

# Il valore del turismo in Piemonte

---

Piemonte e Turismo

Turismo: risorsa economica anticrisi?

*a cura di Maria Elena Rossi*

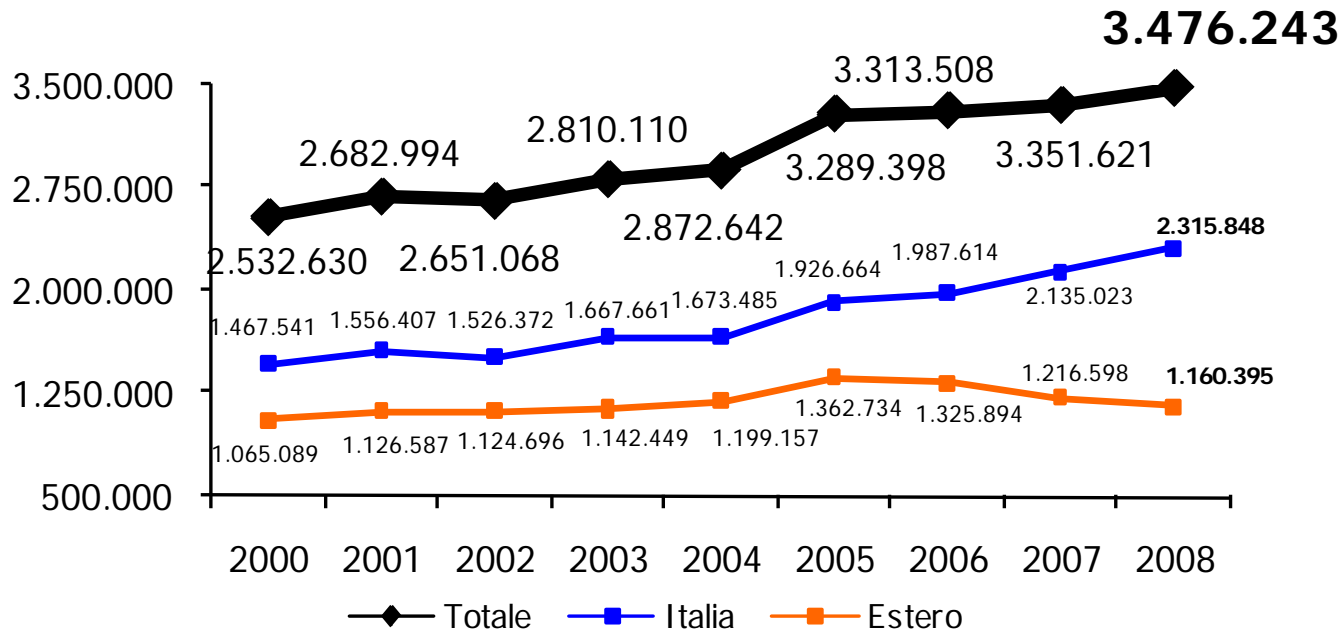
*Direttore Generale di Sviluppo Piemonte Turismo*

*Torino, 25 giugno 2009*

# Il trend dei flussi turistici in Piemonte degli anni 2000 - Arrivi

2008 vs 2000: +37,3%  
2008 vs 2007: +3,7%

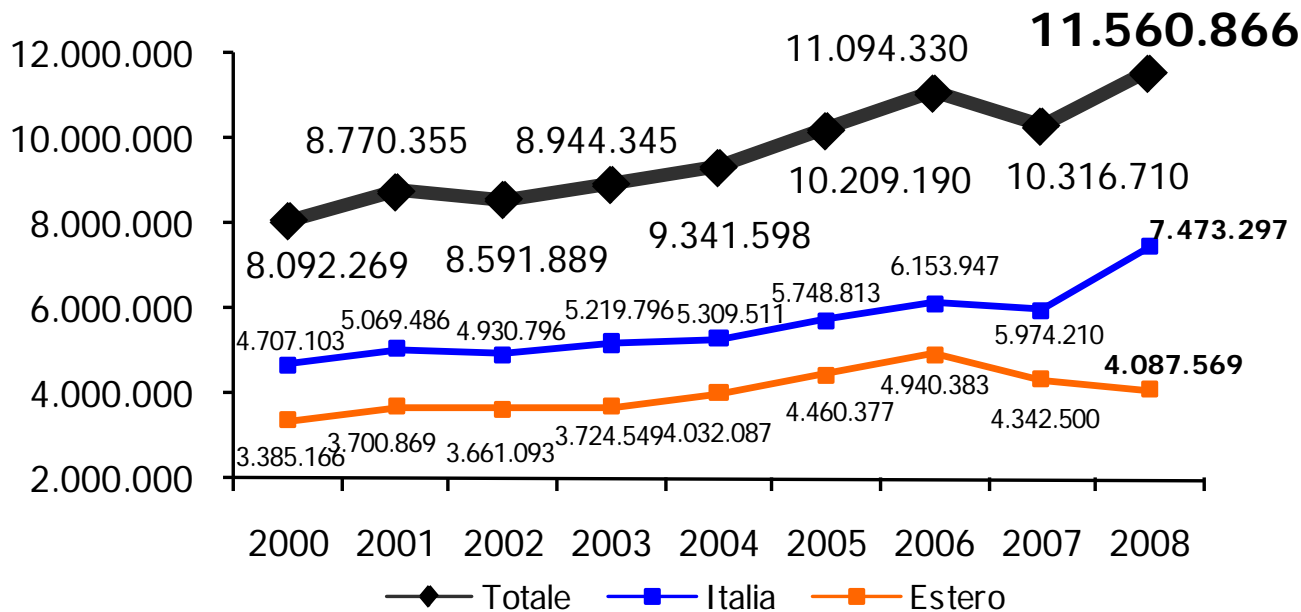
## Trend Arrivi 2000 - 2008



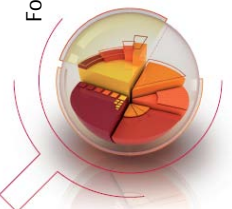
# Il trend dei flussi turistici in Piemonte degli anni 2000 - Presenze

