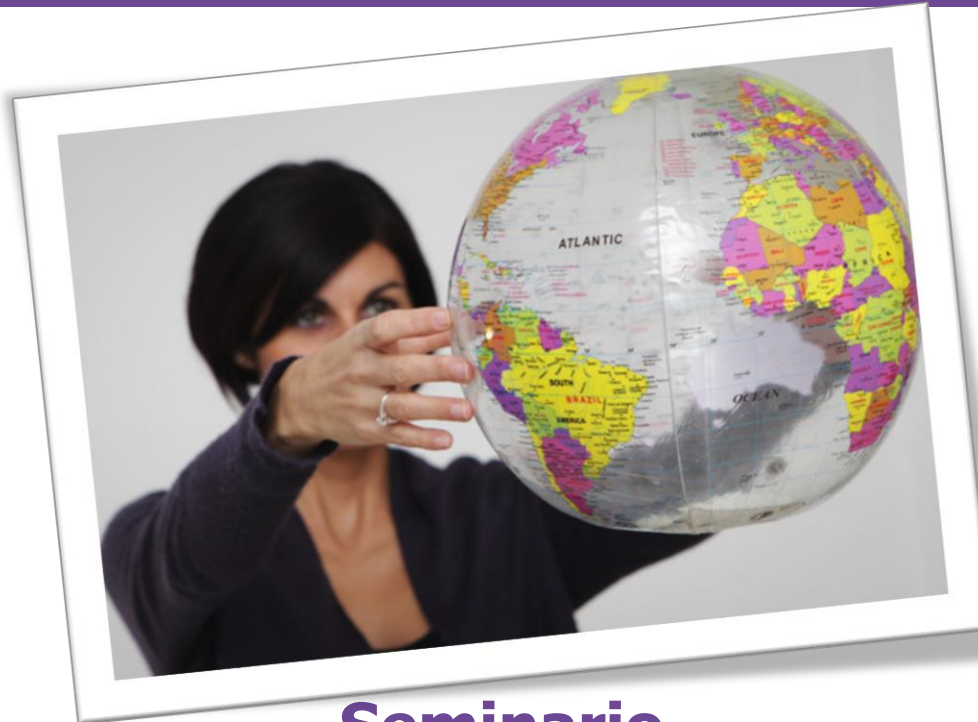


ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan



Seminario

Accoglienza e Promozione turistica. Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan.

Buongiorno, mi presento....

Il lato B delle cose...Scopriamolo!

BSide significa guardare oltre il proprio lato A, cercare dietro l'immagine di facciata, per trovare e valorizzare le immagini più nascoste e lasciate in disparte.



Barbara M. Fantelli

Consulente marketing del turismo ed Event Planner, appassionata di turismo, territori, destinazioni, eventi.

"Ogni territorio e ogni persona ci racconta qualcosa di speciale, e ogni storia ha il suo valore: per me questa è la chiave di lettura della vita, professionale e non."



Buongiorno, mi presento....

**Guardiamo da altri punti di vista,
scegliamo una nuova prospettiva.**

Il **marketing** che propongo è quello che suggerisce di cercare e riscoprire la propria **storia**, i propri **segni particolari**, i **caratteri distintivi** e il perché della propria realtà, con i propri punti di forza e di debolezza, mostrando i pregi e non camuffando i difetti, scegliendo strade originali e non le strade degli altri



Con me in questo seminario.... collaboratrici e compagne di viaggio



DANIELA CORRADO

Consulente linguistica, traduttrice, appassionata di comunicazione e web marketing. Tra carta e web, il mio lavoro è "fare cose con le parole". Oltre a gestire lo studio Help Traduzioni di Pisa, collaboro con STL Formazione come co-responsabile della formazione on line.



Help Traduzioni

Con me in questo seminario.... collaboratrici e compagne di viaggio

NATALIYA VALENTYR

Interprete madrelingua russa, traduttrice dal francese e dall'italiano. Appassionata di lingue romanze. Ho lavorato presso l'Istituto Italiano di Cultura a Kiev. La laurea in filologia presso l'Università Nazionale di Kiev non mi è bastata, così ho continuato il mio percorso formativo e sono laureanda in Lingue e Letterature Straniere presso l'Università degli Studi di Pisa.



Help Traduzioni

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan



OGGI
APRIREMO
UNA
FINESTRA
SUL MONDO

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA
Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

Di cosa parleremo...

TURISMO
INTERNAZIONALE

Cibo

Identità

STORIA

lingua

Indicatori
economici

Stile di vita

Arrivi e presenze

Servizi
attesi

MADE IN
ITALY

Persone e
Cultura

LUOGHI
COMUNI

Accoglienza

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

Programma della giornata

Prima parte:

Dalle ore 9,30 alle ore 13,00

9,30 – 9,45 presentazioni e introduzione al seminario.

