



IL TURISMO CHE CAMBIA

Le nuove tendenze

Ferrara, 5 dicembre 2011

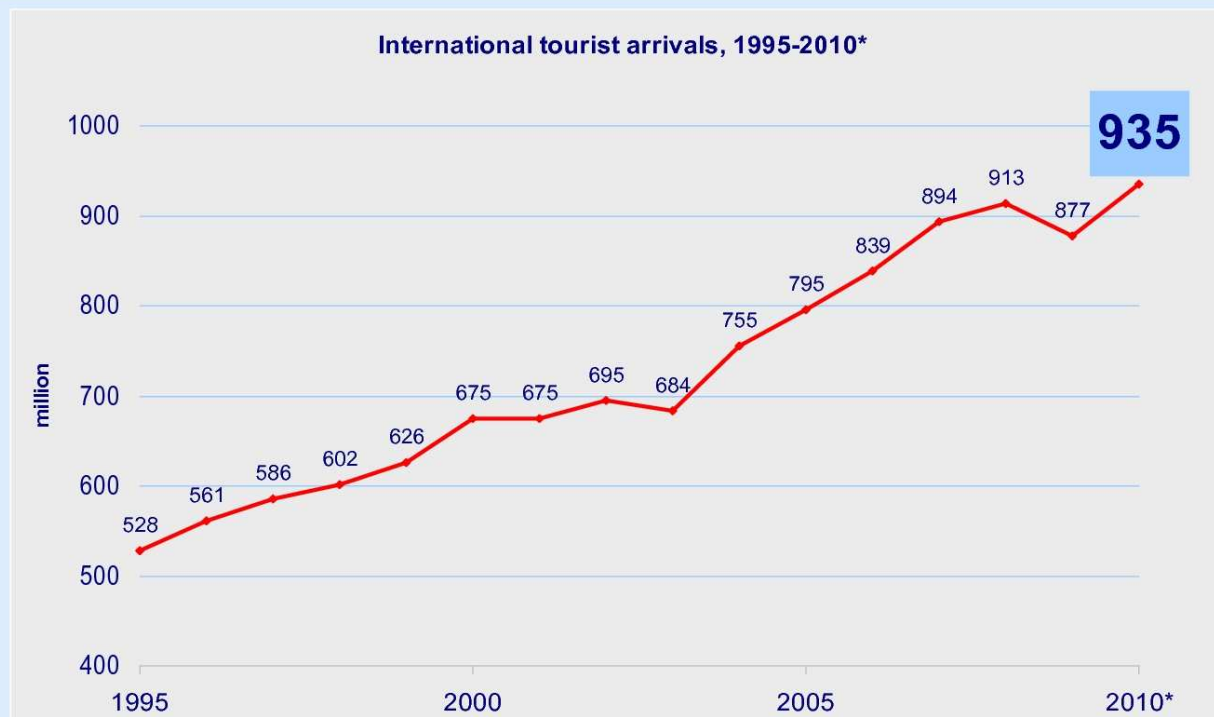
IL TURISMO È L'INDUSTRIA PIÙ GRANDE DEL MONDO

935 milioni

di viaggiatori internazionali nel 2010
642 miliardi di euro di spesa nel 2009
al di fuori del loro paese di origine
10% del PIL 10% degli occupati
nel 2009 - per la prima volta -
- 4,2% degli arrivi internazionali e
- 5,7% delle rimesse turistiche
MA NEL 2010...

IL TURISMO È L'INDUSTRIA PIÙ GRANDE DEL MONDO ...

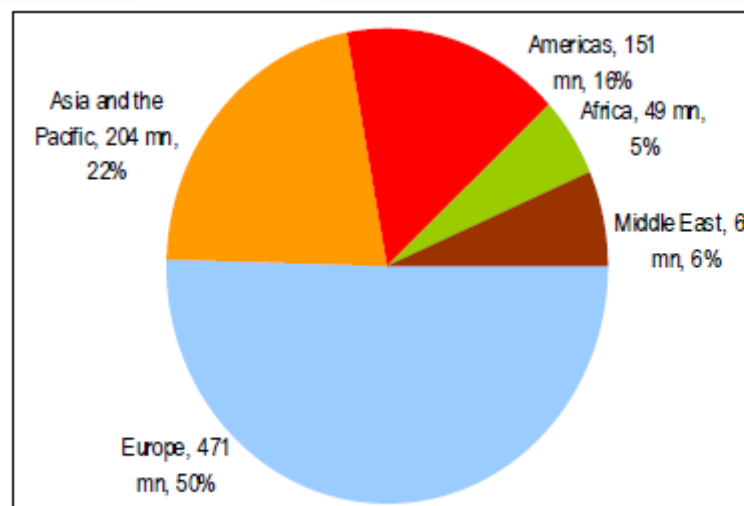
2010: Multi-speed recovery



Gli arrivi internazionali 2010

• +Mondo	935,0	milioni	100,0 %
• +Europa	471,5	milioni	50,4 %
- Nord-Europa	53,3	milioni	5,7%
+Europa occidentale	156,1	milioni	16,7%
+Europa centro-orientale	93,7	milioni	10,0%
- Europa del Sud/Mediterraneo	168,4	milioni	18,0%
• +Asia e Pacifico	203,8	milioni	21,8 %
• +Americhe	151,2	milioni	16,2 %
• +Africa	48,7	milioni	5,2 %
• +Medio-Oriente	60,0	milioni	6,4 %

