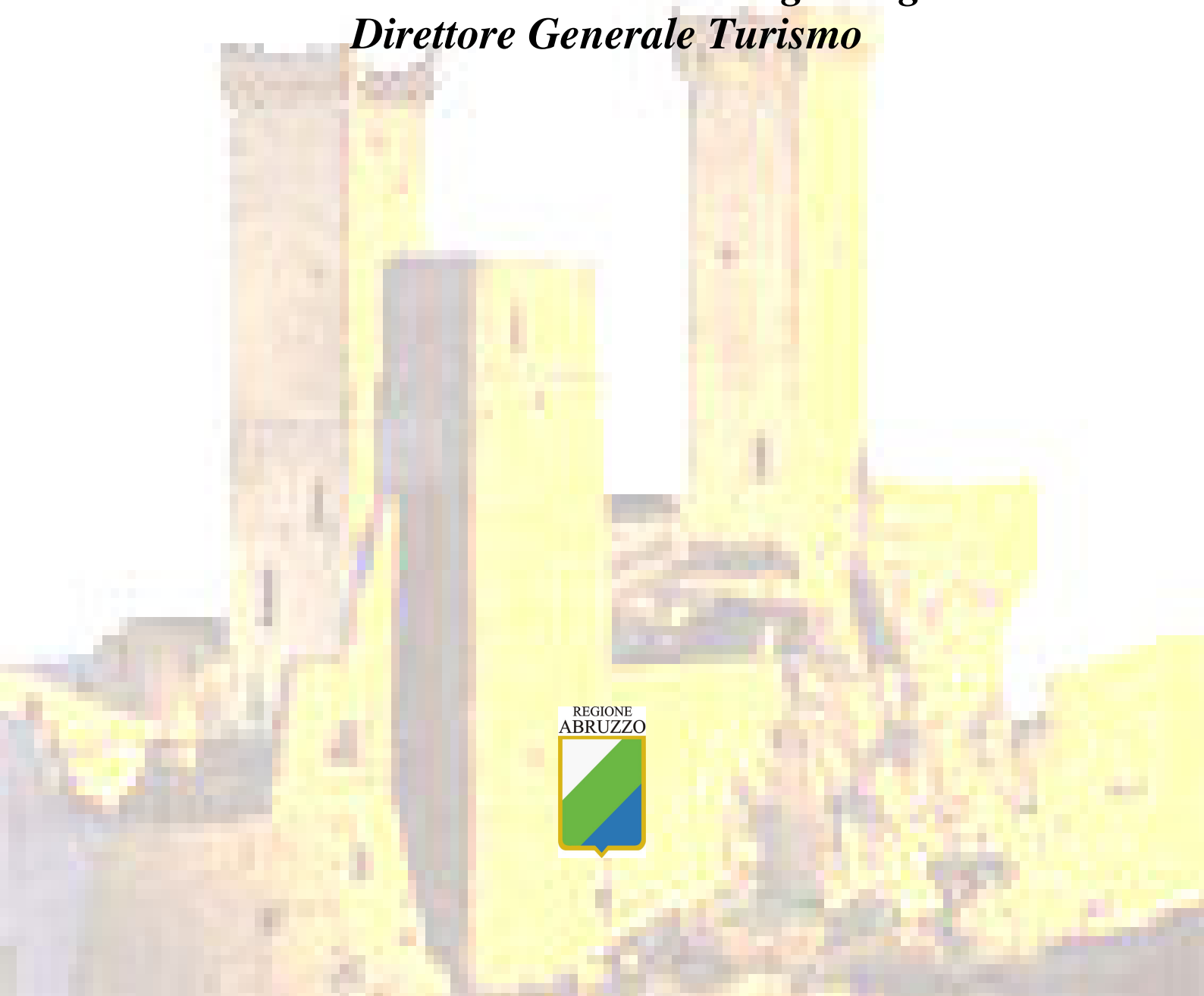
IL TURISMO TARGATO ITALIA

III Conferenza Italiana per il Turismo

30 settembre – 1 ottobre 2006
Montesilvano - Pescara

Intervento del Dott. Pier Giorgio Togni
Direttore Generale Turismo



REGIONE
ABRUZZO

III CONFERENZA ITALIANA PER IL TURISMO

30 settembre – 1 ottobre 2006

Montesilvano-Pescara

Relatore:

