	Stranieri	Totale	
Ricchezza del patrimonio artistico	12,0	20,6	16,4	13,3
Interessi enogastronomici	12,9	8,5	10,7	8,7
Shopping	7,1	9,5	8,4	6,1
Assistere ad un evento	8,4	6,0	7,1	7,0
Facilità di raggiungimento	7,3	6,2	6,7	8,5
Praticare sport	5,2	6,2	5,7	6,3
Eccellenze italiane	5,6	5,5	5,5	4,3
Stile di vita italiano	3,6	4,7	4,1	2,8
Rapporto qualità-prezzo	3,1	3,7	3,4	3,0
Interessi naturalistici	3,6	2,6	3,1	5,8
Benessere, beauty farm, fitness	2,6	2,7	2,7	1,2
Ho i parenti/amici che mi ospitano	2,0	3,1	2,6	4,7
Abbiamo la casa in questa località	4,5	0,2	2,3	2,3
Per i divertimenti che offre	1,7	2,8	2,3	3,8
Il desiderio di vedere un posto mai visto	1,5	2,7	2,1	3,0
Posto ideale per riposarsi	0,8	2,9	1,8	2,4
Altre motivazioni	18,1	12,2	15,1	16,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0



L'utilizzo dell'intermediazione nelle imprese ricettive

Imprese che ricorrono al circuito dell'intermediazione



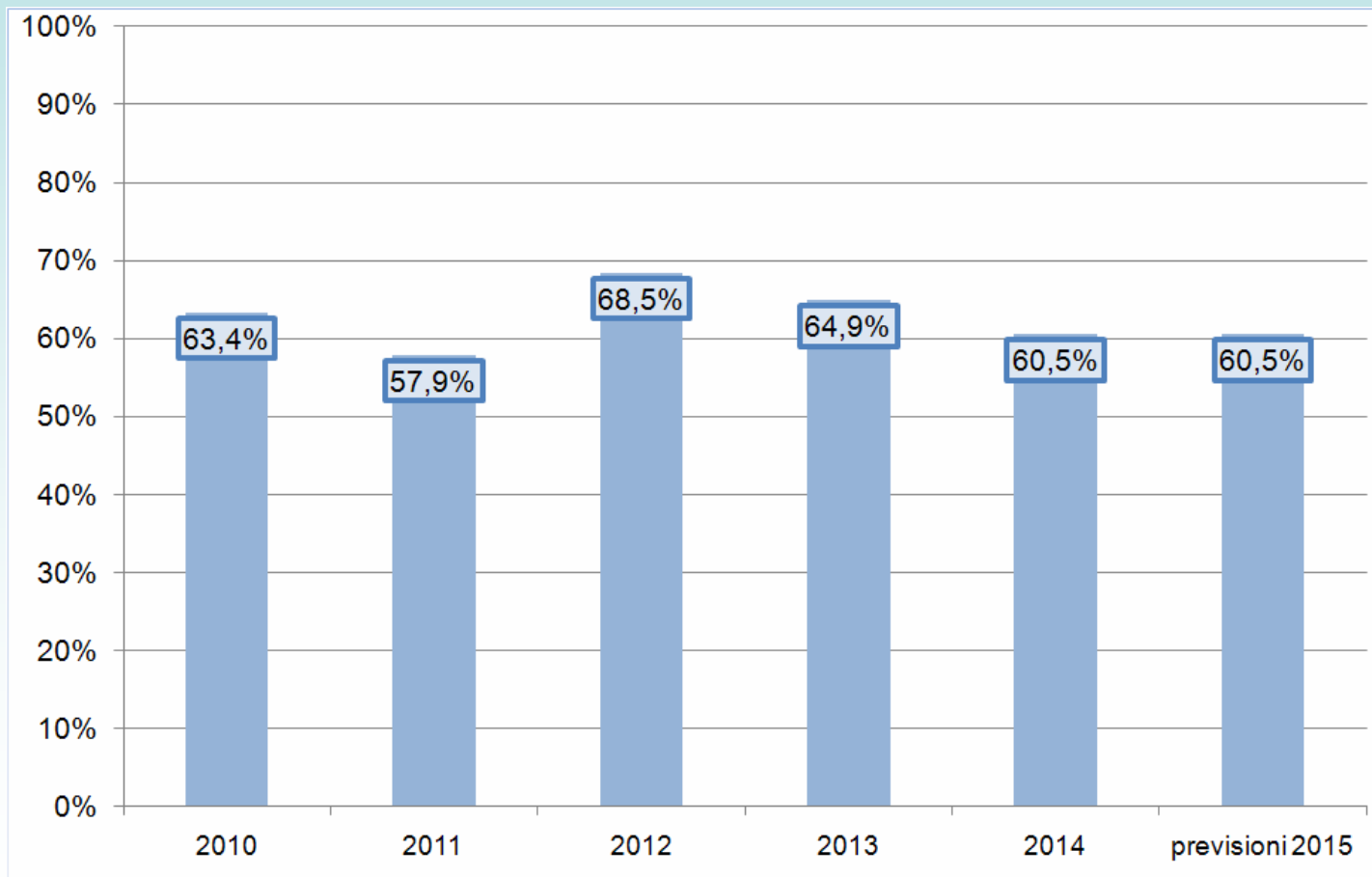
Dal 2010 al 2013 c'è stato un aumento del ricorso all'intermediazione da parte delle imprese ricettive italiane (dal 30% al 55%) e in Toscana (dal 35% al 61%). C'è stato un grosso ritorno di clientela che in Toscana è quasi raddoppiato, passando da 14% a 26%.

Quota di turisti organizzati (%)

