OSSERVATORIO
NAZIONALE DEL TURISMO

# IV CONFERENZA ITALIANA PER IL TURISMO

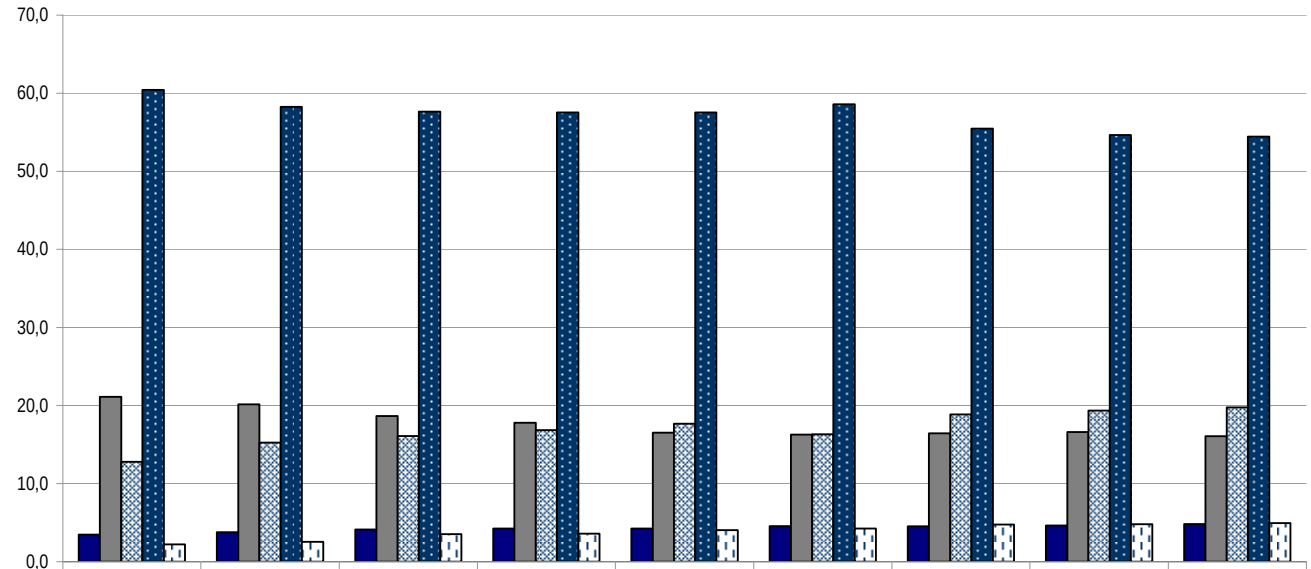
## La proiezione estera del Turismo italiano

Riva del Garda, 20 giugno 2008

# La riduzione del potere di attrazione dell'Europa rispetto al mercato mondiale

Progressiva riduzione delle quote di presenze e arrivi a favore di altre aree geografiche (Asia, Africa e Medio Oriente)

Arrivi internazionali per continente
(% sul totale arrivi mondiali)




| | 1990 | 1995 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Africa | 3,5 | 3,8 | 4,1 | 4,2 | 4,2 | 4,5 | 4,5 | 4,6 | 4,8 |
| America | 21,1 | 20,2 | 18,6 | 17,8 | 16,5 | 16,3 | 16,4 | 16,6 | 16,1 |
| Asia e Pacifico | 12,8 | 15,2 | 16,1 | 16,9 | 17,7 | 16,3 | 18,8 | 19,3 | 19,8 |
| Europa | 60,4 | 58,3 | 57,6 | 57,6 | 57,6 | 58,6 | 55,5 | 54,6 | 54,4 |
| Medio Oriente | 2,2 | 2,5 | 3,5 | 3,6 | 4,0 | 4,2 | 4,7 | 4,8 | 4,9 |

Fonte: World Tourism Organization (UNWTO)

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# La posizione dell'Italia nel contesto internazionale

Progressiva perdita del potere di attrazione del nostro paese negli ultimi venti anni.

## Arrivi internazionali in Italia, Europa e Mondo (in milioni)

| | 1990 | 1995 | 2000 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Italia | 26,7 | 31,1 | 41,2 | 39,6 | 37,1 | 36,5 | 41,1 |
| Europa | 265,6 | 315,0 | 395,9 | 407,1 | 424,4 | 438,7 | 460,8 |
| % Italia su Europa | 10,0 | 9,9 | 10,4 | 9,7 | 8,7 | 8,3 | 8,9 |
| Mondo | 439,4 | 540,5 | 687 | 694,6 | 765,1 | 802,8 | 846,4 |
| % Italia su Mondo | 6,1 | 5,7 | 6,0 | 5,7 | 4,8 | 4,5 | 4,9 |

Fonte: World Tourism Organization (UNWTO)