Fonte: UNWTO 2011

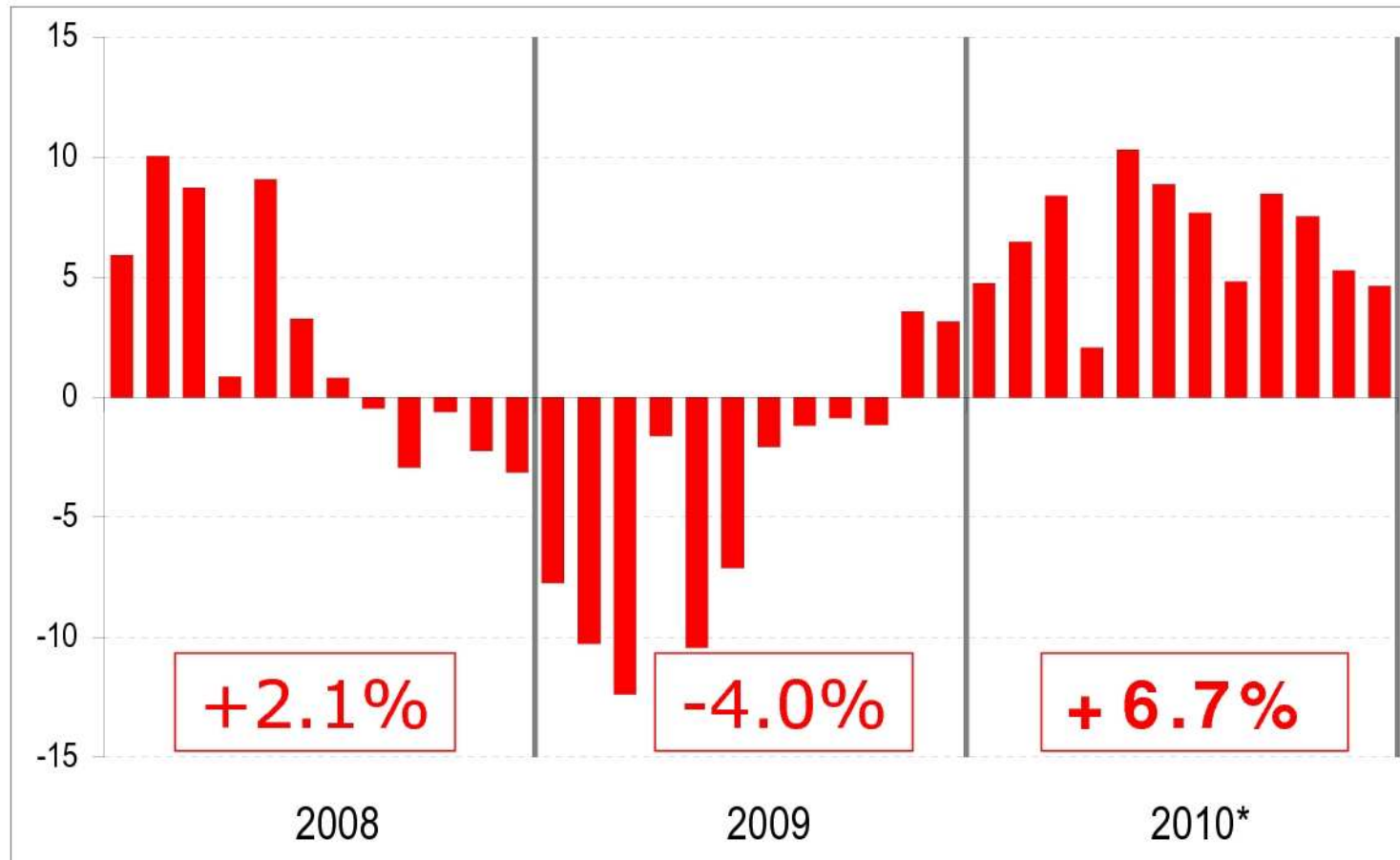


Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

International Tourist Arrivals, monthly evolution

World

(% change)