2008 vs 2000: +42,9%  
 2008 vs 2007: +12,1%

## Trend Presenze 2000 - 2008



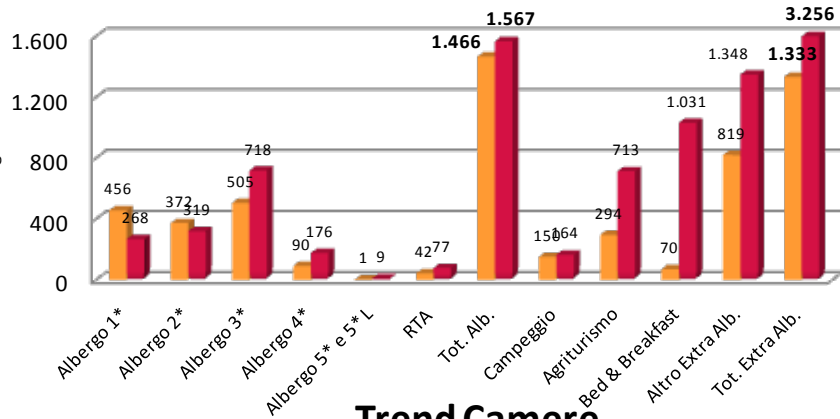
Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati TURF della Regione Piemonte



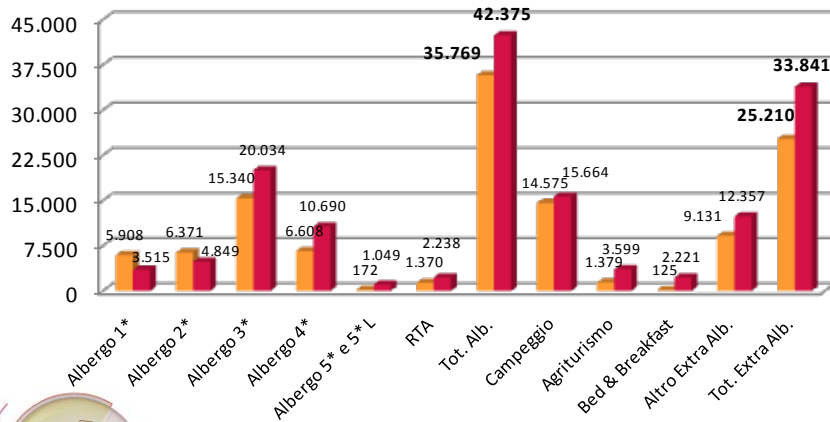
Torino, 25 giugno 2009

# Il trend dell'offerta ricettiva in Piemonte degli anni 2000

## Trend Strutture Ricettive



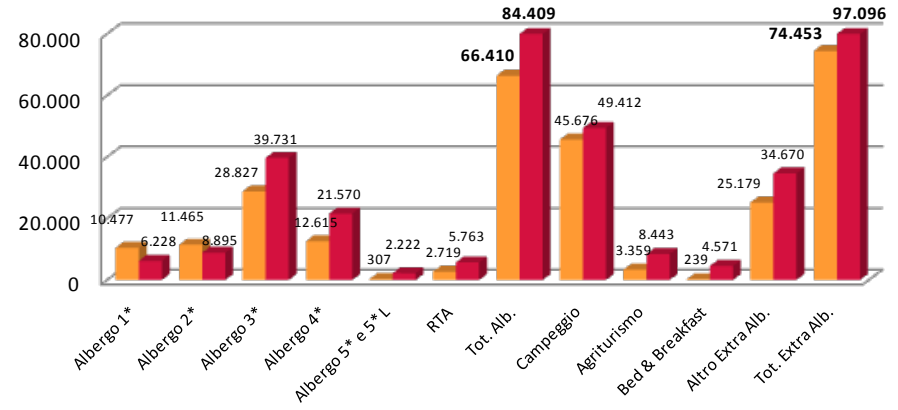
## Trend Camere



|                         | 2008      |        |         |
|-------------------------|-----------|--------|---------|
|                         | Strutture | Camere | Letti   |
| Totale Regione Piemonte | 4.823     | 76.216 | 181.505 |

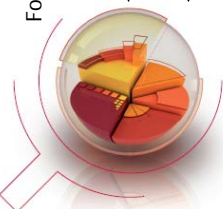
- Crescono gli alberghi a 3 – 4 e 5 stelle (+52%)
- Diminuiscono gli hotel 1 – 2 stelle (-29%)
- Cresce l'extra-alberghiero: b&b, agriturismi.