## Ricavi internazionali in Italia, Europa e Mondo (in milioni di euro)

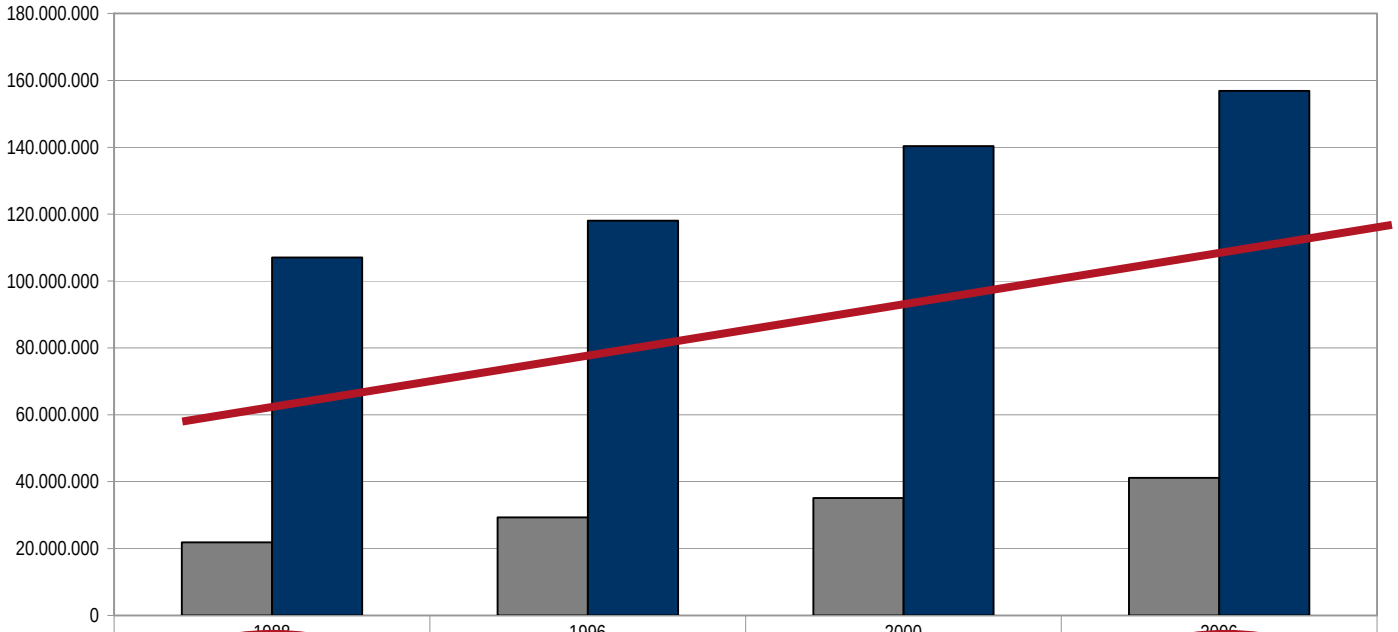
| | 1990 | 1995 | 2000 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Italia | 12,9 | 21,7 | 29,8 | 27,6 | 28,7 | 28,2 | 30,4 |
| Europa | 112,2 | 162,2 | 251,7 | 250,6 | 264,1 | 280,4 | 298,3 |
| % Italia su Europa | 11,5 | 13,4 | 11,8 | 11,0 | 10,9 | 10,1 | 10,2 |
| Mondo | 212,2 | 314,0 | 521,4 | 472,6 | 510,3 | 543,7 | 583,6 |
| % Italia su Mondo | 6,1 | 6,9 | 5,7 | 5,8 | 5,6 | 5,2 | 5,2 |

Fonte: World Tourism Organization (UNWTO)

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# Le tendenze degli anni recenti

Graduale aumento della presenza straniera nel nostro paese dalla fine degli anni ottanta fino ad oggi.

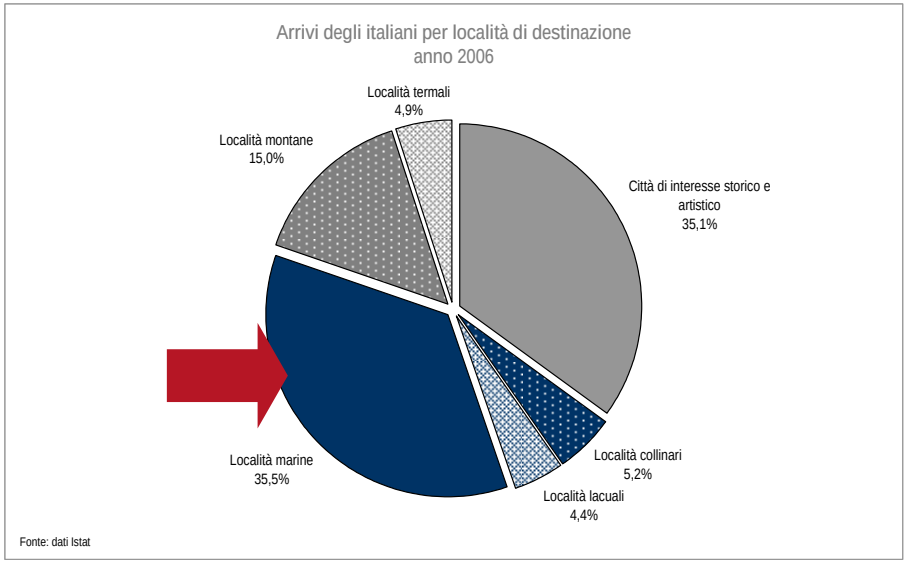


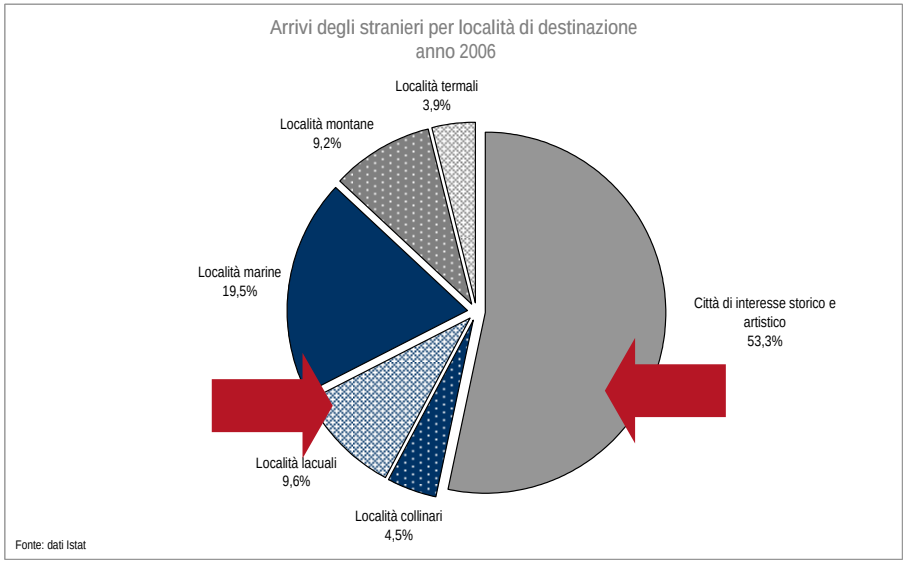

| | 1988 | 1996 | 2000 | 2006 |
|---|---|---|---|---|
| Arrivi | 21.851.403 | 29.324.237 | 35.107.475 | 41.193.827 |
| Presenze | 107.030.118 | 118.023.647 | 140.356.985 | 156.861.341 |