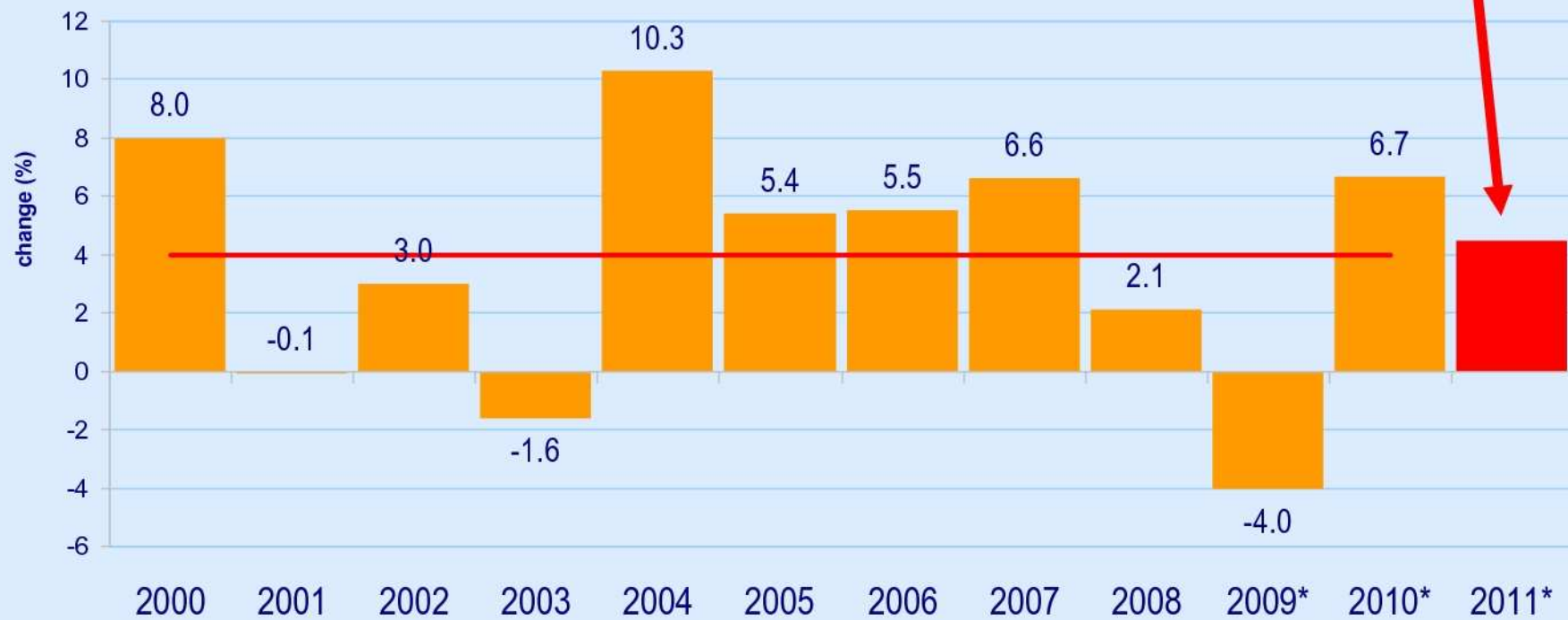


Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Outlook 2011

International Tourist Arrivals

Forecast 2011: 4% to 5%



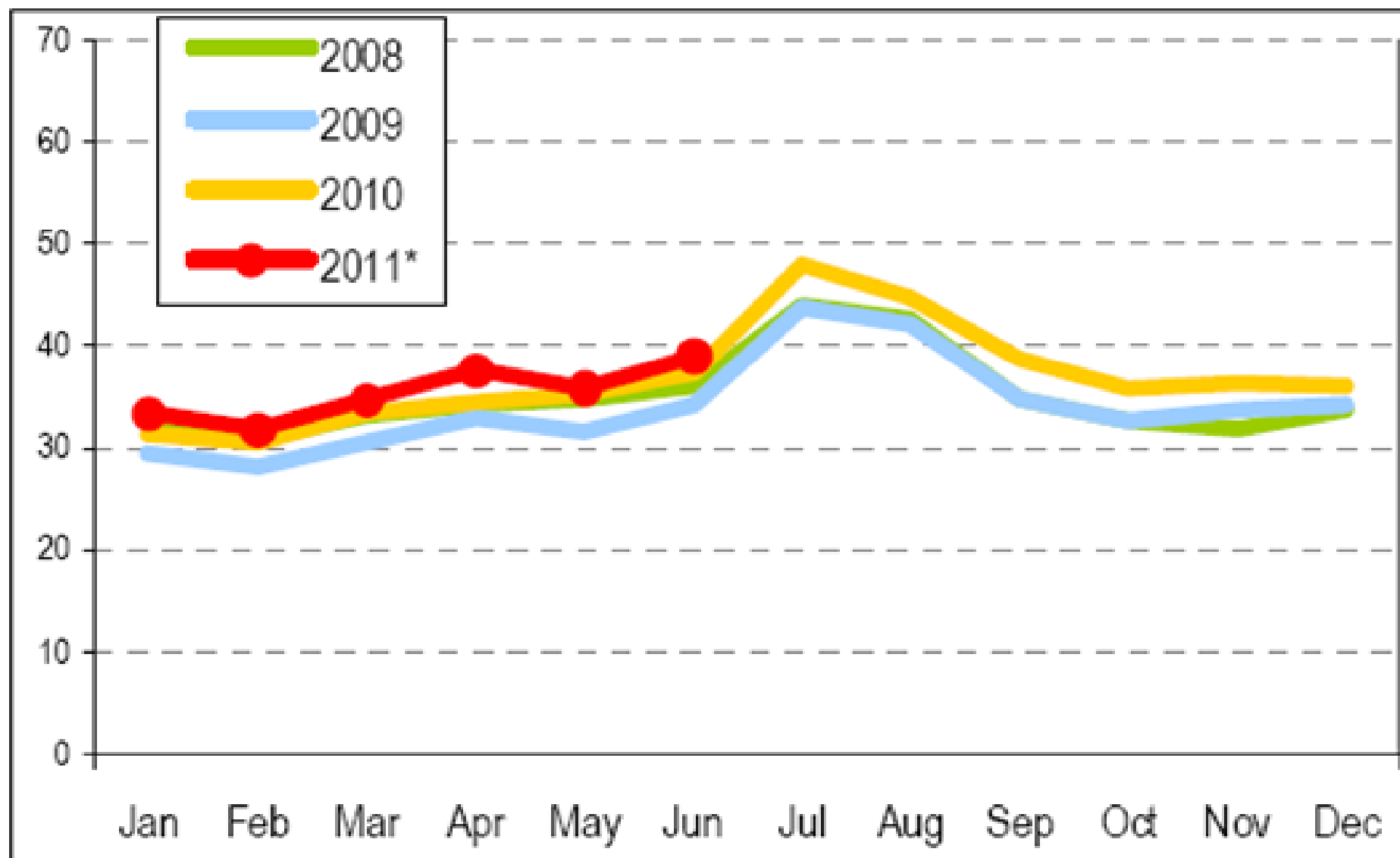
International Tourism 2011 –Forecast

	2010	Forecast 2011
World	+6.7%	4% to 5%
Europe	+3.2%	2% to 4%
Asia and the Pacific	+12.6%	7% to 9%
Americas	+7.7%	4% to 6%
Africa	+6.4%	4% to 7%
Middle East	+13.9%	7% to 10%

