

Flussi Turistici 2009: il consuntivo

a cura di Maria Elena Rossi

Direttore generale
Sviluppo Piemonte Turismo

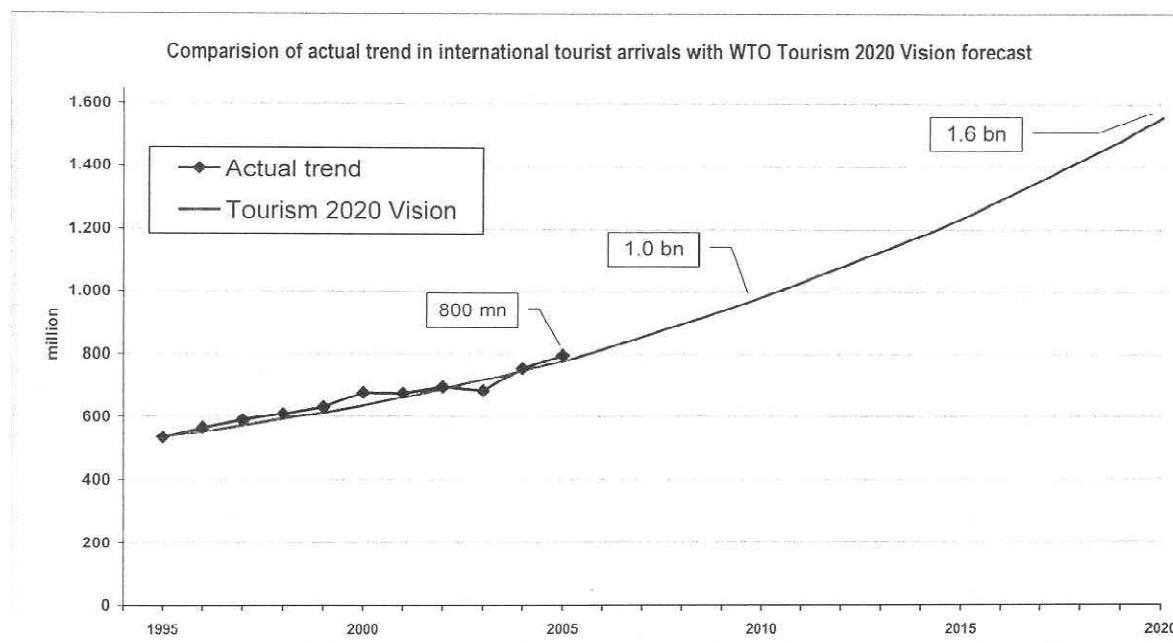
con la collaborazione di Cristina Bergonzo e Livia Falomo
Area Market Research & Statistics

Torino, 12 maggio 2010

Contesto mondiale di riferimento

- Le previsioni del World Tourism Organization prevedono di raggiungere 1.600 milioni di turisti nel 2020.

International tourist arrivals, 1950-2020



- Il trend degli anni 2000 ha confermato le previsioni

Fonte: WTO - OMT

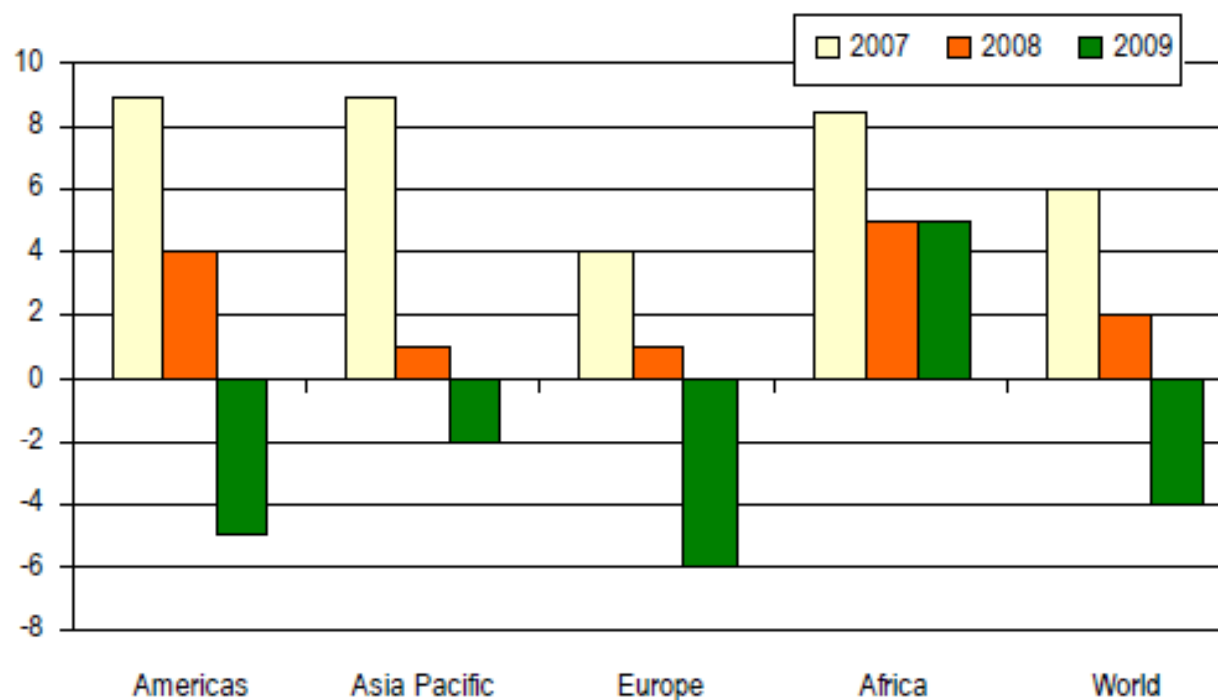
Trend internazionale

- A livello mondiale nel 2009 si è intensificato il trend negativo iniziato nel II semestre 2008.
- Gli arrivi internazionali mondiali si sono assestati a -4%
- In Europa le presenze nel 2009 sono diminuite del 6%
- A livello nazionale, nei primi nove mesi del 2009, l'occupazione camere ha registrato -4,3%.

Fonte European Travel Monitor, IPK International

Trend internazionale

Variazione % degli arrivi internazionali per area geografica



Note: Asia Pacific includes West Asia/Middle East and Central Asia

Fonte : European Travel Monitor, IPK International

Trend internazionale

Motivazione di viaggio e variazione %

	Viaggi (mn)	% quota di mercato	% variazione 2009 vs 2008
Vacanza	280	71	-5
Visite a parenti e amici	56	14	-10
Lavoro	59	15	-8
Totale viaggi	395	100	-6