Fonte: dati Istat

# Le attrattive dei principali prodotti turistici

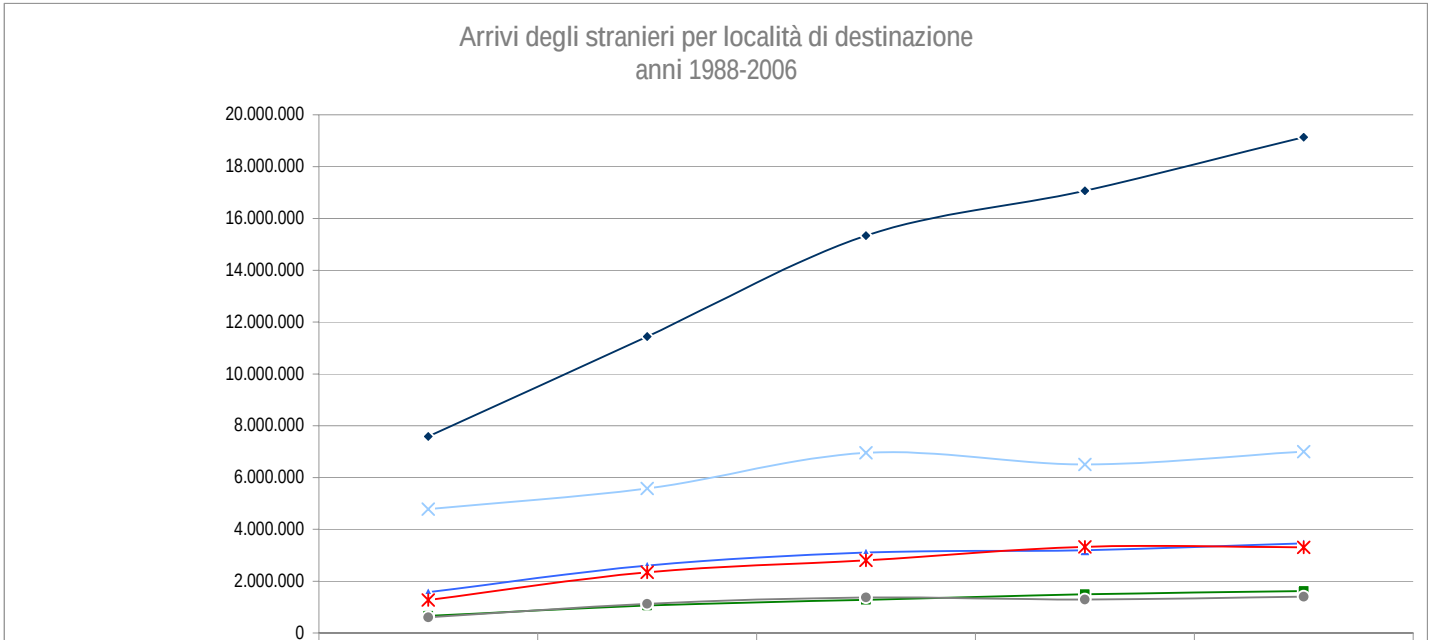
I primi prodotti di interesse per i turisti in Italia sono le città d'arte e le località balneari. I turisti stranieri sono attratti soprattutto dalle località di interesse storico e artistico.



# I prodotti turistici e le tendenze degli anni recenti

## Crescita dell'interesse dei turisti stranieri per le città d'arte del nostro paese.



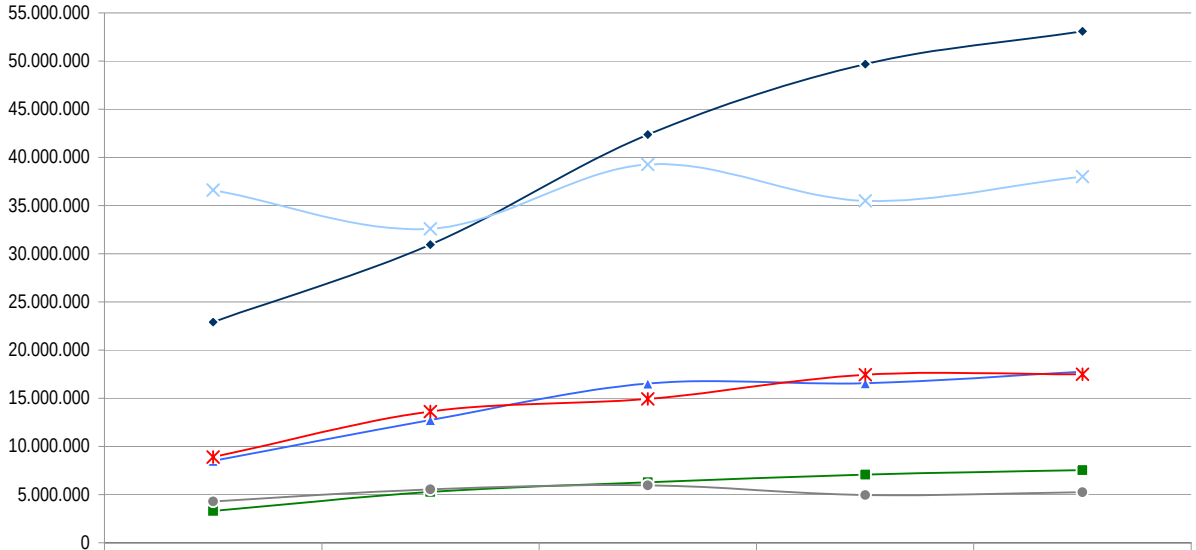

| | 1988 | 1996 | 2000 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|
| Città di interesse storico e artistico | 7.589.506 | 11.446.033 | 15.335.531 | 17.065.971 | 19.138.796 |
| Località collinari | 662.190 | 1.058.601 | 1.280.420 | 1.497.520 | 1.618.976 |
| Località lacuali | 1.579.226 | 2.604.352 | 3.108.735 | 3.193.915 | 3.462.431 |
| Località marine | 4.785.460 | 5.579.978 | 6.953.206 | 6.503.523 | 7.002.386 |
| Località montane | 1.269.118 | 2.342.781 | 2.804.446 | 3.323.923 | 3.310.490 |
| Località termali | 605.100 | 1.128.090 | 1.378.627 | 1.291.292 | 1.401.960 |

Fonte: dati Istat

# I prodotti turistici e le tendenze degli anni recenti

Si confermano le città d'arte; le località balneari subiscono diversi cambiamenti di rotta nel corso degli ultimi anni.