International Tourist Arrivals, monthly evolution

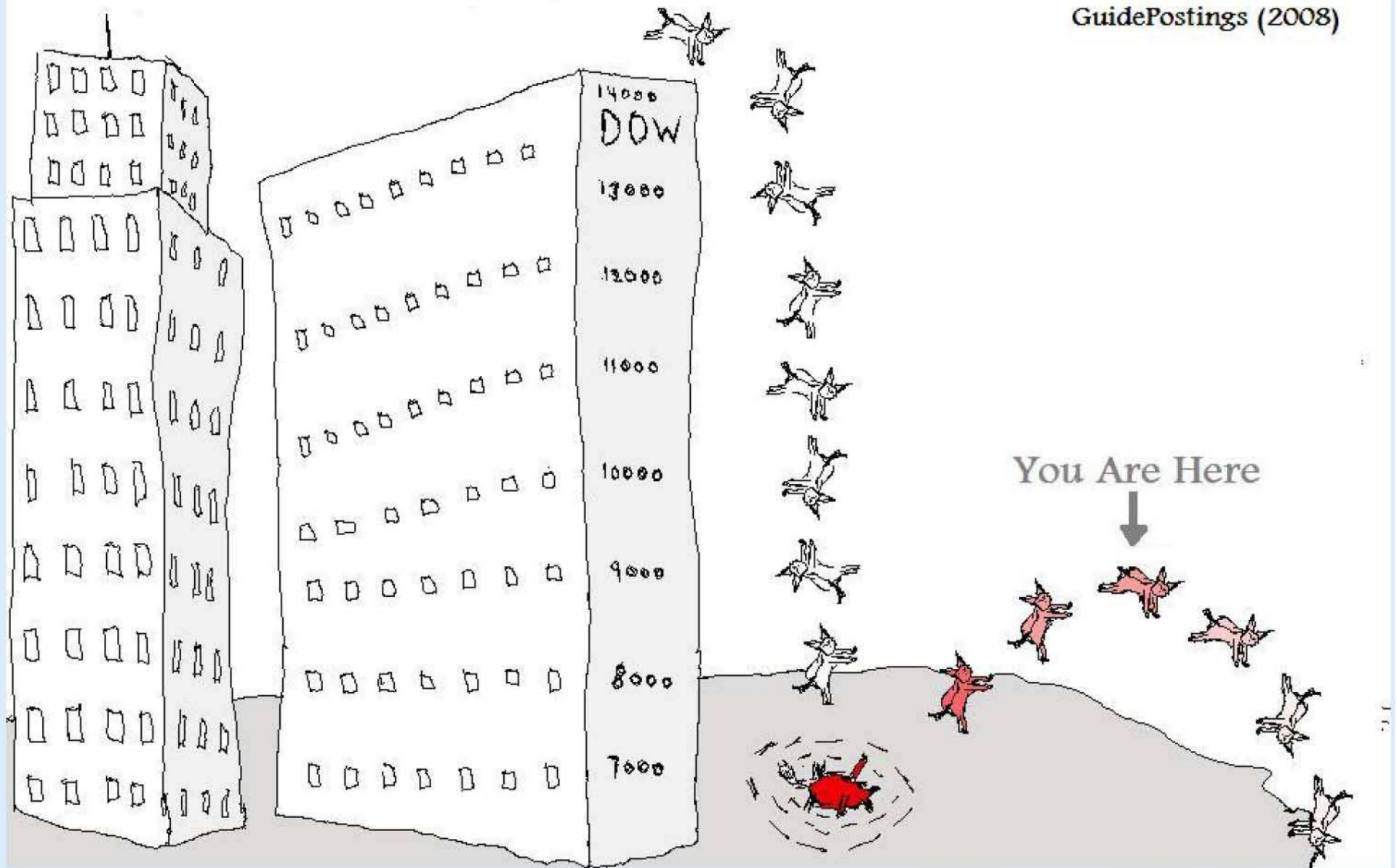
Emerging economies

(million)



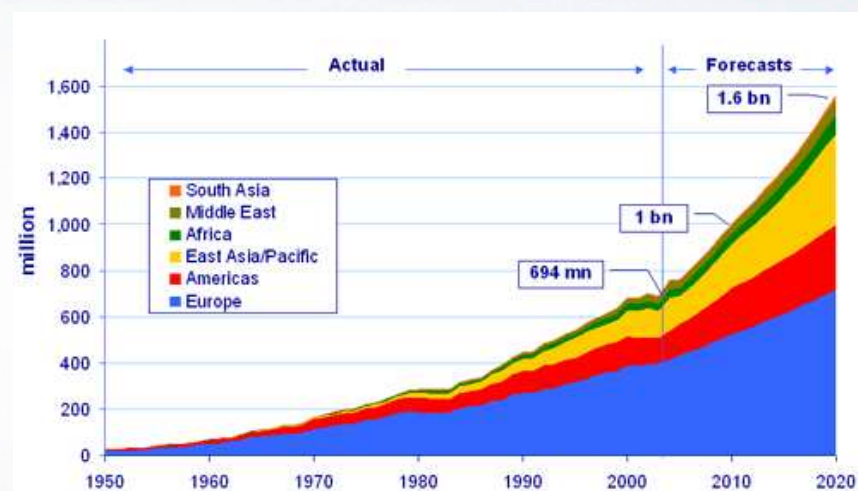
Is it just a 'dead cat bounce' or a real new up-trend?

GuidePostings (2008)



Organizzazione Mondiale del Turismo

Nonostante la crisi si prevede che nel 2020 si supereranno il miliardo e seicentomila arrivi internazionali



- I viaggi contribuiscono per il 10% al prodotto interno lordo dell'intero pianeta
- L'occupazione ammonta ad oltre il 10% di quella complessiva



