

Il turismo in Italia e in Piemonte

Piemonte e Turismo

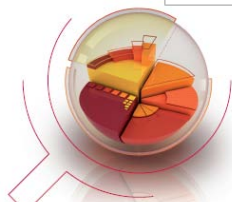
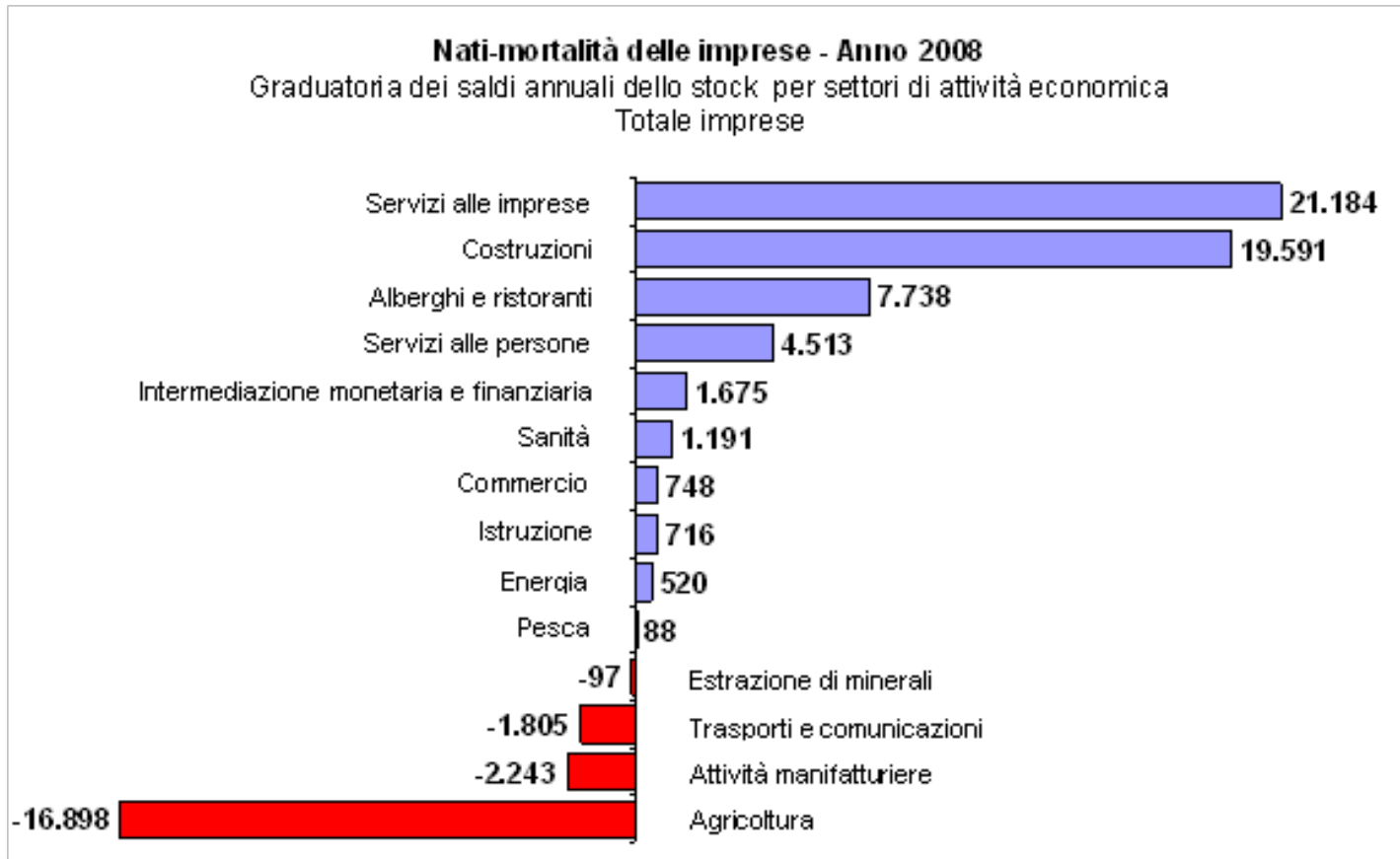
Turismo: risorsa economica anticrisi?