Fonte : European Travel Monitor, IPK International

Trend internazionale

Variazione % della spesa media per i viaggi all'estero degli europei

2009 % variazione su 2008

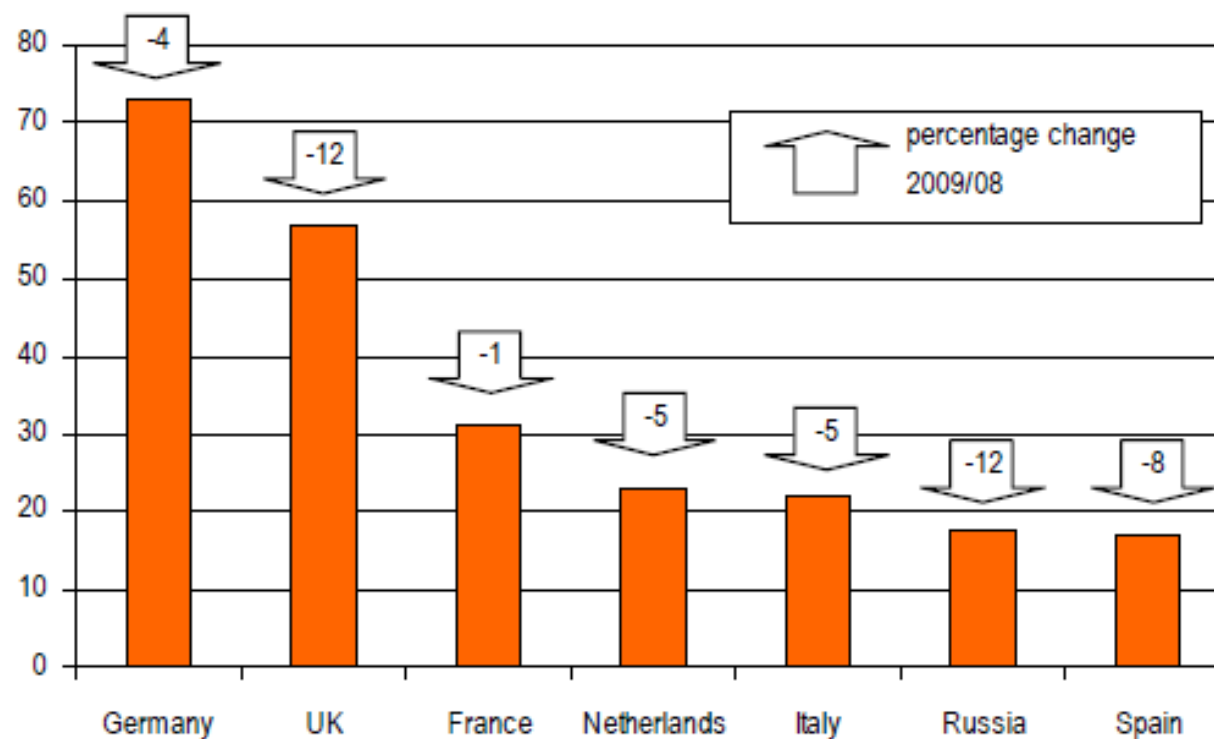
Viaggi (mn)	395	-6
Pernottamenti (mn)	3.500	-12
Durata media del viaggio (notti)	9	-5
Spesa (€ mld)	331	-13
Spesa per viaggio (€)	837	-5
Spesa per notte (€)	97	1

Fonte : European Travel Monitor, IPK International

Trend internazionale – La domanda

Mercati leader europei per viaggi all'estero

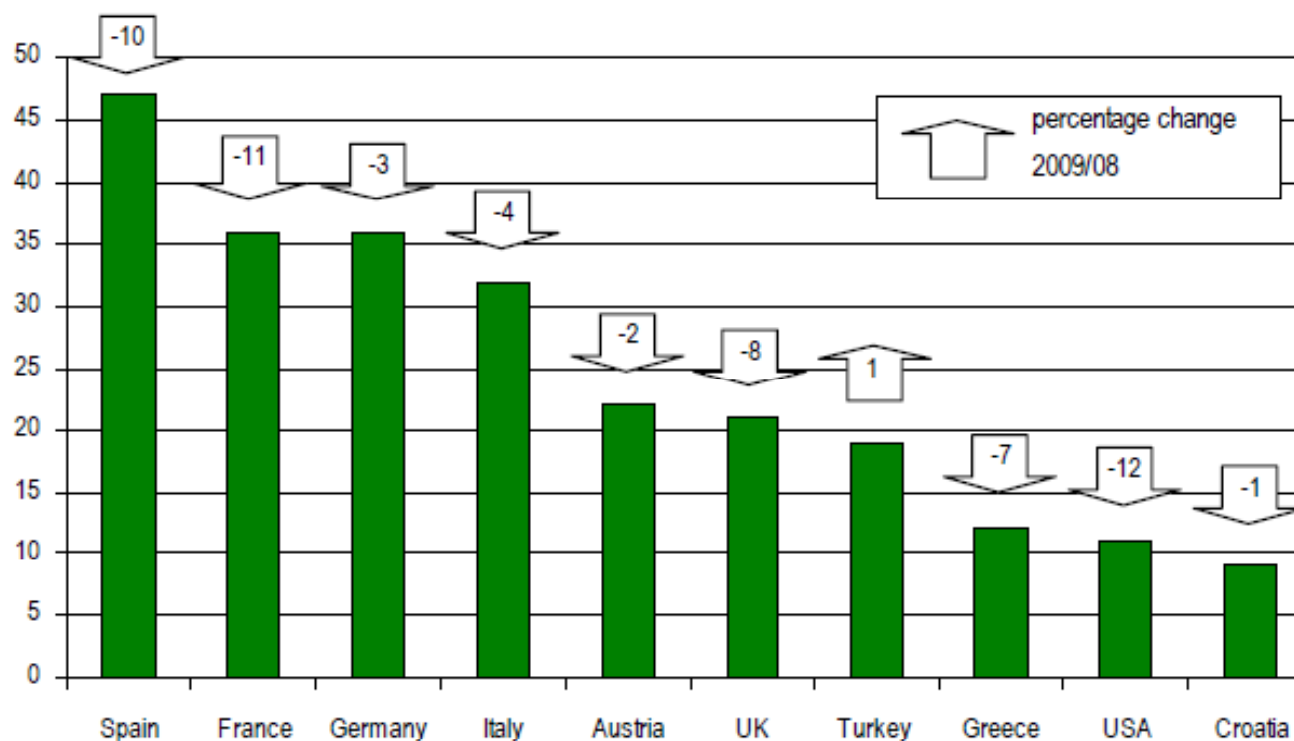
(variazione % del 2009 rispetto al 2008 e viaggi in milioni)



Fonte : European Travel Monitor, IPK International

Trend internazionale – Le destinazioni

Destinazioni leader per viaggi all'estero degli europei
(variazione % del 2009 rispetto al 2008 e viaggi in milioni)



