



Contesto e tendenze

Cristina Bergonzo
Osservatorio Turistico della Regione Piemonte

Novi Ligure, 20 marzo 2018



Contesto nazionale e internazionale



Arrivi e pernottamenti – stagione promettente. Il primo semestre 2017 registra un incremento dei flussi turistici per il complesso delle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere: 53 milioni di arrivi e oltre 160 milioni di pernottamenti, rispettivamente +4,6% e +6,0% rispetto al primo semestre 2016. Cresce la domanda sia degli italiani che degli stranieri e la permanenza media si attesta sui 3 giorni.



Bilancia dei pagamenti – turismo export vincente. Saldo positivo e in crescita per la bilancia dei pagamenti: +5,8% nei primi cinque mesi del 2017, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.
Spesa media degli stranieri in Italia è aumentata del 4,6% nel Primo semestre 2107. La crescita delle entrate turistiche si è concentrata nel SUD (+18,3) e nel Centro (+6,1).

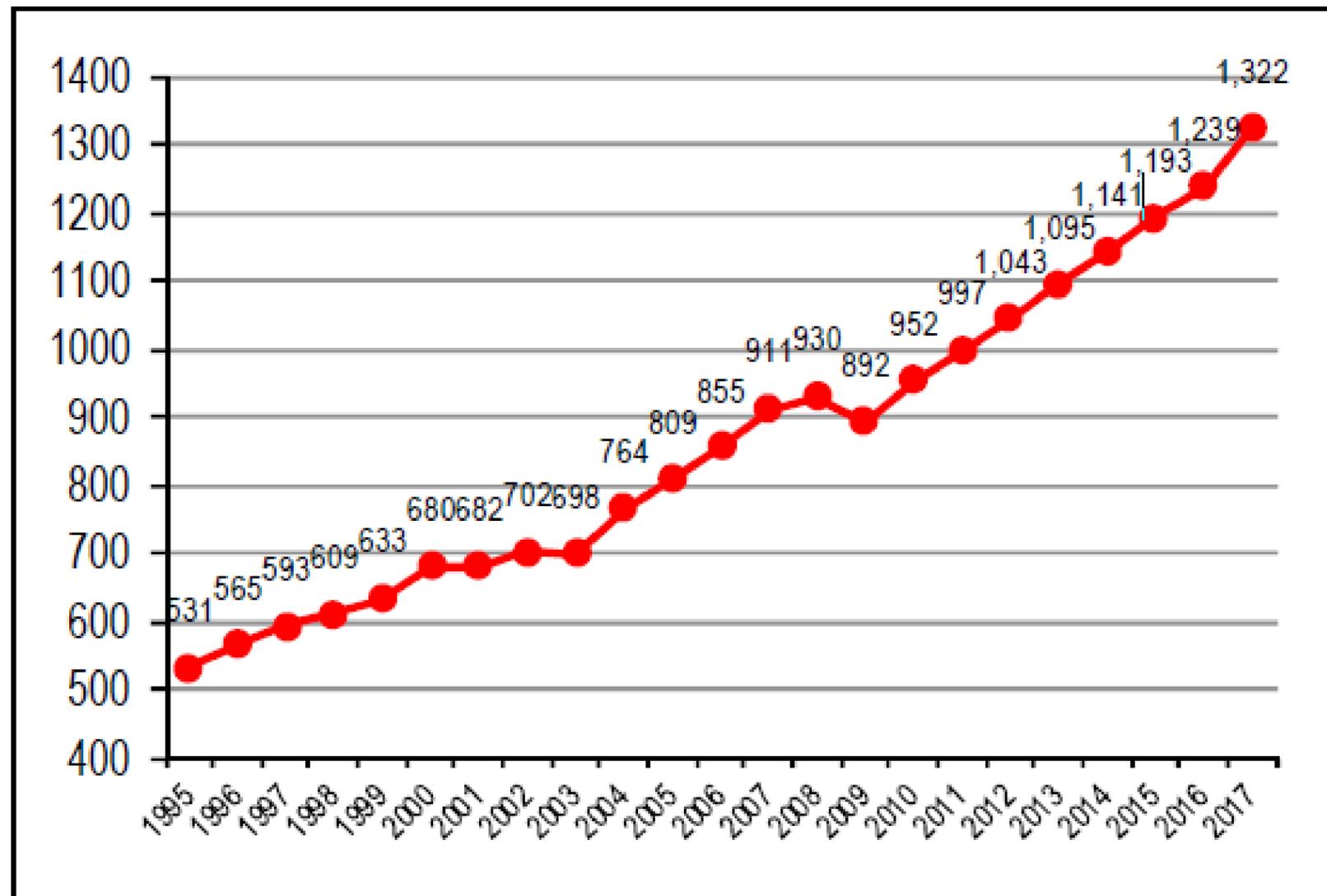




Contesto nazionale e internazionale

World: Inbound Tourism
International Tourist Arrivals

(million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

2017 – A consuntivo gli **arrivi internazionali crescono del 7%**

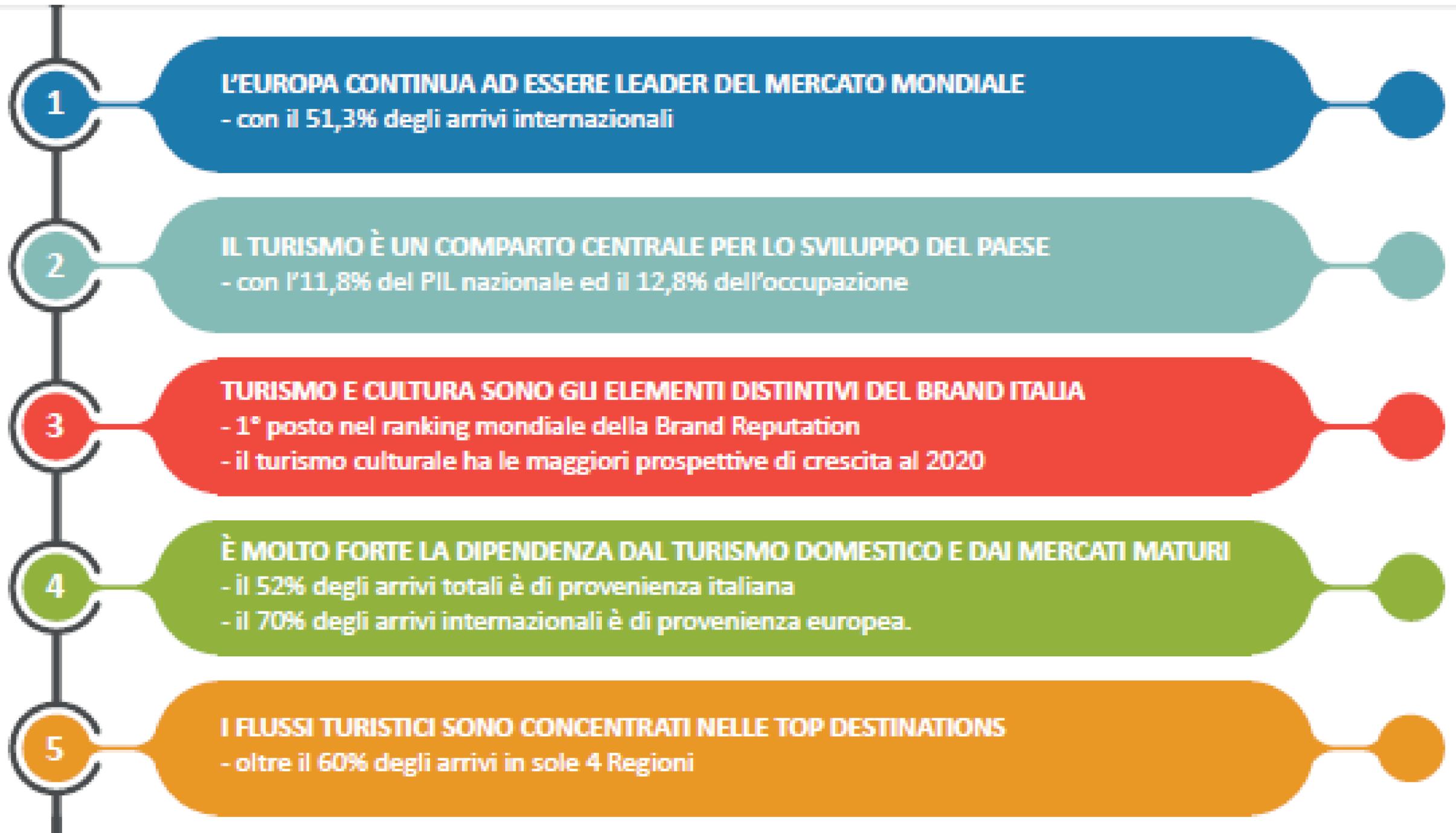
2018 – la **previsione di crescita internazionale** oscilla fra il **4% - 5%**