	2010	2011	2012	2013
Toscana	14,3	19,5	23,4	26,4
Italia	9,8	11,4	15,7	19,4



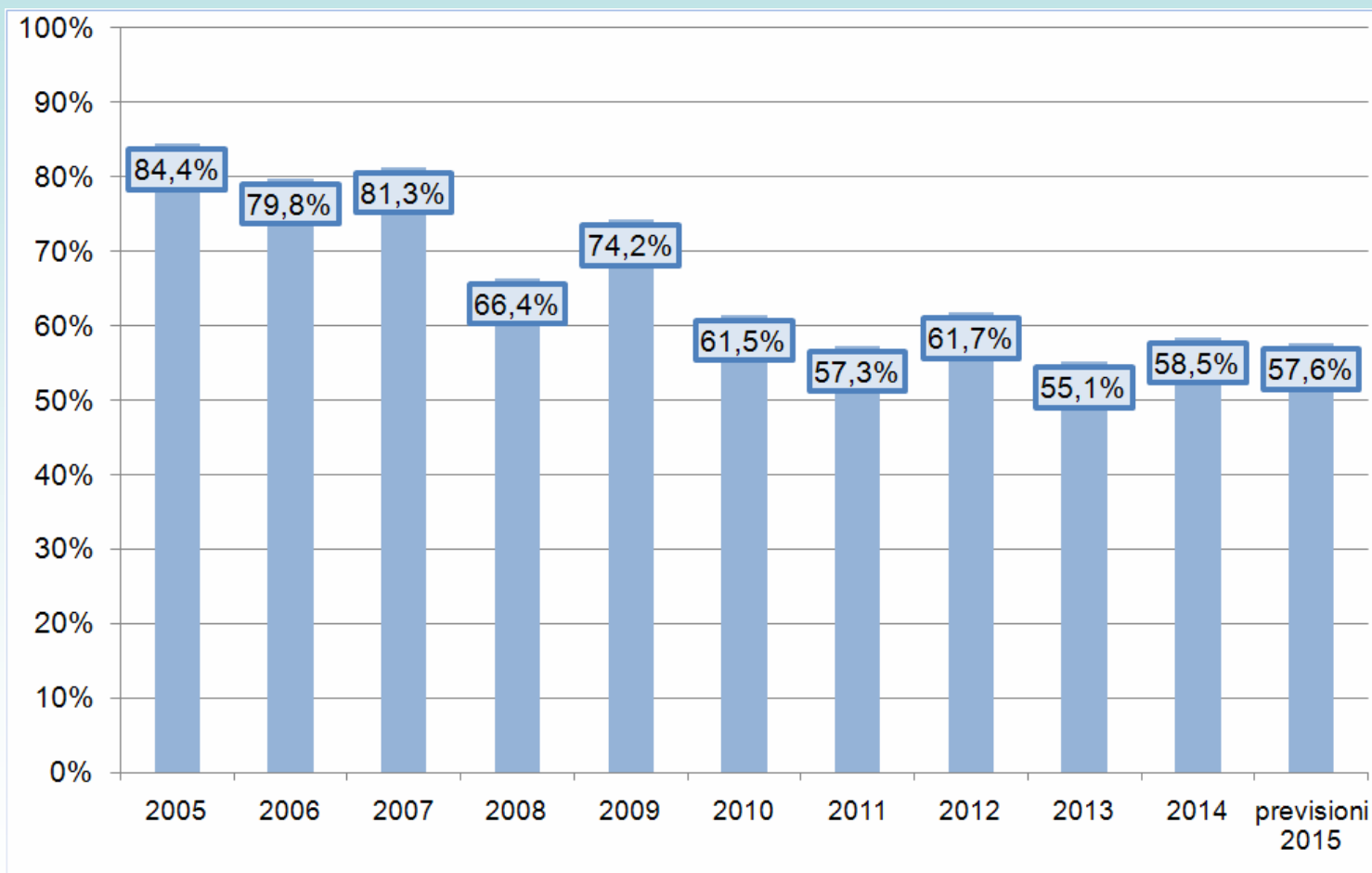
La vendita della regione Toscana da parte dei T.O. % sul totale Tour operator