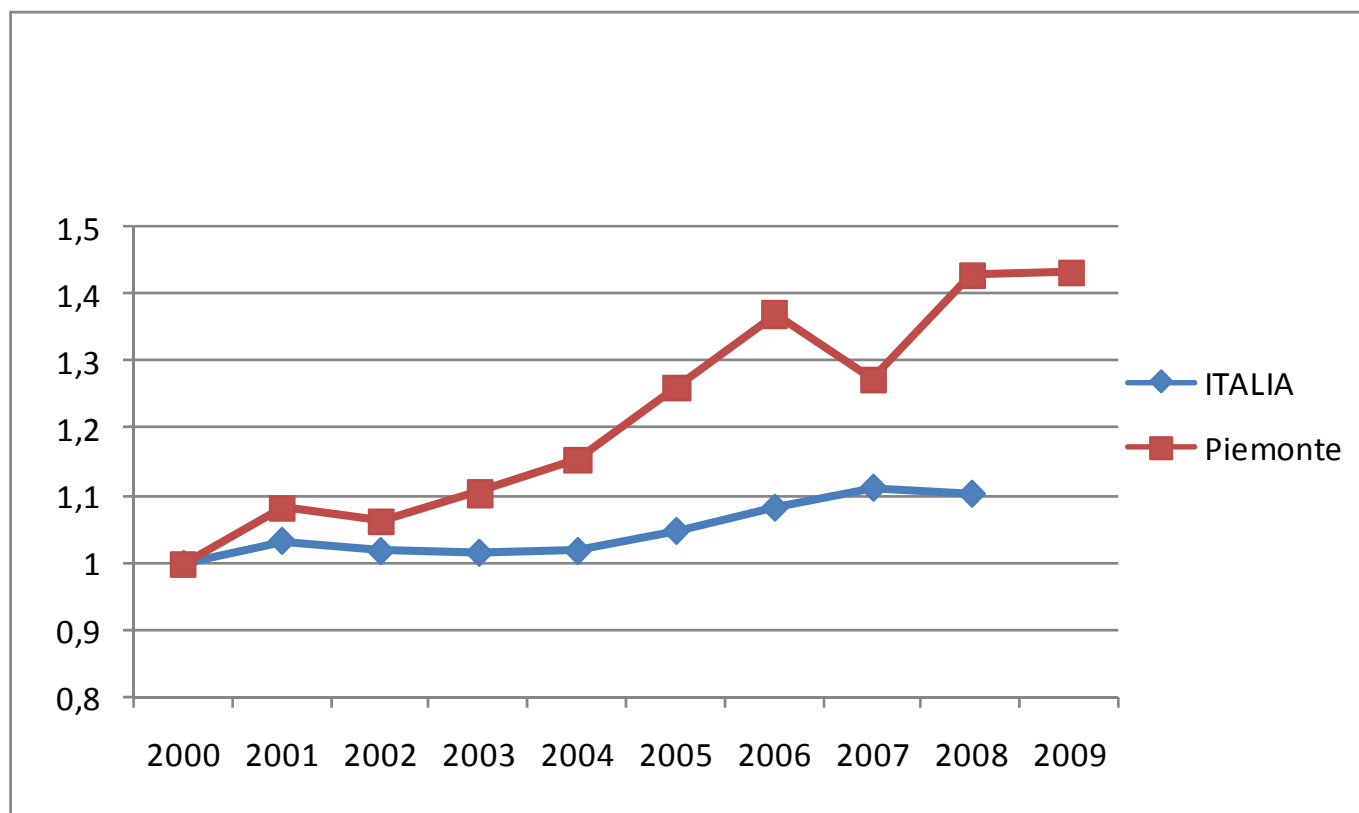
Fonte : European Travel Monitor, IPK International

