



Estate 2011
Prospettive per il turismo in Toscana

Progetto Check Markets

in collaborazione con il Centro Studi Turistici

Alberto Peruzzini

Dirigente Servizio Turismo Toscana Promozione



Firenze, 20 giugno 2011

PREMESSA

- I dati sulle tendenze del mercato turistico 2011 sono la sintesi delle elaborazioni sviluppate dal CST sui seguenti studi:
 - Previsioni OMT per l'anno 2011
 - Eurobarometro 2011 – Direzione Generale Imprese e Industria –European Commission
 - Barometro Ipsos – Europ Assistance 2011 – “Gli Europei e le Vacanze estive: Abitudini e Tendenze”
 - Prospettive internazionali e della destinazione Italia per il 2011
 - Indagine CST sul livello delle prenotazioni nelle strutture ricettive regionali

PREVISIONI OMT ANNO 2011

A gennaio del 2011 le stime OMT segnavano un aumento degli arrivi internazionali:

	2010	Previsioni 2011
World	+6,7%	4% to 5%
Europa	+3,2%	2% to 4%
Asia e Pacifico	+12,6%	7% to 9%
Americhe	+7,7%	4% to 6%
Africa	+6,4%	4% to 7%
Medio Oriente	+13,9%	7% to 10%

Dopo i recenti eventi internazionali (Africa del Nord, Medio Oriente, Giappone), l'OMT ha confermato la crescita (4-5%), ma ha modificato la geografica dei flussi:

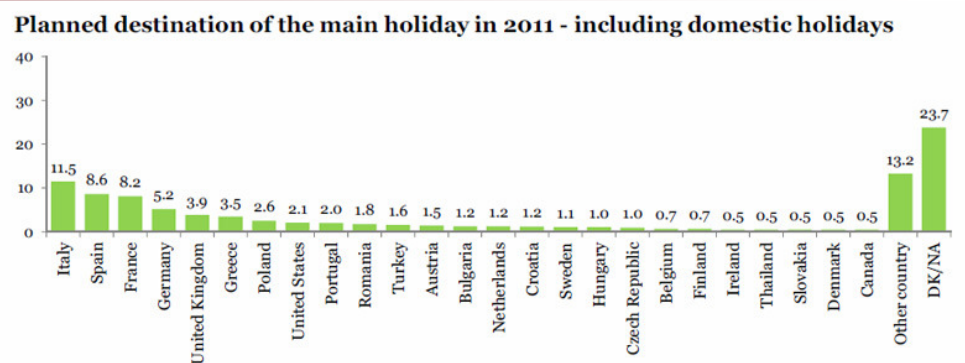
- La crescita prevista per il Nord Est dell'Asia si ferma al +6%
- Africa del Nord e Medio Oriente dovrebbero attestarsi rispettivamente al -9% e al -10%
- Le destinazioni Europee passano al +6% e l'America del Sud al +15%

(Fonte dati: Elaborazioni Cst su dati World Tourism Organization - UNWTO)

PREVISIONI EUROBAROMETRO ANNO 2011

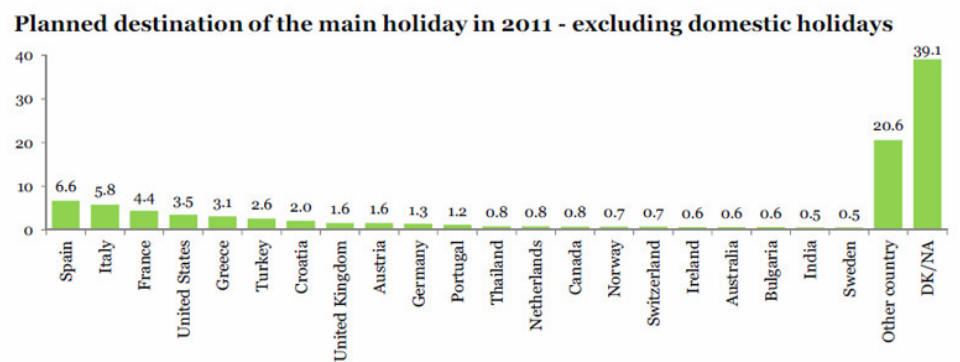
Eurobarometro stima un aumento degli europei che hanno programmato una vacanza per il 2011:

> il 38% rimarrà nei confini nazionali; il 20% sceglierà una meta europea e il 16% una destinazione extraeuropea; il 4% non andrà in vacanza e il 23% non fornisce indicazioni



Q13. Where do you plan to spend your main holiday in 2011?