Fonte: UNWTO





PST 2017 – 2022 - In evidenza



Fonte: Piano Strategico del Turismo Italia 2017-2022





PST 2017 – 2022 - In evidenza



Fonte: Piano Strategico del Turismo Italia 2017-2022





Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

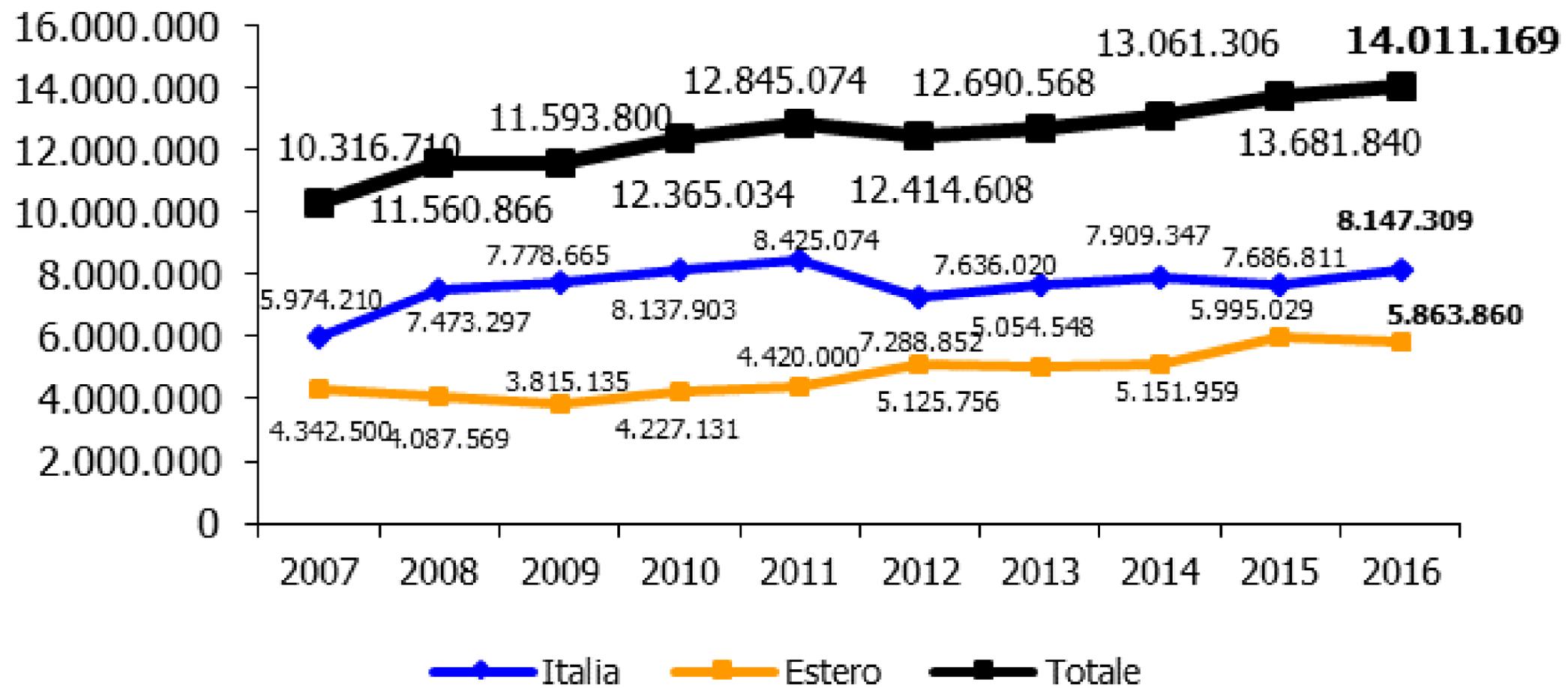


Superati i **14milioni** di pernottamenti Presenze in crescita: **+2,41%**

2016 vs 2007: +35,81%
2016 vs 2015: +2,41%

Trend Presenze 2007 - 2016

**Positivo il
2017 :
Oltre il 6%**





Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte



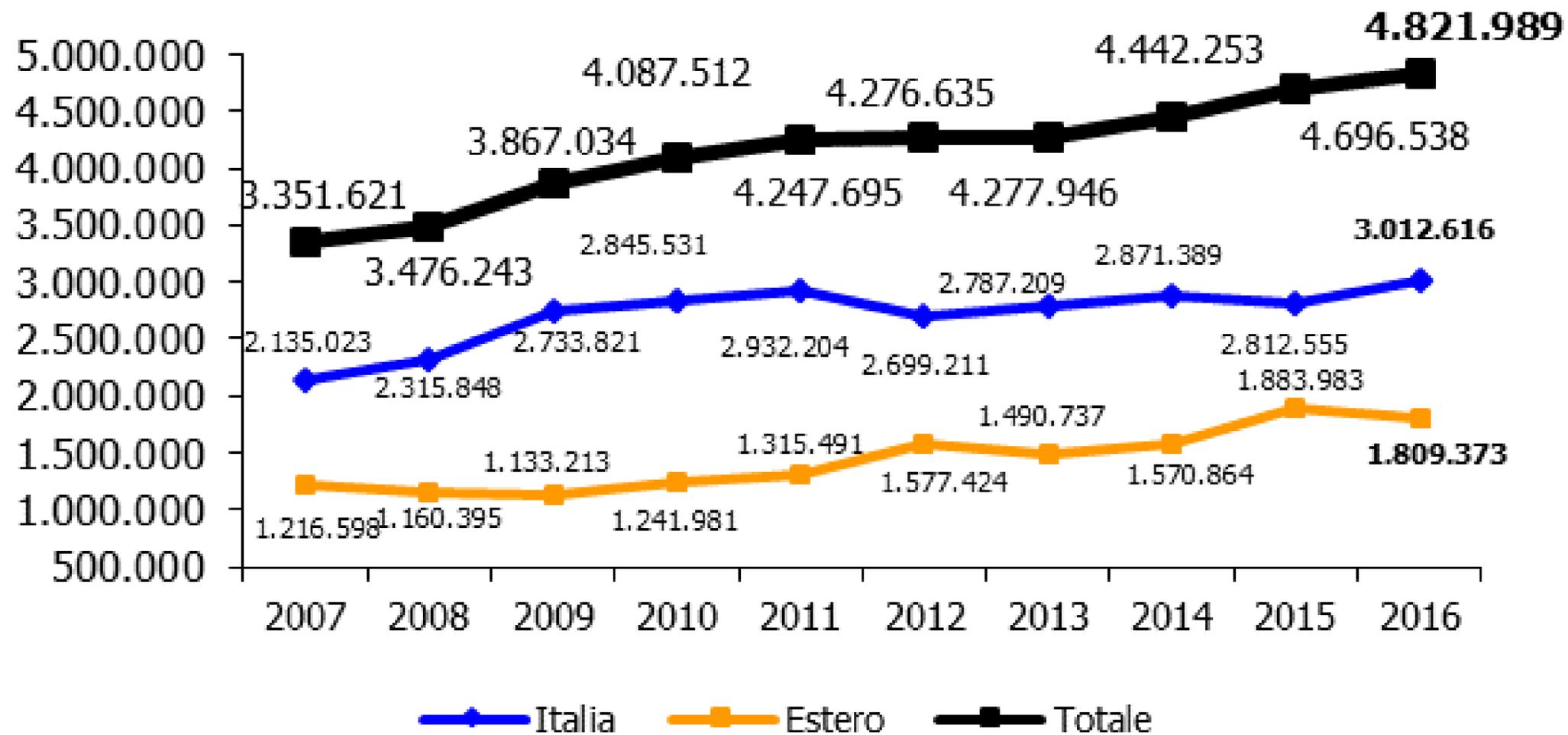
4 milioni e 800mila turisti in Piemonte

Arrivi in crescita: +2,67%

2016 vs 2007: +43,87%

2016 vs 2015: +2,67%

Trend Arrivi 2007 - 2016

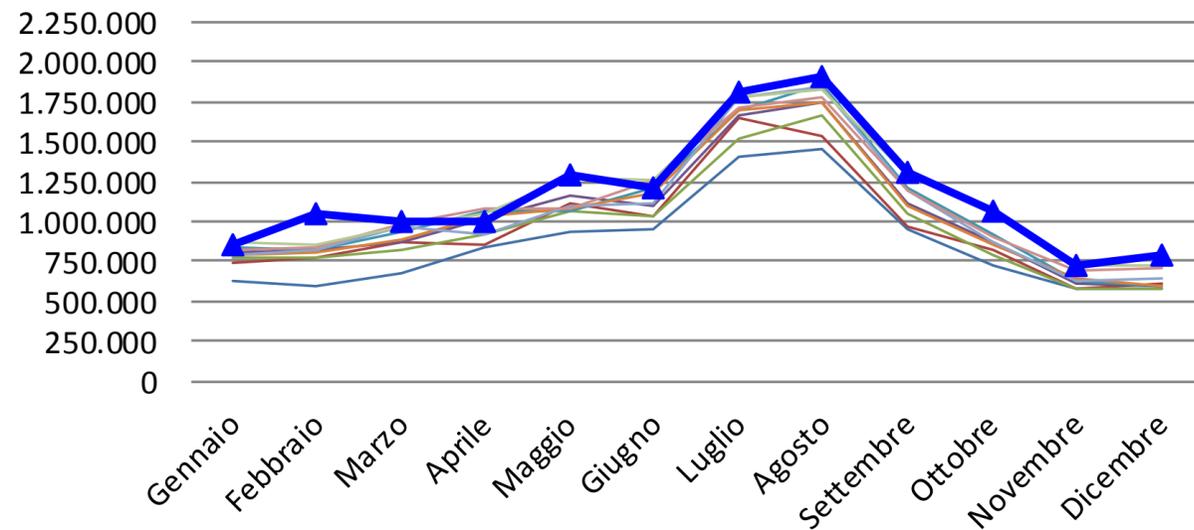


**Positivo il
2017 :
Oltre 6%**

Andamento mensile e stagionale

Maggiore numero di arrivi nel II semestre dell'anno

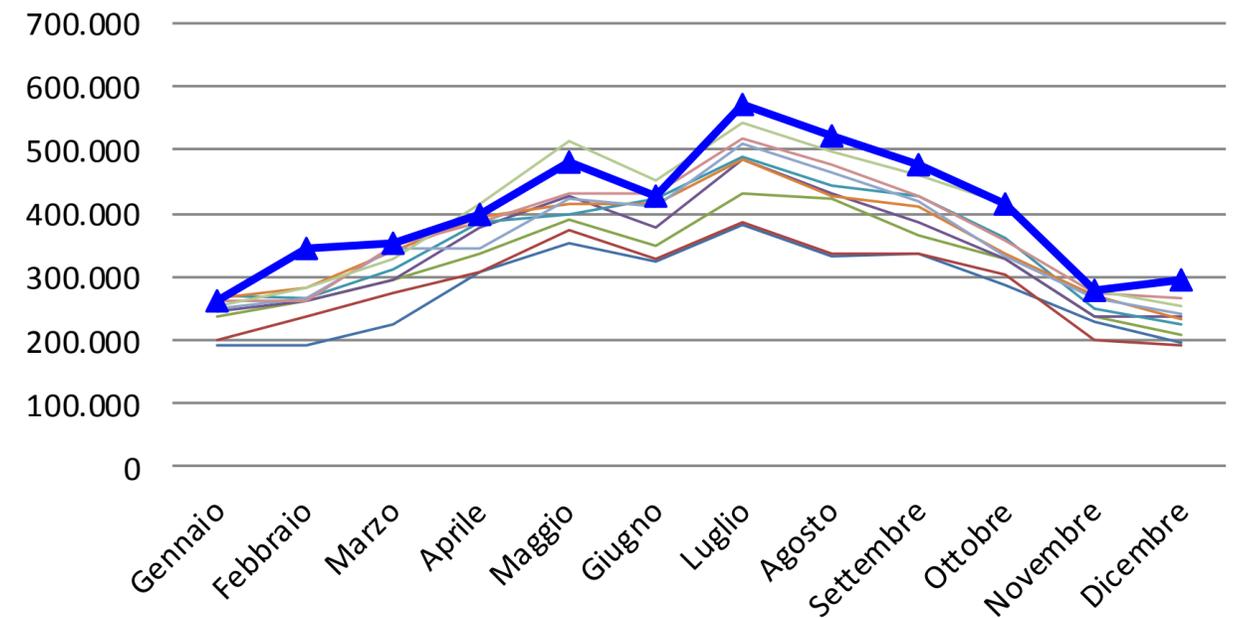