La vendita della regione Toscana da parte dei T.O. europei

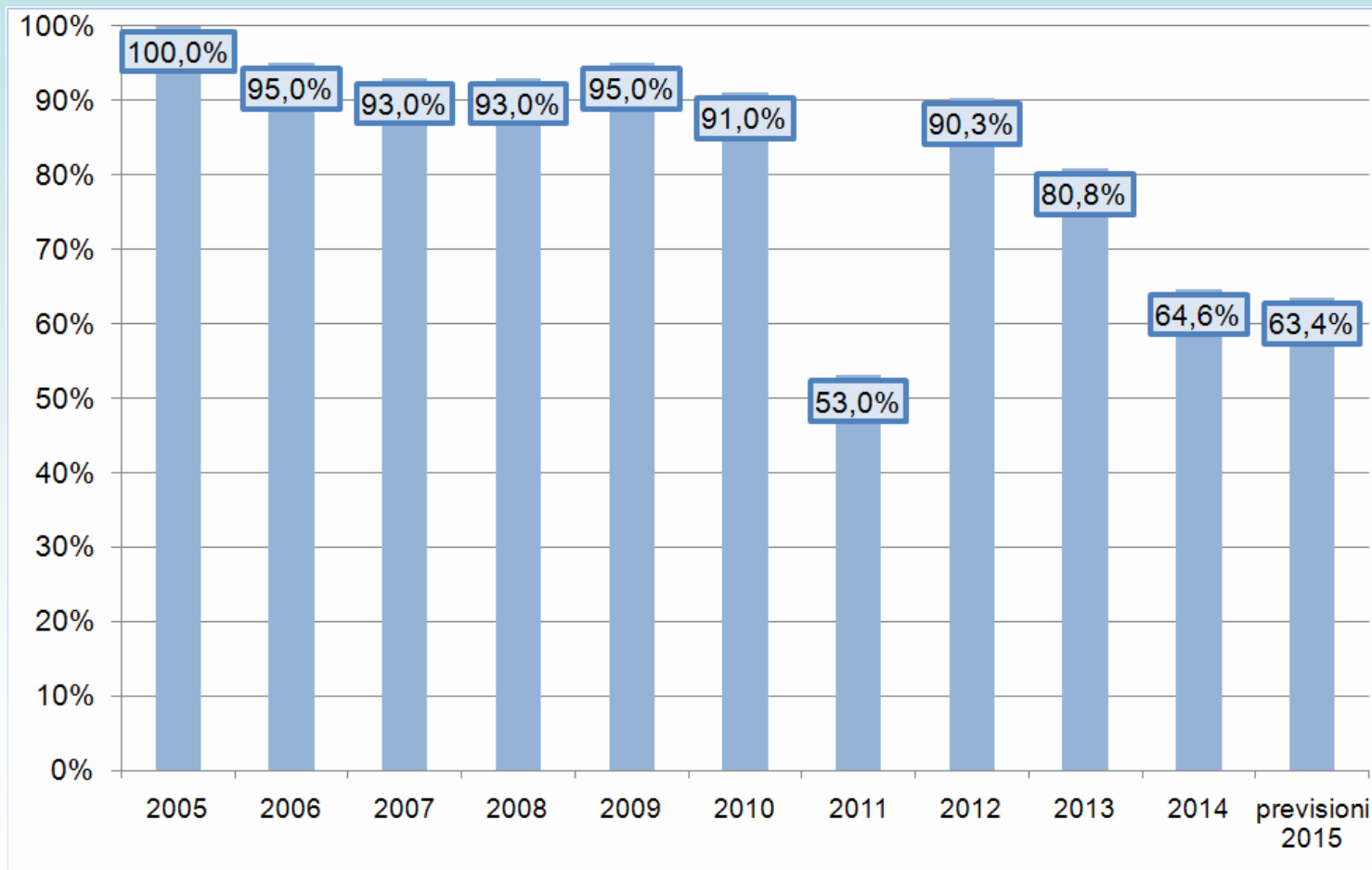
% sul totale Tour operator





La vendita della regione Toscana da parte dei T.O. statunitensi

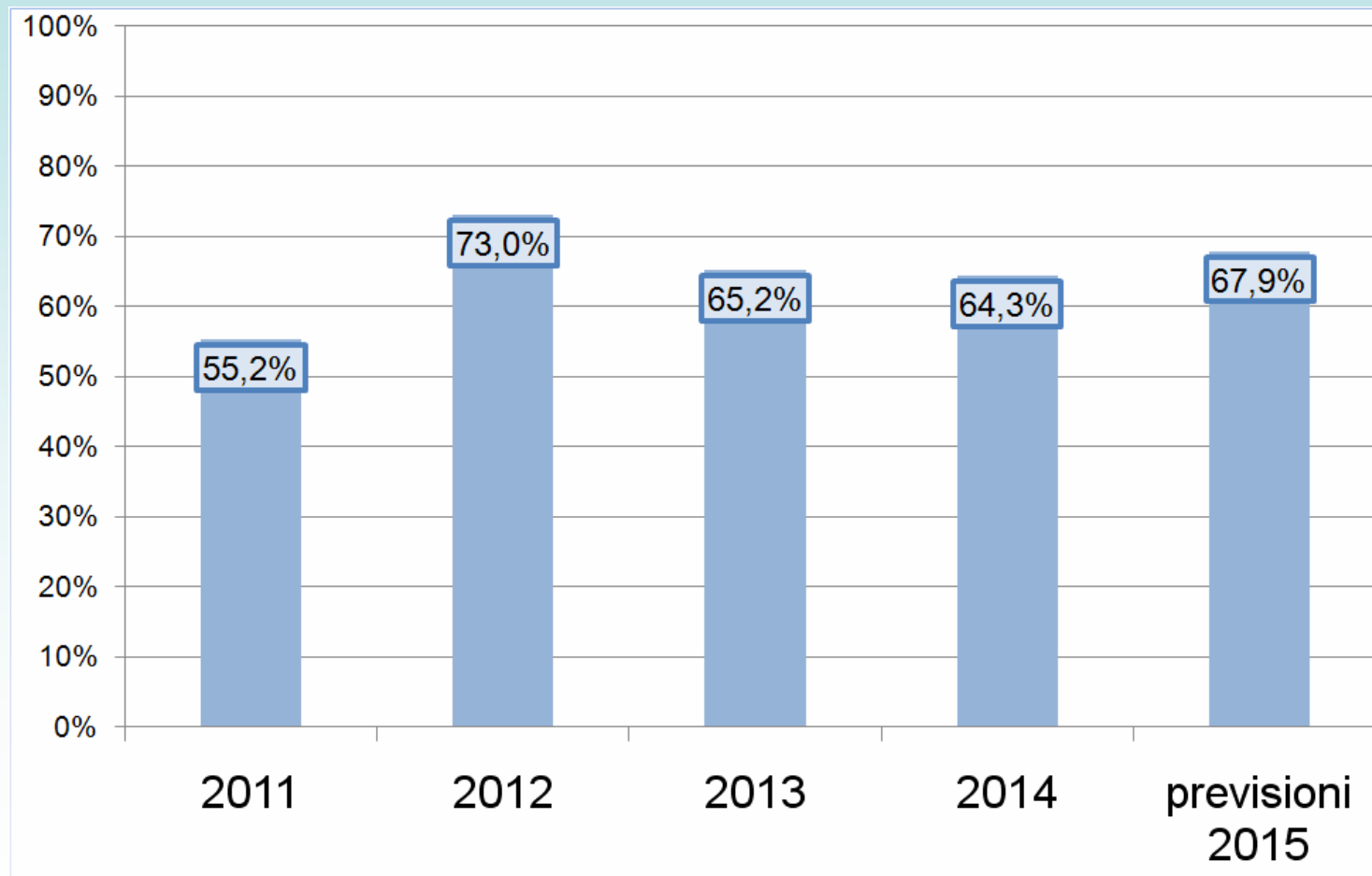
% sul totale Tour Operator





La vendita della regione Toscana da parte dei T.O. Dei Paesi BRIC

% sul totale Tour operator





Regioni italiane vendute dai T.O. europei, statunitensi e Bric

Europa-2014

(% sul totale Tour Operator)

Lazio	69,1%
Veneto	64,2%
Toscana	58,5%
Lombardia	38,4%
Campania	30,1%
Emilia-Romagna	24,9%
Sicilia	22,1%
Puglia	13,2%
Trentino-Alto Adige	13,2%
Liguria	11,2%

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Toscana

Usa-2014

(% sul totale Tour Operator)

Lazio	79,3%
Veneto	67,1%
Toscana	64,6%
Campania	54,9%
Lombardia	28,0%
Liguria	14,6%
Sicilia	14,6%
Piemonte	9,8%
Puglia	9,8%
Umbria	9,8%

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Toscana

Paesi BRIC -2014

(% sul totale Tour Operator)

Lazio	90,0%
Veneto	78,6%
Toscana	64,3%
Lombardia	57,9%
Campania	36,4%
Emilia-Romagna	21,4%
Liguria	15,0%
Sicilia	10,7%
Trentino-Alto Adige	7,9%
Puglia	6,4%

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Toscana

La Toscana è terza tra le regioni italiane più vendute dai T.O. dei Paesi europei, statunitensi e BRIC, dopo il Lazio ed il Veneto. Stabile rispetto allo scorso anno. nei Paesi Bric e in Europa, in calo negli Stati Uniti (80,8% nel 2013)



Regioni italiane vendute dai T.O. di Australia, Giappone e Corea

Giappone-2014

(% sul totale Tour Operator)

Toscana	90,0%
Veneto	90,0%
Lazio	80,0%
Lombardia	80,0%
Campania	60,0%
Sicilia	50,0%
Puglia	30,0%
Valle d'Aosta	30,0%
Emilia-Romagna	20,0%
<u>Piemonte</u>	<u>20,0%</u>

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Toscana

Australia-2014

(% sul totale Tour Operator)

Lazio	90,9%
Veneto	72,7%
Campania	54,5%
Lombardia	36,4%
Toscana	36,4%
Liguria	27,3%
Puglia	9,1%
Sicilia	9,1%
Umbria	9,1%
<u>Valle d'Aosta</u>	<u>9,1%</u>

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere

Fonte: Osservatorio turistico regionale – Unioncamere Toscana

Corea-2014

(% sul totale Tour Operator)