a cura di Flavia Maria Coccia

Direttore Operativo ISNART

Torino, 25 giugno 2008

Nati mortalità delle imprese anno 2008



Torino, 25 giugno 2009

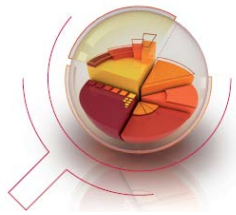
Occupazione strutture alberghiere - gennaio 2008/marzo2009 (%)

anno	mese	Francia	Spagna	Italia
	Gennaio	51,6	40,3	44,3
	Febbraio	55,2	46,9	45,4
	Marzo	58,1	50,8	46,6
	Aprile	59,2	49,2	41,9
	Maggio	65	52,9	44,6
	Giugno	69,8	57,7	51
	Luglio	68,6	66,2	63,1
	Agosto	68	71,9	71,4
	Settembre	69,1	60,3	53,2
	Ottobre	63,1	49,7	48
	Novembre	53,7	41,6	39,3
2008	Dicembre	51,2	36	39
	Gennaio	54,7	35	41,4
	Febbraio	51,5	40	42,6
2009	Marzo	53,4	42	42,3

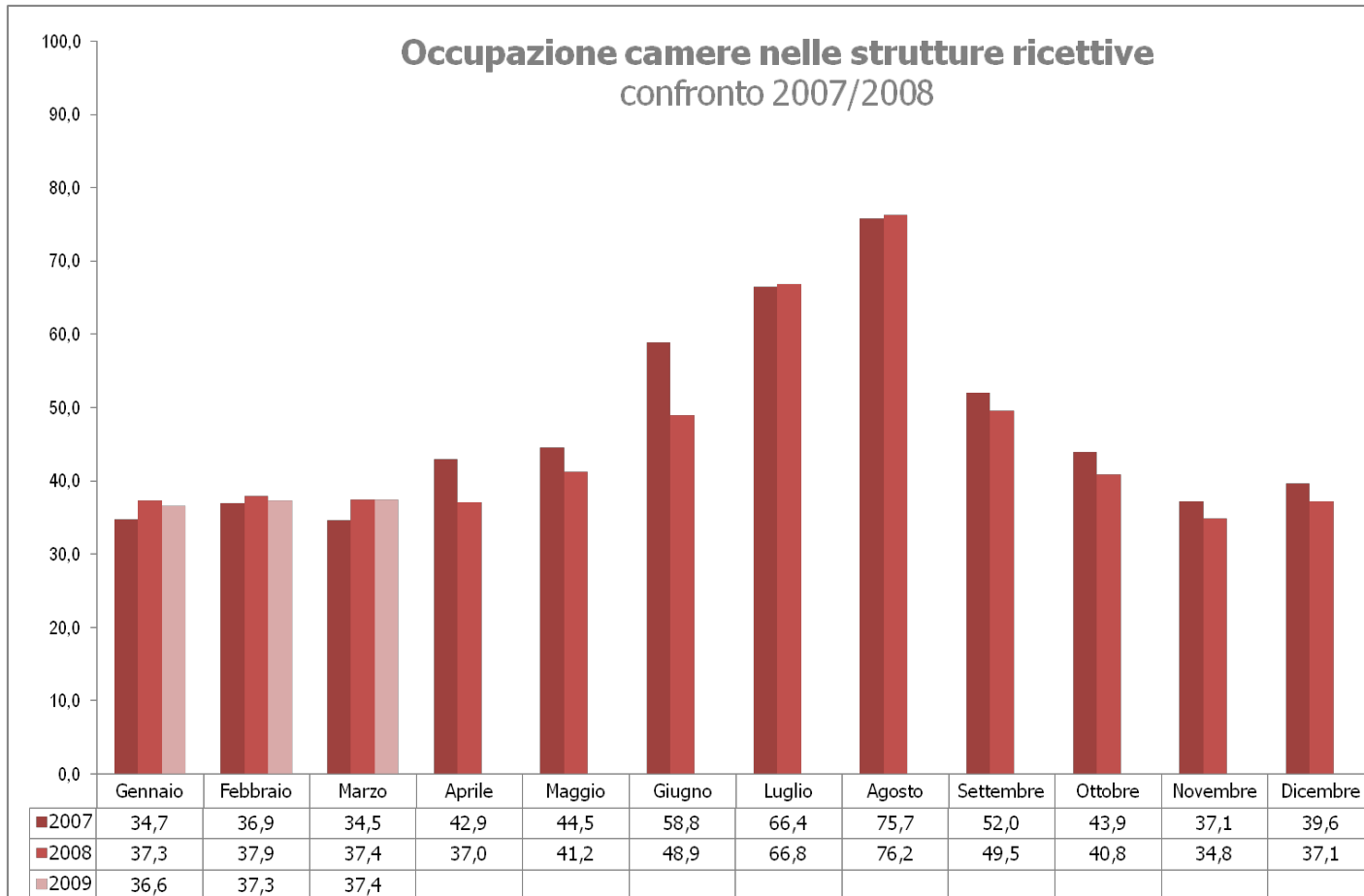
Italia: Fonte Isnart-Unioncamere

Francia: Fonte INSEE

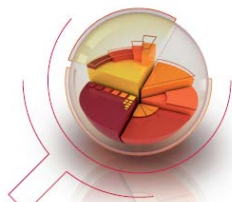
Spagna: Fonte IET



Torino, 25 giugno 2009



Torino, 25 giugno 2009



Andamento della domanda complessiva dei viaggi organizzati nel 2009

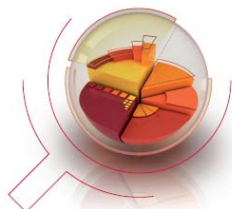
	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Media Europa	8,2	31,8	60,0	100,0
Usa	11,0	15,0	74,0	100,0
India	23,0	17,0	60,0	100,0
Giappone	10,0	30,0	60,0	100,0
Totale	11,5	25,9	62,6	100,0

Andamento della domanda complessiva dei viaggi organizzati verso l'Italia nel 2009

	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Media Europa	10,6	37,3	52,1	100,0
Usa	14,0	13,0	73,0	100,0
India	24,0	27,0	49,0	100,0
Giappone	20,0	20,0	60,0	100,0
Totale	13,9	30,6	55,6	100,0

Andamento previsto per la domanda di turismo verso l'Italia nel 2010

