

BTO - 29 NOVEMBRE 2017

TURISMO IN TOSCANA: PERCEZIONE E SCENARI FUTURI

Risultati sulla percezione dell'andamento del 2017 e sulle prospettive del 2018.
Oltre 800 le strutture ricettive coinvolte distribuite su tutto il territorio della Toscana.

DESTINAZIONE TOSCANA 2020

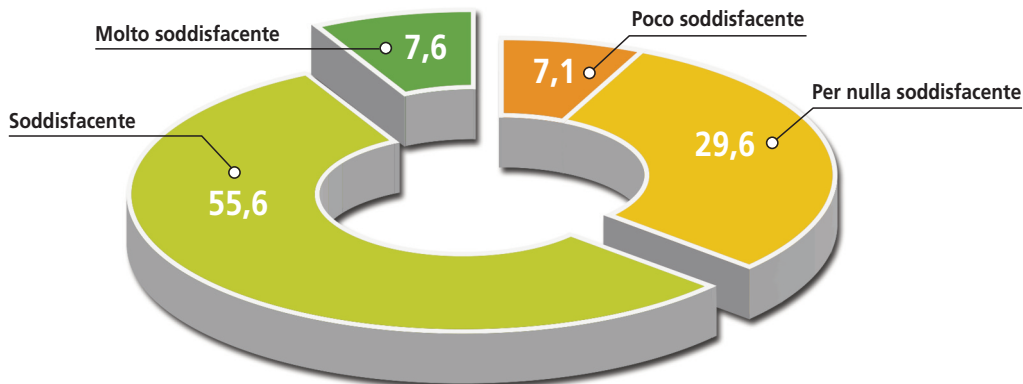
ALBERTO PERUZZINI

DIRETTORE TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



UNA CRESCITA CONSOLIDATA

Confermato nel 2017 il trend di crescita avviato nel 2016



LA SODDISFAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

Percezione
positiva*

63,2

alberghi	agriturismi	altre strutture
54,1	65,0	65,9

La maggior soddisfazione
arriva dal comparto
extra alberghiero

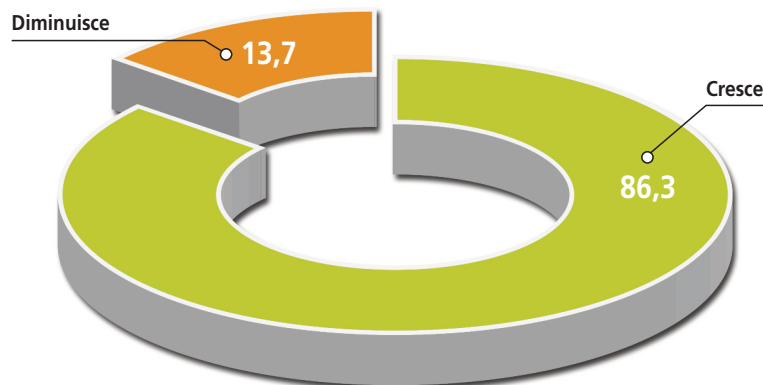
città	mare	montagna	terme	collina	altre
67,6	68,6	66,2	40,6	58,3	62,2

La minor soddisfazione
del comparto terme
dimostra la fatica del
comparto a decollare

* Totale: soddisfacente + molto soddisfacente

MOLTO POSITIVE LE ASPETTATIVE PER IL 2018

Dopo due anni di crescita il 2018 è atteso con fiducia



LE ATTESE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

alberghi	agriturismi	altre strutture
87,9	85,8	86,6

La fiducia verso il 2018 è confermata da tutti i comparti

città	mare	montagna	terme	collina	altre
83,9	93,1	85,2	88,9	85,2	86,1

Nonostante una minor soddisfazione rispetto agli altri comparti per i risultati 2017 anche le terme ripongono grande fiducia nel 2018

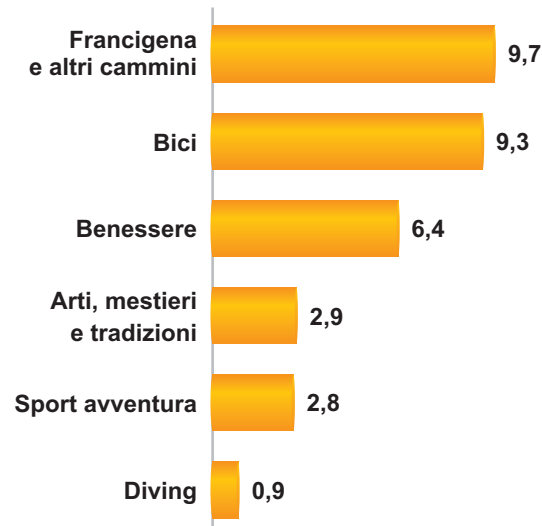
86,3
Percezione
positiva

2018: CAPACITA' DI ATTRAZIONE DEI PRODOTTI

PRODOTTI CONSOLIDATI



PRODOTTI EMERGENTI



PRONTI PER IL TURISMO SLOW DEL 2019

I prodotti emergenti per il 2018 premiano il contatto con la natura (cammini e bici) e la nuova attenzione al “benessere” (superamento del vecchio concetto salute e cure mediche).

VERSO IL 2019 ANNO DEL TURISMO SLOW...

I “prodotti” capaci di attrarre i turisti in Toscana sono molti. Per il futuro, l'attenzione è rivolta a natura e ambiente, enogastronomia, cammini, bici e benessere.