Presenze degli stranieri per località di destinazione
anni 1988-2006




| | 1988 | 1996 | 2000 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|
| Città di interesse storico e artistico | 22.895.078 | 30.946.086 | 42.376.099 | 49.689.930 | 53.084.260 |
| Località collinari | 3.302.717 | 5.268.617 | 6.268.617 | 7.070.258 | 7.530.394 |
| Località lacuali | 8.495.375 | 12.729.722 | 16.528.476 | 16.554.827 | 17.759.196 |
| Località marine | 36.601.784 | 32.595.910 | 39.249.472 | 35.495.664 | 38.011.166 |
| Località montane | 8.884.436 | 13.612.711 | 14.929.108 | 17.447.273 | 17.497.609 |
| Località termali | 4.273.482 | 5.537.239 | 5.959.547 | 4.957.307 | 5.251.159 |

Fonte: dati Istat

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# La proiezione internazionale delle regioni italiane nel tempo

Italia a più velocità.

## Arrivi degli stranieri nelle regioni italiane anni 1988-2006

| | | 1988 | 1996 | 2000 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|
| | Piemonte | 656.991 | 911.078 | 1.065.089 | 1.324.871 |
| | Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste | 150.630 | 218.570 | 203.969 | 284.575 |
| 4 | Lombardia | 1.887.088 | 3.223.222 | 3.194.653 | 4.750.062 |
| | Trentino-Alto Adige | 3.059.925 | 3.188.804 | 3.595.650 | 4.169.837 |
| 1 | Veneto | 4.281.832 | 5.869.868 | 7.154.387 | 8.179.075 |
| | Friuli-Venezia Giulia | 553.856 | 680.424 | 757.557 | 730.771 |
| | Liguria | 974.340 | 969.686 | 1.157.096 | 1.182.082 |
| | Emilia-Romagna | 1.543.044 | 1.637.384 | 1.868.005 | 1.978.171 |
| 3 | Toscana | 2.897.432 | 4.328.982 | 5.334.163 | 5.699.993 |
| | Umbria | 333.757 | 534.826 | 615.673 | 614.915 |
| | Marche | 226.657 | 289.668 | 363.586 | 334.069 |
| 2 | Lazio | 2.878.181 | 4.217.700 | 5.449.270 | 6.870.015 |
| | Abruzzo | 164.273 | 115.197 | 161.876 | 185.551 |
| | Molise | 7.958 | 12.689 | 16.522 | 14.838 |
| | Campania | 1.013.355 | 1.435.445 | 1.801.052 | 1.850.062 |
| | Puglia | 131.676 | 191.324 | 273.382 | 376.868 |
| | Basilicata | 19.639 | 20.378 | 38.921 | 54.816 |
| | Calabria | 49.197 | 53.912 | 136.101 | 231.477 |
| | Sicilia | 788.650 | 1.126.321 | 1.501.406 | 1.716.609 |
| | Sardegna | 232.922 | 298.759 | 419.117 | 645.170 |
| | ITALIA | 21.851.403 | 29.324.237 | 35.107.475 | 41.193.827 |

## Presenze degli stranieri nelle regioni italiane anni 1988-2006

| | | 1988 | 1996 | 2000 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|
| | Piemonte | 2.098.173 | 3.142.079 | 3.385.831 | 4.930.695 |
| | Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste | 579.169 | 814.472 | 802.276 | 1.055.043 |
| | Lombardia | 6.600.027 | 9.993.312 | 10.477.319 | 13.629.227 |
| 2 | Trentino-Alto Adige | 20.408.801 | 18.214.041 | 19.619.300 | 21.700.573 |
| 1 | Veneto | 22.648.527 | 25.460.158 | 31.788.617 | 34.266.876 |
| | Friuli-Venezia Giulia | 3.812.356 | 3.672.790 | 4.024.638 | 3.494.560 |
| | Liguria | 4.458.534 | 4.100.466 | 4.090.546 | 3.981.600 |
| | Emilia-Romagna | 10.679.700 | 8.461.027 | 8.854.484 | 8.687.061 |
| 4 | Toscana | 9.903.061 | 13.859.353 | 17.441.665 | 19.438.208 |
| | Umbria | 1.113.733 | 1.470.551 | 1.852.095 | 2.056.489 |
| | Marche | 1.641.411 | 1.994.323 | 1.965.094 | 2.046.526 |
| 3 | Lazio | 9.284.132 | 11.245.485 | 16.162.172 | 20.266.128 |
| | Abruzzo | 1.679.649 | 704.039 | 903.936 | 994.862 |
| | Molise | 22.231 | 52.410 | 74.700 | 59.693 |
| | Campania | 6.496.325 | 7.919.466 | 9.056.208 | 8.155.823 |
| | Puglia | 604.458 | 990.710 | 1.448.153 | 1.497.387 |
| | Basilicata | 140.140 | 136.706 | 163.135 | 174.085 |
| | Calabria | 243.458 | 269.559 | 882.837 | 1.479.247 |
| | Sicilia | 3.175.052 | 3.889.129 | 5.187.918 | 5.705.489 |
| | Sardegna | 1.441.181 | 1.633.571 | 2.176.061 | 3.241.769 |
| | ITALIA | 107.030.118 | 118.023.647 | 140.356.985 | 156.861.341 |

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# La spesa dei viaggiatori stranieri nelle regioni italiane nel tempo