Trend Italia

Rispetto all'Italia, il Piemonte mantiene un trend positivo



Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati ISTAT

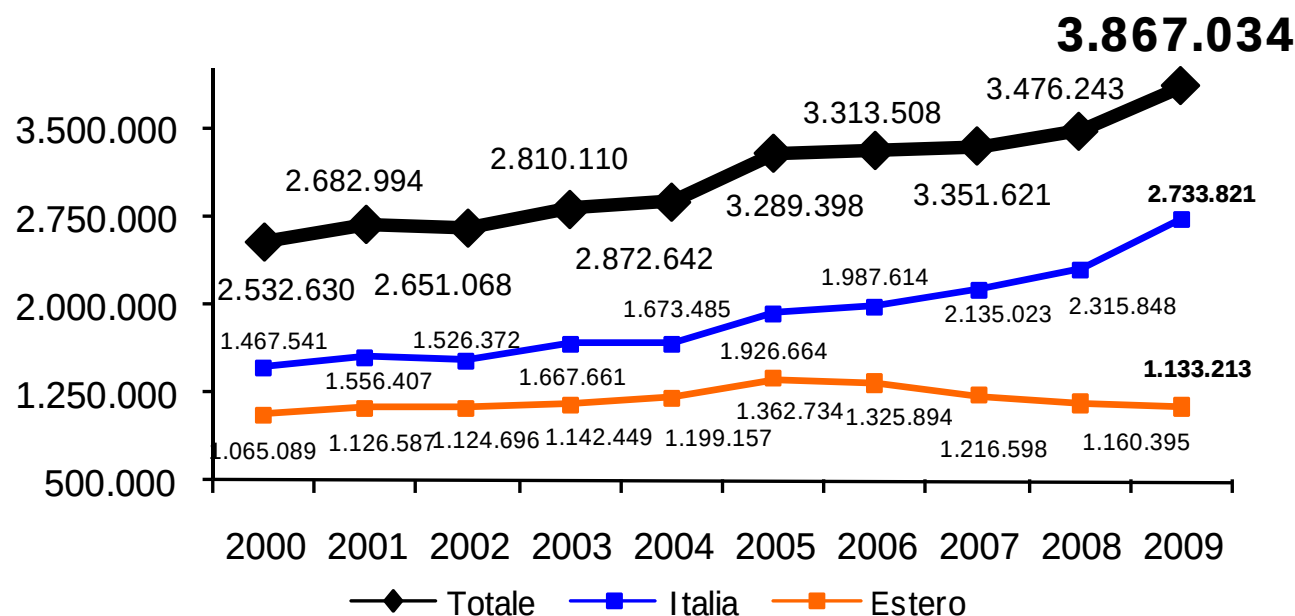


Trend

2009 il miglior risultato assoluto di arrivi

2009	vs	2000: +52,7%
2009	vs	2008: +11,2%

Trend Arrivi 2000 - 2009



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

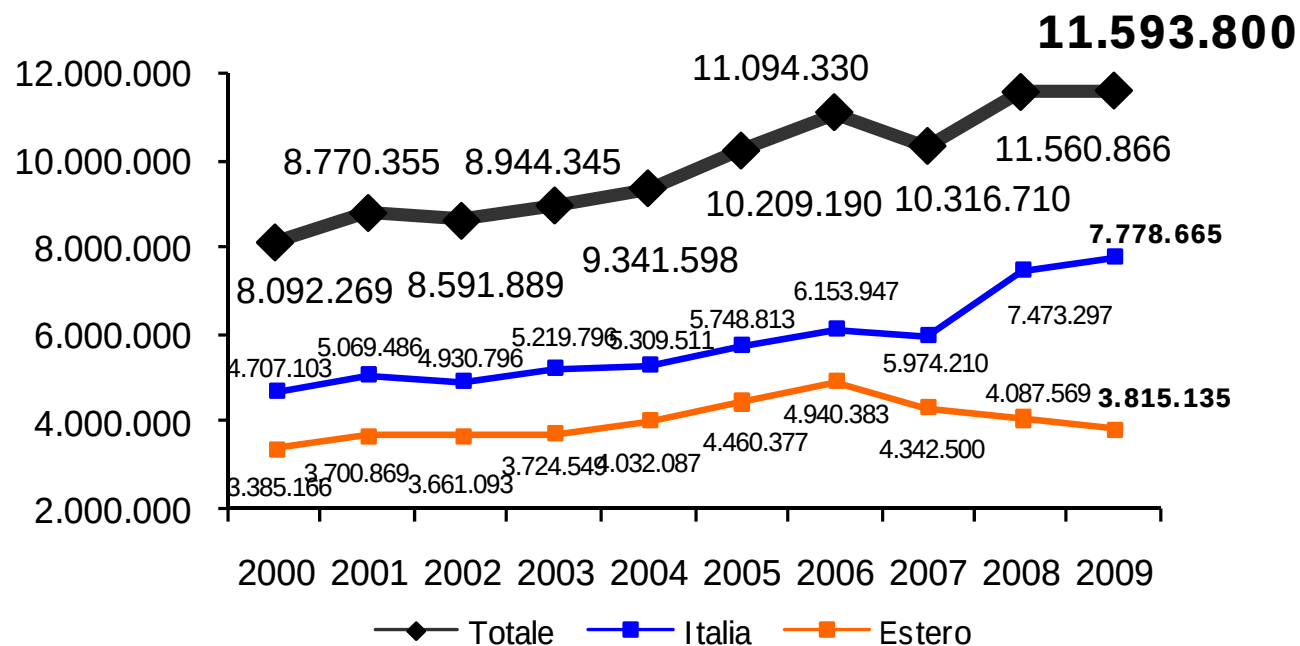
Trend

2009 supera il risultato precedente: oltre gli 11 milioni e mezzo di presenze



Trend Presenze 2000 - 2009

2009	vs	2000:	+43,3%
2009	vs	2008:	+0,28%

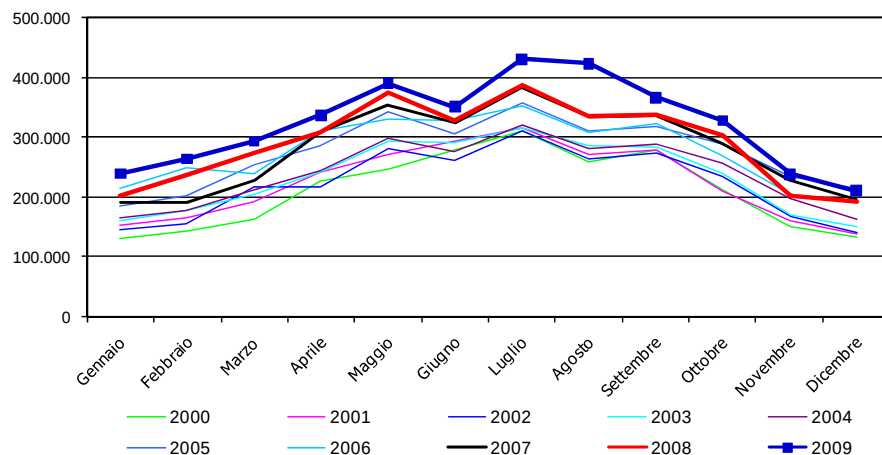


Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati TURF della Regione Piemonte

Trend

L'estate: forte crescita di arrivi

Trend Arrivi Mensili



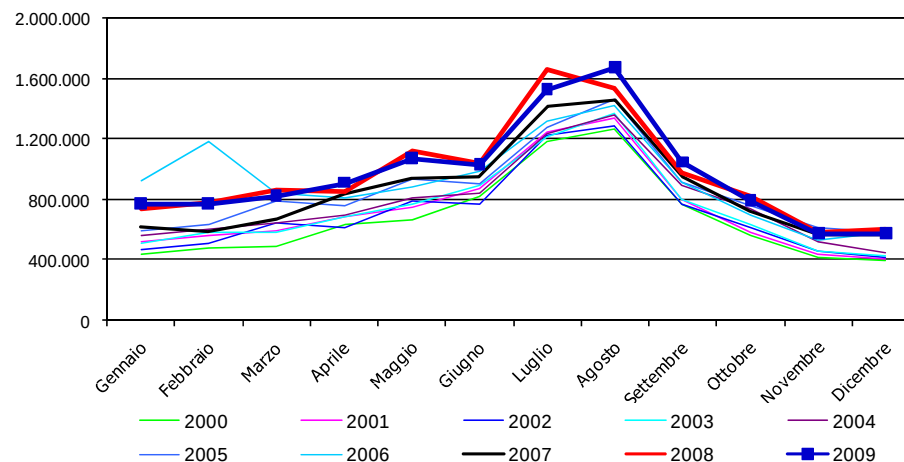
Arrivi:

In tutti i mesi dell'anno gli arrivi superano il risultato del 2008, in particolare per il mese di agosto con +26%

Presenze:

Le presenze mantengono sostanzialmente il trend dell'anno precedente: **in leggera flessione maggio, giugno e luglio** ma **buon andamento di agosto e settembre**: circa +9% e +8% rispettivamente. Buon avvio della stagione invernale 2009 /2010

Trend Presenze Mensili

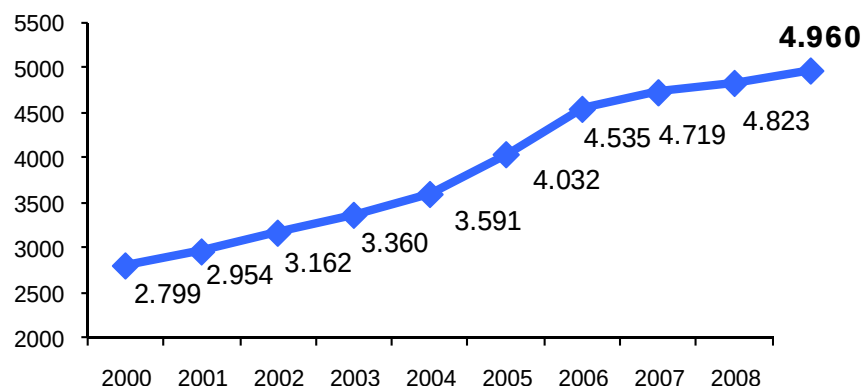


Torino, 12 maggio 2010

12

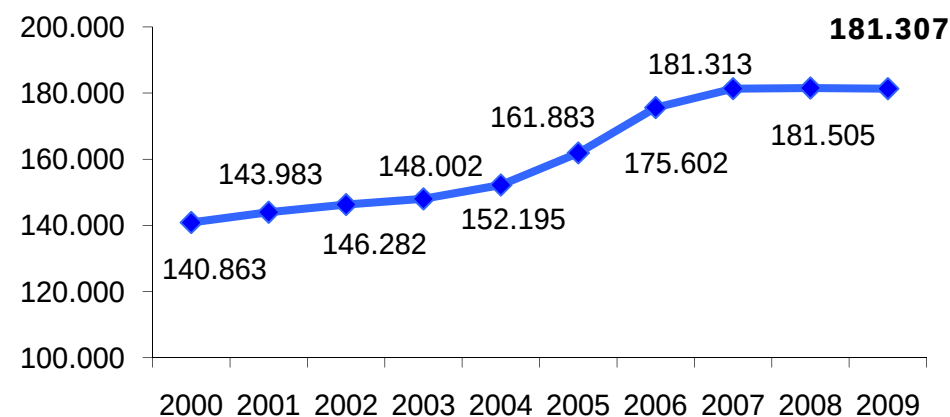
Trend dell'offerta ricettiva

**Trend Esercizi Ricettivi
2000 - 2009**



2009	VS	2000:	+77,2%
2009	VS	2008:	+2,8%

**Trend Posti Letto
2000 - 2009**



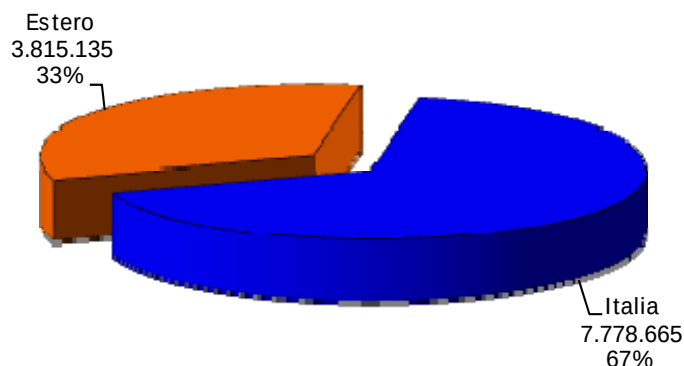
2009	VS	2000:	+28,7%
2009	VS	2008:	-0,1%