% Base: who are planning a holiday, EU27
Countries mentioned at least 0.5% shown



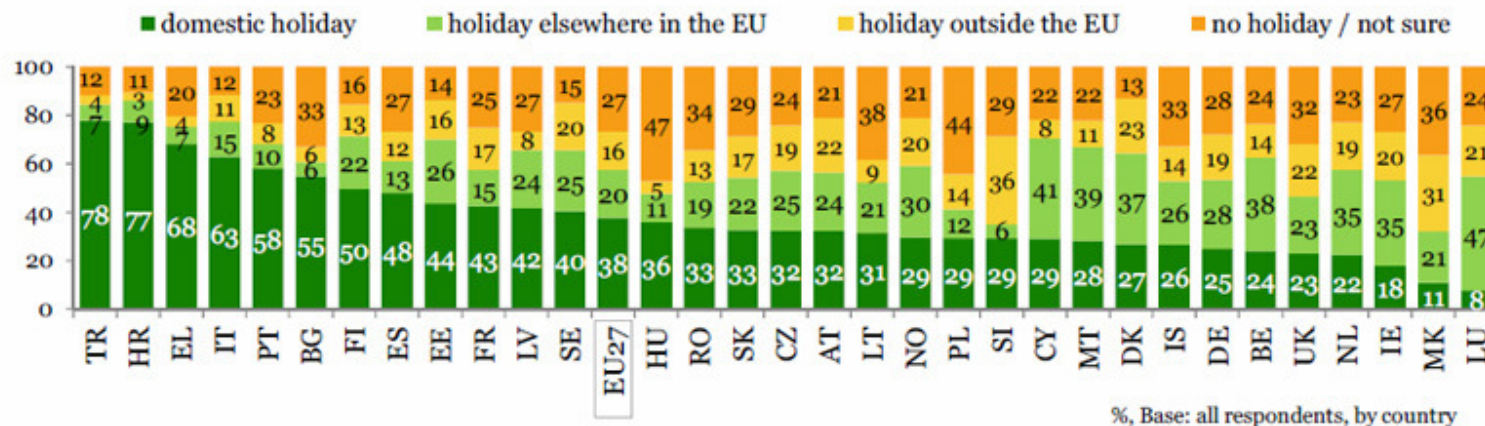
Q13. Where do you plan to spend your main holiday in 2011?

% Base: who are planning a holiday (excluding respondents who were planning a domestic holiday), EU27
Countries mentioned at least 0.5% shown