	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Media Europa	24,5	57,3	18,2	100,0
Usa	57,4	30,9	11,8	100,0
India	81,3	17,6	1,1	100,0
Giappone	14,3	85,7	-	100,0
Totale	40,7	45,8	13,5	100,0



Torino, 25 giugno 2009

Numero di viaggiatori stranieri per vacanza e totale

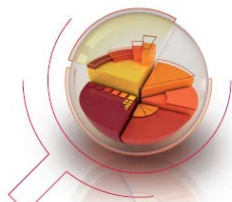
	VAR %	
	VACANZA	TOTALE
VAR % anno 2008/2007		
- PIEMONTE	-34,4	-18,2
NORD-OVEST	-13,0	2,0
TOTALE	-7,5	-0,2
VAR % gennaio-marzo 2009/2008		
- PIEMONTE	-0,5	-7,5
NORD-OVEST	-21,3	-12,1
TOTALE	-17,6	-6,8

Spesa dei viaggiatori stranieri per vacanza e totale

	VAR %	
	VACANZA	TOTALE
VAR % anno 2008/2007		
- PIEMONTE	-25,8	-2,3
NORD-OVEST	-13,3	-2,1
TOTALE	-2,8	-0,1
VAR % gennaio-marzo 2009/2008		
- PIEMONTE	2,8	-14,1
NORD-OVEST	-15,0	-12,6
TOTALE	-14,4	-8,9

Fonte: Banca d'Italia

Torino, 25 giugno 2009

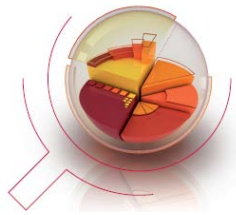


Provenienza della clientela nelle strutture ricettive italiane 2008/2009

Provenienza della clientela (%)

2008	% italiani	% stranieri	Totale
I trimestre	69,1	30,9	100,0
II trimestre	64,7	35,3	100,0
III trimestre	67,0	33,0	100,0
IV trimestre	71,4	28,6	100,0
2009			
I trimestre	73,3	26,7	100,0

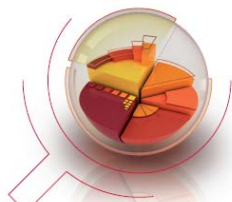
Torino, 25 giugno 2009



Vacanze degli italiani e spesa in Italia e Piemonte gennaio-maggio 2009/2008

vacanze	2008	2009	VAR%
Piemonte	1.160.269	1.193.788	2,9
Italia	20.585.982	23.767.258	15,5
spesa			
Piemonte	385.284.566	366.361.060	-4,9
Italia	7.486.462.314	9.056.431.000	21,0