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

I principali mercati

Italia, Germania, BeNeLux e Francia

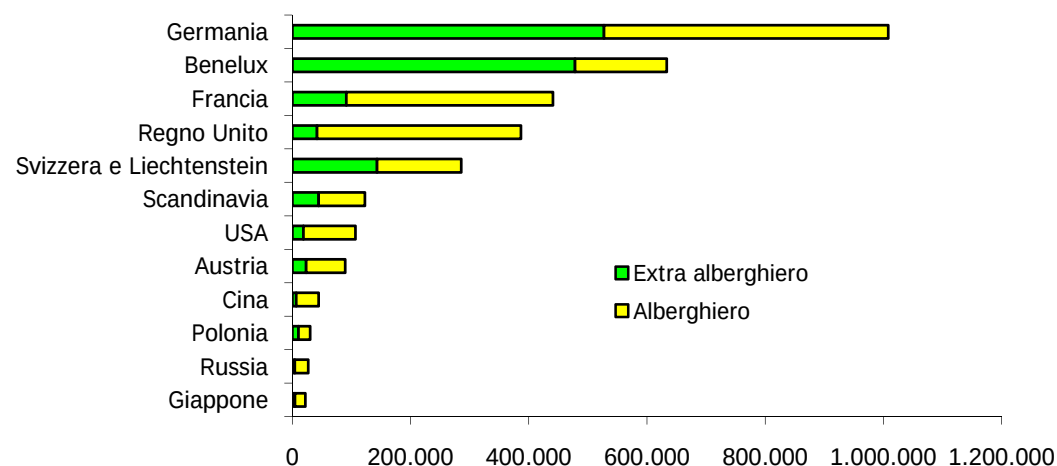
2009 Presenze



- **Germania** è sempre il primo mercato estero: **26 % del totale estero**
- Segue il **BeNeLux**, e nel 2009 la **Francia supera il Regno Unito**

- La quota del **mercato domestico** rappresenta il **67 % presenze**
- **Aumenta la quota del segmento domestico** trainata principalmente dal turismo interno e dalle regioni limistrofe (Lombardia, Emilia-Romagna e Toscana)

2009 Presenze - Mercati

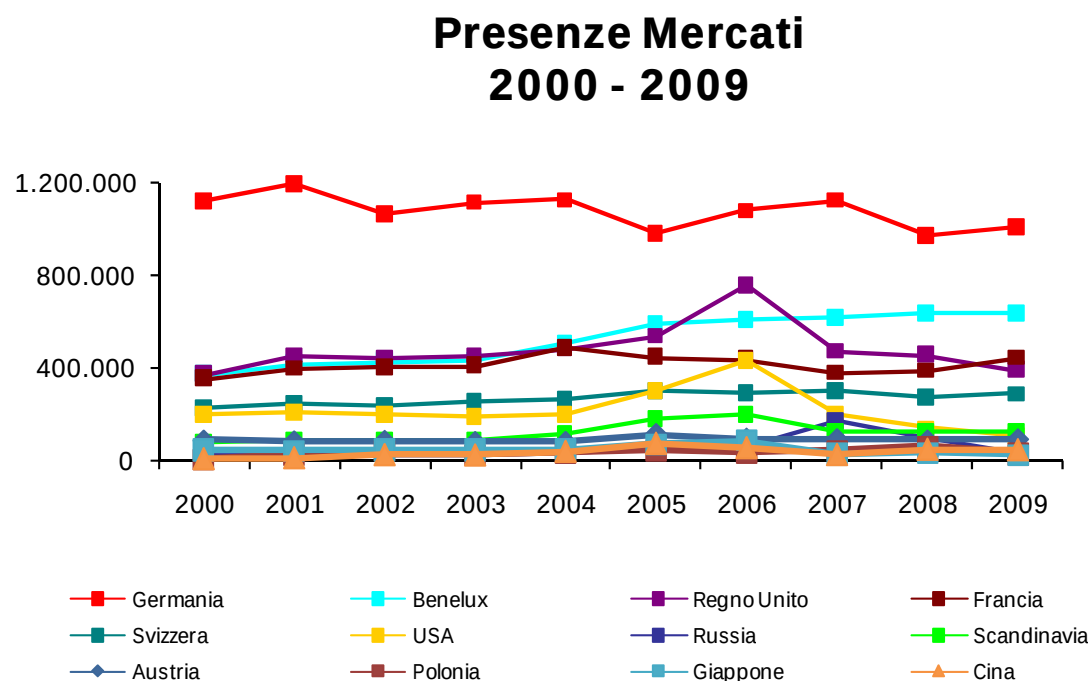


Trend

Francia, Germania e Svizzera con trend molto positivi
Flessione da UK, USA e Russia



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



- **In crescita** il turismo **francese** (+14,4% di presenze e 17,1% di arrivi)
- Torna a **crescere** la **Germania** con +4,1% di presenze e +2,4% di arrivi
- Si conferma **il trend positivo** dei flussi dal **BeNeLux**
- **In flessione** le **presenze** dal **Regno Unito**

Le principali aree-prodotto

Città, lago, montagna e colline

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



Le quote 2009

- **Torino e area metropolitana**
26,5% delle presenze regionali
- **Laghi** 23,8% delle presenze
- **Montagna** 28,7% delle presenze
- **Colline** 11,2% delle presenze

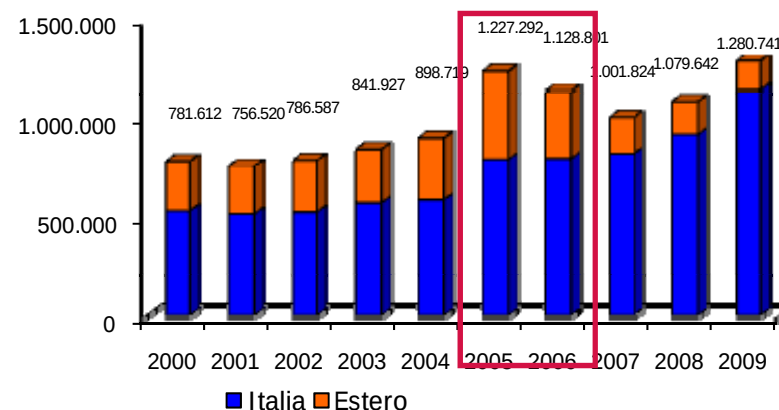
Torino e area metropolitana

Si conferma la crescita

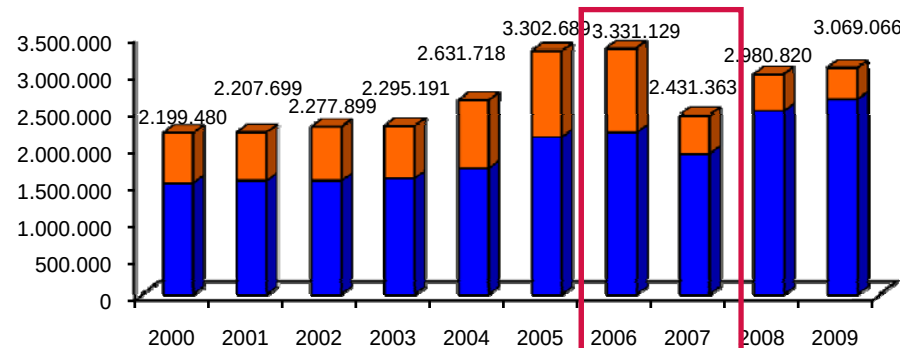
- **Torino e l'area metropolitana cresce** negli arrivi +18,6% e nelle presenze +3,0% rispetto all'anno precedente.
- E' il **mercato domestico** a trainare il **trend positivo** dall'Italia +23,8% di arrivi e +6,2% di presenze
- In **crescita Germania, Francia e Regno Unito**, ma **flessione per Usa, Spagna e Russia**