Trend Presenze Mensili



- **L'estate attira oltre il 60% dei flussi turistici.**
- I pernottamenti crescono similmente nei due semestri, mentre **gli arrivi crescono di più nella seconda metà dell'anno.**

- Crescita nei **mesi estivi di luglio, agosto e settembre.**
- Particolare, picco di crescita a **febbraio** - oltre **+20% di arrivi e presenze** - e a **dicembre** - oltre **+15% di arrivi e quasi +9% di presenze.**

Trend Arrivi Mensili



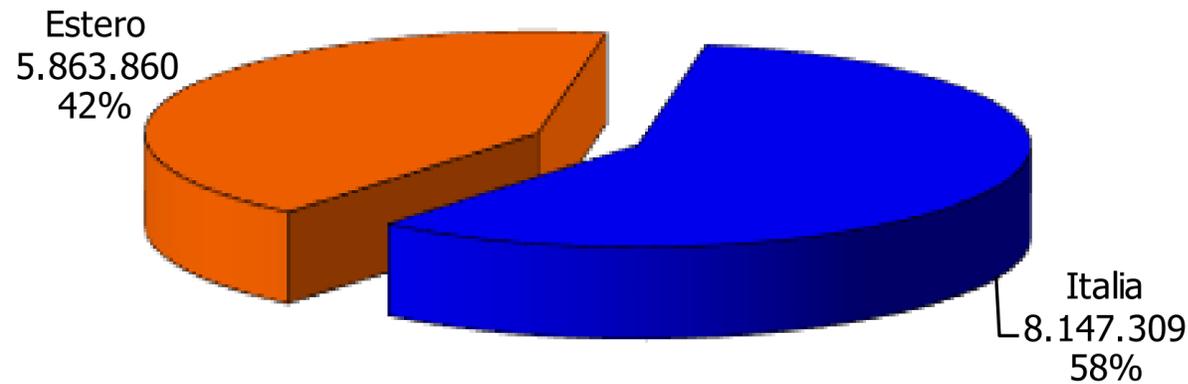


Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

I principali mercati

Italia, Germania, Francia, BeNeLux e Regno Unito

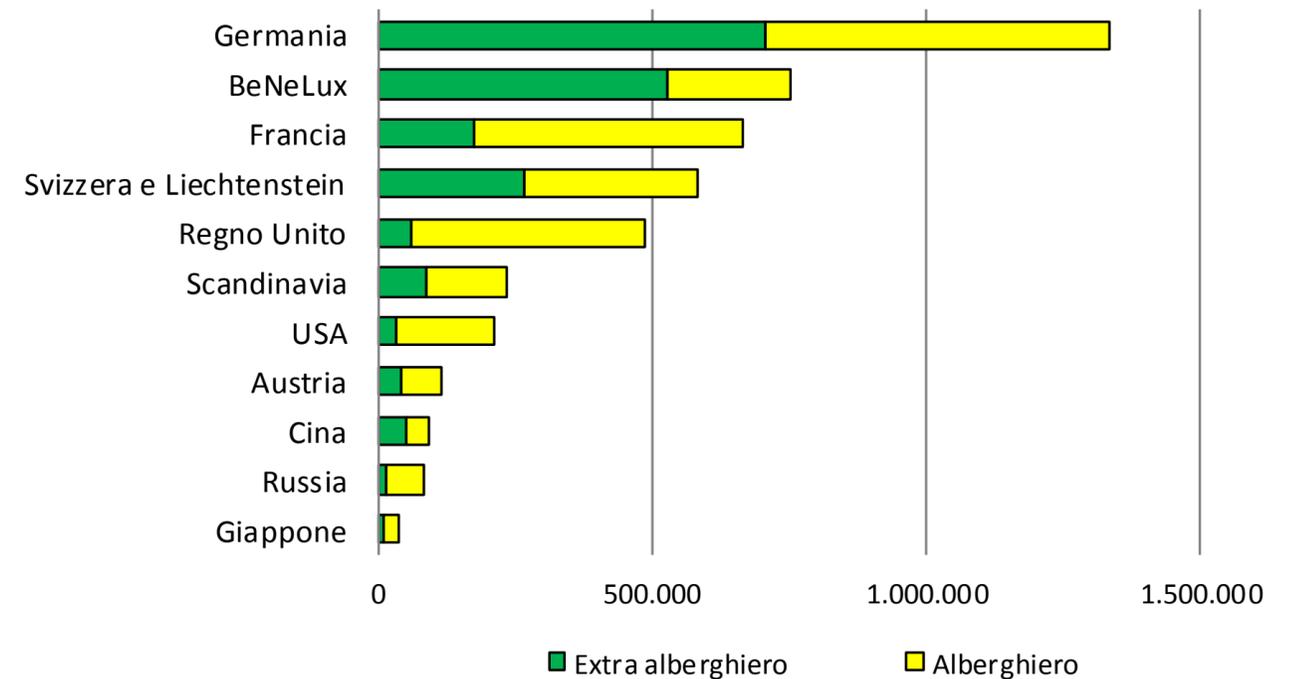
2016 Presenze



- La **Germania** è sempre il primo mercato estero e vale circa il **23% del totale estero**.
- A seguire **BeNeLux e Francia con quota pari a 13% e 11%** rispettivamente.

- La ripartizione delle presenze risulta pari a: **58% mercato italiano e 42% mercato straniero**.