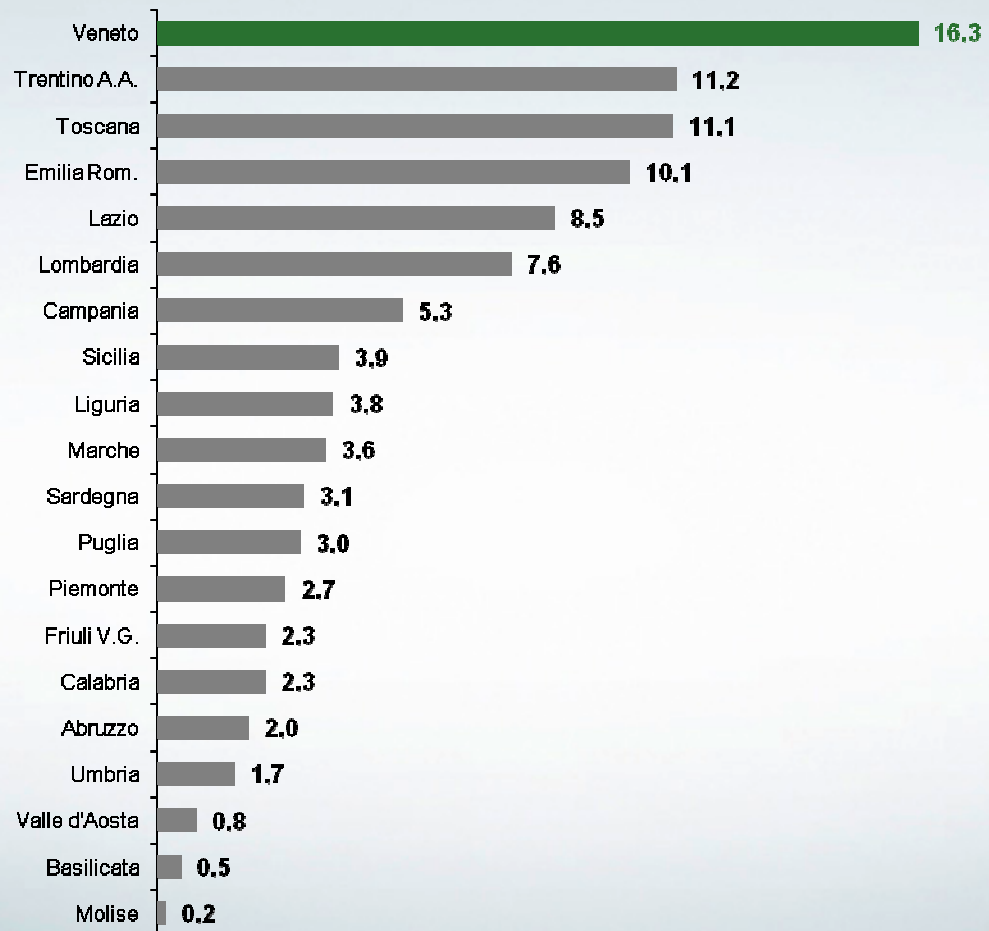
Mercato in continua crescita

Il turismo in Italia

- Contributo al **PII** nazionale nel 2009 **9,6%** pari a **152 miliardi** di Euro
- Alcuni osservatori dicono nel 2011:
137,3 miliardi di Euro e 8,6% PII
- Previsioni per il 2019
10,2% pari a 222,9 miliardi di Euro
- Occupati compreso l'indotto, **2.491.000** unità pari al **10,8%**
- Previsione per il 2018, **2.612.000** unità pari all'**11,6%**



Il turismo in Italia



Il Veneto

*Regione leader
a livello nazionale
e tra le prime in Europa*

14.583.742 arrivi
60.819.715 pernottamenti

nel 2010

+ 4,6 % negli arrivi e + 0,6 % nelle presenze
extralberghiero + 0,6 % arrivi – 0,5 presenze
alberghiero + 6,5% arrivi + 2,0% presenze

I prodotti turistici del Veneto

- Città d'Arte
- Montagna → estiva → invernale
- Mare
- Lago
- Terme
- Parchi →



La distribuzione dei flussi turistici in Veneto 2010

	Arrivi	Presenze
Città d'Arte	7.266.513	16.236.786
Lago	2.069.930	10.298.055
Mare	3.768.079	25.818.498
Montagna	955.482	5.461.133
Terme	606.758	3.005.243
(Terme Euganee	594.246	2.939.241)
Totale generale	14.583.742	60.819.715



Le presenze turistiche nel Veneto

	Arrivi	Presenze
Austria	717.089	3.363.538
Belgio-Lussemburgo	149.493	685.840
Danimarca	173.557	1.334.281
Francia	617.065	1.869.112
Germania	2.132.709	12.715.121
Grecia	53.823	114.536
Irlanda	52.662	254.883
Paesi Bassi	366.430	2.754.344
Paesi Scandinavi	159.136	607.101
Portogallo	47.520	114.793
Gran Bretagna	440.710	1.745.437
Spagna	363.839	830.177
Russia	172.878	541.459
Svizzera-Lichtenst.	276.240	1.389.758
Altri paesi europei	995.124	3.823.750
Canada	124.596	292.746
U.S.A.	647.699	1.396.907
Altri paesi America	279.986	580.179
Giappone	247.471	378.093
Sud-Africa	15.936	38.023
Australia	149.312	354.340
Altri non europei	790.658	1.537.757
Altri Paesi		7.111.007
Totale stati esteri	8.973.933	36.722.175
Totale Italia	5.609.809	24.097.540
Italia + stati esteri	14.583.742	60.819.715