9,45 – 10,15 introduzione sul turismo internazionale, sui trend e gli sviluppi degli ultimi anni; focus su Italia e Toscana (Barbara)

10,15 – 11,15 introduzione ai paesi Azerbaijan + Kazakistan + Il mercato turistico di entrambi i paesi (Barbara)

11,15 – 11,30 pausa

11,30 – 12,45/13,00 Il lato B del turismo (Barbara) + Cultura e Socialità nei 3 paesi (Natasha)

13,00 – 14,00 pausa pranzo

Seconda parte

Dalle 14,00 alle 17,00

14,00 – 14,45 breve inquadramento paese Russia (geografico, demografico, indicatori economici) + Il mercato turistico Russo (Barbara)

14,45 – 15,30 Profilo turisti Russi (Barbara)

15,30 – 16,00 Comportamento di acquisto e di ricerca online in Russia (Barbara)

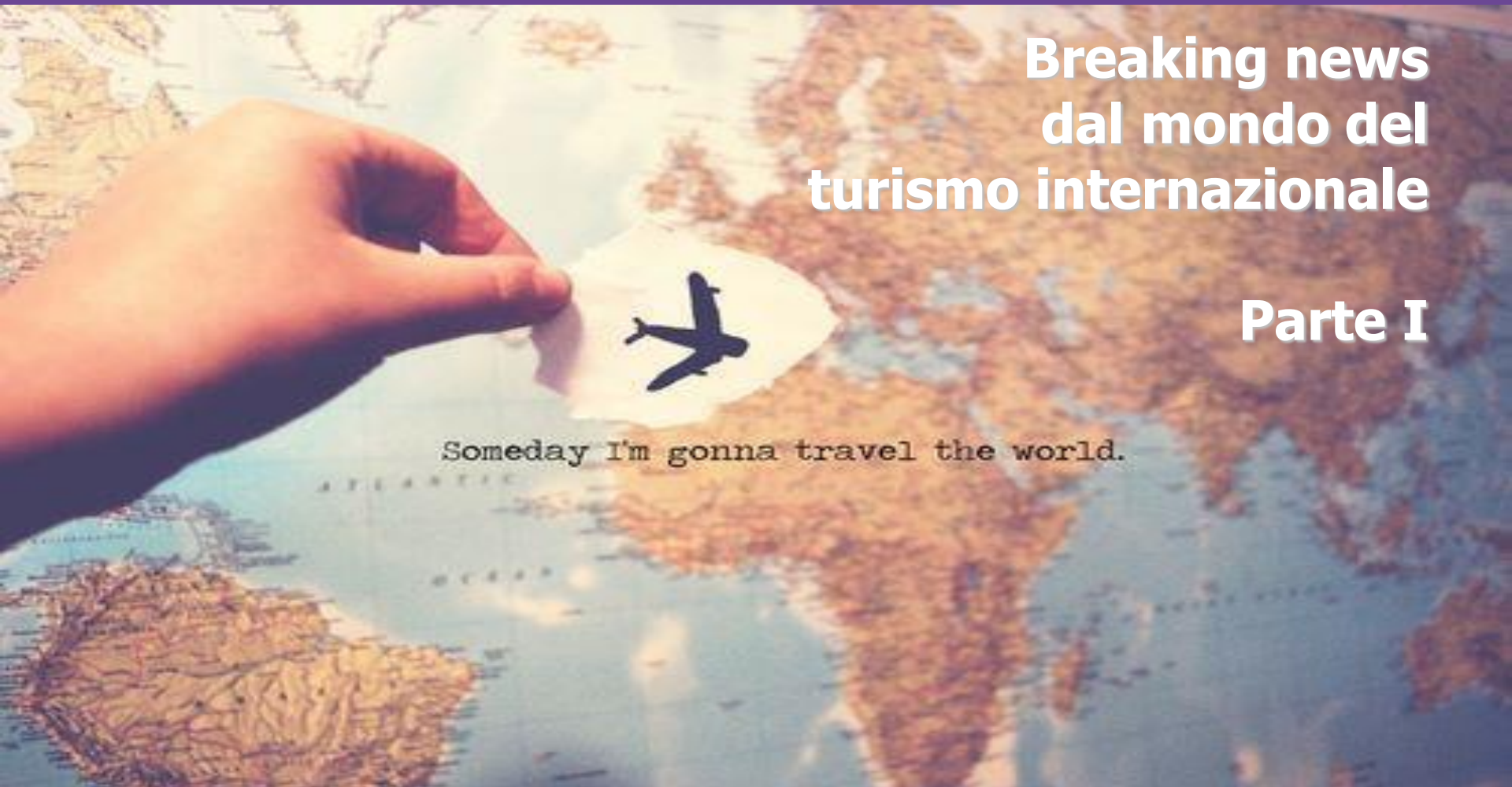
16,00 – 16,30 Interculturalità e stereotipi + Stile di vita e immaginario (Barbara e Natasha)

16,30-17,00 Servizi Russian Friendly = don't forget e decalogo consigli utili (Barbara e Natasha)

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA
Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

**Breaking news
dal mondo del
turismo internazionale**

Parte I



Someday I'm gonna travel the world.