2016 Presenze - Mercati



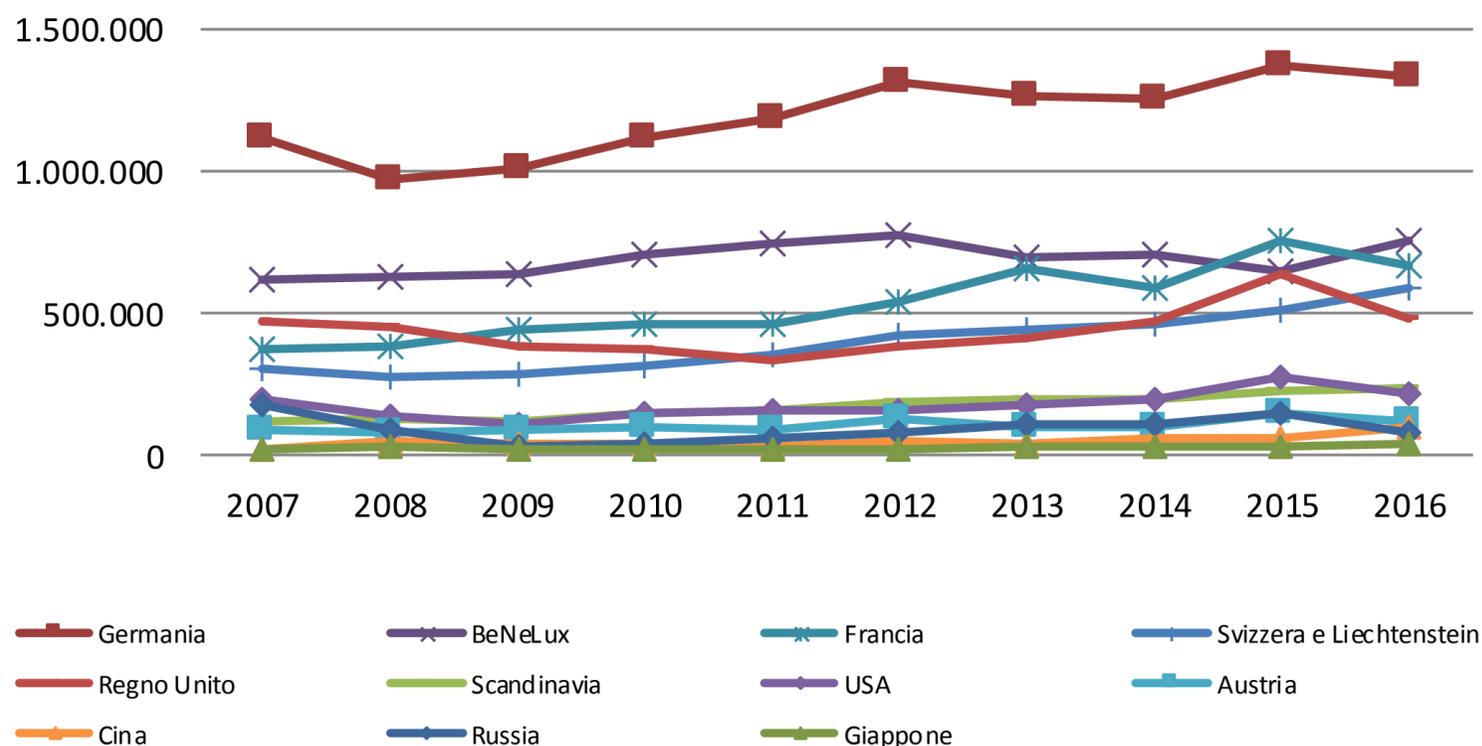
Andamenti dei mercati

A livello regionale crescono i mercati del Nord Europa e rallentano i principali mercati tradizionali



Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

Presenze Mercati
2007 -2016



Crescono

- **BeNeLux** +19% arrivi e +17% presenze,
- **Svizzera** +13% arrivi e +14% presenze,
- **Scandinavia** +5% arrivi e +2% presenze,

In flessione

- **Germania, Francia e Regno Unito**

- La **Cina** registra +55% di presenze a fronte della flessione degli arrivi (circa -10%), ma con modalità diverse nei diversi segmenti territoriali.