Pier Giorgio Togni – Direttore Generale Turismo

"Indagine sull'immagine dell'Italia e delle Regioni del Mezzogiorno"

Grazie a tutti, io sarò brevissimo perché mi diceva il Presidente, abbiamo già superato di parecchio i tempi previsti, e allora pregherei la regia di mandare l'indagine che il Dipartimento del Turismo ha commissionato sull'attrattività turistica dell'Italia e del sud Italia.

Abbiamo paragonato un po' le due iniziative, io spero che si veda, realizzata dalla DOXA, dalla Mercury, dal Touring Club, in collaborazione con l'Università Ca' Foscari di Venezia.

È stata fatta in due tempi questa indagine, nel 2004 e nel 2006: nel 2004 sono stati presi in considerazione nove paesi:

- l'Austria;
- il Belgio;
- la Francia;
- la Germania;
- i Paesi Bassi;
- l'Inghilterra;
- la Svizzera;
- l'Usa;
- il Giappone;

nel 2006 invece cinque nazioni solamente:

- Francia;
- Germania;
- Inghilterra;
- America;
- Giappone.

Cosa abbiamo chiesto?

Un parere, il posizionamento dell'Italia in questi mercati e abbiamo fatto il raffronto.

Sono state fatte mille interviste, nel 2004 tra la popolazione italiana, novemila interviste tra la popolazione straniera, e settanta a tour operator.

Nel 2006 le interviste sono diminuite perché siamo passati da nove paesi a cinque paesi.

Abbiamo analizzato la dinamica del turismo incoming in Italia e nel sud, l'indagine sulla popolazione straniera, l'indagine sulla popolazione italiana e l'indagine sui tour operator italiani e stranieri.

Vediamo adesso la prima parte, la dinamica del turismo incoming in Italia e nel sud considerando il primo semestre.

Questa è una cosa molto importante, perché c'è una buona ripresa dell'Italia.

Voi sapete che abbiamo avuto degli anni difficili, 2004 – 2005, in cui c'era stato un calo, ma ora aumentano i viaggiatori stranieri tra gennaio e giugno del 10%; si assiste al ritorno di alcuni mercati tradizionali, la Francia addirittura il 20%, l'Austria il 9, l'America il 12, il Giappone il 27%, la Germania ha un aumento medio del 2%, e poi altri aumenti come la Russia, siamo intorno al 25-30% e la Spagna, un nuovo mercato importante, il 17%.

Diminuisce la permanenza media, non mi soffermerò se considerare turisti o viaggiatori, ormai siamo più viaggiatori perché si fanno molte più vacanze in un anno, quindi diminuisce la permanenza media, cresce il livello di spesa, e questo è importantissimo, e migliora il saldo della bilancia economica perché gli Italiani all'Estero hanno speso di meno.

Rispetto alla media nazionale, il sud ha una crescita più sensibile, vediamo il 5% per i viaggi all'estero, per i viaggiatori dall'estero, tra gennaio e giugno 2006, si passa da 2.600.000 a 2.800.000 milioni, anche il sud cresce, 21% le spese dei turisti stranieri, questo è importante, e le notti sono rimaste suppergiù le stesse dell'anno scorso.

Qui c'è un grafico che rappresenta quello che dicevo prima, non mi soffermo ulteriormente.

I risultati dell'indagine sulla popolazione straniera.

Vediamo un po' come viene percepita l'Italia e il sud, la differenza tra i due.

Nel 2006, ha sentito parlare dell'Italia il 47% della popolazione intervistata, contro un 45 del 2004, si è parlato di più, forse le olimpiadi internazionali, il Papa, il nuovo pontefice ha fatto sì che si parlasse più dell'Italia.

Vorrebbe andare in Italia?

Sì 30%, è rimasta invariata, no 69%.