ATLANTIC

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Una buona notizia

Gennaio 2014

Secondo le stime diffuse dall'UNWTO*
gli **arrivi da turismo internazionale nel 2013**
hanno raggiunto la cifra record di
1 miliardo e 87 milioni

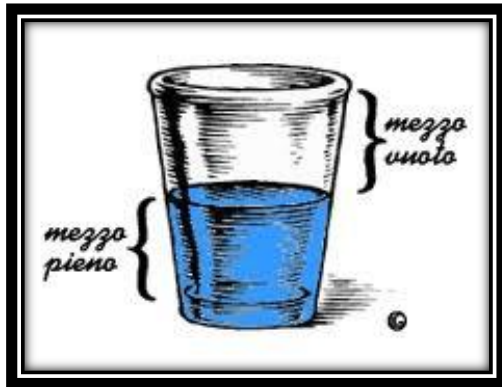
5% in + rispetto al 2012



*United Nations World Tourism Organisation



Breaking news dal mondo del turismo internazionale



Una buona notizia Gennaio 2014

Nonostante il ristagno dell'economia globale
l'industria dei viaggi internazionali
continua a crescere

Classifica performance delle «regioni»
mondiali

- 1° Asia e Pacifico +6%
- 2° Africa +5,6%
- 3° **Europa +5,4%**
- 4° Americhe +3,6%

Europa

- Aree centro-orientale +6,9%
- **Aree meridionale/Mediterranea +6,1%**
- Europa occidentale +4,2%
- Europa settentrionale +4,1%

...non significa che il turismo
goda di ottima salute,

ma vediamo il bicchiere pieno!

Breaking news dal mondo del turismo internazionale Previsioni per il 2014

+4%/4,5%

Secondo Taleb Rifai – Segretario Generale UNWTO –
«si intravede un anno positivo per il turismo internazionale...
si invitano i governi nazionali a mettere in atto strategie
di supporto al settore»



Previsioni per il 2020/2030

In valore assoluto gli arrivi internazionali mondiali
Raggiungeranno nel 2030 quota 1 miliardo e 800 milioni,
con percentuali di crescita media annua del +3,3%.

....e tutti gli operatori privati – a tutti
i livelli imprenditoriali - sono
invitati a **cogliere questa
opportunità!**

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about ITALY?



ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about ITALY?

Il turismo internazionale rappresenta in Italia un anello forte del settore.

Gli stranieri in Italia pesano in termini di arrivi quasi 50% dei flussi turistici totali

Nel 2013 si registrano 317,527 milioni di pernottamenti (notti)
10 ml in meno rispetto al 2012 (-3,1%)

Fonte: Banca d'Italia dati ufficiali marzo 2014)

VIAGGIATORI STRANIERI NUMERO DI PERNOTTAMENTI PER STATO DI RESIDENZA

- SERIE 2009-2013 -

(IN MIGLIAIA)

STATO DI RESIDENZA	2009	2010	2011	2012	2013
EUROPA - UE	218.618	215.575	222.614	218.461	203.608
- AUSTRIA	14.476	15.253	15.571	14.040	15.305
- BELGIO	8.181	7.261	8.590	8.304	8.433
- CROAZIA	1.197	1.516	1.508	953	790
- Ceca, Repubblica	4.343	5.502	5.487	4.691	4.184
- DANIMARCA	3.026	3.188	3.060	3.884	3.364
- FINLANDIA	1.545	1.470	1.920	1.523	1.566
- FRANCIA	31.816	30.546	29.349	31.919	30.960
- GERMANIA	60.672	56.777	62.986	62.015	56.894
- GRECIA	3.618	3.349	3.848	3.279	3.486
- IRLANDA	2.316	2.501	2.310	2.097	2.354
- LUSSEMBURGO	783	522	676	594	633
- OLANDA	15.040	12.175	13.270	12.896	11.966
- POLONIA	8.267	10.273	8.758	9.324	8.540
- PORTOGALLO	2.074	1.970	2.302	1.846	1.390
- REGNO UNITO	22.546	21.746	21.160	23.531	22.002
- ROMANIA	8.626	8.804	6.590	6.279	4.728
- SLOVENIA	825	774	452	492	277
- SPAGNA	16.923	16.623	17.708	16.563	14.007
- SVEZIA	2.742	3.599	3.918	3.282	2.852
- UNGERIA	3.520	2.907	2.399	2.186	2.575
- EUROPA - UE - ALTRI	6.082	8.917	10.750	8.762	7.303
EUROPA - EXTRA UE	29.353	30.062	34.855	33.745	34.994
- NORVEGIA	1.599	1.802	1.587	2.164	1.997
- RUSSIA	3.594	4.296	6.375	7.919	7.820
- SVIZZERA	17.228	16.453	17.223	14.034	14.004
- TURCHIA	1.532	1.314	1.518	1.680	1.890
- EUROPA - EXTRA UE - ALTRI	5.400	6.197	8.152	7.949	9.283
AMERICA	40.255	39.540	41.592	43.567	48.977
- ARGENTINA	2.612	1.358	1.428	1.959	2.794
- BRASILE	2.760	3.205	3.220	4.248	4.738
- CANADA	5.242	5.628	5.920	5.263	6.142
- CUBA	227	199	243	241	103
- MESSICO	948	889	946	1.055	1.486
- STATI UNITI D'AMERICA	25.082	25.732	27.280	28.124	30.444
- AMERICA - ALTRI	3.384	2.529	2.554	2.677	3.270
AFRICA	4.580	4.002	4.543	3.428	2.592
- EGITTO	795	613	601	579	534
- MAROCCO	957	1.436	833	479	96
- TUNISIA	520	290	332	331	227
- AFRICA - ALTRI	2.307	1.663	2.776	2.039	1.735
ASIA	14.129	15.955	15.611	20.400	18.440
- CINA	1.776	1.768	1.955	4.014	5.198
- GIAPPONE	2.880	3.598	2.699	3.071	3.455
- INDIA	2.192	3.655	3.346	5.256	2.208
- ASIA - ALTRI	7.281	6.934	7.611	8.059	7.580
OCEANIA	7.534	6.555	8.088	8.242	8.915
- AUSTRALIA	6.654	5.534	7.033	7.490	7.707
- OCEANIA - ALTRI	881	1.020	1.055	752	1.208
TOTALE	314.470	311.689	327.304	327.843	317.527