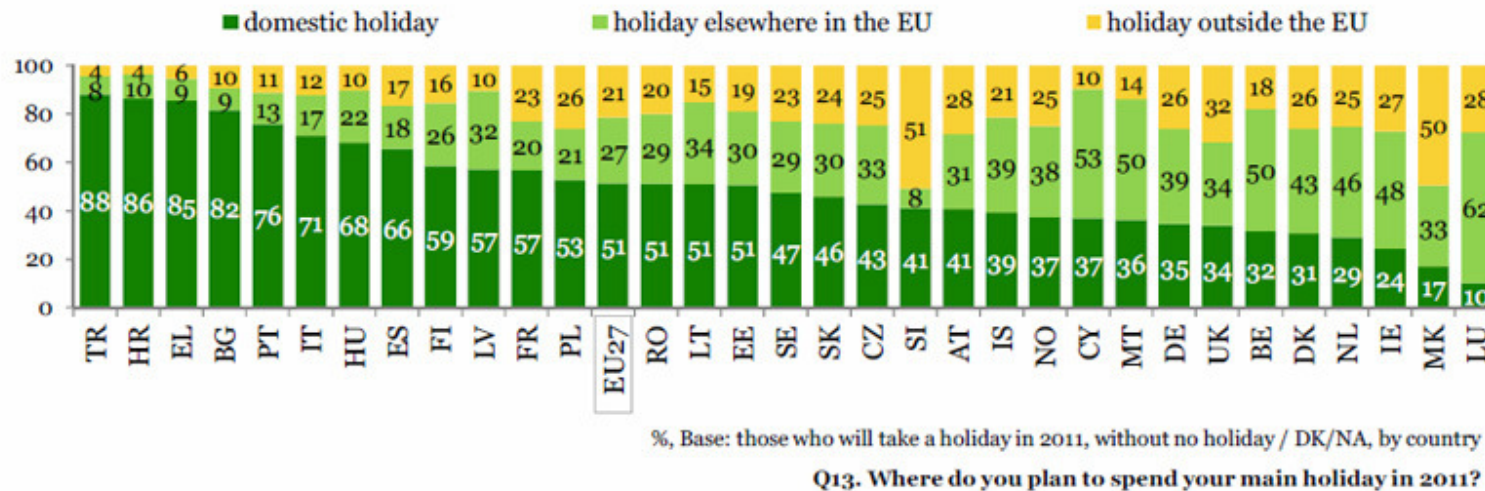
(Fonte dati: Flash Eurobarometer European Commission – May 2011)

PREVISIONI EUROBAROMETRO ANNO 2011

Planned destination of the main holiday in 2011...



... and focusing on those who will take a holiday in 2011



(Fonte dati: Flash Eurobarometer European Commission – May 2011)

Barometro IPSOS/Europ Assistance ANNO 2011

78%	degli italiani ha in programma almeno una settimana di vacanza fra giugno e settembre (+7% rispetto al 2010)
62%	sogna una vacanza all'insegna del relax e del riposo (+6% rispetto al 2010)
69%	resterà in Italia (+3% rispetto al 2010)
74%	preferisce una vacanza balneare
77%	alloggerà in hotel o in appartamento
69%	predilige le vacanze "fai da te" (+3%). In flessione la scelta di vacanza "organizzata/all inclusive" (-3%)
68%	pianifica le proprie vacanze con largo anticipo (+7%)
52%	farà ricorso a Internet per prenotare la vacanza (+6% sul 2010; +12% sul 2008)
2.244 Euro	il budget medio per nucleo familiare destinato alle vacanze (+112 € rispetto al 2010)
Per gli italiani i più importanti fattori che orienteranno la scelta della destinazione sono il clima (50%) e il livello dei prezzi (48%)	
Il 20% degli italiani userà lo smartphone anche in vacanza, contro il 12% della media europea	

(Fonte dati: Barometro Ipsos – Europ Assistance 2011)

Le prospettive della domanda interna per l'Estate 2011



Prodotti: destinazioni balneari, offerta naturalistica e ambientale, destinazioni rurali, enogastronomia e shopping, wellness, turismo open air, turismo delle seconde case

Aree geografiche: aumento del turismo di prossimità e regionale, in lieve crescita le destinazioni del Centro Italia

Organizzazione: aumento delle scelte autorganizzate e del “last minute”, concentrazione nei mesi centrali della stagione estiva,

Elementi di sviluppo: ulteriore crescita delle prenotazioni on line, forte attenzione al fattore prezzo

Le prospettive dei mercati esteri per l'Estate 2011



FRANCIA



Prodotti: destinazioni culturali, offerta naturalistica e ambientale, enogastronomia e shopping, wellness

Elementi di sviluppo: forte attenzione alle nuove tecnologie



GERMANI



Prodotti: Città d'arte, appartamenti, agriturismo, balneare

Elementi di sviluppo: Pacchetti flessibili e segmenti di nicchia



UK



Prodotti: centri d'arte, vacanze attive

Elementi di sviluppo: Visibilità sul web e proposte integrate

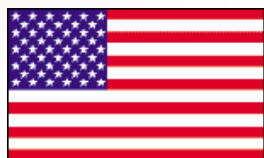


OLANDA

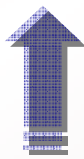


Prodotti: centri arte minori, campagna, balneare e vacanze attive

Elementi di sviluppo: Arricchimento del prodotto



USA



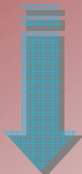
Prodotti: città/centri d'arte, turismo rurale, enogastronomia