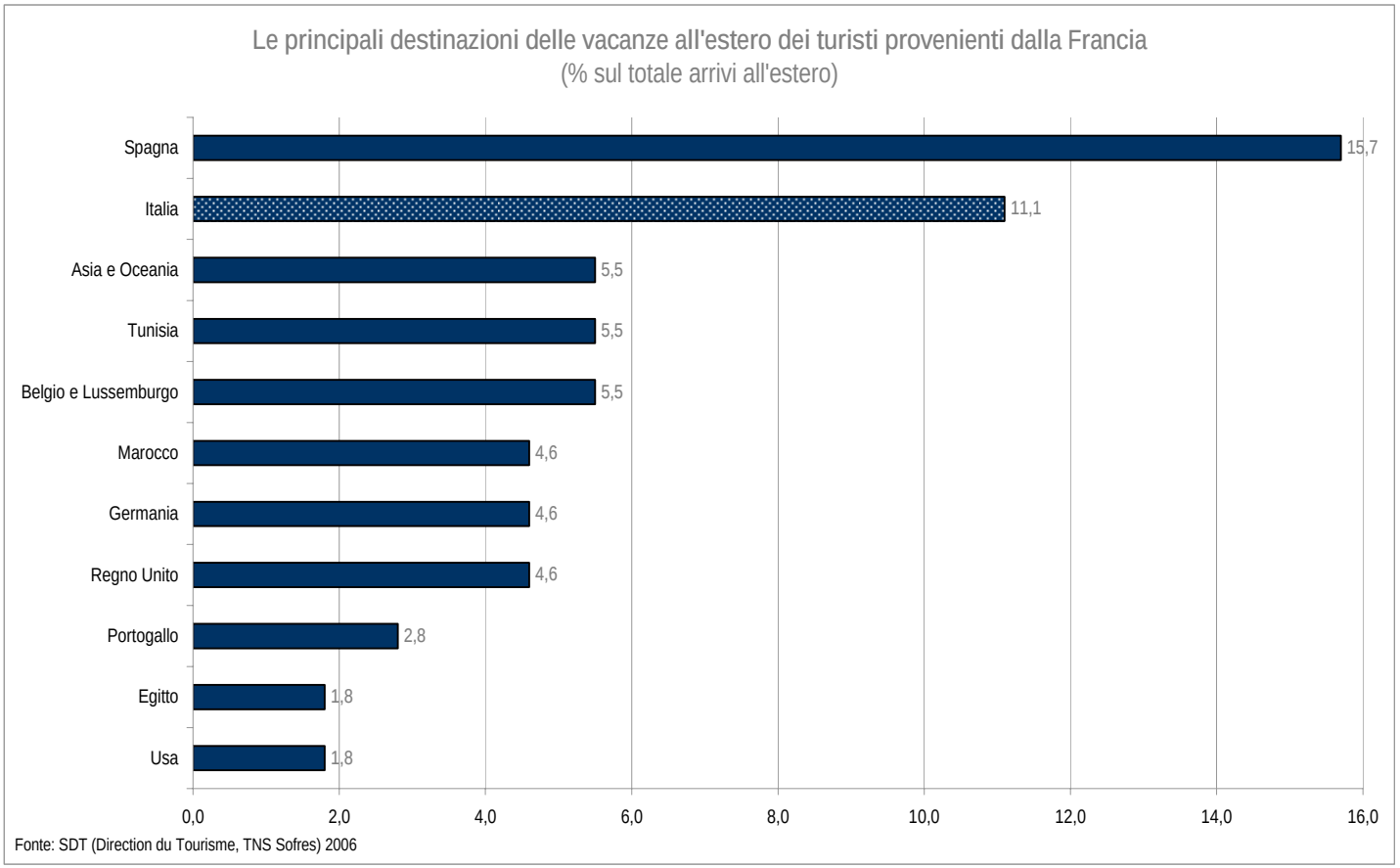
Italia a più velocità.

## Spesa dei viaggiatori stranieri per regione visitata 2004-2008 (in milioni di euro)

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | Gennaio-Marzo 2007 | Gennaio-Marzo 2008 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| PIEMONTE | 1.062 | 1.107 | 1.228 | 1.161 | 231 | 265 |
| VALLE D'AOSTA | 219 | 299 | 242 | 370 | 164 | 97 |
| LOMBARDIA | 4.488 | 4.192 | 4.849 | 5.412 | 1.130 | 1.209 |
| LIGURIA | 1.086 | 1.129 | 1.205 | 1.226 | 177 | 209 |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 2.284 | 2.465 | 1.827 | 1.166 | 331 | 453 |
| VENETO | 4.441 | 3.925 | 4.333 | 4.678 | 646 | 708 |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 1.181 | 879 | 890 | 1.055 | 160 | 146 |
| EMILIA ROMAGNA | 1.513 | 1.366 | 1.374 | 1.388 | 234 | 233 |
| TOSCANA | 3.161 | 3.296 | 3.471 | 3.725 | 447 | 476 |
| UMBRIA | 275 | 442 | 323 | 279 | 29 | 37 |
| MARCHE | 309 | 342 | 365 | 355 | 50 | 47 |
| LAZIO | 3.916 | 4.525 | 5.013 | 5.190 | 1.075 | 1.002 |
| ABRUZZI | 269 | 255 | 262 | 248 | 29 | 32 |
| MOLISE | 50 | 28 | 73 | 34 | 4 | 5 |
| CAMPANIA | 1.304 | 1.211 | 1.477 | 1.351 | 156 | 118 |
| PUGLIA | 544 | 531 | 698 | 506 | 60 | 68 |
| BASILICATA | 61 | 77 | 73 | 36 | 3 | 5 |
| CALABRIA | 264 | 203 | 231 | 268 | 42 | 16 |
| SICILIA | 1.016 | 1.053 | 1.148 | 1.196 | 101 | 113 |
| SARDEGNA | 432 | 447 | 523 | 594 | 38 | 26 |
| NORD-OVEST | 6.855 | 6.727 | 7.526 | 8.170 | 1.703 | 1.780 |
| NORD-EST | 9.420 | 8.635 | 8.423 | 8.287 | 1.370 | 1.540 |
| CENTRO | 7.661 | 8.605 | 9.172 | 9.550 | 1.601 | 1.561 |
| SUD E ISOLE | 3.940 | 3.804 | 4.485 | 4.234 | 433 | 382 |
| DATI NON RIPARTIBILI | 789 | 682 | 761 | 879 | 100 | 110 |
| TOTALE | 28.665 | 28.453 | 30.368 | 31.121 | 5.206 | 5.374 |