INCREMENTO O DECREMENTO CON
L'ANNO PRECEDENTE

-0,8843 % +5,0098 % +0,1647 % -3,1466 %

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about ITALY?

Nel 2013 si registrano 77,136 milioni di viaggiatori alle frontiere

Rispetto al 2012 + 0,52%

Fonte: Banca d'Italia dati ufficiali marzo 2014)

Bside
PROJECTS
marketing/sales/events

www.bsideprojects.it

VIAGGIATORI STRANIERI NUMERO DI VIAGGIATORI ALLE FRONTIERE PER STATO DI RESIDENZA

- SERIE 2009-2013 -

(IN MIGLIAIA)

STATO DI RESIDENZA	2009	2010	2011	2012	2013
EUROPA - UE	52.079	51.692	52.477	52.448	51.140
- AUSTRIA	7.373	7.698	6.535	6.949	6.641
- BELGIO	1.302	1.260	1.674	1.446	1.488
- CROAZIA	1.257	1.339	1.186	1.323	1.133
- CEEA, REPUBBLICA	907	951	1.116	1.061	1.064
- DANIMARCA	501	519	466	592	545
- FINLANDIA	238	238	280	282	266
- FRANCIA	10.199	10.072	10.202	10.260	10.377
- GERMANIA	11.484	10.914	11.703	11.713	10.983
- GRECIA	558	605	470	404	454
- IRLANDA	351	363	289	318	342
- LUSSEMBURGO	130	115	120	114	158
- OLANDA	2.154	1.814	2.082	1.927	1.962
- POLONIA	1.190	1.282	1.305	1.540	1.487
- PORTOGALLO	279	385	341	249	314
- REGNO UNITO	3.628	3.370	3.491	3.660	3.646
- ROMANIA	887	908	999	1.097	1.138
- SLOVENIA	4.428	4.285	4.569	4.193	4.049
- SPAGNA	3.017	3.072	3.062	2.638	2.280
- SVEZIA	458	484	669	520	534
- UNGERIA	745	668	663	611	702
- EUROPA - UE - ALTRI	994	1.347	1.256	1.552	1.576
EUROPA - EXTRA UE	14.362	15.800	16.198	16.578	17.431
- NORVEGIA	282	283	249	330	327
- RUSSIA	461	649	793	1.050	1.088
- SVIZZERA	12.385	13.415	13.611	13.166	13.062
- TURCHIA	196	164	177	197	240
- EUROPA - EXTRA UE - ALTRI	1.038	1.289	1.368	1.835	2.714
AMERICA	3.778	3.983	4.837	4.765	5.410
- ARGENTINA	163	157	163	207	259
- BRASILE	227	275	400	425	517
- CANADA	549	605	658	612	645
- CUBA	6	5	7	8	7
- MESSICO	89	78	119	106	130
- STATI UNITI D'AMERICA	2.515	2.632	3.203	3.076	3.453
- AMERICA - ALTRI	229	232	308	329	399
AFRICA	367	464	459	371	356
- EGITTO	56	56	71	55	68
- MAROCCO	67	151	87	43	21
- TUNISIA	41	61	63	45	42
- AFRICA - ALTRI	203	196	237	228	224
ASIA	1.310	1.509	1.551	1.787	1.885
- CINA	148	149	224	253	295
- GIAPPONE	351	371	327	366	460
- INDIA	147	193	210	284	211
- ASIA - ALTRI	664	795	790	884	920
OCEANIA	643	678	856	785	914
- AUSTRALIA	556	586	767	711	811
- OCEANIA - ALTRI	87	93	89	75	103
TOTALE	72.540	74.126	76.378	76.734	77.136

INCREMENTO O DECREMENTO CON
L'ANNO PRECEDENTE

+2,1864 % +3,0381 % +0,4661 % +0,5239 %

10 Aprile 2014

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about ITALY?