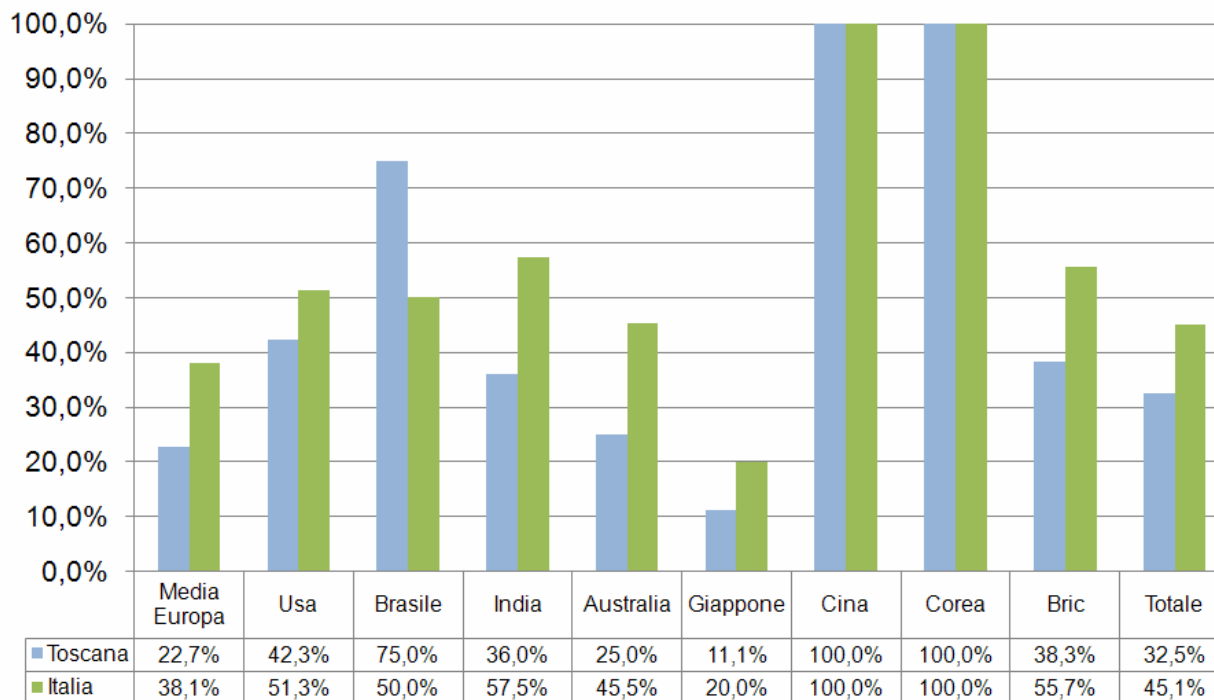
Lazio	100,0%
Veneto	100,0%
Toscana	90,0%
Campania	80,0%
Lombardia	60,0%
Liguria	40,0%
Emilia-Romagna	20,0%
Piemonte	20,0%
Sicilia	10,0%
<u>Trentino-Alto Adige</u>	<u>10,0%</u>

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Toscana

In crescita la quota di venduto sul mercato coreano e giapponese (rispettivamente 90% e 80% nel 2013), in calo il mercato australiano (75% nel 2013). La Corea mostra però un interesse più marcato rispetto al 2012 per Veneto e Lazio.



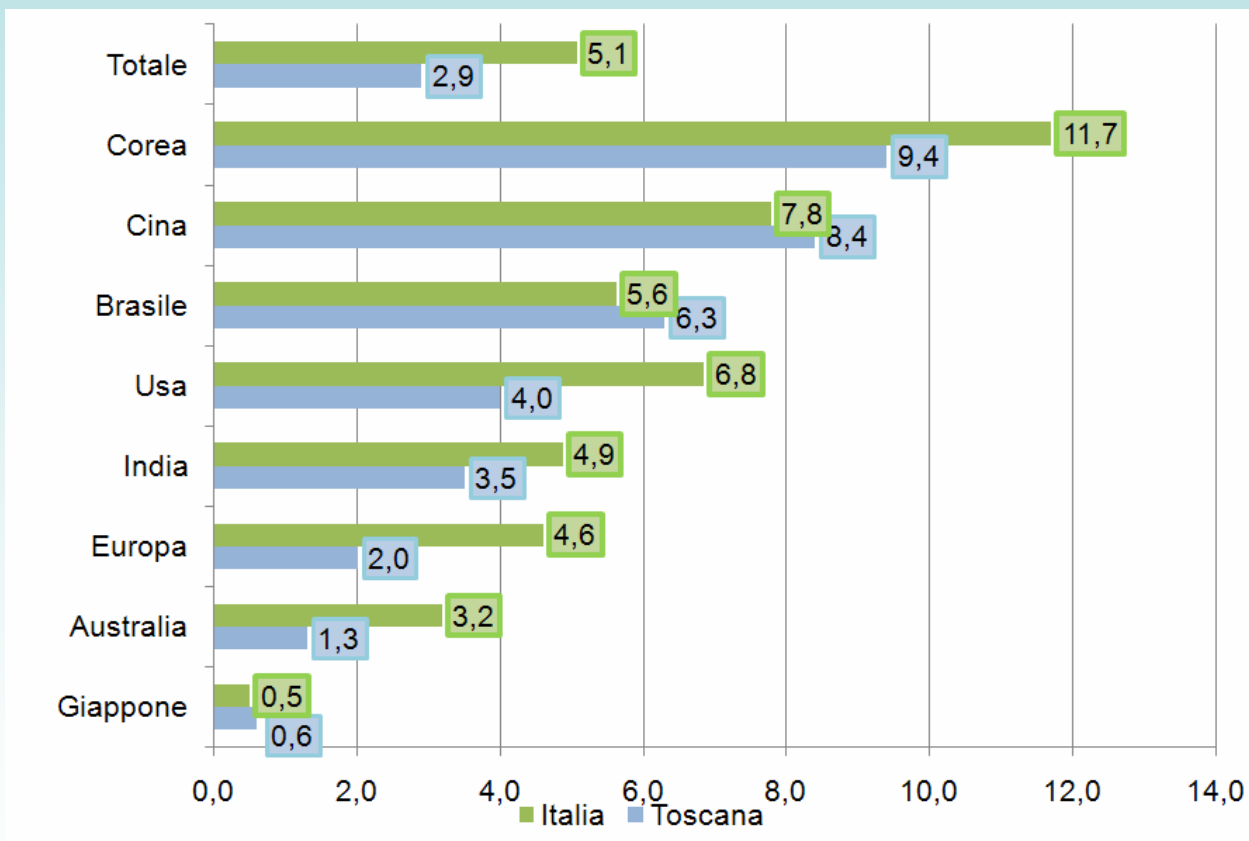
Previsioni sulla domanda turistica del 2015 verso l'Italia e verso la Toscana: operatori che dichiarano un aumento



Le previsioni sulla domanda turistica internazionale diretta verso la regione Toscana sono meno ottimistiche rispetto a quelle verso l'Italia: per i tour operator europei e dei Paesi BRIC, in linea per Corea ed USA e a ribasso per Australia, Giappone e Canada.