## Trend Posti Letto



■ 2000 ■ 2008

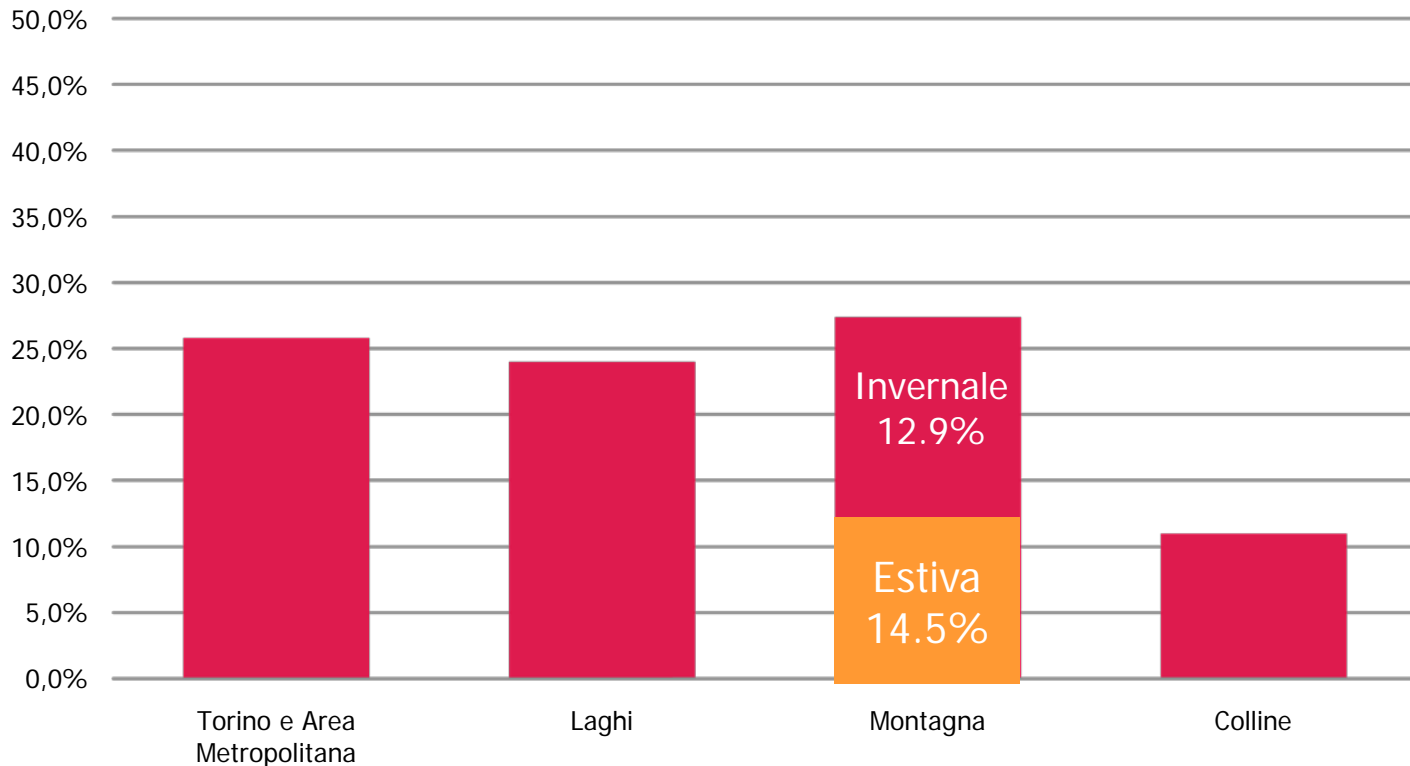
Torino, 25 giugno 2009



# Il peso delle 4 macro-aree

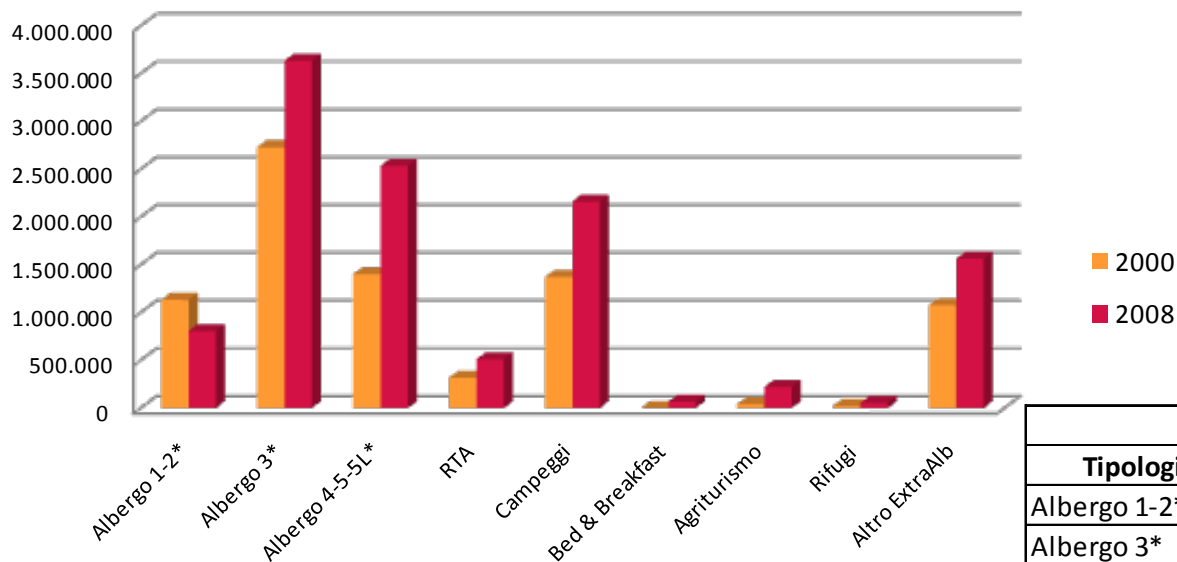
Torino il 25,8% delle presenze regionali, i Laghi il 24%, la Montagna il 27,4% e le Colline l'11%.