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

Torino e area metropolitana - Arrivi annuali



Torino e area metropolitana - Presenze annuali



Torino, 12 maggio 2010

Anni olimpici

17

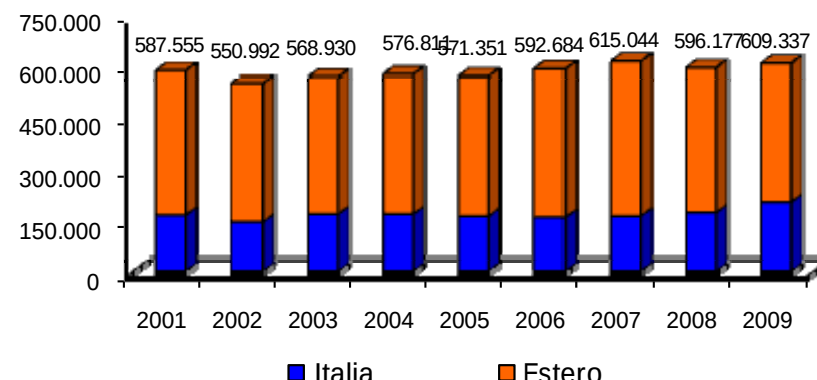
I laghi

Flessione dei mercati esteri

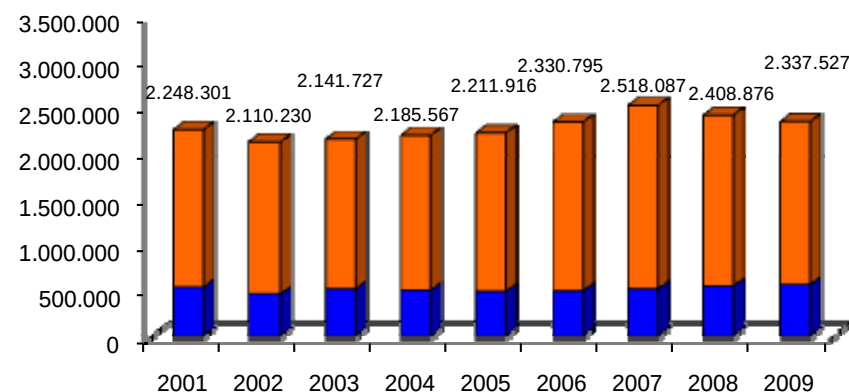
- Se gli **arrivi** si attestano oltre la soglia dei 600.000 in **crescita** rispetto al 2008, le **presenze tornano sotto quota 2,4 milioni**
- Il prodotto **lago soffre per la contrazione** della quota di **presenze estere**: non è sufficiente la **crescita** delle **presenze italiane del +3,0 %** a compensare il **- 4,8 % della quota estera**.

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

Laghi Arrivi - Stagione Estiva



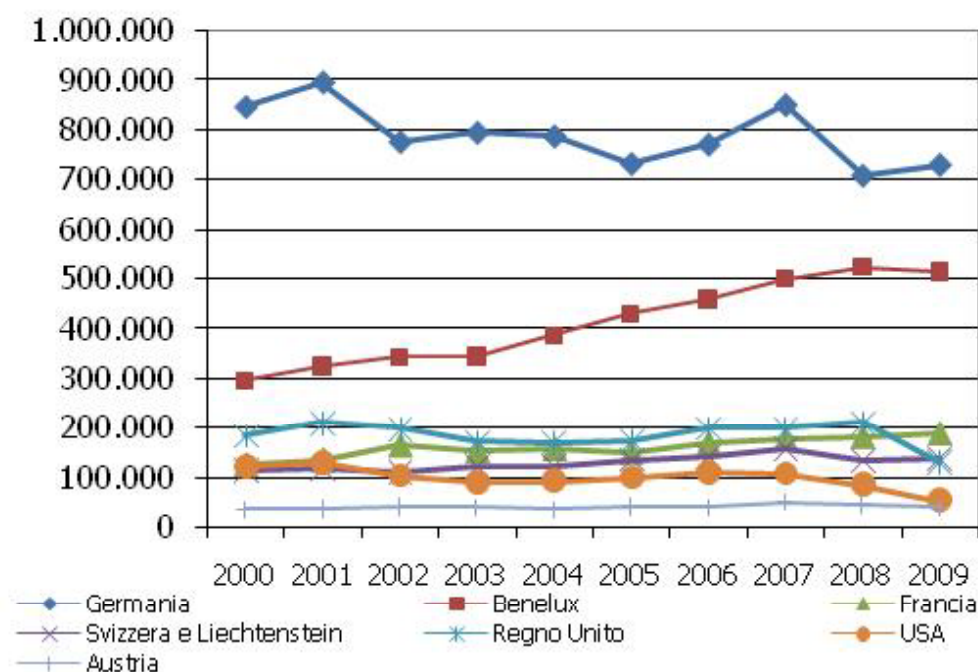
Laghi Presenze - Stagione Estiva



I laghi

Trend dei mercati

Trend Presenze 2000-2009
 Mercati esteri principali - Laghi



- Il mercato estero vale il 71% delle presenze
- **Germania** segna un **incremento** rispetto all'anno precedente: **+3,1% di presenze**
- **Francia:** registra **+3,7% delle presenze**
- **BeNeLux** registra una **battuta di arresto** nel trend positivo degli anni 2000
- **In calo gli altri principali mercati**

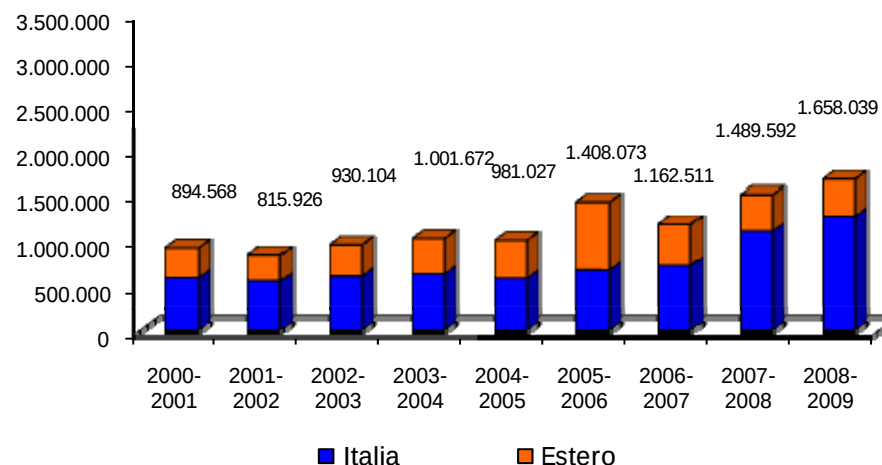
Fonte: elaborazione Sviluppo Piemonte Turismo su base dati TURF della Regione Piemonte