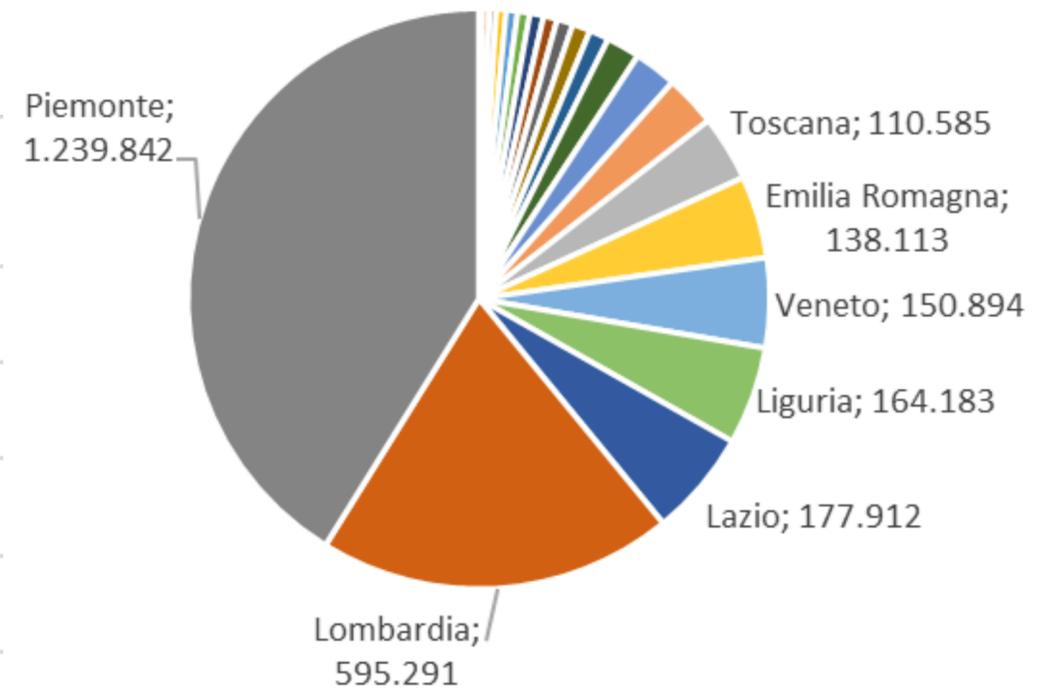


Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

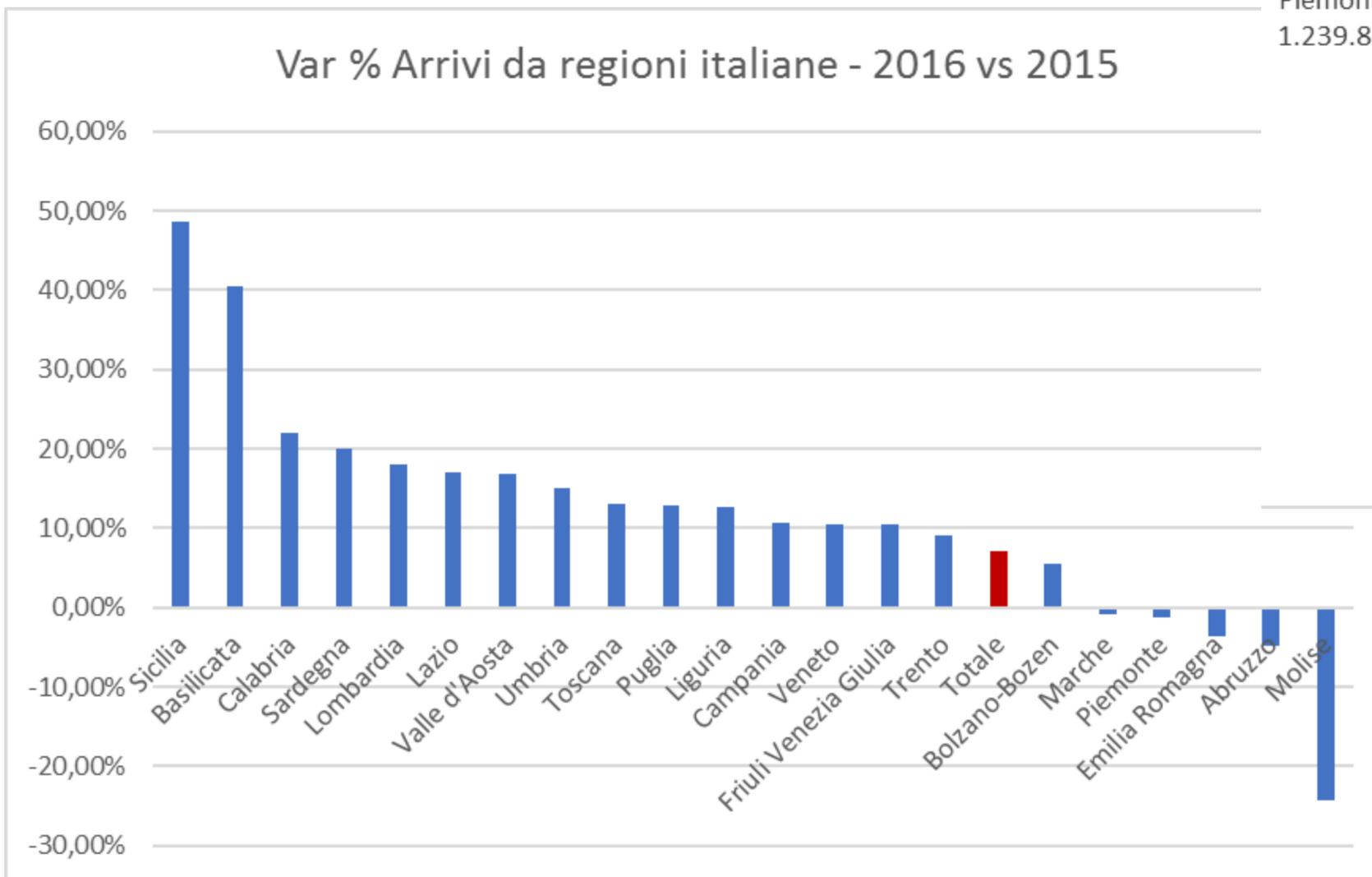
Andamento del mercato Italia

Crescono i flussi da quasi tutte le altre regioni

Arrivi da regioni italiane - 2016



Var % Arrivi da regioni italiane - 2016 vs 2015



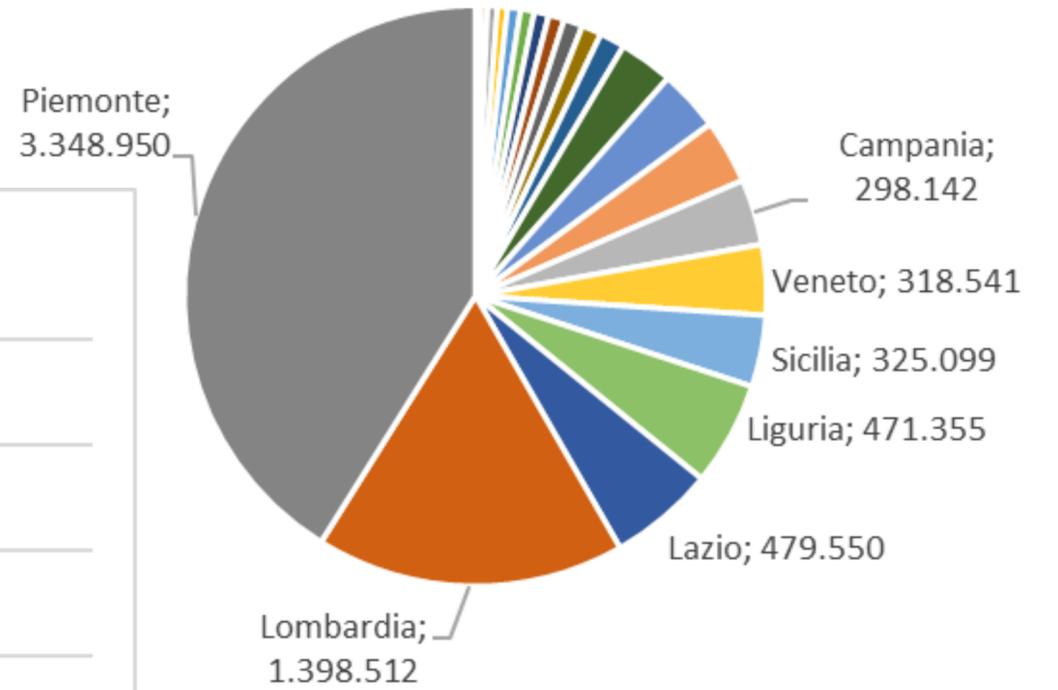


Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

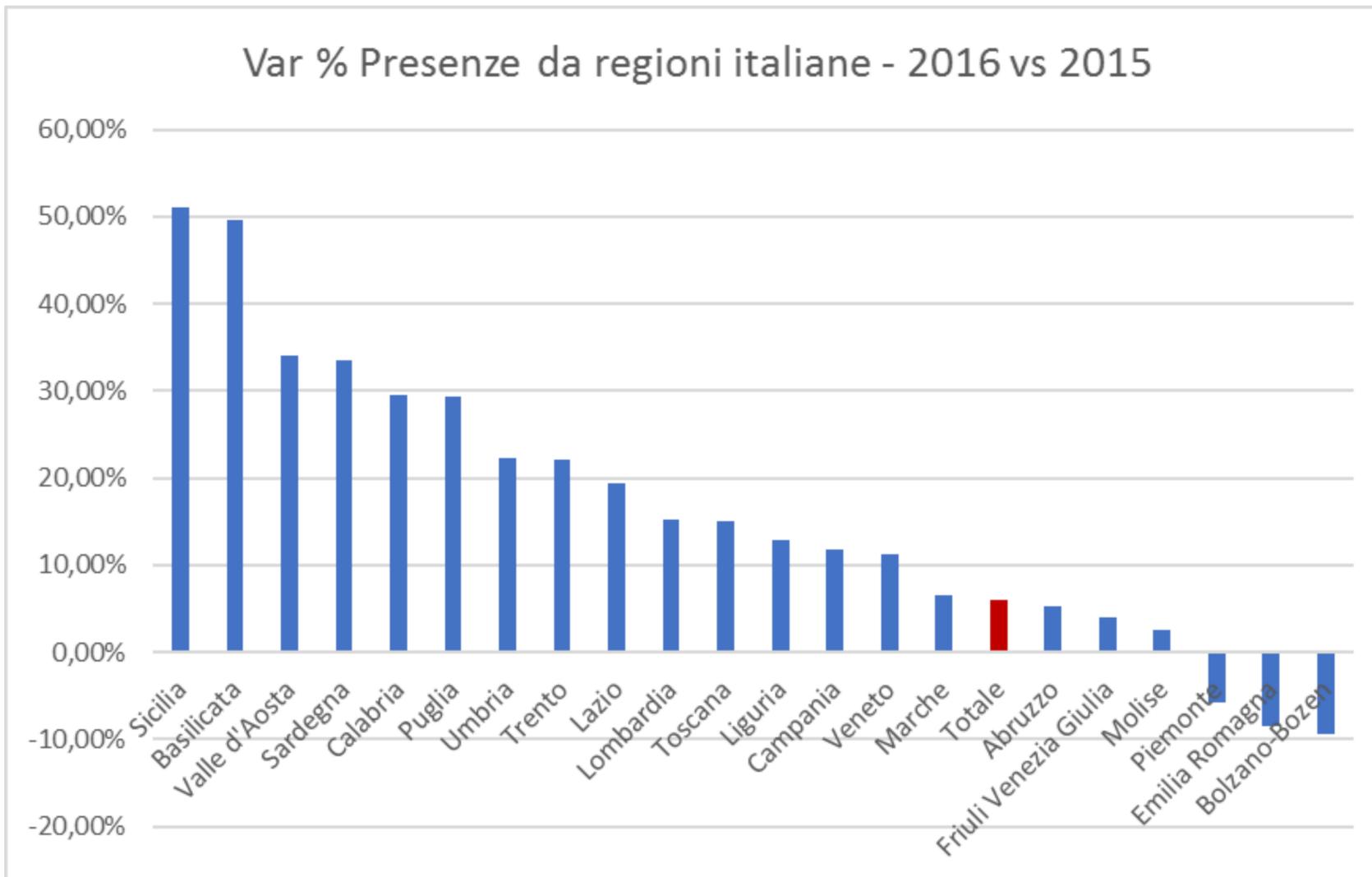
Andamento del mercato Italia

Crescono i flussi da quasi tutte le altre regioni

Presenze da regioni italiane - 2016



Var % Presenze da regioni italiane - 2016 vs 2015

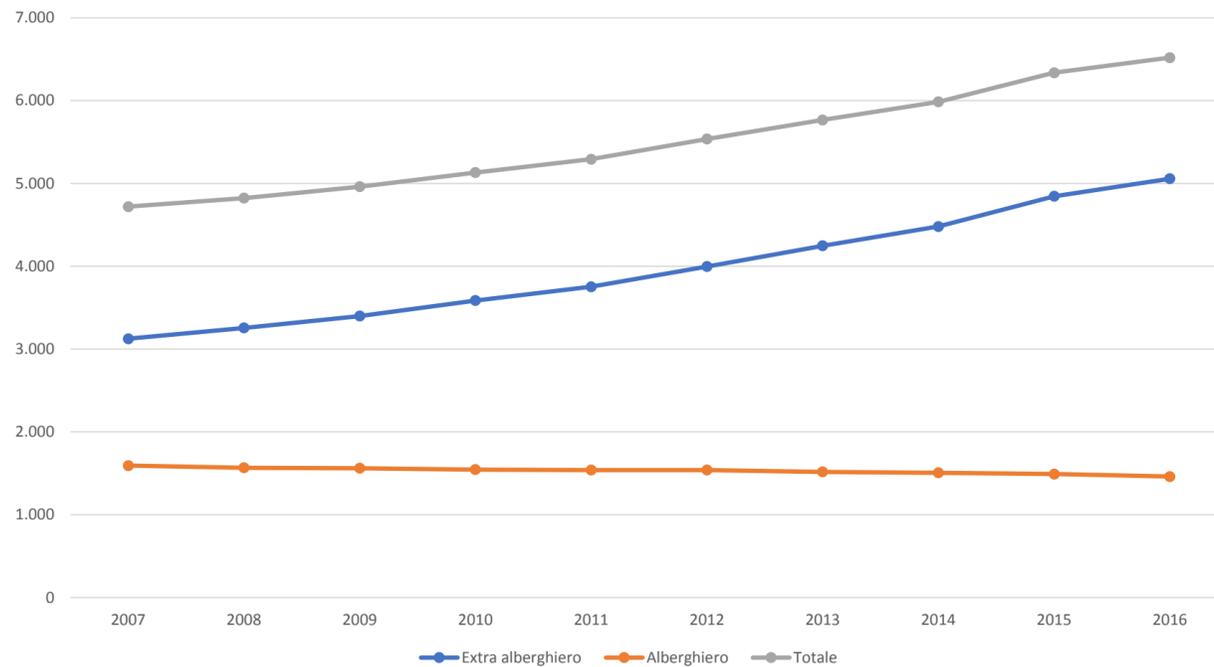




Offerta ricettiva

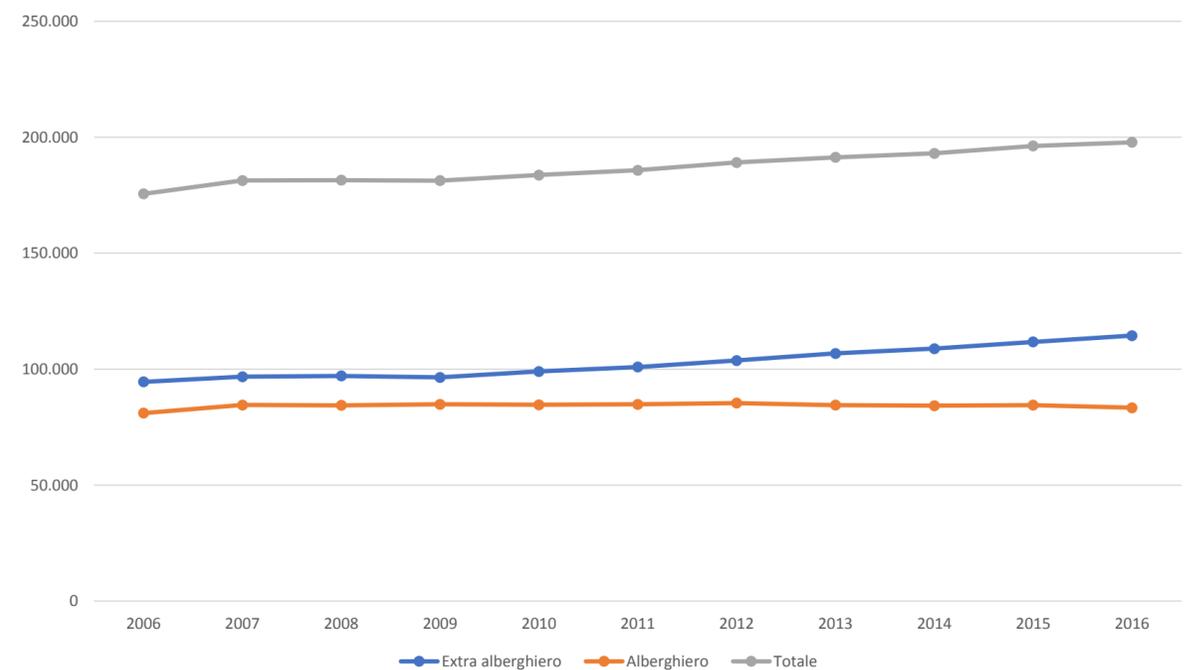
Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