## Presenze 2008



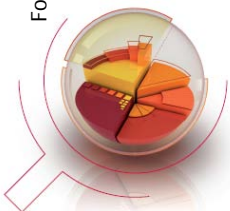
# Trend dei flussi turistici in Piemonte degli anni 2000 per tipologia ricettiva

## Presenze per tipologia di struttura ricettiva



| Presenze            |                  |                   |              |
|---------------------|------------------|-------------------|--------------|
| Tipologia Struttura | 2000             | 2008              | %            |
| Albergo 1-2*        | 1.131.880        | 807.375           | -28,7%       |
| Albergo 3*          | 2.730.801        | 3.635.981         | 33,1%        |
| Albergo 4-5-5L*     | 1.400.149        | 2.535.028         | 81,1%        |
| RTA                 | 318.156          | 510.983           | 60,6%        |
| Campeggi            | 1.370.537        | 2.163.489         | 57,9%        |
| Bed & Breakfast     | 1.384            | 69.325            | 4909%        |
| Agriturismo         | 39.068           | 220.773           | 465,1%       |
| Rifugi              | 23.260           | 54.610            | 134,8%       |
| Altro ExtraAlb      | 1.077.034        | 1.563.302         | 45,1%        |
| <b>Totale</b>       | <b>8.092.269</b> | <b>11.560.866</b> | <b>42,9%</b> |

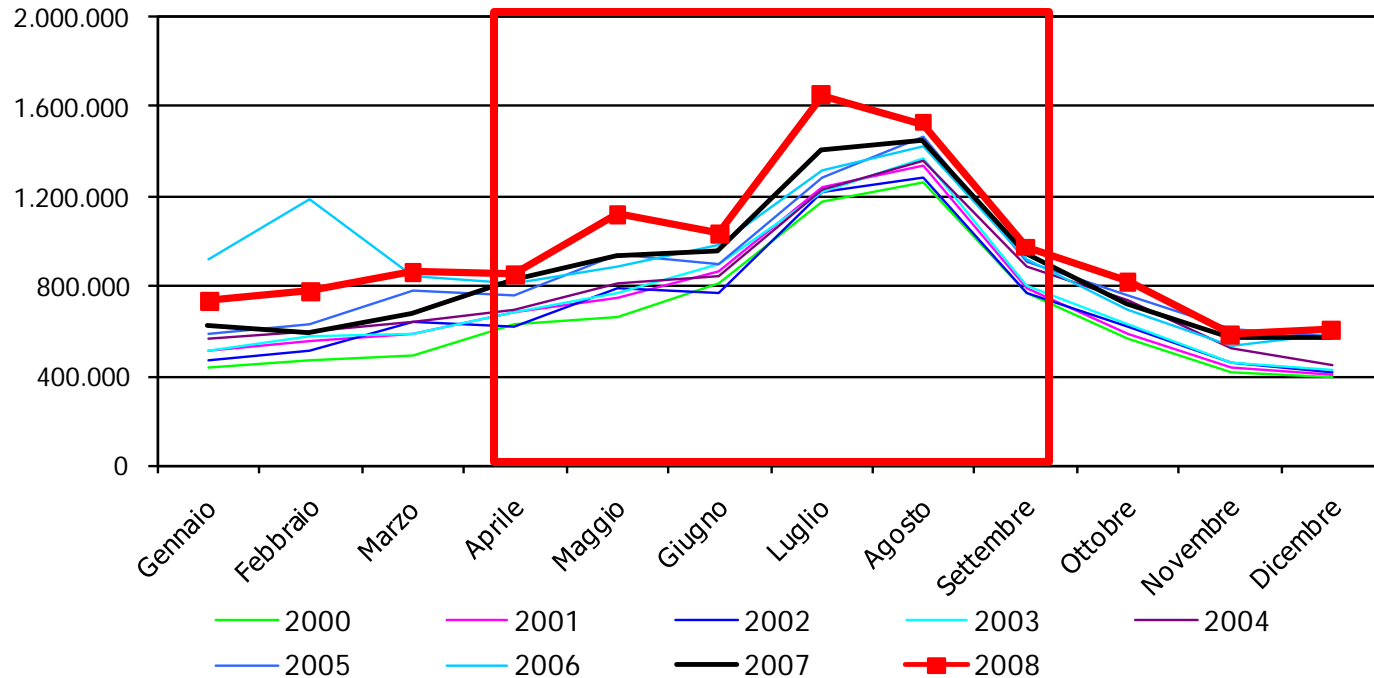
Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati TURF della Regione Piemonte



Torino, 25 giugno 2009

# Stagionalità

## Trend Presenze Mensili



Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati TURF della Regione Piemonte