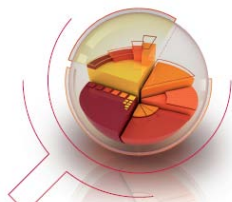
Torino, 25 giugno 2009



Spesa media per la vacanza - 2008-2009

2009	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio
Media Italia	507,91	405,59	437,2	330,21	401,04
Media estero	1.071,12	813,36	1.200,70	942,94	967,45
Media Totale	650,35	491,68	617,7	449,27	512,76
2008	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio
Media Italia	447,9	374,14	339,73	368,73	389,22
Media estero	1.173,13	1.026,30	1.377,21	1.087,69	1.359,53
Media Totale	639,91	515,18	611,69	538,18	722,8
VAR media %	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio
Media Italia	13,4	8,4	28,7	-10,4	3,0
Media estero	-8,7	-20,7	-12,8	-13,3	-28,8
Media Totale	1,6	-4,6	1,0	-16,5	-29,1

Torino, 25 giugno 2009



Prezzo medio in albergo per camera doppia confronto I trimestre 2008/2009

valori in Euro, prezzi correnti

stelle	Piemonte			Italia		
	2008	2009	VAR %	2008	2009	VAR %
1	52,92	55,48	4,8	57,75	55,17	-4,5
2	60,76	59,31	-2,4	62,86	61,79	-1,7
3	90,84	79,25	-12,8	84,67	76,42	-9,7
4	150,00	118,97	-20,7	136,97	113,06	-17,5
5	350,00	250,00	-28,6	347,09	216,62	-37,6
Totale	82,26	74,23	-9,8	85,89	76,04	-11,5

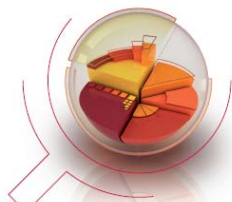
Torino, 25 giugno 2009

Motivazione principale del soggiorno in Piemonte e in Italia

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti

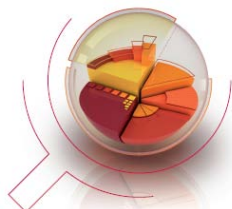
	Piemonte			Italia		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Ho i parenti/amici che mi ospitano	30,7	30,1	30,4	18,6	17,3	18,0
Posto ideale per riposarsi	29,4	30,4	29,9	27,2	28,3	27,7
Bellezze naturalistiche del luogo	18,6	34,0	25,6	23,2	28,1	25,4
Per la vicinanza	13,3	13,8	13,5	12,1	13,8	12,8
Posto ideale per praticare sport	12,6	13,2	12,9	16,2	14,3	15,3
Abbiamo casa in questa località	15,1	9,0	12,3	11,3	10,4	10,9
Il desiderio di vedere un posto mai visto	9,3	14,8	11,9	10,1	14,0	11,9
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	9,3	5,8	7,7	6,5	14,2	10,0
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	1,9	13,4	7,2	8,4	5,8	7,2
Località esclusiva	3,8	7,8	5,6	10,9	9,9	10,5
Per assistere a eventi culturali	6,4	4,7	5,6	3,7	6,9	5,2
Posto adatto per bambini piccoli	6,2	2,7	4,6	7,5	6,2	6,9
Per i divertimenti che offre	5,1	3,4	4,3	13,3	15,6	14,3
Prezzi convenienti	5,3	2,9	4,2	11,6	10,8	11,2
Decisione altrui	4,8	2,6	3,8	6,5	6,3	6,4
Motivi di lavoro	3,6	2,8	3,3	3,2	4,9	4,0
Interessi enogastronomici	3,1	3,4	3,2	3,2	6,5	4,7
Per il gusto dell'avventura	1,9	3,8	2,7	2,3	3,4	2,8
Benessere, beauty farm, fitness	2,8	2,1	2,5	3,3	2,8	3,1
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	2,1	2,2	2,2	1,9	3,8	2,8
Shopping	2,2	1,5	1,9	3,4	5,4	4,3
Partecipare a eventi folkloristici della cultura locale	1,3	0,9	1,1	1,7	2,7	2,2
Studio	0,5	1,0	0,7	0,3	1,0	0,6
Motivazione religiosa	0,8	0,1	0,4	0,8	0,9	0,8
Assistere a eventi sportivi	0,4	0,4	0,4	0,9	0,9	0,9
Eventi religiosi	0,3	0,1	0,2	0,2	0,4	0,3