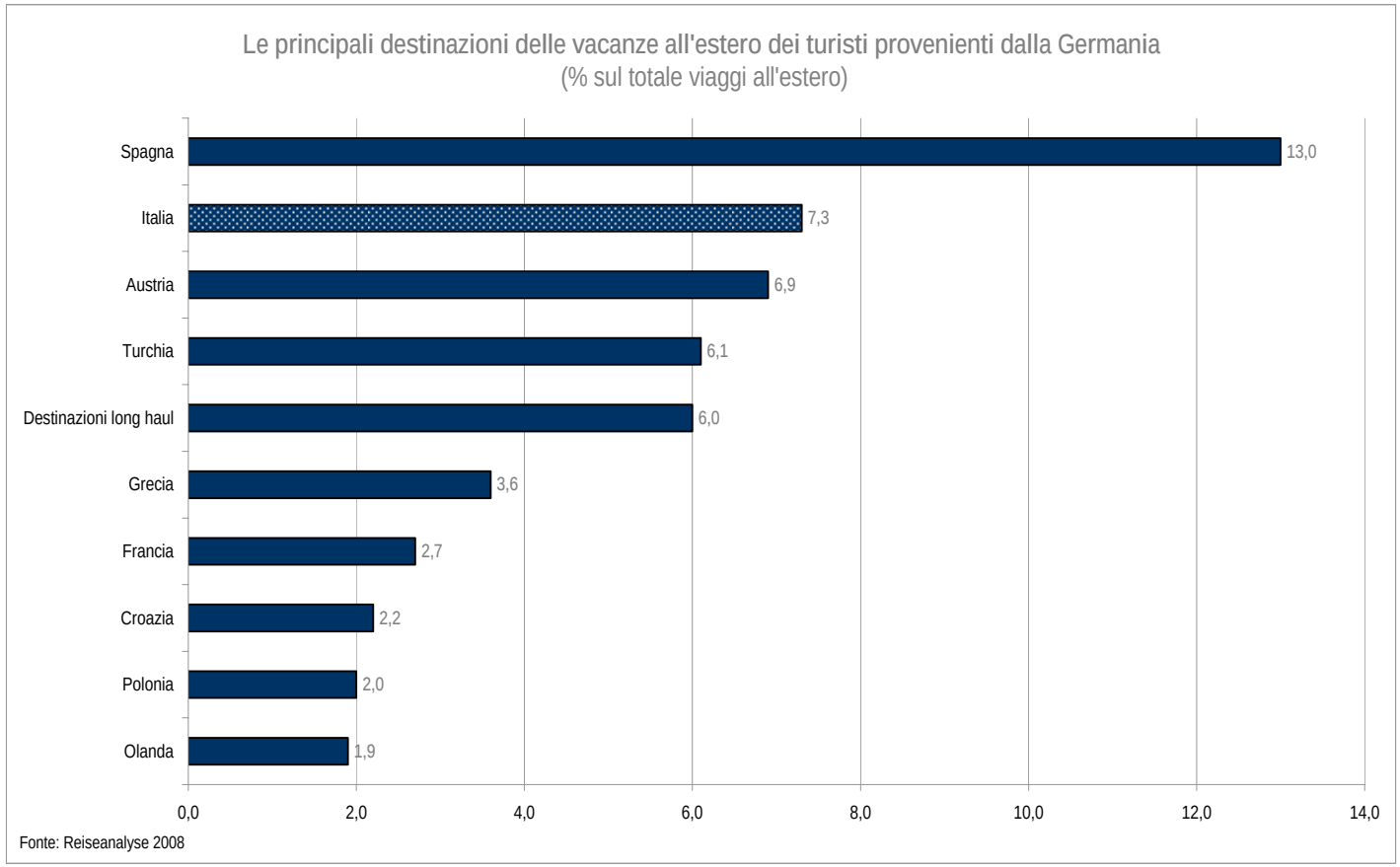
# Le destinazioni dei nostri mercati tradizionali

## Destinazione estere dei turisti francesi



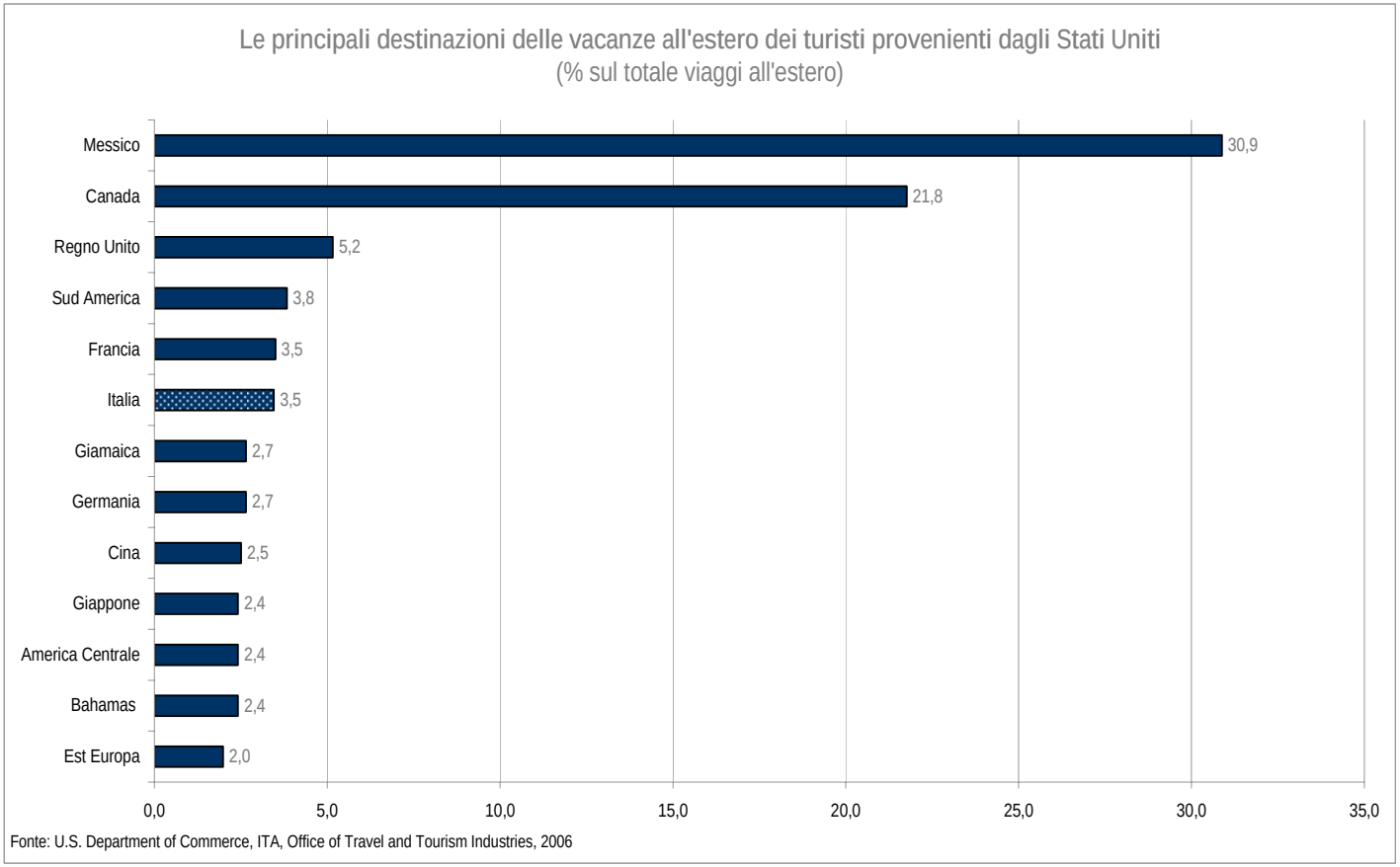
# Le destinazioni dei nostri mercati tradizionali