Torino, 25 giugno 2009

# Occupazione camere

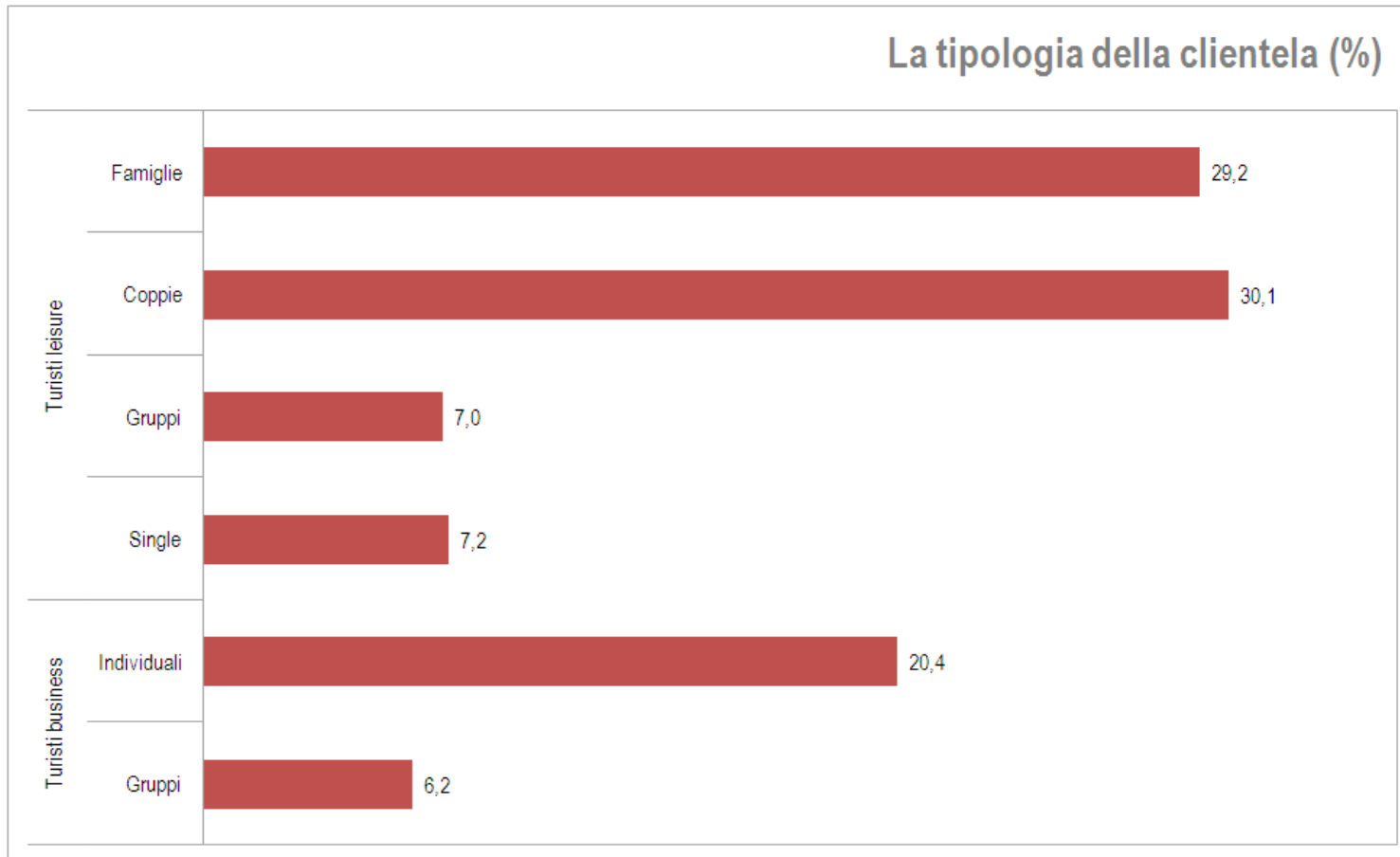
## Occupazione camere dicembre 2008- marzo 2009 per tipologia d'alloggio (%)

|               | Dicembre | Vacanze natalizie | Gennaio | Febbraio | Marzo |
|---------------|----------|-------------------|---------|----------|-------|
| Alberghi      | 50,0     | 62,0              | 46,7    | 46,7     | 42,8  |
| 1 stella      | 49,4     | 55,1              | 42,2    | 38,4     | 35,4  |
| 2 stelle      | 40,3     | 50,9              | 31,8    | 32,0     | 31,5  |
| 3 stelle      | 49,1     | 59,7              | 45,2    | 46,3     | 43,5  |
| 4 stelle      | 73,8     | 91,4              | 72,6    | 66,5     | 56,9  |
| RTA           | 47,3     | 79,9              | 60,5    | 67,7     | 54,7  |
| Agriturismi   | 39,7     | 53,0              | 33,8    | 33,4     | 33,6  |
| Campeggi      | 42,3     | 48,0              | 37,3    | 33,0     | 38,8  |
| B&B           | 41,7     | 55,4              | 30,2    | 26,4     | 25,0  |
| Rifugi        | 69,7     | 92,2              | 62,2    | 61,6     | 33,6  |
| Affittacamere | 66,2     | 80,1              | 58,2    | 52,1     | 54,7  |
| Totale        | 52,4     | 65,2              | 47,6    | 46,0     | 39,1  |