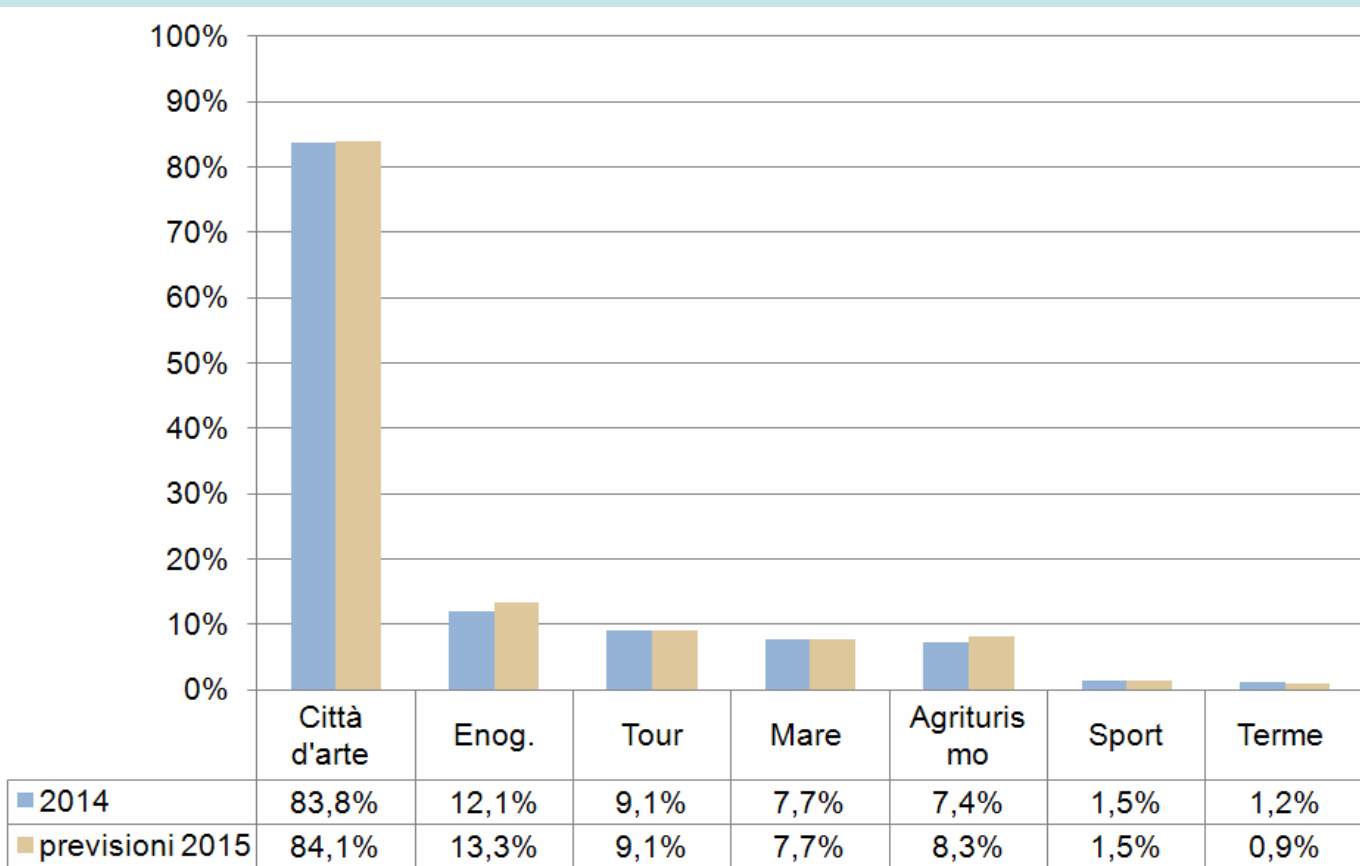
Previsioni sulla domanda turistica del 2015 verso l'Italia e verso la Toscana (% variazione)



Nel complesso gli operatori prevedono un aumento delle vendite del +5% in Italia e del +3% in Toscana.

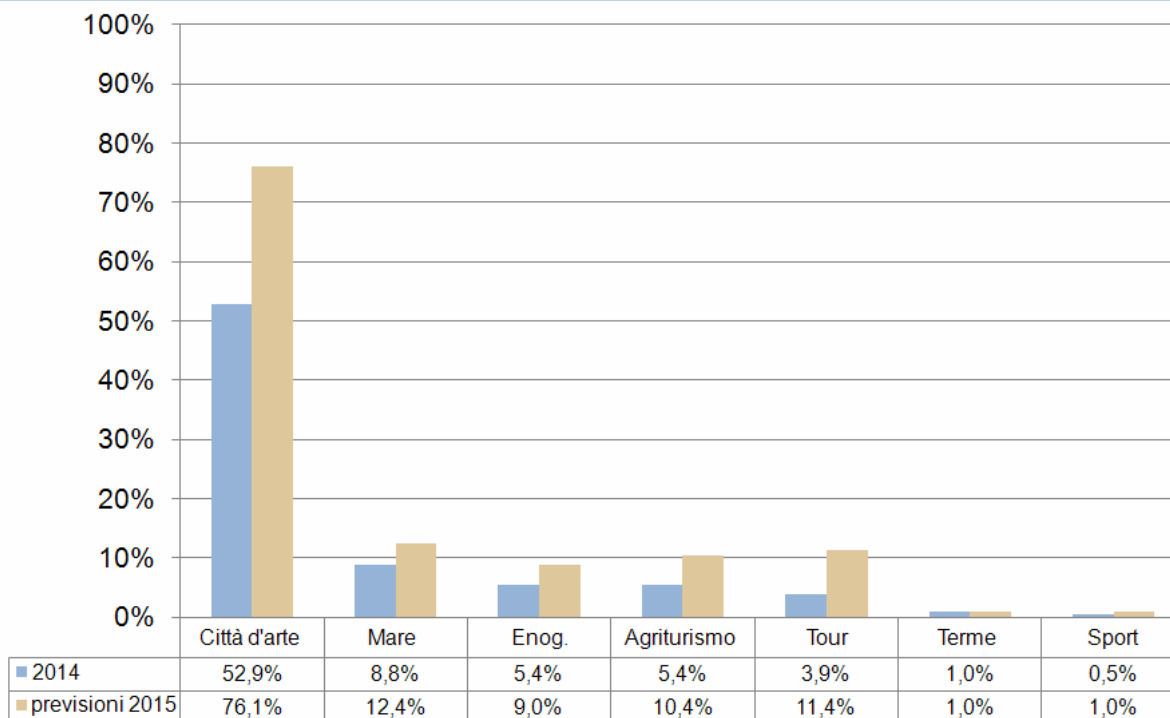


I prodotti turistici commercializzati in Toscana dai Tour Operator internazionali