Elementi di sviluppo: vacanze attive, enogastronomia, shopping

Le prospettive dei mercati esteri per l'Estate 2011



GIAPPONE

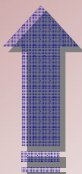


Prodotti: Cultura, città/centri d'arte, enogastronomia, shopping

Elementi di sviluppo: Proposte integrate: cultura/natura e enogastronomia/vacanza attiva



RUSSIA



Prodotti: centri d'arte e località balneari

Elementi di sviluppo: Proposte integrate: culturale/Italian style, culturale/enogastronomico, naturalistico/vacanze attive, benessere

**PAESI
SCANDINAVI**



Prodotti: città/centri d'arte, balneare, rurale ed enogastronomia

Elementi di sviluppo: balneare/culturale/enogastronomico, benessere



SPAGNA



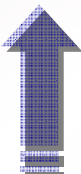
Prodotti: città/centri d'arte, turismo religioso

Elementi di sviluppo: aumento delle richieste per la terza età

INDIA

CINA

BRASILE



Prodotti: città e centri d'arte, cultura ed enogastronomia

Elementi di sviluppo: Proposte integrate, sistema di accessibilità

Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

Indagine online realizzata da CST: campione di 310 imprenditori

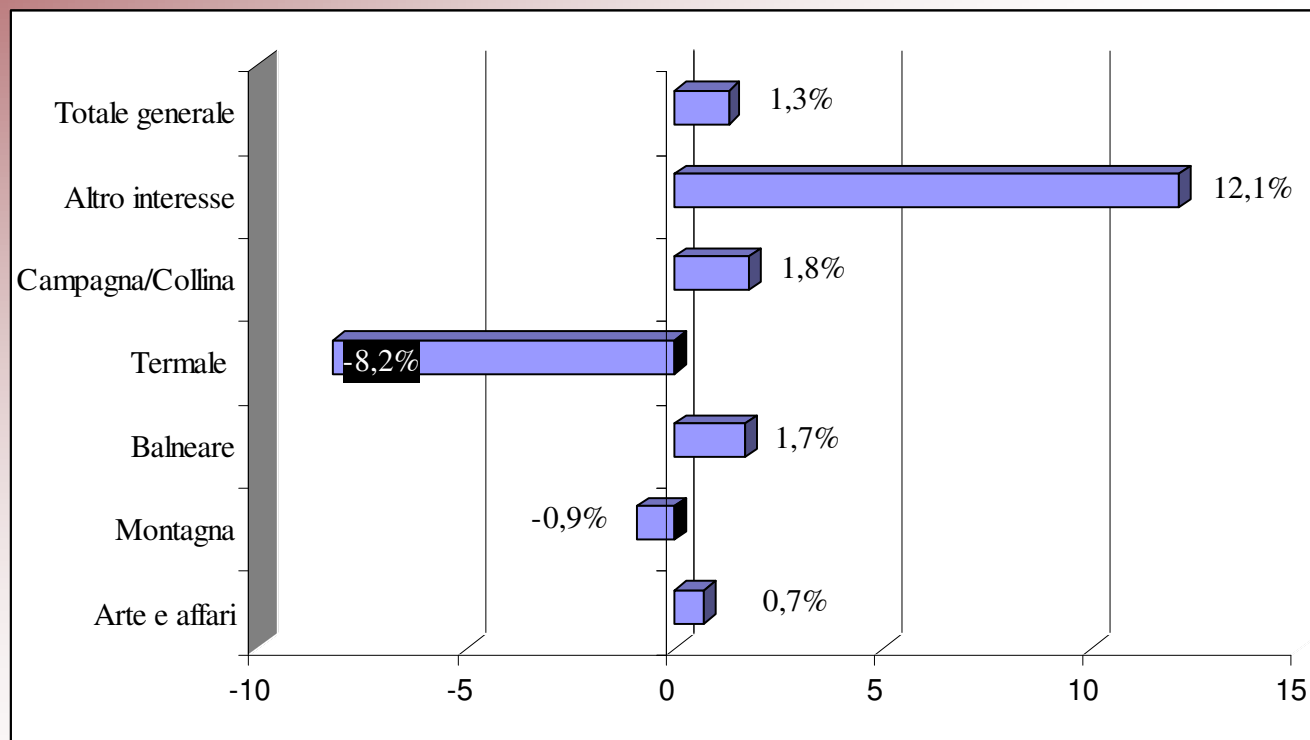
Tipologia	Num.
4 e 5 Stelle	22
3 Stelle e Rta	64
1 e 2 Stelle	19
Tot. Alberghiero	105
Agriturismo	133
Extralberghiero	72
Totale generale	310