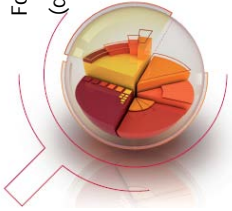




# Segmenti e profilo del turista



Fonte: elaborazione Inart su incarico Sviluppo Piemonte Turismo per Regione Piemonte  
(dicembre 2008 – marzo 2009)



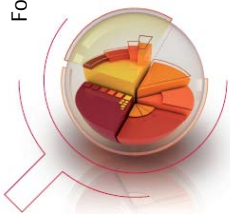
Torino, 25 giugno 2009

# Segmento congressuale – Piemonte 2008



|                      |           |
|----------------------|-----------|
| Incontri n.          | 9.247     |
| Partecipanti n.      | 1.983.723 |
| Giornate presenza n. | 4.335.811 |
| Pernottamenti        | 2.541.356 |

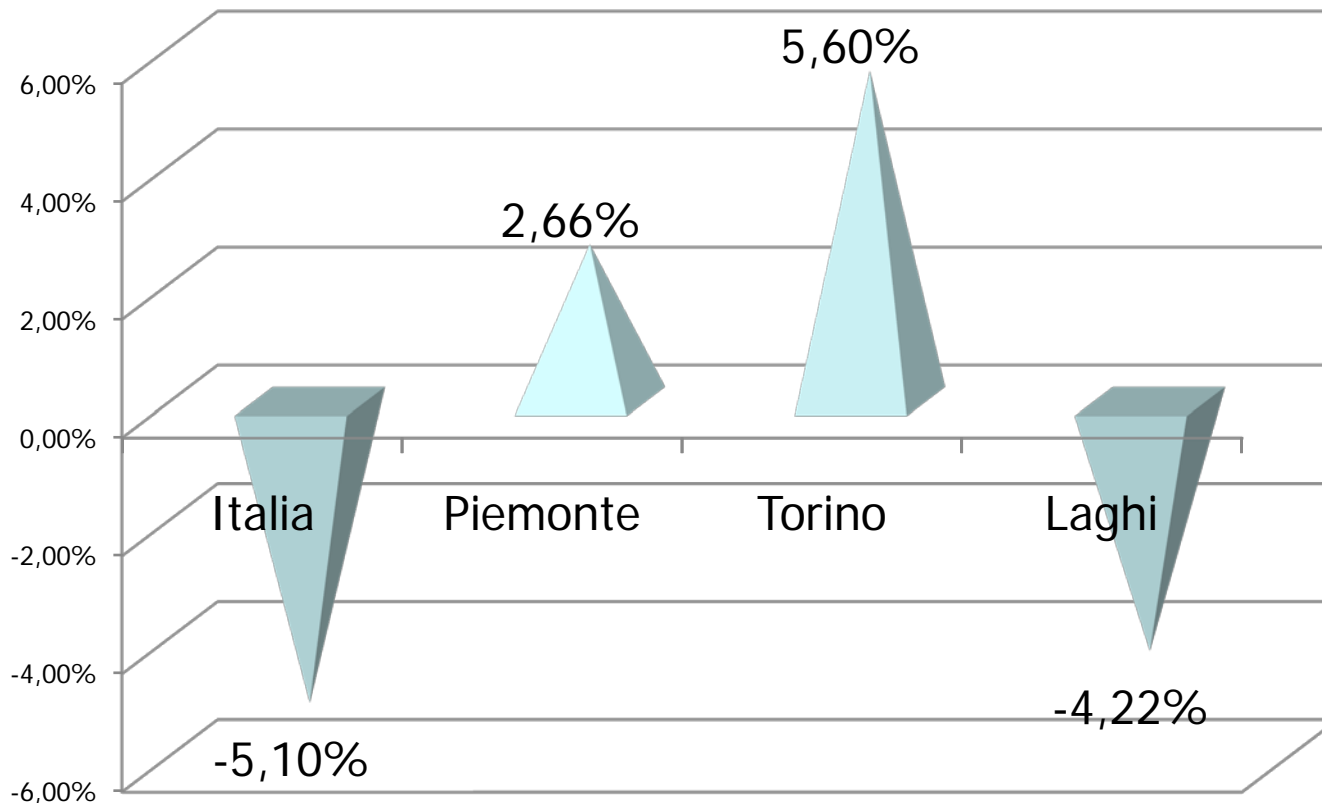
Fonte: elaborazione Università di Bologna – Polo di Rimini su incarico Sviluppo Piemonte Turismo  
per Regione Piemonte



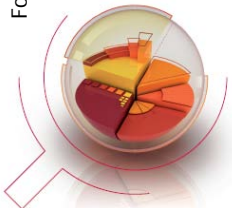
Torino, 25 giugno 2009

# Segmento congressuale Piemonte 2008 vs 2007

## Differenziali di performance: eventi ospitati



Fonte: elaborazione Università di Bologna - Polo di Rimini su incarico Sviluppo Piemonte Turismo per Regione Piemonte



Torino, 25 giugno 2009

# Ricettività: Spesa media del turista

Nel corso della **Piemonte Tourism Academy** abbiamo elaborato con le ATL le stime di spesa per i prodotti turistici

| Prodotti            | SPESA MEDIA GIORNALIERA (€) |
|---------------------|-----------------------------|
| Golf                | 120                         |
| Turismo religioso   | 80                          |
| Altro               | 95                          |
| Salute e benessere  | 90                          |
| Grandi eventi       | 90                          |
| Turismo culturale   | 90                          |
| Enogastronomia      | 150                         |
| MICE                | 250                         |
| Short break         | 90                          |
| Montagna estiva     | 76                          |
| Laghi               | 73                          |
| Montagna invernale  | 76                          |
| Turismo di business | 111                         |

... assumendo la spesa media giornaliera per pernottamento, sulla base delle presenze ufficiali, si è giunti...