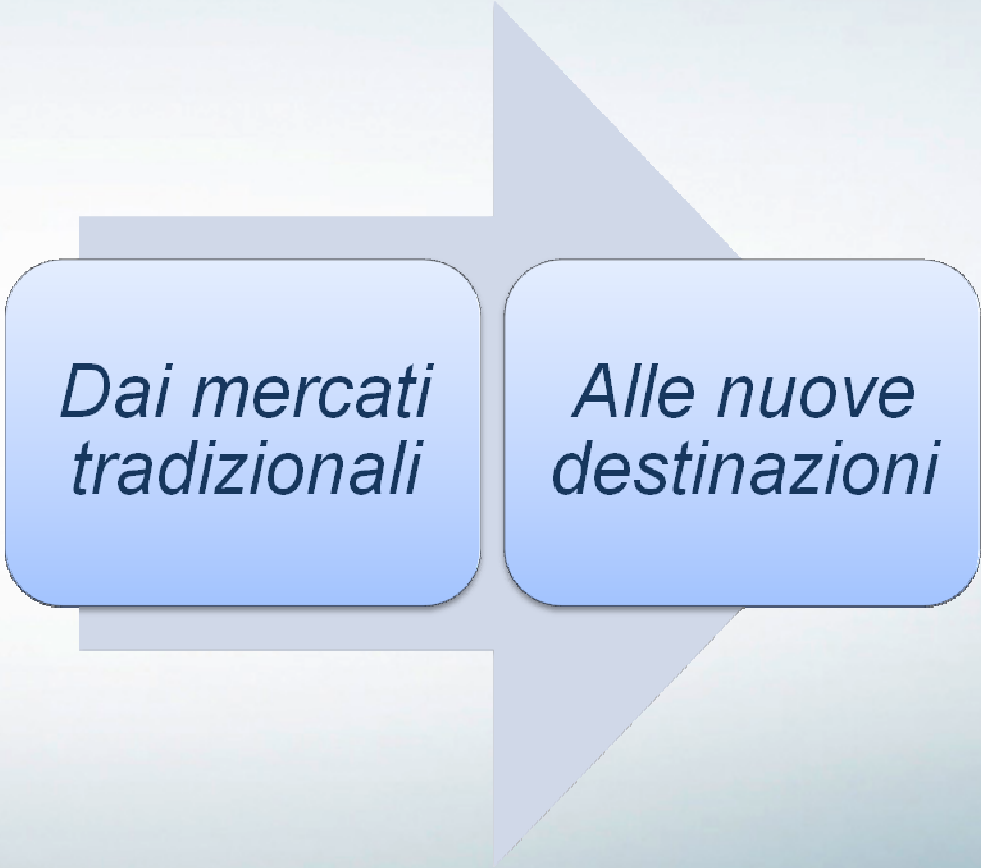
La capacità ricettiva nel Veneto

	N.° esercizi	letti	camere
5 stelle e 5 L	40	7.647	4.187
4 stelle	481	68.214	34.812
3 stelle	1.465	99.553	51.930
2 stelle	656	25.060	13.758
1 stella	411	10.202	5.790
Totale Alberghiero	3.053	210.676	110.477
Campeggi e villaggi	187	221.768	
Agriturismo e Country House	800	10.841	
Altre strutture	49.442	250.678	
Totale Generale	53.482	693.963	



Nuovi scenari del turismo

- Voli low-cost
- Internet
- Nuovi modelli di fruizione della vacanza e del tempo libero
- Crisi economica
 - ▬ Maggiore competizione



Dai mercati tradizionali

Alle nuove destinazioni

LE DESTINAZIONI in ambito turistico



Entità concorrenziali



Spazi geografici,

in cui l'ospite trova tutte quelle prestazioni che ritiene necessarie al suo soggiorno.

Questi spazi geografici cambiano a seconda del segmento degli ospiti:
Più è lontano il luogo di residenza dell'ospite e più è ampia la destinazione;
più specifico è l'interesse dell'ospite potenziale e più ristretta è la destinazione.

Ciò comporta una sovrapposizione delle destinazioni e del marketing delle diverse destinazione.