Trend 2007-2016
N. Strutture



	Strutture	
	2016 vs 2015	2016 vs 2007
Extra alberghiero	4,40%	61,8%
Alberghiero	-2,08%	-8,3%
Totale	2,87%	38,1%

Trend 2007-2016
N. Letti



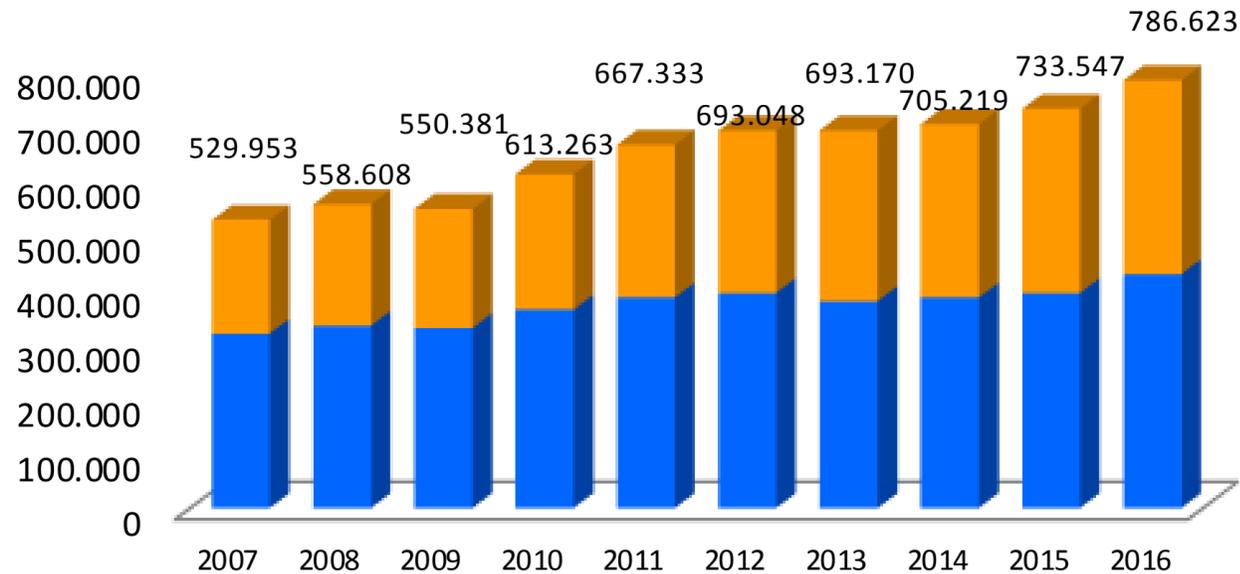
	Posti Letto	
	2016 vs 2015	2016 vs 2007
Extra alberghiero	2,42%	18,3%
Alberghiero	-1,39%	-1,4%
Totale	0,78%	9,1%



Colline

Confermano la loro posizione e la loro quota estera

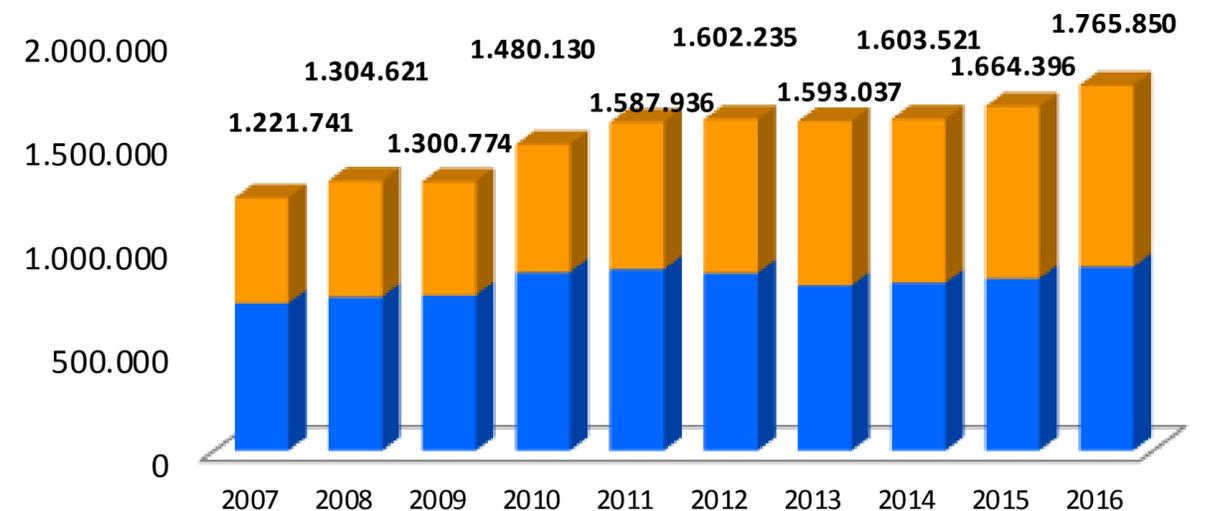
Arrivi



- **L'area – prodotto cresce** sia per numero di **arrivi (+7%)** che per numero di **presenze (+6%)**.
- **Cresce sia la componente italiana che estera:** per i pernottamenti **+7%** e **+5%** rispettivamente.

- **Il mercato estero** vale circa il **50%** delle presenze totali.
- **Gli arrivi dall'estero** rappresentano il **45%** del totale.