LE ULTIME RILEVAZIONI CAMPIONARIE
SUL TURISMO INTERNAZIONALE
DELL'ITALIA A CURA DELLA
BANCA D'ITALIA DICONO CHE:

NEL 2013
LA BILANCIA TURISTICA DEI PAGAMENTI
HA RIPORTATO
UN AVANZO DI 12,83 MIL. DI EURO
= +10 circa rispetto al 2012

**Il merito del saldo positivo è degli
STRANIERI**

Spesa degli stranieri in Italia= 32,989
miliardi (circa + 3%)

Alberghi e villaggi turistici le tipologie
ricettive preferite (il 58% della spesa
si concentra qui)

Gli italiani hanno speso per viaggiare
all'estero 20,159 miliardi (-1,7%)

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

VIAGGIATORI STRANIERI

SPESA

PER STATO DI RESIDENZA

- SERIE 2009-2013 -

(IMPORTI IN MILIONI DI EURO)

STATO DI RESIDENZA	2009	2010	2011	2012	2013
EUROPA - UE	18.464	18.271	19.029	19.194	18.638
- AUSTRIA	1.471	1.561	1.515	1.459	1.575
- BELGIO	676	677	780	740	784
- CROAZIA	202	178	156	172	153
- Ceca, Repubblica	374	422	433	400	379
- DANIMARCA	281	292	277	358	301
- FINLANDIA	160	146	174	171	171
- FRANCIA	2.769	2.688	2.826	2.875	2.994
- GERMANIA	4.765	4.614	5.159	5.300	4.951
- GRECIA	311	291	261	192	218
- IRLANDA	220	264	194	222	227
- LUSSEMBURGO	72	63	70	61	94
- OLANDA	1.130	932	1.100	1.051	1.020
- POLONIA	584	638	592	685	583
- PORTOGALLO	154	165	161	112	133
- REGNO UNITO	2.134	2.054	2.135	2.450	2.332
- ROMANIA	460	441	372	379	321
- SLOVENIA	272	287	246	205	169
- SPAGNA	1.389	1.406	1.344	1.239	1.092
- SVEZIA	291	304	414	322	301
- UNGHERIA	275	261	213	187	220
- EUROPA - UE - ALTRI	474	587	607	613	619
EUROPA - EXTRA UE	3.516	3.758	3.789	4.182	4.649
- NORVEGIA	192	204	198	243	254
- RUSSIA	623	830	925	1.191	1.327
- SVIZZERA	2.157	2.170	2.070	2.012	2.127
- TURCHIA	149	120	118	155	180
- EUROPA - EXTRA UE - ALTRI	395	434	479	581	761
AMERICA	4.193	4.286	4.914	5.172	5.988
- ARGENTINA	156	117	145	189	288
- BRASILE	248	303	382	392	527
- CANADA	539	605	688	634	739
- CUBA	7	5	8	13	9
- MESSICO	88	82	110	105	133
- STATI UNITI D'AMERICA	2.929	2.983	3.345	3.603	4.002
- AMERICA - ALTRI	225	191	235	236	290
AFRICA	374	348	358	306	276
- EGITTO	76	63	52	46	50
- MAROCCO	48	60	59	29	12
- TUNISIA	29	30	29	29	22
- AFRICA - ALTRI	221	195	218	202	192
ASIA	1.500	1.823	1.871	2.203	2.357
- CINA	161	199	245	316	463
- GIAPPONE	430	540	514	578	773
- INDIA	168	244	280	399	235
- ASIA - ALTRI	740	840	833	910	886
OCEANIA	810	772	929	1.000	1.081
- AUSTRALIA	730	684	829	922	944
- OCEANIA - ALTRI	80	87	100	77	137
TOTALE	28.856	29.257	30.891	32.056	32.989

INCREMENTO O DECREMENTO CON L'ANNO PRECEDENTE

+1,3897 % +5,585 % +3,7713 % +2,6267 %

Fonte: Banca d'Italia dati ufficiali marzo 2014)

10 Aprile 2014

2012/2013

Spesa degli stranieri in Italia 2012

32,056 miliardi

Spesa degli stranieri in Italia 2013

32,989 miliardi

NB

Nonostante si siano persi 10 milioni di pernottamenti stranieri si è incassato quasi 1 miliardo in più del 2012:

- Crisi della fascia low cost
- Ha tenuto la fascia del lusso medio alto

Infatti anche sul mercato nazionale si è registrato lo stesso andamento

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about ITALY?