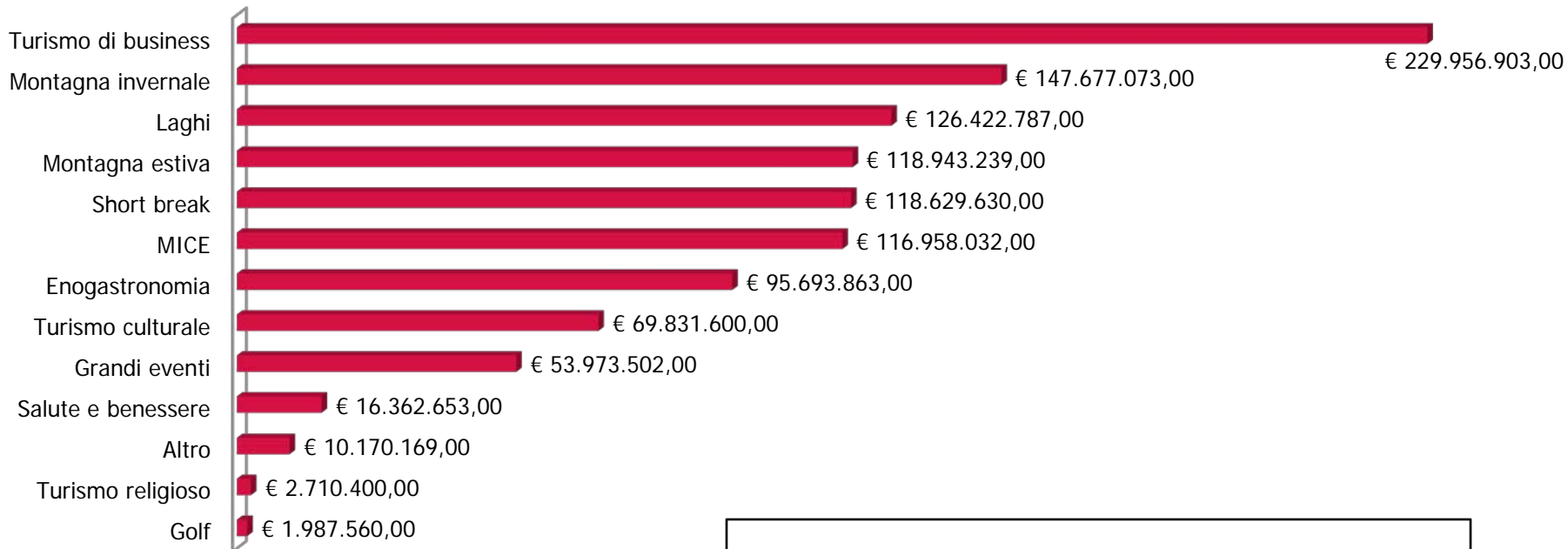
Torino, 25 giugno 2009



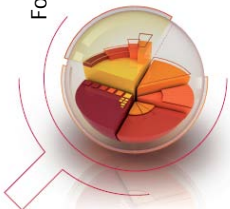
# Spesa media turista per ricettività

## Classifica per prodotto

### Valore economico per prodotto turistico presenze 2008



| Valore economico 2008        |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| <b>Stima Totale Piemonte</b> | <b>€ 1.109.317.411,00</b> |



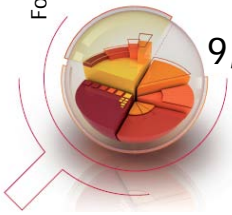
# Seconde case: spesa media del turista

## Stima della spesa dei turisti seconde case in Piemonte (€)

|   | Montagna             | Lago               | Collina            | Totale aree prodotto | Totale aree prodotto (%) |
|---|----------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------------|
| Alloggi in affitto/ Residence                   | 253.330.000          | 24.869.000         | 9.509.000          | 287.708.000          | 12                       |
| Ristoranti, pizzerie                            | 370.672.000          | 36.419.000         | 41.179.000         | 448.270.000          | 18,7                     |
| Bar, caffè, pasticcerie                         | 171.477.000          | 17.006.000         | 19.559.000         | 208.042.000          | 8,7                      |
| <b>Totale Ramo H</b>                            | <b>795.479.000</b>   | <b>78.294.000</b>  | <b>70.247.000</b>  | <b>944.020.000</b>   | <b>39,5</b>              |
| Agroalimentare                                  | 462.124.000          | 44.648.000         | 51.145.000         | 557.917.000          | 23,3                     |
| Attività ricreative, culturali, intrattenimento | 361.608.000          | 34.922.000         | 56.870.000         | 453.400.000          | 19,0                     |
| Altre industrie manifatturiere                  | 137.005.000          | 9.245.000          | 17.517.000         | 163.767.000          | 6,8                      |
| Abbigliamento e calzature                       | 134.741.000          | 9.084.000          | 19.878.000         | 163.703.000          | 6,8                      |
| Giornali, guide, editoria                       | 51.249.000           | 4.045.000          | 7.152.000          | 62.446.000           | 2,6                      |
| Trasporti                                       | 38.857.000           | 5.110.000          | 2.067.000          | 46.034.000           | 1,9                      |
| <b>Totale</b>                                   | <b>1.981.064.000</b> | <b>185.348.000</b> | <b>224.875.000</b> | <b>2.391.287.000</b> | <b>100,0</b>             |

I risultati delle indagini ai turisti delle seconde case indicano una spesa media di oltre 70 € pro-capite, per un totale di **2,4 miliardi di €**: il 23% nel settore agroalimentare, ed il 19% sia per le attività ricreativo-culturali e per il settore ristorativo.