Risorsa turistica	Num.
Arte e Affari	99
Montagna	31
Balneare	83
Termale	28
Campagna/Collina	53
Altro interesse	16
Totale generale	310

Nel trimestre estivo solitamente si registrano il 38-39% delle presenze complessive dell'anno, mediamente pari a circa 16 milioni. Il 57% dei pernottamenti sono riconducibili all'offerta balneare.

Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

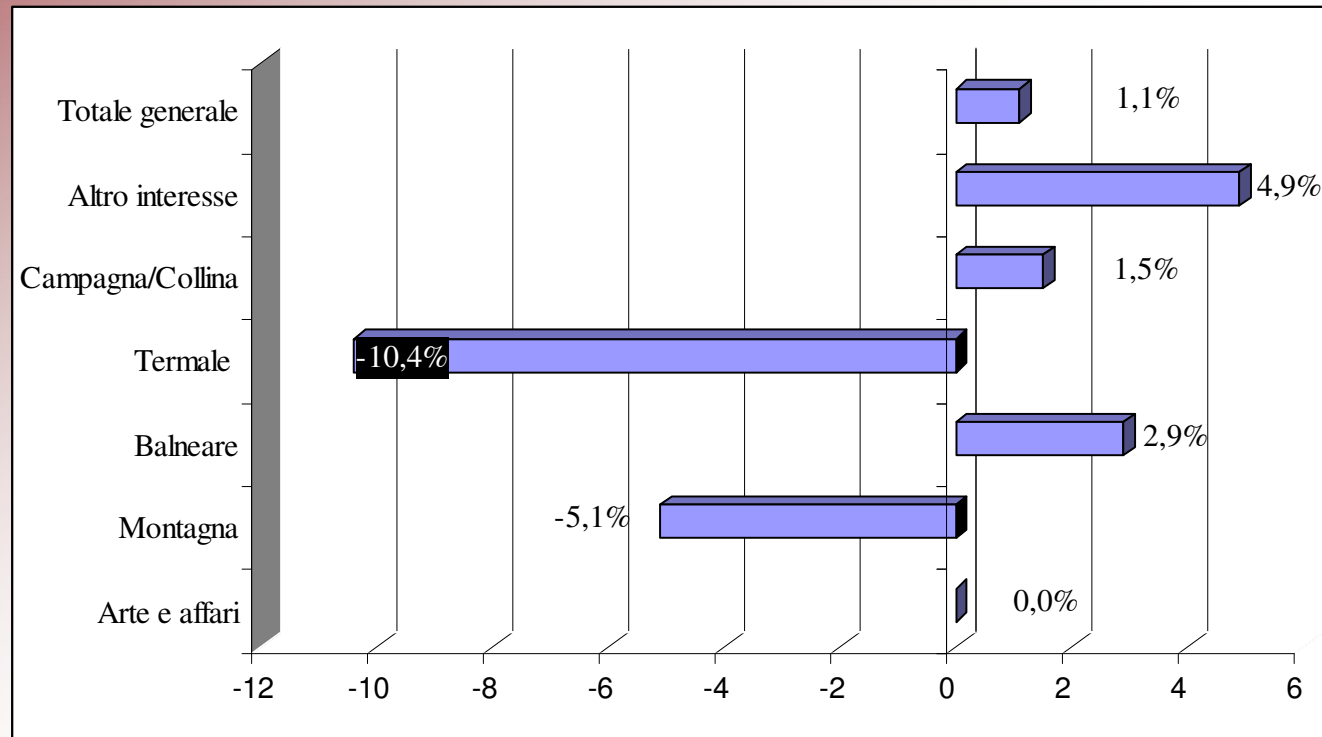
Il trend di giugno 2011



- +105 mila presenze complessive rispetto al 2010: crescita sostenuta dell'extralberghiero e stabilità per le strutture alberghiere