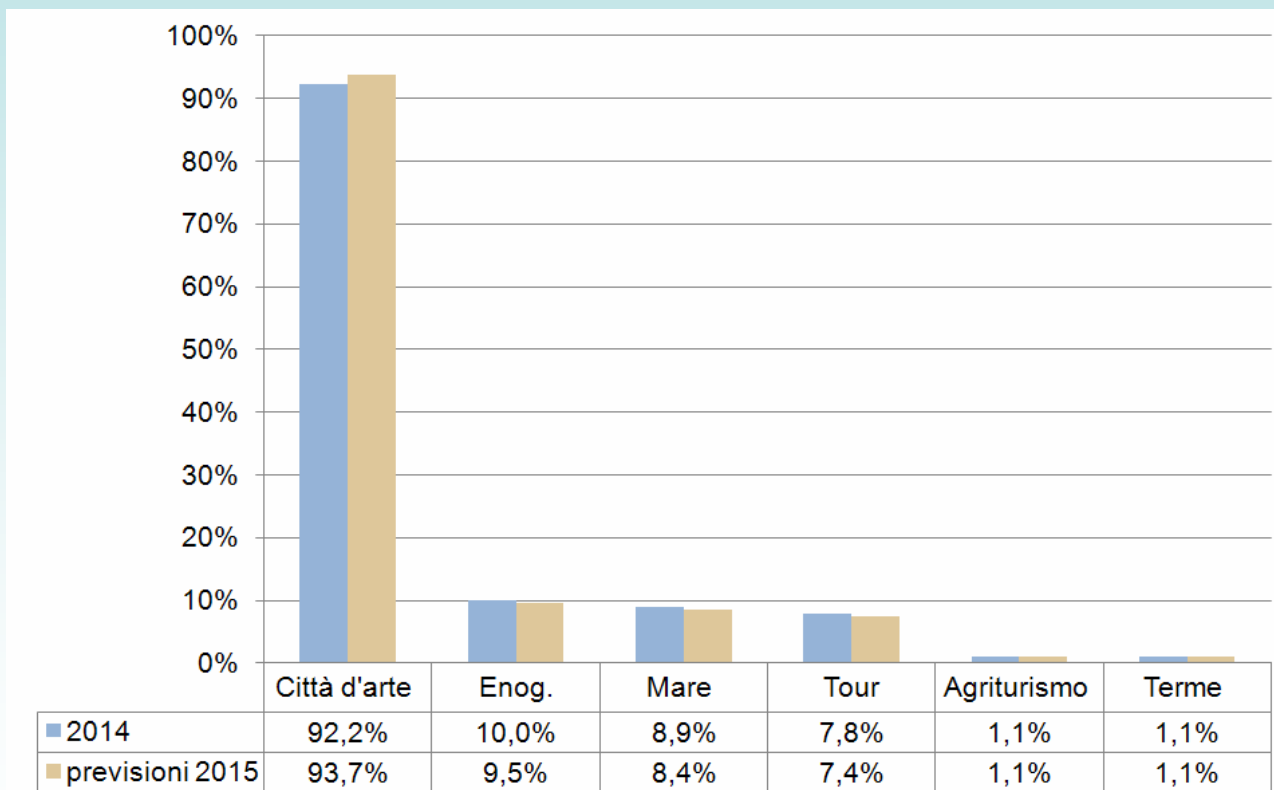


I prodotti turistici commercializzati in Toscana dai Tour Operator europei



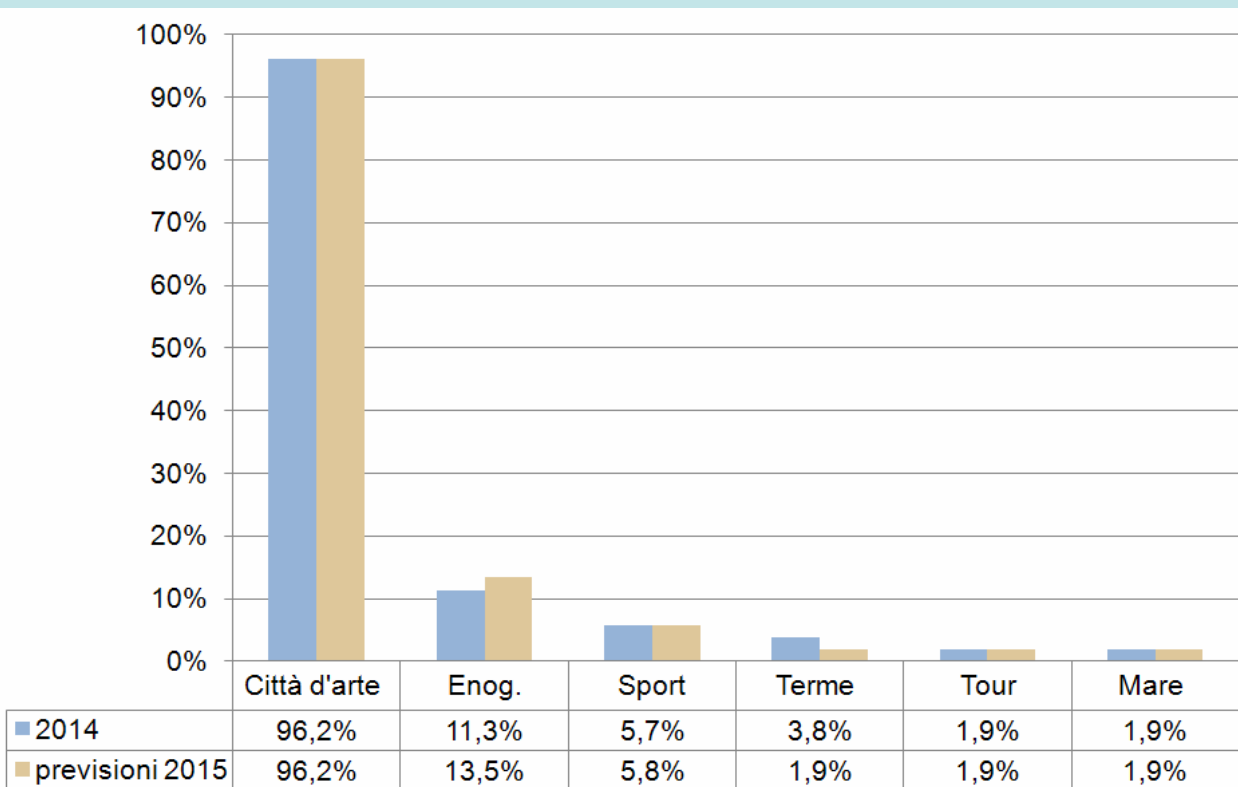


I prodotti turistici commercializzati in Toscana dai Tour Operator dei Paesi BRIC





I prodotti turistici commercializzati in Toscana dai Tour Operator statunitensi





La commercializzazione delle province toscane nel 2014 % sul totale T.O. che vendono l'Italia

<u>Firenze 55,5%</u>	Corea, Giappone, Norvegia, Belgio, Cina, Russia
<u>Siena 12,0%</u>	Austria, Corea, Giappone, Belgio
<u>Pisa 10,9%</u>	Cina, Danimarca, Polonia, Germania, Regno Unito
<u>Lucca 5,2%</u>	Austria, Norvegia, Germania, Regno Unito
<u>Livorno 2,0%</u>	Austria, Russia, Danimarca
<u>Grosseto 1,4</u>	Giappone, Svezia, Bulgaria, Germania
<u>Arezzo 1,3%</u>	Norvegia, Danimarca, Germania
<u>Pistoia 0,7%</u>	Olanda, Regno Unito, Germania