La **montagna** convoglia l'82% della spesa complessiva, mentre **lago** e **collina** l'8,2% ed il 9,3%.



# Seconde case: spese di gestione e manutenzione

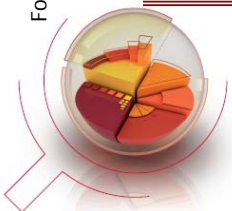
## Spesa media annua per abitazione di gestione e manutenzione delle "seconde case" per area-prodotto (€)

|   | Montagna        | Lago            | Collina         | Generale        |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Utenze (utenze ordinarie, condominiali, rifiuti)                  | 2.310,77        | 2.027,50        | 1.204,86        | 2.077,37        |
| Spese di manutenzione   | 579,99          | 665,67          | 781,31          | 629,70          |
| Impianto idrico, sanitario, gas                                   | 49,04           | 74,00           | 132,88          | 67,47           |
| Riscaldamento e produzione di acqua                               | 176,06          | 130,83          | 165,54          | 164,83          |
| Impianto elettrico  | 98,01           | 105,33          | 124,32          | 103,69          |
| Pareti e soffitti, pavimenti e rivestimenti, serramenti e infissi | 256,88          | 355,50          | 358,56          | 293,71          |
| <b>Totale</b>   | <b>2.890,76</b> | <b>2.693,17</b> | <b>1.986,17</b> | <b>2.707,08</b> |

## Stima delle spese annue totali di gestione e manutenzione delle "seconde case" in montagna-lago-collina (€)

|                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| Utenze                | 543.228.976,26        |
| Spese di manutenzione | 160.858.529,84        |
| <b>Totale</b>         | <b>704.087.506,10</b> |

Dall'indagine ai proprietari delle seconde case emergono spese di gestione e manutenzione per **2.708 €** in media per abitazione, per un totale complessivo di oltre **700 milioni di €**.



# Escursionismo: spesa media

Il movimento escursionistico piemontese genera un flusso annuale di circa **5 milioni** di persone così suddiviso :

- Escursionismo culturale/città: **2,2** milioni
- Escursionismo montagna invernale: **1** milione
- Escursionismo montagna estiva: **5-600** mila
- Escursionismo collinare: **800** mila-**1** milione

Considerando una spesa media giornaliera per escursionista di 50 € si può stimare un giro d'affari di circa **250 milioni di euro**

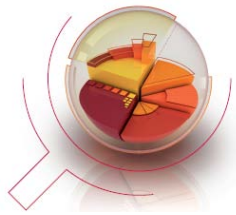




# Prospettive 2009 – 2010: la congiuntura

---

- Una **stagione invernale 2008-2009 decisamente positiva**, ma con forte legame con l'innevamento
- Le **prenotazioni last minute** hanno fatto temere un calo per i viaggi leisure della "primavera 2009", ma i "ponti" hanno tenuto sulla base di una consolidata domanda nazionale
- **Forte calo della domanda congressuale**, in particolare il **segmento corporate**
- **2009 di transizione – 2010 ripresa del trend positivo**

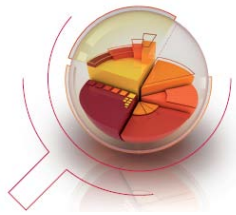


Torino, 25 giugno 2009

# Obiettivi strategici 2009-2015

---

- Mantenere il trend di crescita 2000-2008 in tutte le macro-aree
- Consolidare il mercato domestico
- **Conquistare i mercati esteri**

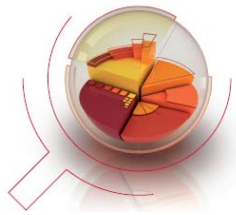


Torino, 25 giugno 2009

# Le leve sulle quali agire

---

- Accessibilità
- Sviluppo sostenibile e socialmente responsabile
- Marketing strategico: tappe 2011 e 2015
- Sviluppo prodotto: innovazione e riqualificazione
- Innovazione e Internet
- Formazione



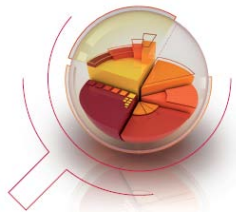
Torino, 25 giugno 2009

# Chi sono i protagonisti dello sviluppo

---

Il sistema turistico nel suo complesso  
attraverso

- Partnership pubblico / privata
- Rilancio del ruolo delle ATL



Torino, 25 giugno 2009

# Conclusione

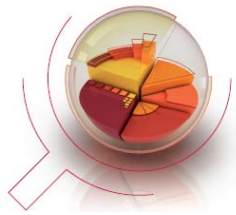
---

*"La reazione più rischiosa di fronte all'incertezza di una crisi è l'inattività"*

**D. Rhodes e D. Stelter**

*Seize Advantage in a Downturn*

(Harvard Business Review, February 2009)



Torino, 25 giugno 2009