È mai stato in Italia?

42% dice di sì, anche lì c'è stato un aumento.

Vorrebbe andare nei prossimi anni nel sud?

Il 20%, è minore della media nazionale, ma comunque è un dato molto importante da tenere presente.

Ha sentito parlare di recente, la media nazionale è 47, vediamo che in Francia si parla più di Italia, in Germania si parla di Italia, in Gran Bretagna un po' di meno, però è interessante vedere come il Giappone, 48% e America 15%.

Cosa ha sentito dire dell'Italia, quali sono i temi più trattati?

La situazione politica italiana, il luogo di vacanza, quindi il turismo è al secondo posto, cibo, vino, che anche questi si possono collegare al turismo, personaggi dello sport, le Olimpiadi Invernali, uno dei motivi perché se ne parla di più, il Papa e la Chiesa, pubblicità, cultura, arte, clima e un altro non ricorda.

Quali sono i luoghi di cui ha sentito parlare di più?

Vediamo Roma, alla grande, Venezia, Milano, Firenze, ed è interessante come ci sia Torino e Piemonte, in quanto sicuramente sono collegati alle Olimpiadi Invernali che si sono da poco svolte.

I valori medi: in una scala da 1 a 10 vediamo al primo posto la cultura e l'arte; è interessante vedere che questo rappresenta un segmento costante, perché anche il turista balneare è interessato alla Cultura e all'Arte, quindi cucina, paesaggio, e al terzo posto natura, altro dato molto importante, perché è un turismo in

forte crescita.

Poi questi dati li troverete anche nella tabellina.

Quanti sono stati in Italia?

Totale 42%.

Vediamo della Francia il 55, in lieve calo rispetto al 2004, Germania, sappiamo che c'è stata una crisi in Italia nel 2004/2005 e questo si riflette anche qui, l'Inghilterra sta aumentando, il Giappone è in forte ripresa, così come l'America.

Dove è stato?

Possibili più risposte.

In occasione dell'ultimo viaggio, vediamo che nel 2006 il 63% ha messo città d'arte, però anche chi è venuto per altre motivazioni in Italia, al mare, congressuale e altre forme di turismo, poi ha visitato Roma, Venezia e Firenze o gli altri luoghi dell'arte.

Il mare è al secondo posto, importantissimo quindi, e io penso che se noi vediamo le motivazioni come turismi, troviamo al primo posto il balneare, ripeto, al primo posto con il 36%, il 35% l'arte e la cultura.

Poi montagna, lago e altro, e anche questi occupano un ottimo posto.

Quali paesi del Mediterraneo conosce meglio?

E qui vediamo, i nostri concorrenti sono davanti a noi: la Francia al primo posto con il 67%, la Spagna al 58%, l'Italia e poi gli altri.

Gli italiani, ovviamente anche loro, al primo posto la Spagna, la Francia, la Grecia, l'Egitto, con Sharm el Sheik e le nuove destinazioni.

Lei prevede di fare un viaggio in Europa?

Il 50% dice che non andrà in vacanza, l'11% non so, il 38 sì, e questo è importantissimo.

Di questo 38% vediamo l'Italia al primo posto perché abbiamo un brand molto alto, siamo al top delle classifiche, e poi magari non veniamo per altri motivi e per il motivo per cui dovremo sicuramente lavorare seriamente.

Per ognuna di queste Regioni del sud può dirmi se c'è stato?

E vediamo la Campania al primo posto, seguita dalla Sicilia, uguale anche nei due anni, Sardegna, Calabria, Puglia, Basilicata e Molise.

Anche il grado di conoscenza, se ha sentito parlare, suppergiù mantiene la stessa graduatoria, e la cosa è simile sia nel 2006 che nel 2004.

Vacanza in Italia del sud, Associazioni spontanee.

Bello vedere come sono tutte positive, la gran parte di queste sono positive, perché vediamo la gastronomie, i prodotti locali, il caldo, il sole, il clima, il mare, la natura, e solamente al 7% c'è il problema della sicurezza.

La popolazione italiana è sicuramente varia rispetto alle altre.