La montagna 2009

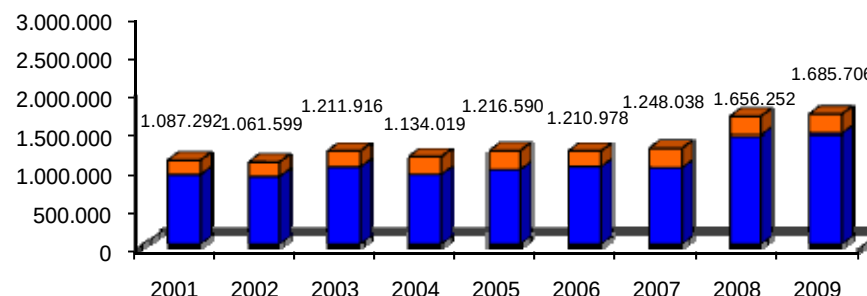
Trend positivo sia in inverno che in estate

- La stagione invernale ha registrato una **crescita delle presenze pari a 11,3%**, superando 1 milione e 600mila presenze totali (1.658.039)
- L'estate 2009 della montagna** aumenta ulteriormente il risultato di presenze dell'anno precedente: quasi 1 milione 700mila presenze (+1,8% rispetto al 2008)

Montagna Presenze - Stagione Invernale



Montagna Presenze - Stagione Estiva

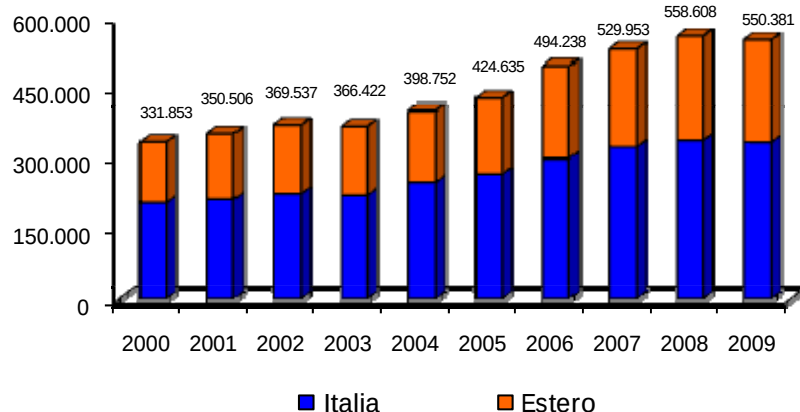


(Stagione Invernale: da novembre ad aprile; Stagione Estiva: da maggio a ottobre)
Torino, 12 maggio 2010

Colline

Destinazione che mantiene il posizionamento

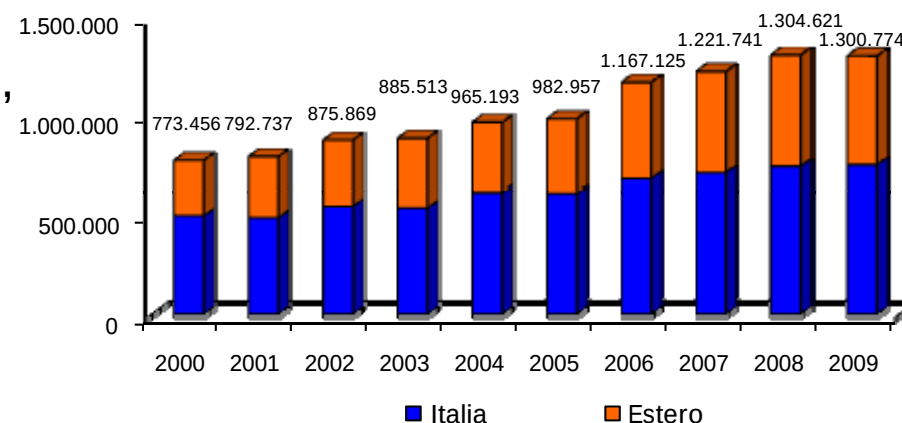
Colline - Arrivi annuali



- **L'area – prodotto mantiene sostanzialmente la **posizione**.**
- Le **presenze** si attestano sopra 1 milione 300mila (**-0,3%** rispetto all'anno precedente).

- **Il mercato estero vale il 42,2% delle presenze totali, in flessione rispetto all'anno precedente -2,2%**
- **Presenze italiane in crescita: +1,1%**

Colline - Presenze annuali



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

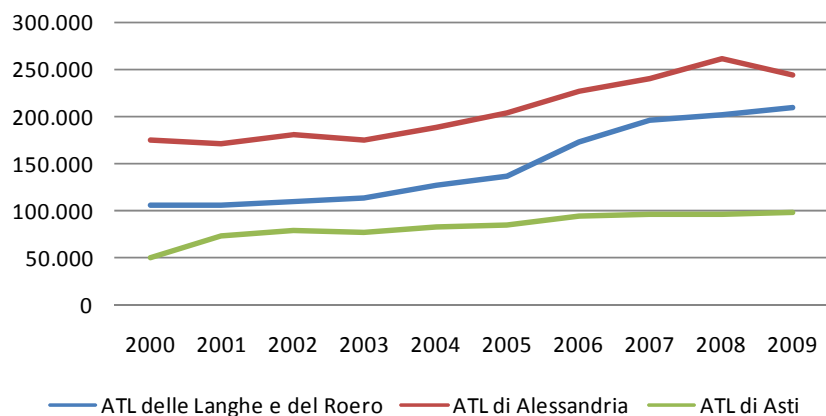
Colline

Crescono Langhe e Roero e Astigiano
Rallenta l'alessandrino



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

Trend Arrivi

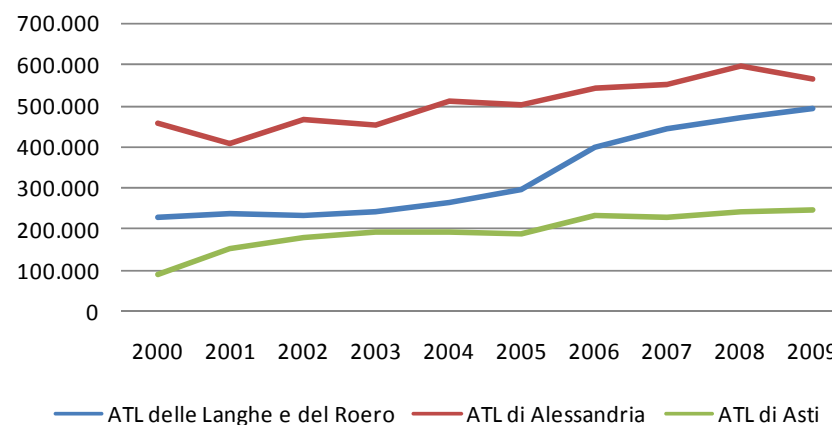


- **Langhe e Roero** registrano incrementi sui principali mercati esteri – Germania, Svizzera e Francia – oltre che per l'Italia, così come l'**Astigiano**

Var. % 2009 vs 2008

ATL delle colline	Var. % 2009 vs 2008	
	Arrivi	Presenze
Langhe e del Roero	4,0%	4,8%
Alessandria	-6,9%	-4,9%
Asti	1,9%	1,1%