Prato e Massa Carrara non vengono citate dai Tour operator per il 2014



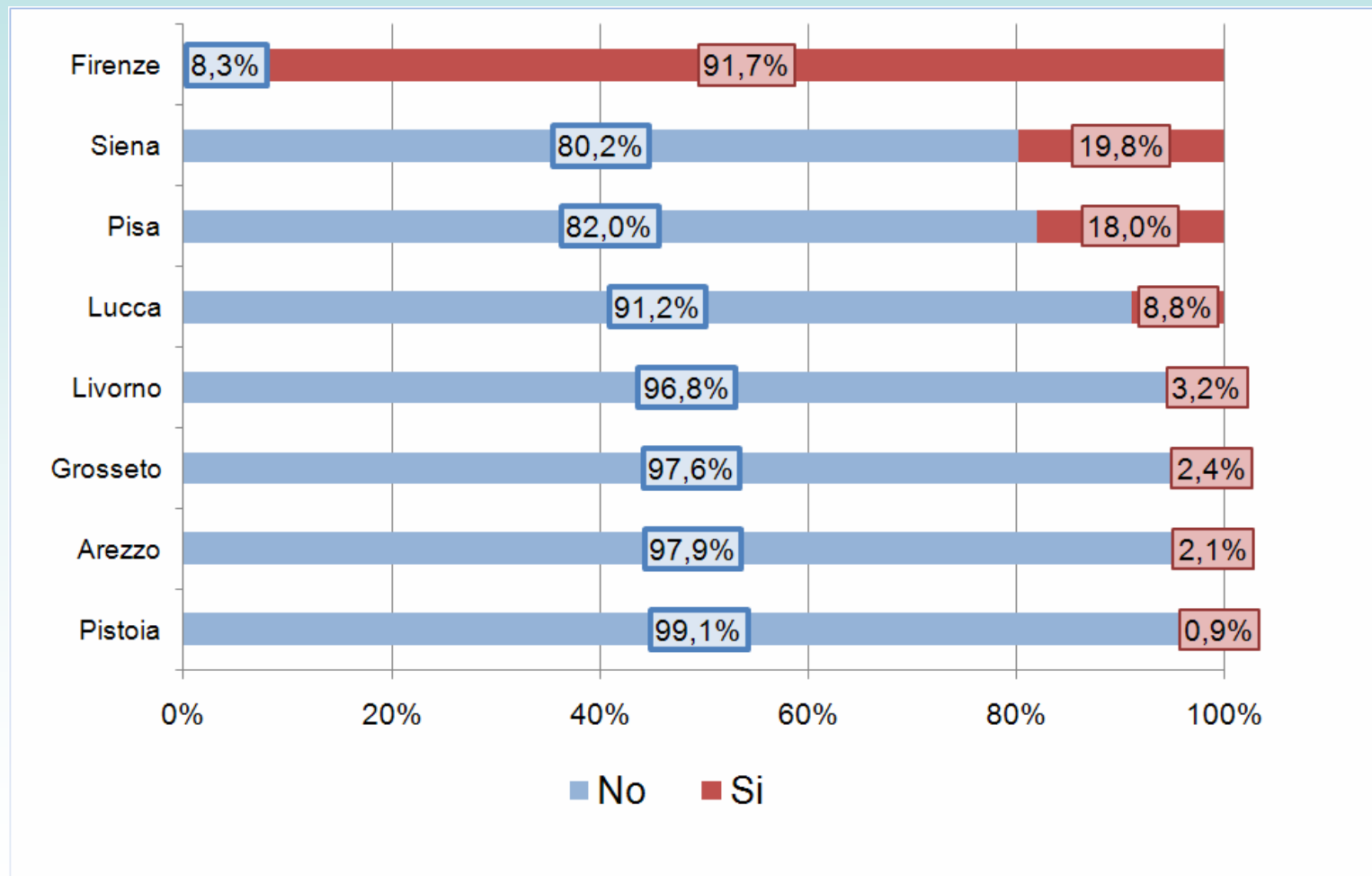
Le previsioni di vendita delle province toscane nel 2015 % sul totale T.O. che vendono l'Italia

<u>Firenze 55,5%</u>	Corea, Giappone, Cina, Norvegia, Belgio, Russia
<u>Siena 12,0%</u>	Austria, Corea, Giappone, Belgio
<u>Pisa 10,9%</u>	Cina, Danimarca, Polonia, Germania, India, Regno Unito
<u>Lucca 5,4%</u>	Austria, Norvegia, Germania, Regno Unito
<u>Livorno 2,0%</u>	Austria, Russia, Danimarca
<u>Grosseto 1,4</u>	Giappone, Svezia, Bulgaria, Germania
<u>Arezzo 1,3%</u>	Norvegia, Danimarca, Germania
<u>Pistoia 0,7%</u>	Olanda, Regno Unito, Germania

Prato e Massa Carrara non vengono citate dai Tour operator per il 2015



Le previsioni di vendita delle province toscane nel 2015 % sul totale T.O. che vendono la Toscana





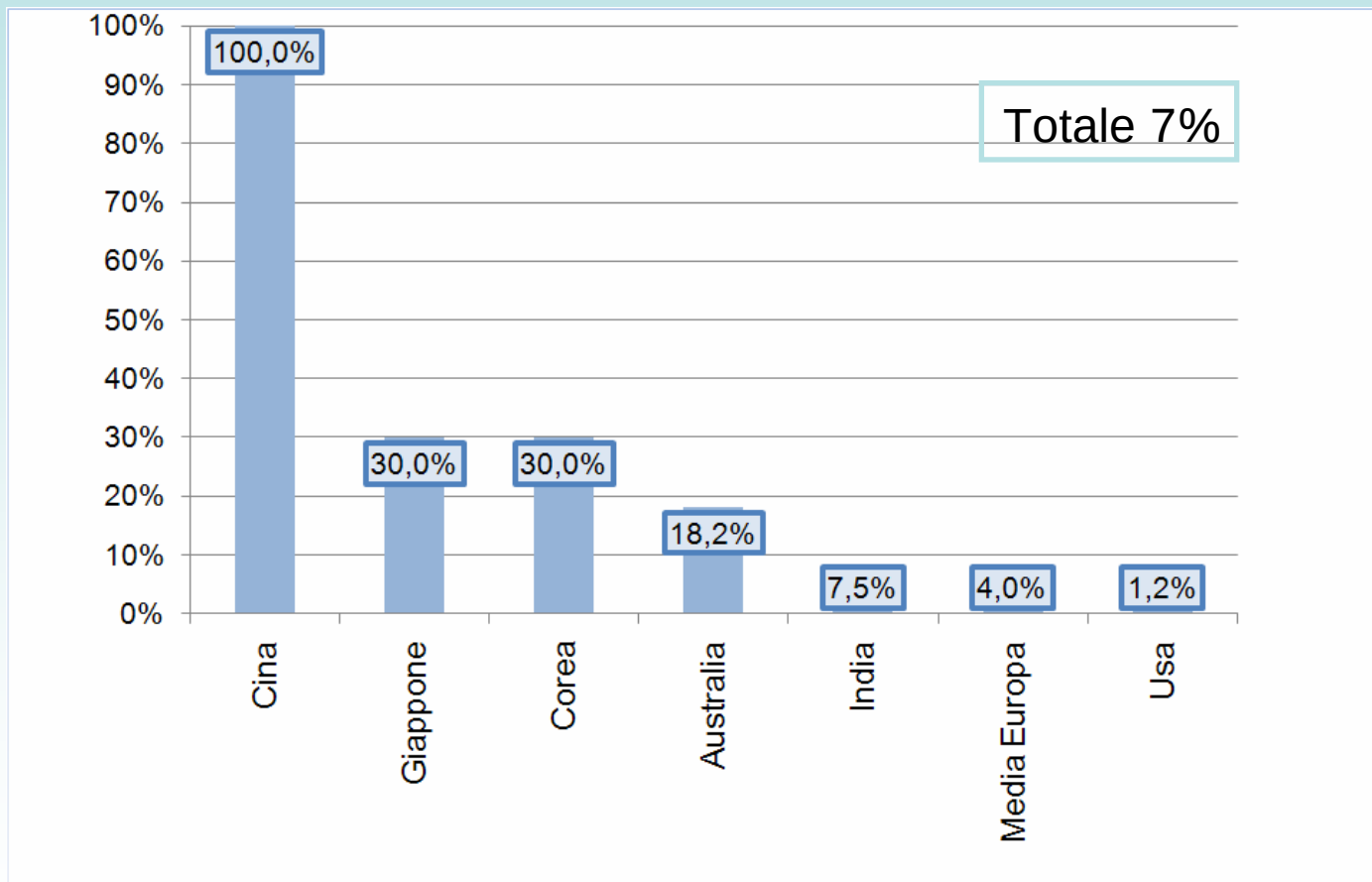
I motivi di non commercializzazione delle province toscane per il 2015