Nuovo scenario competitivo

NUOVE DESTINAZIONI più lontane

spesso a **COSTI INFERIORI**

e a **PREZZI PIU' COMPETITIVI**

A livello quantitativo l' **OFFERTA**  è cresciuta enormemente

L'allargarsi della **DOMANDA**

modifica il comportamento di viaggio

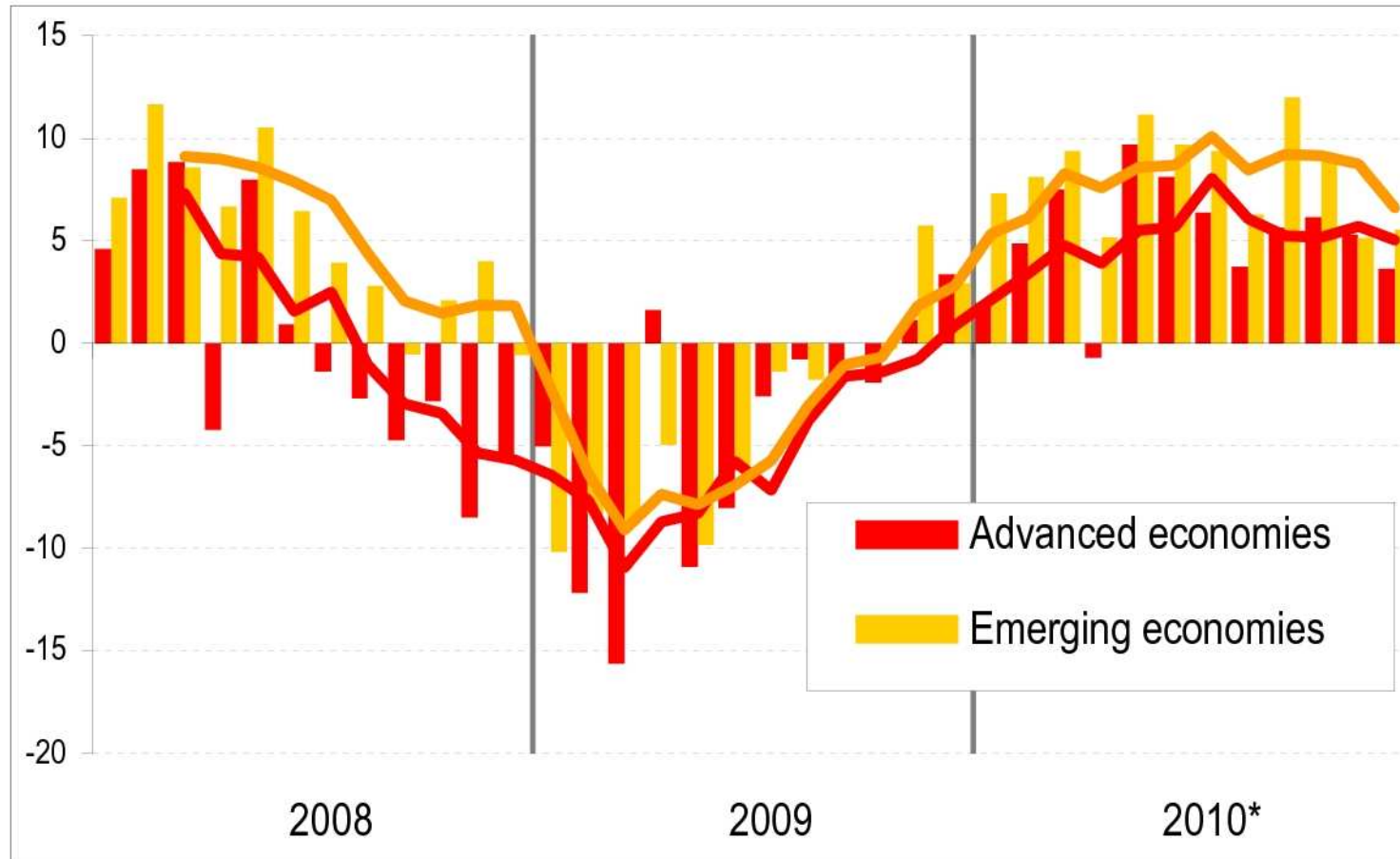
(valenza spaziale del viaggio, durata del soggiorno, requisiti diversi in base alla cultura, ecc.)

Non esiste "il" Prodotto Turistico ma
"i" PRODOTTI TURISTICI

International Tourist Arrivals, monthly evolution

Advanced economies & Emerging economies

(% change)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Le Tendenze in Italia

La lettura macro del **turismo italiano** segnala un quadro complessivo contrassegnato da:

- sostanziale **tenuta dei flussi turistici dall'estero**
(cresce la spesa, cresce il numero di visitatori, si riduce la permanenza media);
- articolato e crescente fenomeno degli **short break** (1-2 notti);
- **ricomposizione delle motivazioni** e delle scelte di viaggi che ridimensiona i prodotti mass-market (mare, città d'arte, etc.) e **valorizza i tanti tematismi** che compongono il quadro d'offerta

Le Tendenze in Italia

❖ La crescente quota di tempo e di reddito impegnata nei consumi del tempo libero e del leisure dalla società italiana identifica inoltre un nuovo paradigma concettuale:

il turismo è un bene poco fungibile;

La fungibilità è semmai data dalle diverse scelte che la domanda esprime: **più viaggi o meno soggiorni, più “altri turismi” e meno mare**, questa destinazione ora e quella domani, etc., ma

il bisogno di scoprire, esplorare, viaggiare resta incompressibile (fonte Censis).

Stefan Marchioro

Grazie per l'attenzione

direzione@turismopadova.it

www.turismopadova.it