Quando si parla di sud, ovviamente mare azzurro, pulito, caldo, sole, clima, natura e via di seguito, e vediamo che tra gli stranieri e gli italiani i punti più negativi occupano circa la stessa percentuale.

Farebbe una vacanza in una Regione del sud?

Esaminiamo, l'86% dice di sì, la stragrande maggioranza dice di sì, e solamente il 13% dice di no, e qui vedete i motivi per cui non vengono, e troviamo quelli che già conosciamo: la criminalità, la lontananza e via di seguito.

Farebbe una vacanza in una Regione del sud, punti di forza e di debolezza?

Vediamo il sì che è ben l'86%, il mare, i bei posti, i paesaggi, la natura, il clima, la cultura e tutti questi elementi forti.

Vediamo adesso tra le Regioni Italiane, mare e bellezza, vediamo la Sardegna, cucina e vini la Toscana, l'accoglienza e la simpatia la Sicilia, la qualità degli alberghi l'Emilia Romagna, la qualità delle infrastrutture la Lombardia, caro amico Prosperini, gli uffici dell'informazione l'Emilia Romagna, lo stile e il modo di vivere l'Emilia Romagna, e via di seguito, la convenienza di una vacanza l'Emilia Romagna, vediamo in classifica l'Abruzzo che si classifica al 9° posto, la sicurezza dei luoghi per i turisti Trentino Alto Adige e via di seguito.

Quindi l'indagine tra i tour operator, anche qui è importante, vediamo che tra quelli stranieri ritengono che il 25% del proprio prodotto riguarda l'Italia, alcuni addirittura il 50%.

Il 56% dichiara che l'Italia sta acquistando una posizione sempre più importante.

Il 43% dichiara che il sud ha un peso minore del 25%.

Vediamo che i nostri principali competitor, per quanto riguarda il turismo organizzato, sono ovviamente Spagna, Francia, Grecia e Croazia.

Per gli italiani solo il 20% si occupa di viaggi e soggiorni in Italia, il 50% dichiara che c'è una stabilità, il 60% dichiara che il peso del sud è superiore rispetto alle attrattive in Italia e quasi tutti hanno indicato come principale l'Egitto, con le classiche destinazioni del Mar Rosso che fanno da leone.

Tour operator esteri, vediamo che mettono il culturale al primo posto, soprattutto vendono pacchetti individuali, vediamo che si vendono sia tour itineranti, in particolare per i Giapponesi, sia quelli fissi, russi e britannici.

Quasi tutti viaggio e soggiorno con l'aereo, la durata è medio lunga, perché come pacchetto non può essere una cosa come il turista individuale, e vediamo che il prezzo medio varia da 1.050 per gli europei a 1.600 per gli extraeuropei.

Per gli italiani troviamo il balneare al primo posto, anche loro vendono i pacchetti individuali ed altro.

Punti di forza e debolezza: bellezze naturali, cucina, clima, ospitalità, destinazioni più sicure rispetto alle altre del Mediterraneo; punti di debolezza la microcriminalità, rapporto qualità/prezzo, è stato parlato a lungo di questo, e continuiamo a parlarne, informazioni sul sistema per gli operatori, la conoscenza delle lingue straniere.

Infine, l'ultima slide, i suggerimenti dei tour operator, e qui tornano i luoghi comuni, cioè quello che già sappiamo, curare più la comunicazione e la promozione, creare network, nuove tecnologie, la formazione sia per quanto riguarda i corsi di formazione e per quanto riguarda le lingue, migliorare strutture ricettive e infine chiedono tutti più viaggi.

Io penso che da quest'indagine emerga una cosa molto importante, l'Italia ha sicuramente tutte le possibilità per andare ancora avanti, per fare molto di più, però bisogna veramente capire che il turismo non è una cosa aleatoria, vacanze, sole, mare, ma è una vera industria, dove la promozione è l'anima del commercio, però se non c'è un prodotto competitivo e di qualità dove anche la promozione dventa vana.

Io mi fermo qui, vi ringrazio, e do la parola di nuovo al Presidente.