- Forte aumento per la tipologia "altro interesse" (stima di +32 mila presenze)
- Crescita per le aree del balneare (+43 mila presenze). Difficoltà per Elba e Versilia
- In flessione il prodotto "termale" e la "montagna"
- In crescita l'arte: buoni risultati di Firenze, Siena, Lucca e Arezzo. In queste città l'alberghiero segna risultati molto positivi, a differenza dell'extralberghiero che risulta in calo

Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

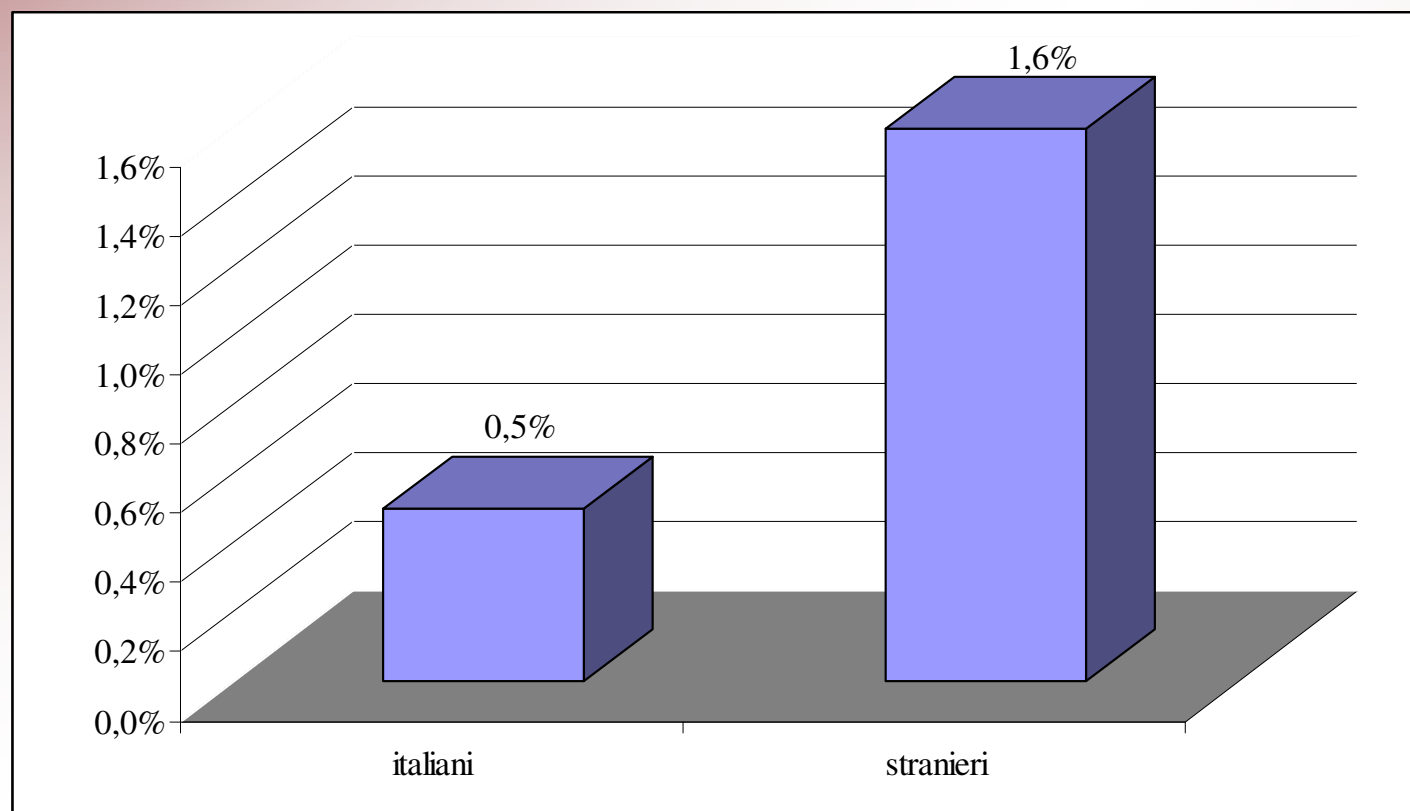
Il trend delle prenotazioni di luglio-agosto 2011