## Destinazione estere dei turisti tedeschi



# Le destinazioni dei nostri mercati tradizionali

## Destinazione estere dei turisti statunitensi



# Utilizzo di internet degli stranieri per la scelta della destinazione di vacanza

## 4 su 10 influenzati dal Web

**Canale di influenza per la scelta della vacanza**
**% sul totale vacanzieri, possibili più risposte**

| | Stranieri |
|---|---|
| Consiglio, racconti di amici, parenti, familiari | 37,5 |
| C'era già stato/esperienza personale | 23,3 |
| Informazioni su Internet | 23,9 |
| Offerte su Internet | 14,8 |
| Consiglio dell'agenzia di viaggi | 8,3 |
| Guide turistiche | 7,5 |
| Cataloghi, depliant di agenzie di viaggi | 5,4 |
| Consiglio di enti/uffici turistici presso cui si è recato | 3,8 |
| Non ha scelto, hanno deciso altri | 2,1 |
| Film/documentari | 4,2 |
| Richiesto dai figli fino a 14 anni | 4,3 |
| Attrazioni, eventi musicali | 3,1 |
| Attrazioni, eventi culturali | 2,7 |
| Libri, testi (non di turismo) | 4,8 |
| Pubblicità sulla stampa | 3,3 |
| Attrazioni, eventi sportivi | 1,9 |
| Articoli/ redazionali su periodici, quotidiani | 2,4 |
| Pubblicità in TV | 1,4 |
| Mostre, convegni, fiere | 0,6 |
| Pubblicità alla radio | 1,0 |
| Pubblicità su affissioni | 0,6 |
| Eventi religiosi | 0,5 |
| Videocassette/Cd/Giochi | 0,5 |
| Altro | 1,1 |

# Utilizzo di internet degli italiani per la prenotazione della vacanza

2 su 10 prenotano on-line

| Modalità di organizzazione/prenotazione della vacanza principale degli italiani anno 2007 | In Italia | All'estero | Totale |
|---|---|---|---|
| No, nessuna prenotazione | 42,5 | 18,0 | 36,1 |
| Contattando direttamente la struttura ricettiva (hotel, campeggio, ostello, ecc.) | 25,4 | 10,9 | 21,6 |
| Direttamente tramite internet | 14,9 | 29,3 | 18,7 |
| Agenzia di viaggi | 7,1 | 32,0 | 13,6 |
| Privati che mi hanno affittato l'appartamento | 3,6 | 1,1 | 2,9 |
| Contattando direttamente la società di trasporto (compagnia aerea, navale, ferrovia, ecc.) | 1,9 | 3,8 | 2,4 |
| Il CRAL aziendale | 0,8 | 0,8 | 0,8 |
| Agenzia immobiliare | 0,7 | 0,6 | 0,7 |
| Circoli/associazioni culturali | 0,6 | 0,8 | 0,6 |
| La scuola | 0,3 | 0,9 | 0,4 |
| L'organizzazione religiosa | 0,3 | 0,6 | 0,4 |
| La parrocchia | 0,4 | 0,4 | 0,4 |
| Circoli sportivi/associazioni sportive | 0,4 | 0,2 | 0,3 |
| Tramite il Comune | 0,4 | 0,1 | 0,3 |
| Altro | 0,8 | 0,6 | 0,8 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