MERCATI DI ORIGINE DELLA SPESA (2013)

- *Stranieri provenienti dall'UE* hanno immesso il **-3% circa** di valuta nel nostro Paese (pari al 56,49%)
- *Stranieri provenienti da paesi extra UE* hanno immesso **+ 12,8%** di valuta (pari al 14,09%)

Principali mercati di origine

1. GERMANIA
2. STATI UNITI
3. FRANCIA
4. REGNO UNITO
5. SVIZZERA
6. AUSTRIA
7. **RUSSIA**

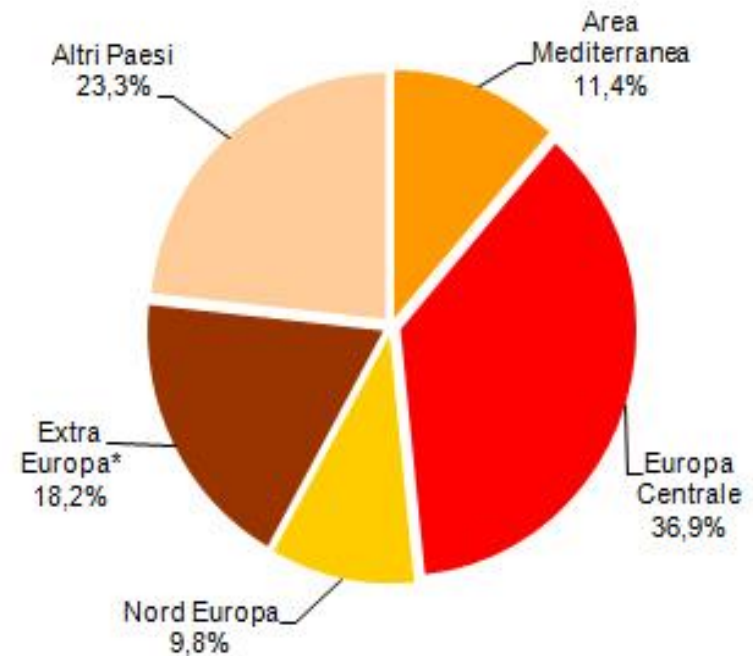
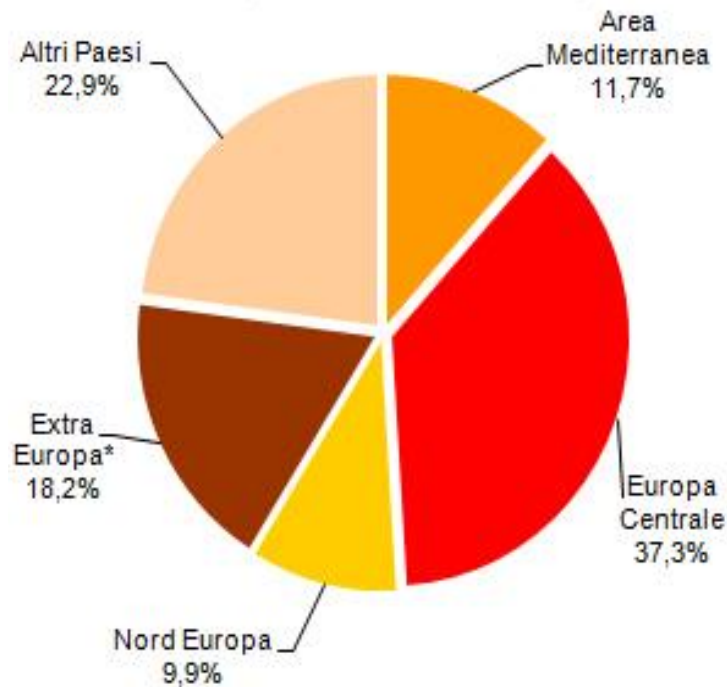
Fonte: Banca d'Italia dati ufficiali marzo 2014)

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Arrivi mondiali in Italia per aree geografiche d'origine – stime 2013/2014 (quota %)