- Ulteriore crescita del mercato turistico: prenotazioni al +1,1%
- Forte aumento per l'extralberghiero. Stabilità per l'alberghiero
- In termini di prodotti prevalgono le aree classificate ad "altro interesse"
- Per il balneare l'aumento stimato è di +270 mila presenze
- Per il termale e la montagna le prospettive appaiono ancora difficili

Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

- Per il due mesi centrali della stagione estiva 2011 le prenotazioni degli italiani risultano in aumento dello 0,5% e quelle degli stranieri dell'1,6%.



Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

In base alle prenotazioni già acquisite, il trend dei mercati stranieri per luglio-agosto risulta il seguente:

- **in diminuzione** – Germania, Austria, Inghilterra e Giappone
- **in aumento** – Spagna, Paesi Scandinavi, Belgio, Francia, Russia, Paesi dell'Est, Canada, Brasile, Indiani e altri mercati
- **stabili** – Svizzera, Stati Uniti, Cina

Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

I cambiamenti della domanda turistica: la percezione degli intervistati

	Aumento	Invariato	Diminuzione	Totale
Domanda Lastminute	71,2	7,3	21,5	100,0
Prenotazioni online	59,5	6,6	33,9	100,0
Domanda intermediata da T.O./AdV	10,1	49,4	40,5	100,0
Domanda giovani (< 25 anni)	10,4	41,2	48,4	100,0
Domanda terza età (> 65 anni)	17,2	18,8	64,1	100,0
Domanda famiglie con figli	29,3	22,2	48,5	100,0
Capacità di spesa del turista	2,8	65,9	31,3	100,0
Durata media del soggiorno	6,1	57,1	36,8	100,0
Fedeltà del cliente	24,6	13,1	62,3	100,0
Interesse del turista per gli eventi sul territorio	28,4	13,8	57,8	100,0
Attenzione del turista agli aspetti ambientali	51,8	4,4	43,9	100,0

Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

I mercati italiani di riferimento del trimestre: tipologie ricettive

	1° mercato	2° mercato	3° mercato
4 e 5 Stelle	Lombardia	Lazio	Veneto, Emilia R.
3 Stelle - Rta	Lombardia	Lazio e Toscana	Emilia R., Veneto e Piemonte
1 e 2 Stelle	Lombardia	Toscana	Nord Italia
Agriturismo	Lombardia	Toscana, Lazio, Emilia R.	Piemonte
Extralberghiero	Lombardia	Toscana	Emilia R., Lazio e Veneto

Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

I mercati italiani di riferimento del trimestre: tipologia di risorsa

	Nord Italia	Centro	Sud e Isole	Totale
Arte e Affari	68,0	26,0	6,0	100,0
Montagna	46,9	49,0	4,1	100,0
Balneare	66,1	32,2	1,7	100,0
Termale	57,1	28,6	14,3	100,0
Campagna e Collina	62,3	29,5	8,2	100,0
Altro interesse	50,0	50,0	0,0	100,0
Totale	62,1	32,5	5,4	100,0

Le previsioni sui flussi della Toscana: Estate 2011

I mercati stranieri di riferimento del trimestre: tipologia di risorsa

	1° mercato	2° mercato	3° mercato
Arte e Affari	Germania	Olanda, Gran Bretagna	Francia, Usa, Belgio
Montagna	Germania	Olanda, Gran Bretagna	
Balneare	Germania	Svizzera	Olanda
Termale	Germania	Svizzera	
Campagna e Collina	Germania, Olanda	Gran Bretagna	Francia, Belgio
Altro interesse	Germania	Olanda	Belgio