Presenze

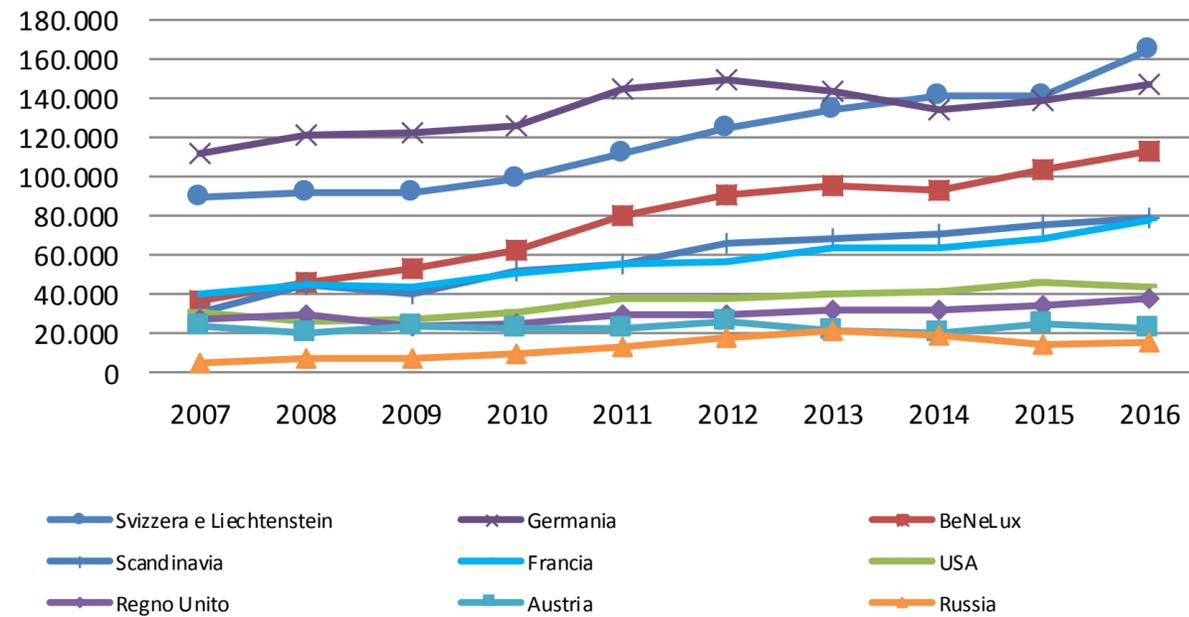




Colline

Destinazione sempre più internazionale

Presenze Colline
Principali mercati di provenienza 2007 - 2016



I primi tre mercati esteri del 2016 si riconfermano

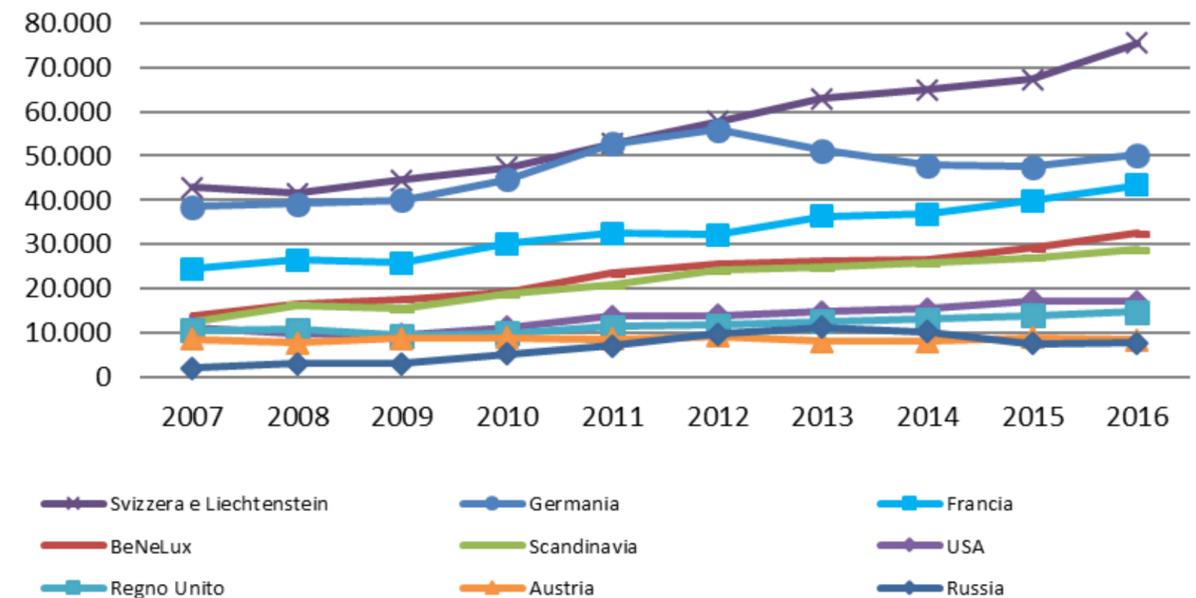
- **Svizzera:** 164.830 presenze
- **Germania:** 146.570 presenze
- **BeNeLux:** 112.505 presenze

In **crescita** i pernottamenti di tutti i principali mercati europei

- **Svizzera:** +17% di presenze
- **Germania:** +6% di presenze
- **BeNeLux:** +9% di presenze
- **Scandinavia:** +5% di presenze
- **Francia:** +13% di presenze
- **Regno Unito:** +12% di presenze

In **flessione** il mercato **USA**: circa -5% di presenze

Arrivi Colline
Principali mercati di provenienza 2007- 2016



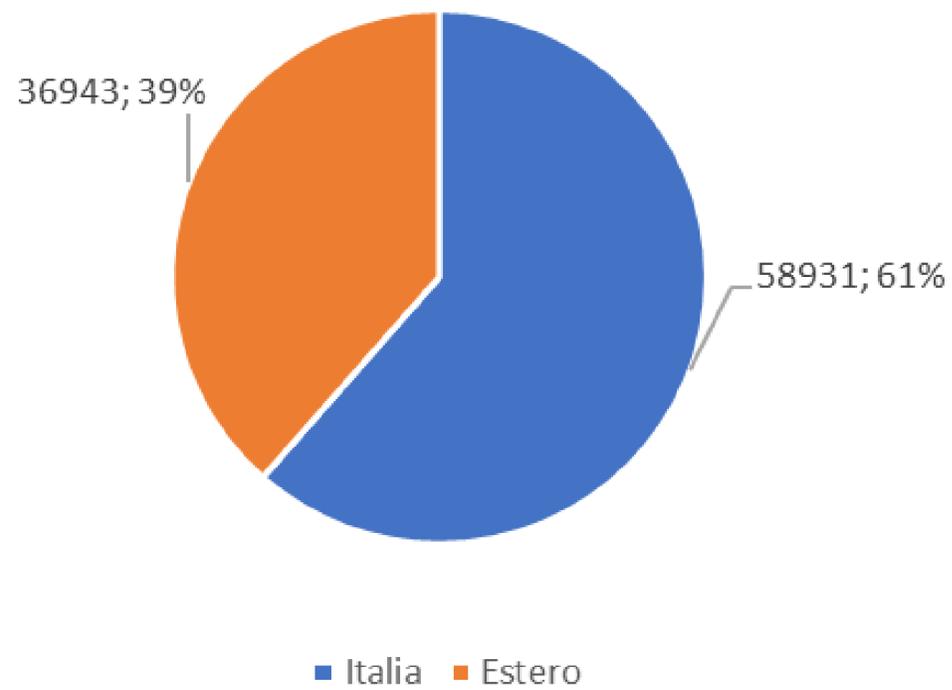
Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

Focus Novese, Gaviese e Tortonese

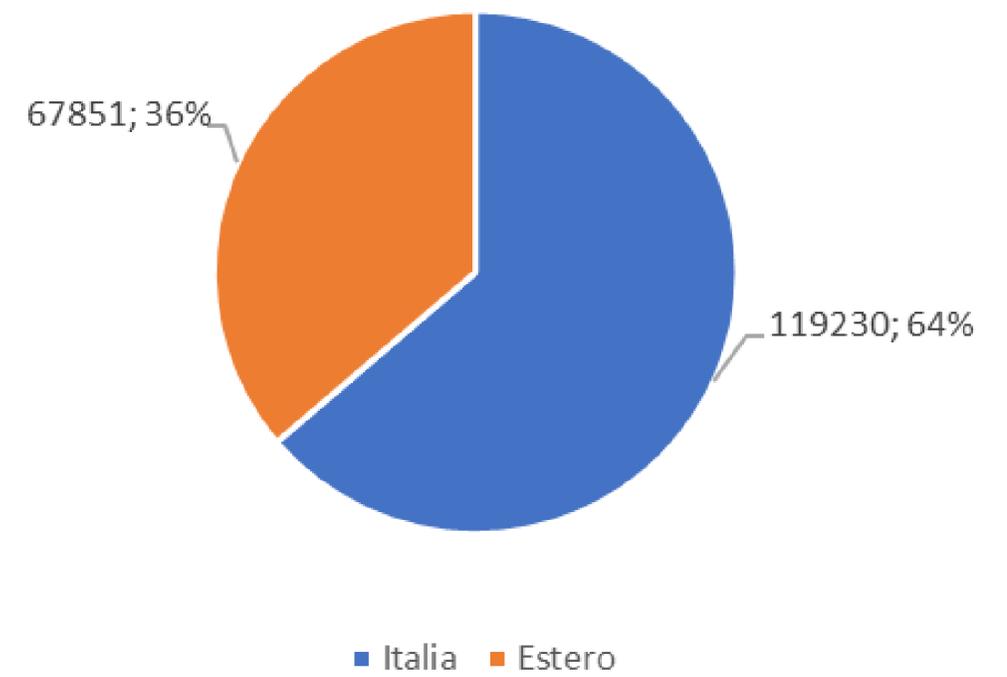


Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

Arrivi 2016



Presenze 2016



Focus Novese, Gaviese e Tortonese



Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico Regionale su base dati TURF della Regione Piemonte