# Utilizzo dei voli low cost come mezzo di trasporto

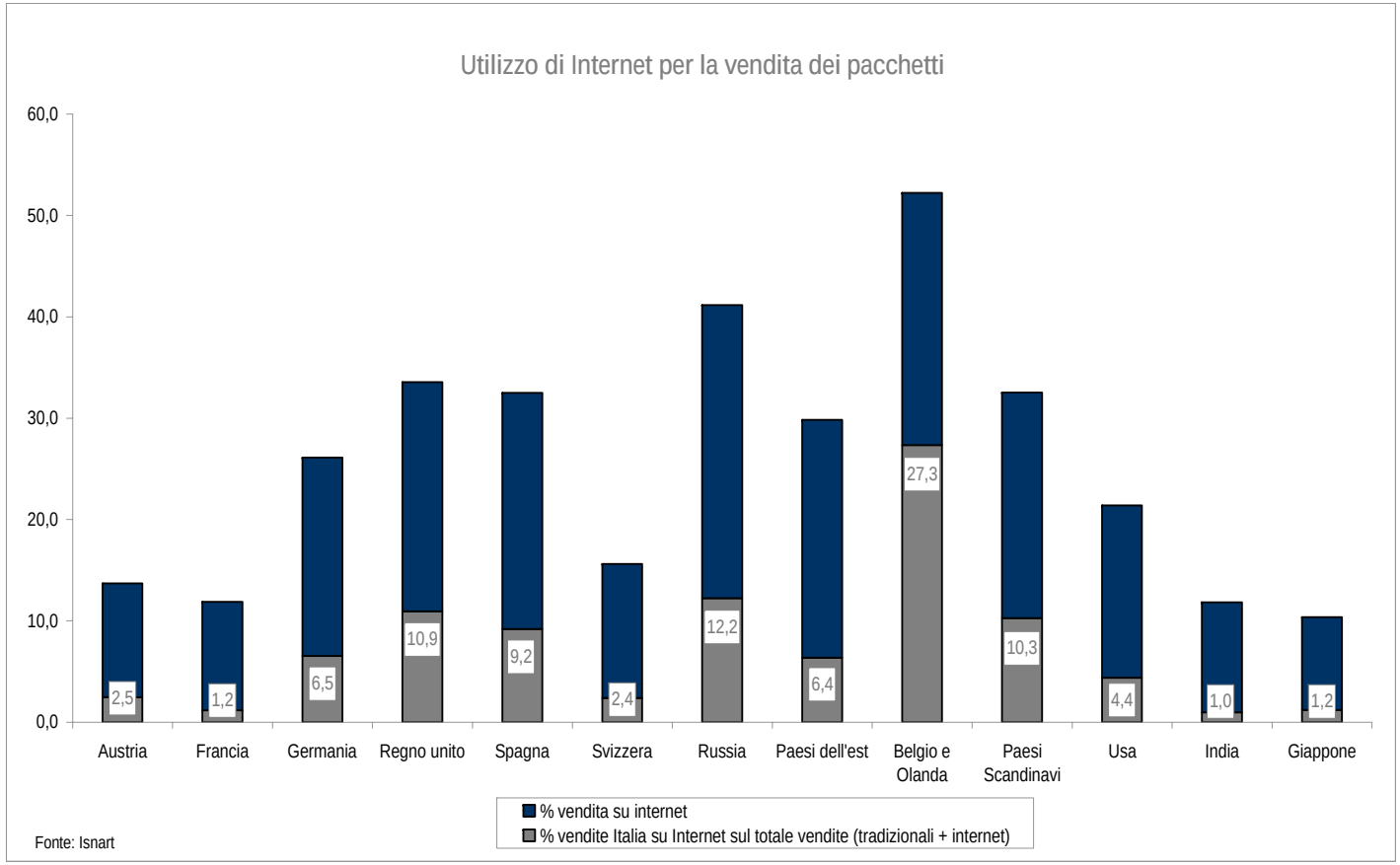
che portano ¼ dei turisti stranieri

**Mezzo di trasporto utilizzato**
% sul totale vacanzieri, possibili più risposte

| | Italiani | Stranieri |
|---|---|---|
| Aereo | 4,0 | 50,3 |
| Aereo con volo speciale / low cost | 1,6 | 25,8 |
| Aereo con volo di linea | 2,1 | 19,9 |
| Aereo con volo charter | 0,3 | 4,6 |
| Auto | 74,8 | 42,7 |
| Auto propria / della famiglia | 65,1 | 33,6 |
| Auto aziendale | 1,1 | 1,3 |
| Auto a noleggio | 1,1 | 5,3 |
| Auto amici/ parenti | 7,4 | 2,4 |
| Traghetto | 1,7 | 1,4 |
| Moto | 2,2 | 0,8 |
| Treno | 12,0 | 6,7 |
| Autobus/ Pullman di linea | 1,4 | 3,4 |
| Pullman per tour organizzato | 4,4 | 8,1 |
| Camper | 2,1 | 3,2 |
| Barca a vela | 0,3 | 0,5 |
| Navi | 1,6 | 2,3 |
| Altro | 0,2 | 0,1 |

# Utilizzo di internet da parte dei Tour Operator per la vendita dei pacchetti

il 62% vende pacchetti on-line, con una incidenza media sulle vendite del 24%, di cui il 22% in Italia




Fonte: Isnart

# Il mercato organizzato in Europa

## I competitors delle offerte di prodotto italiane

Nel mercato organizzato in Europa le offerte di prodotto italiane **competono** per la gran parte dei prodotti con quelle **francesi**, fatta eccezione per il mare spagnolo, i laghi ed i meeting tedeschi. Si rilevano però delle **forti specificità** di mercato:

- in Austria il turismo balneare della Grecia e della Turchia porta l'Italia in terza posizione ed il turismo montano compete direttamente con quello francese con cui l'Italia divide la leadership;
- in Francia, l'offerta termale domestica compete con quella italiana;
- nel Regno Unito il turismo religioso italiano condivide il primo posto con quello spagnolo;
- la Spagna si configura come il mercato a più forte competizione di prodotto dove le offerte domestiche di terme, sport ed enogastronomia surclassano quelle italiane, e dove il turismo montano si dirige prevalentemente verso le destinazioni tedesche e quello agrituristico verso la Scandinavia;
- tra i paesi dell'est in Ungheria il turismo montano e sportivo è più orientato verso la Francia, in Polonia prevalgono le mete dei laghi della Scandinavia;
- il Belgio posiziona le città d'arte italiane dopo le francesi, e il turismo charteristico nel mare nostrum dopo quello di Grecia e Turchia;
- in Olanda il turismo sportivo è venduto piuttosto verso la Francia;
- in Norvegia gli operatori vendono più itinerari in Francia che non verso l'Italia.

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# Punti di forza e opportunità

per consolidare i mercati tradizionali

[redacted]

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# Punti di forza e opportunità

per conquistare i nuovi mercati

[redacted]

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# Debolezze e minacce

di immagine

[redacted]

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# Debolezze e minacce

di offerta

[redacted]

OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

# Parole chiave

Dal fare sistema a ESSERE sistema

Comunicare la SOSTENIBILITA'

AGGREGARE l'offerta ricettiva

DIVERSIFICARE i prodotti

Stimolare INNOVAZIONE nella COMUNICAZIONE

OSSERVATORIO
NAZIONALE DEL TURISMO

Grazie per l’attenzione