	PIU' ATTRATTIVI (in assoluto)	PIÙ IMPORTANTI (rispetto alla media toscana)	EMERGENTI (i più citati)
CITTA'	patrimonio artistico e culturale natura e ambiente - prodotti tipici enogastronomia	patrimonio artistico e culturale - affari - eventi manifestazioni - congressi	cammini bici
MARE	sole e mare natura e ambiente enogastronomia - prodotti tipici	sole e mare sport avventura diving - bici	bici benessere
MONTAGNA	natura e ambiente patrimonio artistico e culturale enogastronomia - prodotti tipici	benessere sport avventura sport invernali - cammini	cammini sport avventura benessere
TERME	natura e ambiente patrimonio artistico e culturale enogastronomia - prodotti tipici	benessere salute e cure arti e mestieri	benessere bici
COLLINA	natura e ambiente patrimonio artistico e culturale enogastronomia - prodotti tipici	enogastronomia bici natura e ambiente	bici cammini

LE IMPRESE RICETTIVE E LA DIGITALIZZAZIONE

Da Turismatica 1984 a BTO 2017

I risultati di oltre 30 anni di innovazione in Toscana



95.1%

IL PRIMATO

Oltre il 90% delle strutture utilizza il web a fini promozionali (+ 9% rispetto alla media Italia dove la quota è dell'86%).



42.7%

LA CRESCITA

Il 42,7% degli operatori registra un aumento delle vendite online (nel 2017 rispetto al 2016).



50.1%

IL SORPASSO

Oltre il 50% delle vendite avviene on line (dato superiore alla media Italia) 34% da portali commerciali - 16% dal sito della struttura.

VERSO IL 2020

LA MESSA A PUNTO DELLE STRATEGIE FUTURE

Dopo i questionari sulla percezione delle strutture ricettive circa l'andamento del 2017 e gli scenari 2018, per avere un quadro più completo, era necessario un'approfondimento qualitativo. Qui di seguito risultati delle interviste. Spunti di riflessione per la messa a punto delle strategie future.



IL FUTURO DEL TURISMO IN TOSCANA

LE PAROLE CHIAVE CHE...

CONFERMANO LA VOCAZIONE

- ✓ arte&cultura
- ✓ enogastronomia
- ✓ mare
- ✓ montagna
- ✓ natura

CONFERMANO LE TENDENZE

- ✓ outdoor (aria aperta)
- ✓ slow
- ✓ borghi
- ✓ bici
- ✓ francigena - percorsi nel territorio

CONFERMANO L'ESPERIENZIALE

- ✓ autentico
- ✓ esperienza
- ✓ sostenibile
- ✓ emozionale

CONFERMANO LA FIDUCIA

- ✓ governance
- ✓ promettente

IMPONGONO UNA RIFLESSIONE

- ✓ degrado dei luoghi
- ✓ overtourism
- ✓ mordi e fuggi

STIMOLANO

- ✓ innovazione
- ✓ formazione
- ✓ professionalizzazione
- ✓ internazionalizzazione
- ✓ strategia



DUE 'TURISMI' PER OGNI STAGIONE

SPUNTI DI RIFLESSIONE: PIACE PERCHE'...

TURISTA ORGANIZZATO

- ✓ È consapevole e cerca un turismo di qualità
- ✓ Arriva nelle aree dove non si vende ancora via internet o poco conosciute
- ✓ Aiuta a differenziare l'offerta, a pianificarla e ad offrire un servizio di qualità
- ✓ Non avalla il "sommerso"



- ✓ Dorme
- ✓ Apre mercati
- ✓ Riempie anche se piove
- ✓ Compensa i vuoti

TURISTA INDIVIDUALE

- ✓ Aiuta a sviluppare prodotti innovativi e nuove proposte
- ✓ Utilizza gli strumenti digitali, che lo aiutano a personalizzare l'offerta e a ricercare nuove destinazioni
- ✓ Può diventare rapidamente un fattore di attrattività per le località fuori dal circuito tradizionale



- ✓ Alza il livello
- ✓ Chiede personalizzazione
- ✓ Impone qualità
- ✓ Vuole più attenzioni

VERSO TOSCANA 2020

LE RIFLESSIONI PER LA DEFINIZIONE DELLE STRATEGIE

- ✓ I risultati positivi del 2016 e 2017 permettono di guardare con fiducia al futuro, ma...
E' vietato sedersi.
- ✓ Il valore del brand Toscana è innegabile, ma è necessario guardare con attenzione alle vocazioni dei singoli territori.
L'importanza di promuovere i singoli territori come "brand individuali".
- ✓ Il mercato interno e i mercati maturi sono un patrimonio da coltivare, ma non basta.
L'importanza di promuovere il mercato dei "Paesi emergenti".
La necessità di formare chi agisce sul territorio (nuove tendenze e nuove tecnologie etc.).
- ✓ Il rischio dell'invasione di un turismo mordi e fuggi impone una crescita.
Miglioramento qualitativo dell'offerta in termini di proposte e servizi.
- ✓ La percezione conferma la tendenza ad un turismo slow...
Guardando al 2019 è necessario raccogliere la sfida per la creazione di nuovi "pacchetti".

DESTINAZIONE TOSCANA 2020

**TURISMO IN TOSCANA:
PERCEZIONE E SCENARI FUTURI**

GRAZIE PER L'ASCOLTO

ALBERTO PERUZZINI
Direttore Toscana Promozione Turistica