Torino, 25 giugno 2009



Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno in Piemonte e in Italia possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

	Piemonte			Italia		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
C'ero già stato/esperienza personale	47,7	45,3	46,6	32,5	29,7	31,2
Consiglio/racconti di amici/parenti/ familiari	42,5	41,5	42,0	42,0	39,4	40,8
Informazioni su Internet	9,2	13,8	11,3	13,5	19,1	16,1
Offerte su Internet	4,3	5,4	4,8	7,7	10,5	9,0
Guide turistiche	2,4	5,7	3,9	2,9	4,9	3,8
Non ho scelto io/hanno deciso altri	5,3	1,9	3,8	5,7	6,5	6,1
Attrazioni / eventi culturali	1,8	4,8	3,2	1,4	1,5	1,5
Attrazioni / eventi sportivi	2,4	3,0	2,7	0,6	0,9	0,7
Mostre/convegni/fiere	2,4	1,6	2,1	1,6	1,9	1,7
Consiglio dell'agenzia di viaggi	2,0	2,0	2,0	3,7	4,0	3,8
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	1,5	1,7	1,6	3,5	6,5	4,8
Attrazioni / eventi musicali	1,1	1,4	1,2	0,5	1,1	0,8
Cataloghi/depliant di agenzie di viaggi	0,9	1,6	1,2	1,4	1,9	1,6
Pubblicità sulla stampa	1,2	0,9	1,1	1,2	1,3	1,2
Articoli/redazionali su periodici/quotidiani	0,6	0,7	0,6	1,9	2,2	2,1
Film/documentari	0,5	0,8	0,6	0,8	2,0	1,4



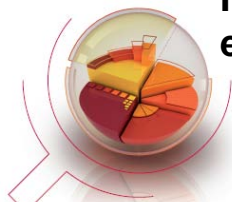
Torino, 25 giugno 2009

Attività svolte nel soggiorno in Piemonte e in Italia possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti

	Piemonte			Italia		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Attività sportive	65,2	69,5	67,2	62	58	60
Escursioni	32,9	40,1	36,2	42,3	43,3	42,7
Ho degustato i prodotti tipici locali	18,3	40,9	28,7	21,8	22,1	22,0
Ho fatto shopping	19,3	34,5	26,3	28,0	27,8	27,9
Visita di musei e/o mostre	24,1	28,5	26,1	14,9	24,8	19,4
Ho assistito a spettacoli musicali	19,6	31,4	25,0	18,8	17,8	18,3
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	18,3	23,4	20,6	11,3	25,2	17,6
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	6,7	14,7	10,3	11,6	11,5	11,5
Partecipazione ad eventi enogastronomici	8,0	8,9	8,4	10,4	9,7	10,1
Partecipazione ad eventi folkloristici	6,4	6,0	6,2	9,5	9,1	9,3
Sono andato in centri benessere (saune ecc.)	5,0	3,9	4,5	7,1	7,4	7,2
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	4,0	2,6	3,3	3,5	6,7	4,9
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	4,3	0,7	2,6	5,0	8,6	6,6

In aggiunta agli sport invernali, in Piemonte i turisti praticano ciclismo, trekking, equitazione e golf

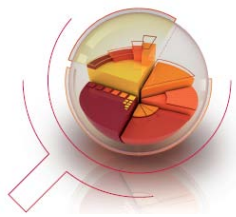
Torino, 25 giugno 2009



- Il turismo italiano sta fronteggiando la crisi con una attiva politica promozionale e di diversificazione delle proposte

Occorre incentivare i processi innovativi

- allargare la diffusione dell'offerta di prodotti di nicchia (turismo gastronomico, turismo itinerante nelle città d'arte minori, turismo ambientale, quello sportivo), che fino a qualche anno fa venivano considerati solo in termini di plus di prodotto
- immaginare nuove frontiere e nuovi obiettivi per superare il gap di performance con i nostri principali competitor europei (Francia e Spagna). Basti pensare al cine turismo o a quello legato a fenomeni letterari, ad esempio, che negli altri Paesi fa parte dei piani strategici di marketing con la stessa dignità dei prodotti turistici maturi



Torino, 25 giugno 2009