Motivo di non commercializzazione dei Tour Operator delle province della Toscana

	% sul totale T.o. che vendono Toscana		motivo di non commercializzazione				
	Sì	No	Non c'è richiesta	Ho intenzione di farlo, ma non l'anno prossimo	Non conosco quella zona	basso standard qualitativo delle strutture ricettive/esperienze negative	Totale
Arezzo	2,1	97,9	89,7	8,0	2,0	0,4	100,0
Firenze	91,7	8,3	83,2	15,4	0,7	0,7	100,0
Grosseto	2,4	97,6	88,2	9,1	2,2	0,5	100,0
Livorno	3,2	96,8	88,0	9,5	2,0	0,5	100,0
Lucca	8,8	91,2	88,7	9,4	1,7	0,2	100,0
Massa	-	100,0	93,2	5,2	1,6	0,0	100,0
Pisa	18,0	82,0	87,2	11,0	1,8	0,0	100,0
Pistoia	0,9	99,1	92,4	5,8	1,8	0,0	100,0
Prato	-	100,0	94,2	4,1	1,6	0,0	100,0
Siena	19,8	80,2	90,9	8,3	0,8	0,0	100,0



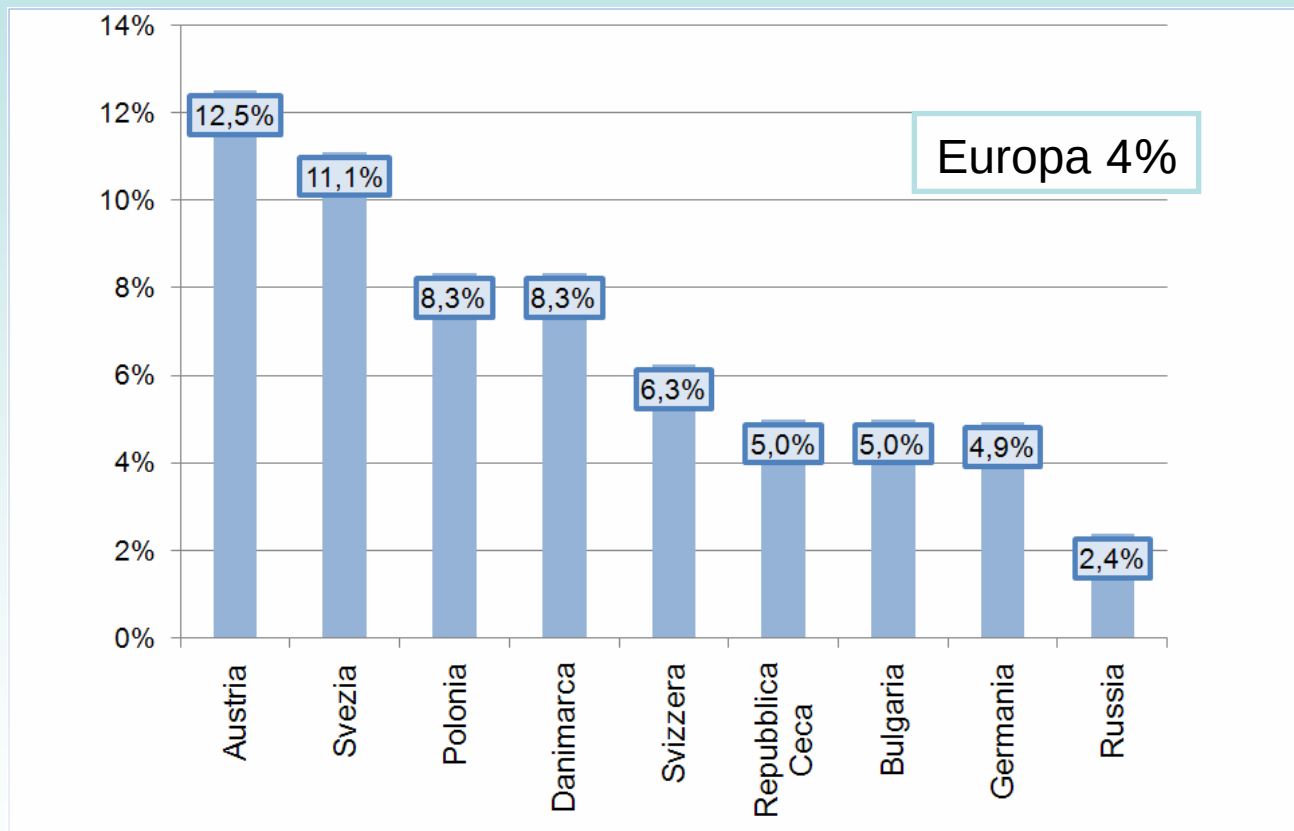
Tour operator che hanno previsto pacchetti specifici per la visita a Expo 2015



Il 7% dei Tour Operator hanno previsto pacchetti specifici per la visita a Expo 2015, il mercato più interessato è la Cina, a seguire il Giappone.



Tour operator europei che hanno previsto pacchetti specifici per la visita a Expo 2015



Il 4% dei Tour Operator europei ha previsto pacchetti specifici per la visita a Expo 2015.
I Paesi maggiormente interessati sono l'Austria (12,5%), la Svezia e la Polonia.



Tour Operator che hanno previsto pacchetti specifici per la visita a Expo 2015 e la Toscana

Tour operator che commercializzano la Toscana

% sul totale che commercializzano Expo



Prodotti venduti in Toscana

- 1.Arte, cultura
- 2.Campagna
- 3.Enogastronomia

Il 41% dei Tour Operator che ha previsto pacchetti specifici per la visita a Expo 2015 ha programmato anche una visita in Toscana



Le principali destinazioni straniere competitor della Toscana

<u>Città d'arte</u>	Francia	Spagna	Regno Unito
<u>Enogastronomia</u>	Francia	Spagna	Croazia
<u>Agriturismo</u>	Francia	Spagna	Croazia
<u>Mare</u>	Spagna	Francia	Grecia
<u>Sport</u>	Stati Uniti	Svizzera	Francia
<u>Terme/Benessere (Spa)</u>	Francia	Austria	



Nuove tendenze della domanda

Nuove tendenze della domanda							
	EUROPA	USA	BRIC	AUSTRALIA	GIAPPONE	COREA DEL SUD	TOTALE
Maggiore richiesta di viaggi esclusivi	84,5	79,3	82,9	81,8	100,0	80,0	84,8
Attenzione alla qualità	66,2	52,4	60,7	54,5	90,0	70,0	64,8
Attenzione al giusto rapporto qualità prezzo da parte della clientela	62,8	51,2	65,7	9,1	0,0	50,0	58,0
Attenzione alla sostenibilità	10,9	12,2	14,3	18,2	0,0	20,0	12,9
Maggiore richiesta di viaggi su misura	10,9	13,4	12,9	27,3	20,0	30,0	12,0
Richiesta di destinazioni meno conosciute	9,7	11,0	10,0	18,2	50,0	40,0	11,4