*comprende Usa, Canada, Australia, Giappone, America Latina, Africa

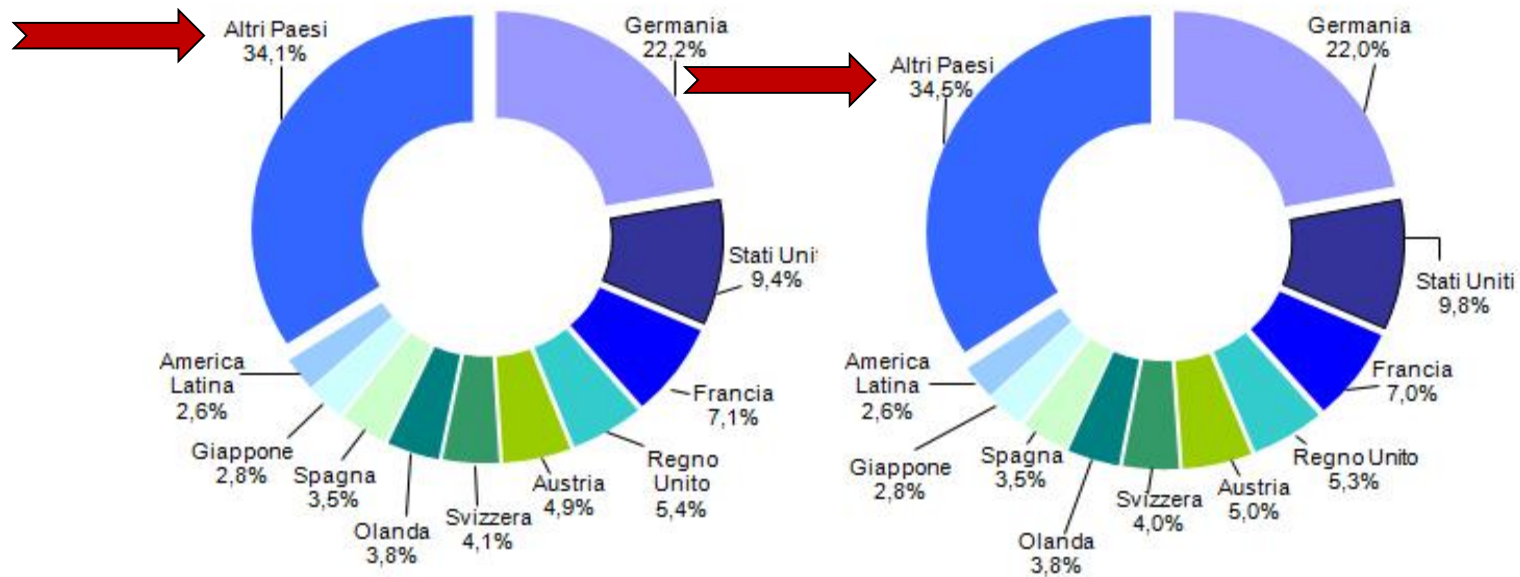
Fonte: elaborazione ONT su dati Ciset – Università Ca' Foscari Venezia – “TRIP Italia – Primavera 2013”



Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Arrivi mondiali in Italia - primi 10 Paesi d'origine della domanda (quota %)

Fonte: elaborazione ONT su dati Ciset – Università Ca' Foscari Venezia – “TRIP Italia – Primavera 2013”
– “TRIP Italia



Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Turismo organizzato verso l'Italia

Secondo l'ultima indagine campionaria a cura di Unioncamere – Isnart*, il panorama dei viaggi organizzati diretti nel nostro Paese vede, da una parte una notevole crescita della domanda proveniente dai mercati emergenti, in particolare dai Paesi dell'Asia e Pacifico (Corea e Cina in primis), dall'altra, una forte diversificazione di quella proveniente dall'Europa.

L'Italia si conferma, anche nel 2013, la destinazione più richiesta dalla clientela dei Tour Operator stranieri (per il 71% dei buyer che la commercializzano), seguita da Francia (56% dei T.O.) e Spagna (44%), Germania e Gran Bretagna (34% dei T.O. ciascuno)*.....

MA

*Unioncamere-Isnart “Indagine sul turismo organizzato internazionale – rapporto annuale, giugno 2013 – Indagine campionaria basata su interviste ad un campione di 593 Tour Operator internazionali che trattano l'Italia quale meta turistica. Le interviste hanno avuto luogo nei mesi di maggio e giugno 2013.

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Turismo organizzato verso l'Italia



A livello di **vendite di pacchetti turistici** da parte dei grandi buyer internazionali, **SOLO** circa un terzo ha, come meta, l'Italia; si tratta di una quota più alta del 2012 ma che non raggiunge ancora quelle degli anni pre-crisi. LA QUOTA DEL 33% dei viaggi venduti nel 2013, vede conferme sui mercati più consolidati (Austria, Francia, Germania, Regno Unito, ecc.) e **segnali di crescita in quelli emergenti (Russia)**. Le previsioni per il 2014 sono orientate alla stabilità: a prevederla è il 73% dei Tour Operator intervistati.

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Turismo organizzato verso l'Italia



QUINDI

**Nonostante la forza dell'immaginario che l'Italia ancora riesce a rappresentare,
NON SEMPRE ALLA RICHIESTA DI INFORMAZIONI E ALL'INTENZIONE DI
TRACORRERVI LA VACANZA SEGUE L'ACQUISTO**

MOTIVI

**SCARSA INNOVAZIONE nei prodotti e nei servizi
SCARSA CONSIDERAZIONE DEL FATTORE ACCOGLIENZA!!!!
MANCANZA DI POLITICHE DI PAESE**

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

I punti deboli delle città italiane secondo i visitatori internazionali: ecco perché 1 su 10 non tornerebbe in Italia



«Che la bellezza, seppur grande, **non sia più sufficiente ad attrarre i flussi di visitatori internazionali** e, soprattutto, **a fare in modo che ritornino in Italia** anche una seconda e terza volta, è ormai chiaro a tutti, così come quasi sempre chiare sono le mancanze dell'offerta turistica italiana»