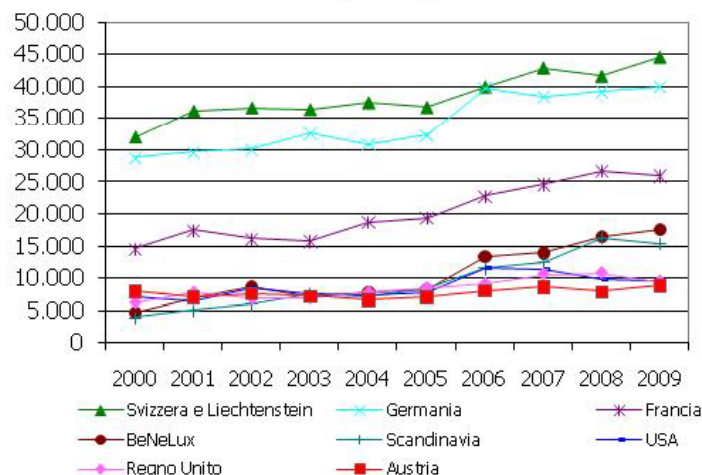
Trend Presenze



Colline

Destinazione che mantiene il posizionamento

Trend Arrivi 2000-2009
Mercati esteri principali - Colline



In crescita

- **Germania:** +1,6% di presenze
- **BeNeLux:** +15,3% di presenze
- **Austria:** +16,1% di presenze

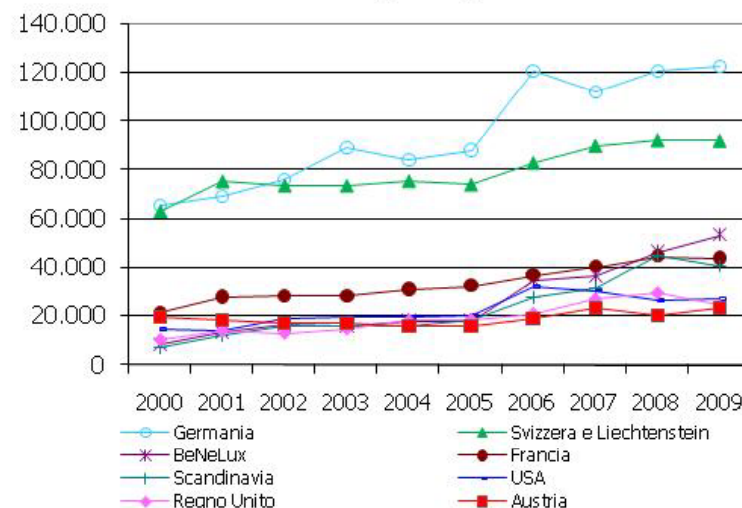
In contrazione

- **Francia:** -1,7% di presenze
- **Scandinavia:** -9,3% di presenze

I primi tre mercati esteri del 2009:

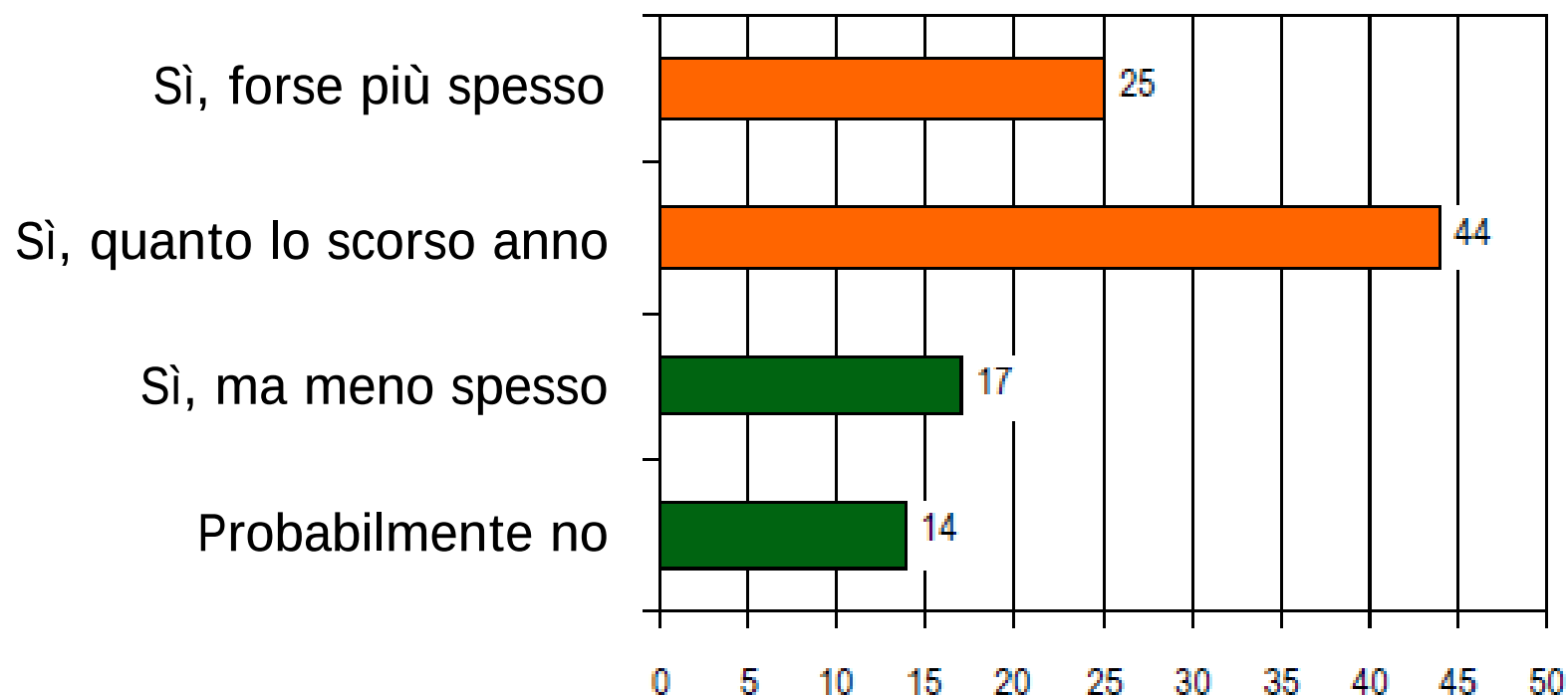
- Germania: 122.676 presenze
- Svizzera: 91.972 presenze
- BeNeLux: 53.403 presenze

Trend Arrivi 2000-2009
Mercati esteri principali - Colline



Trend internazionale 2010

Intenzione di viaggiare all'estero degli europei nel 2010
(% dei rispondenti)



Fonte : European Travel Monitor survey, January 2010

Conclusioni

- Come per il 2008, il 2009 si conferma comparto economico in controtendenza rispetto agli altri settori
- Per il 2010, si prevede una lieve crescita degli arrivi internazionali (+ 1%) ma ci sono molte incertezze e un ulteriore ridimensionamento del segmento business
- Anche per il 2010, il settore MICE è influenzato dalla congiuntura
- Principali trend: ricerca dell'autenticità e della qualità, maggiore attenzione al rapporto qualità/prezzo, crescita del turismo +55 (fattore demografico)

Fonte : ISNART, congiuntura.lel

Conclusioni

- Per il Piemonte: è importante la crescita del turismo nazionale, ma bisogna puntare sempre più sull'internazionale
- I mercati da privilegiare sono quelli meglio collegati, anche grazie agli accordi con vettori aerei e ferroviari
- Preseguire nella penetrazione dei mercati emergenti con prospettive a medio termine

Fonte : ISNART, congiunturalel

Approfondimenti e contatti

Per maggiori informazioni vi invitiamo a visitare il sito
www.piemonte-turismo.it



Ringraziamenti

Direzione Turismo
Regione Piemonte



Gli operatori
delle
strutture
ricettive, le
associazioni
di categoria,
gli uffici
provinciali e
le ATL che
collaborano
giornalmente
con noi