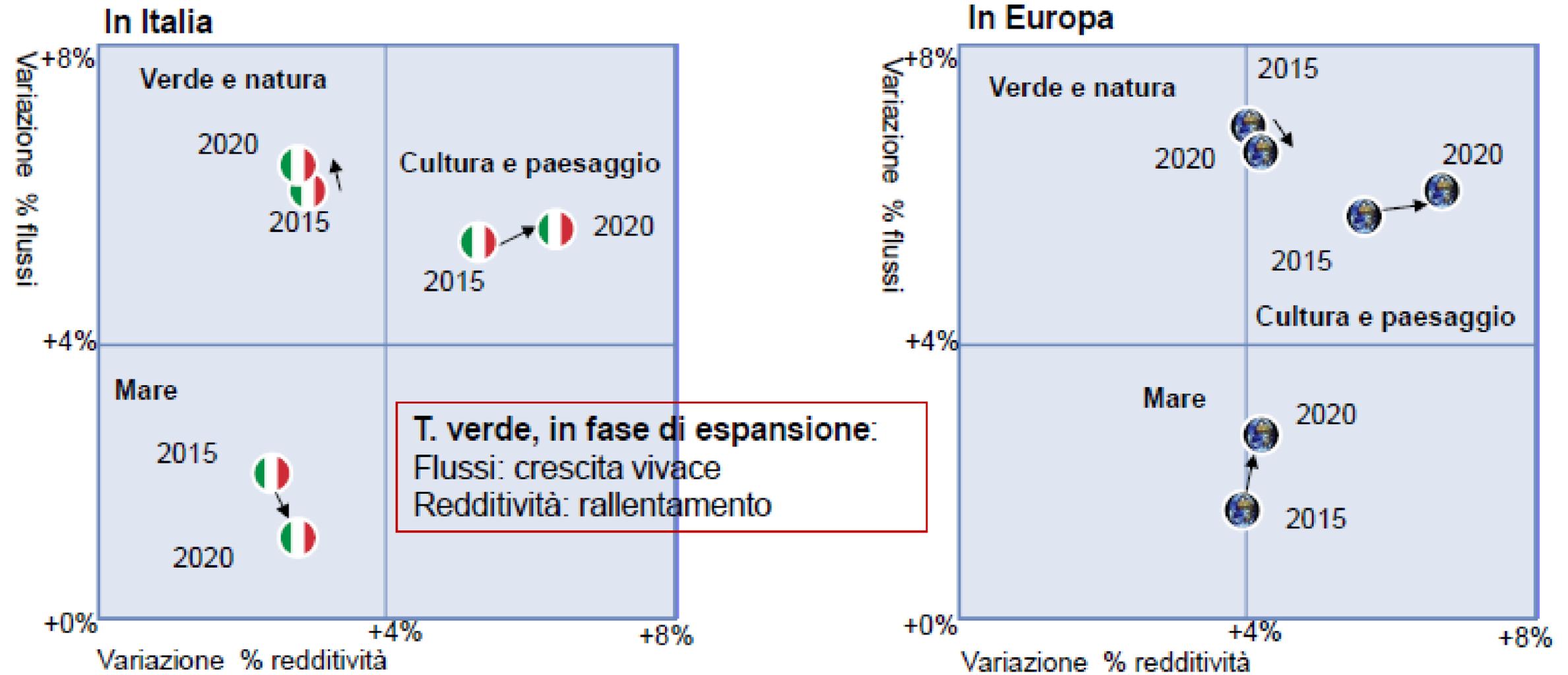


Qualifica	Numero Strutture		
	2007	2015	2016
Albergo	65	55	56
Campeggio	4	4	3
Casa per Ferie	1	2	2
Ostello per la gioventu	1	2	4
Rifugio Alpino	1	1	1
Rifugio Escursionistico	.	1	2
Agriturismo	38	52	51
Affittacamere	14	19	19
CAV - Residence	.	4	3
Bed & Breakfast	32	52	59
Alloggi Vacanze	1	2	2
Totale	157	194	202

Qualifica	Posti Letto		
	2007	2015	2016
Albergo	2.015	1.809	1.817
Campeggio	265	175	145
Casa per Ferie	140	300	300
Ostello per la gioventu	4	49	88
Rifugio Alpino	24	24	24
Rifugio Escursionistico	.	15	27
Agriturismo	445	602	577
Affittacamere	127	178	178
CAV - Residence	.	63	45
Bed & Breakfast	140	223	259
Alloggi Vacanze	8	12	12
Totale	3.168	3.450	3.472



Tendenze prodotti – esperienze flussi e redditività



Mare prodotto maturo: rallentamento crescita dei flussi, ma aumento redditività.

Grande potenziale del turismo culturale: crescita maggiore della redditività (propensione elevata alla spesa).





Tendenze

- Cambi generazionali →
Generazione Z nativi digitali
- Tecnologia (web) e sharing economy
- Sostenibile, slow e green e fare «esperienza»





Oltre i Millennial

La **Gen Z** rappresenta tutti i ragazzi nati in un mondo già immerso nel digitale, a differenza dei fratelli maggiori (i Millennial) che invece sono nati e cresciuti nel momento del passaggio di testimone tra analogico e digitale.



Per la **Gen Z** i social diventano un canale commerciale diretto.

In particolare, **il 72%** degli intervistati statunitensi acquisterebbe volentieri direttamente tramite social, mentre il 50% dice di trovare ispirazione per gli acquisti con i social; addirittura più di un terzo sostiene di aver aumentato il proprio utilizzo in funzione di una migliore ricerca di informazioni, in vista degli acquisti.

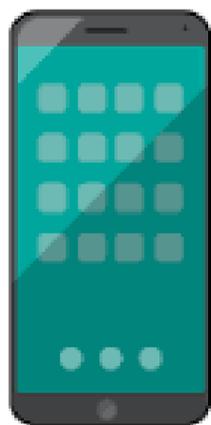
Secondo lo studio, ancora, **YouTube è la piattaforma di social media** più utilizzata regolarmente dai ragazzi, mentre **Facebook** è ancora il regno dei **Millennial**.

Il 70% dei Gen Z usa anche Instagram, rispetto al 54% dei Millennial, inoltre, e questo lo sappiamo già, il social usato pressoché unicamente dagli **under 25** è **Snapchat**. Inutile dirlo, senza video un contenuto perde quasi del tutto di appeal.





Tecnologia... oltre il web



Travel: è boom di prenotazioni fatte da app mobile.

Il 60% delle transazioni effettuate su dispositivi mobili avviene tramite app di prenotazione

ROMA, 7 feb 2018 - Google rende più semplice organizzare un viaggio sul piccolo schermo dello smartphone. La compagnia di Mountain View ha annunciato che sarà possibile prenotare volo e hotel direttamente dai risultati delle ricerche online.

In un post, Google ha spiegato di aver migliorato la ricerca di hotel da mobile con più informazioni e filtri per il prezzo.

Nei prossimi giorni, inoltre, cercando un albergo si visualizzerà il tasto per accedere alla scheda "Voli", e viceversa su Google Flights si potrà iniziare una ricerca per gli hotel nelle stesse date del volo. Google ha infine introdotto il tasto "Più destinazioni", che offre suggerimenti, consente di esplorare nuove mete e destinazioni per fughe del weekend.





Slow, green e sostenibile e fare «esperienza»

Dal 2004 è sempre cresciuto il **turismo a contatto con la natura**, una crescita **tre volte superiore rispetto a quella dell'intera industria turistica**.

Il trend positivo fa stimare che **l'ecoturismo abbia raggiunto nel corso del primo decennio del secondo millennio un peso pari al 25%** dell'intera industria turistica mondiale.

Un'altra ricerca condotta nel 2012 da TripAdvisor ha rilevato che **il 30% dei turisti è favorevole a scegliere la meta della vacanza in base al livello di sostenibilità** della destinazione stessa.

Il turismo non è più “cosa mi offri” ma “come mi fai sentire”: ora al centro c'è la persona. Non è un caso se oggi il fattore umano, fatto di persone con le loro usanze e abitudini, attrae più turisti dei monumenti e delle bellezze naturali. Il 33% degli europei chiede di essere protagonista e non più solo spettatore.





Laboratori d'Innovazione Turistica *Business Model Canvas*

Maria Elena Rossi

Novi Ligure, 20 marzo 2018



Come lavoreremo oggi?

Cosa sono i Laboratori d'Innovazione Turistica

Tre sessioni di Laboratori d'Innovazione Turistica al lavoro, testimonianze, dibattiti: attori del pubblico e del privato per sperimentare **modelli di progettazione** che devono far riferimento a **leve e strumenti finanziari da intercettare**.

I Laboratori d'Innovazione Turistica sono tavoli al lavoro, dieci, ognuno comprende dieci persone circa più un facilitatore.

Temi:

- Outdoor
- Piccoli comuni
- Slow

Il format dei Laboratori d'Innovazione Turistica richiama **Business Model Canvas**, uno strumento riconosciuto a livello internazionale come efficace nel ridisegnare modelli di business innovativi in forma collaborativa.





Come lavoreremo oggi?

Business Model Canvas