*Fonte: analisi del portale di prenotazione alberghiera HRS che ha stilato la classifica delle **città più accoglienti e sicure per i turisti stranieri** intervistando, nei primi 3 mesi del 2014, un campione di clienti che ha visitato l'Italia nell'ultimo anno*

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

I punti deboli delle città italiane secondo i visitatori internazionali: ecco perché 1 su 10 non tornerebbe in Italia

Ecco le principali criticità delle città italiane, come espresse dagli stranieri che ci hanno visitato:

- gli stranieri hanno paura di essere rapinati
- hanno la percezione di poca sicurezza e scarsa presenza di forza dell'ordine nei pressi delle principali attrazioni turistiche,
- l'indisciplina degli automobilisti e la scarsa attenzione a pedoni e ciclisti
- degrado dei monumenti e percezione di disordine intorno a essi, identificata nella presenza massiccia di ambulanti e venditori abusivi
- difficoltà di comunicazione con chi è delegato alla sicurezza cittadina=ovvero scarsa conoscenza delle lingue straniere (e dell'inglese soprattutto) da parte di vigili e forze dell'ordine,
- uno scarso decoro urbano e un elevato livello di sporcizia
- una grande differenza tra la gestione del centro città rispetto alle periferie.



Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Movimenti turistici in Europa	
Anno 2013	
Primi 5 Paesi per numero di pernottamenti negli esercizi ricettivi	Francia Spagna Italia Germania Regno Unito

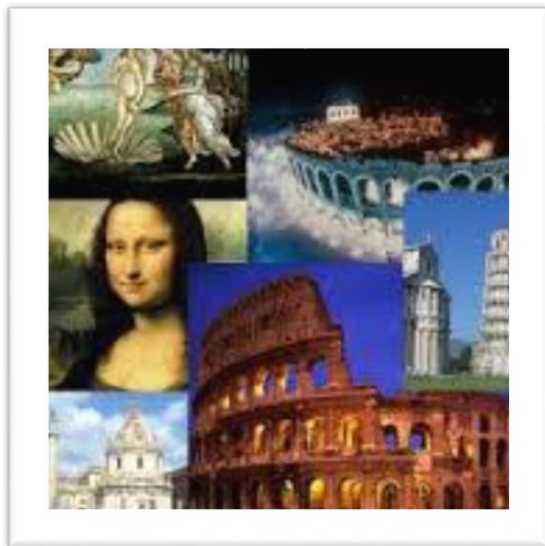
Fonte: elaborazione ONT su dati provvisori Eurostat – comunicato stampa 29/01/2014: “Record level of 2.6 bn nights spent in tourist accommodation in the EU28 in 2013;

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Ranking dei paesi più richiesti



Fonte: ONT

I paesi più richiesti presso i Tour Operator nel 2013 (%)

	1°	%	2°	%	3°	%
Austria	Italia	81,8	Spagna	63,6	Germania	54,5
Francia	Spagna	75,0	Italia	69,4	Germania	55,6
Germania	Francia	63,0	Spagna	53,7	Gran Bretagna	31,5
Regno Unito	Italia	80,6	Francia	55,6	Spagna	47,2
Spagna	Italia	100,0	Francia	84,6	Germania	69,2
Svizzera	Italia	95,0	Spagna	90,0	Grecia	60,0
Russia	Italia	61,9	Spagna	52,4	Francia	42,9
Paesi dell'Est	Italia	61,1	Francia	31,5	Spagna	22,2
Repubblica Ceca	Italia	92,0	Francia	36,0	Spagna	20,0
Ungheria	Francia	33,3	Austria	33,3	Croazia	33,3
Polonia	Italia	42,9	Grecia	42,9	Spagna	42,9
Belgio e Olanda	Italia	74,2	Spagna	41,9	Grecia	32,3
Belgio	Spagna	87,5	Turchia	87,5	Grecia	75,0
Olanda	Italia	82,6	Germania	30,4	Spagna	26,1
Paesi Scandinavi	Italia	100,0	Germania	28,9	Spagna	51,1
Norvegia	Italia	100,0	Gran Bretagna	63,6	Spagna	54,5
Danimarca	Italia	100,0	Spagna	53,3	Germania	53,3
Svezia	Italia	100,0	Spagna	47,4	Francia	36,8
Media Europa	Italia	68,5	Spagna	50,5	Francia	46,4
Americhe	Italia	70,0	Francia	58,6	Spagna	37,1
Usa	Italia	66,3	Francia	56,7	Gran Bretagna	36,5
Canada	Italia	75,0	Spagna	41,7	Francia	25,0
Brasile	Francia	100,0	Italia	60,0	Germania	50,0
Argentina	Italia	100,0	Francia	71,4	Spagna	64,3
Asia e Pacifico	Italia	76,5	Francia	74,2	Gran Bretagna	46,2

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

Perché l'Italia?



Fonte: ONT

I motivi per i quali l'Italia è una meta sognata dai turisti stranieri (possibili più risposte; % sul totale T.O.)

	Media Europa	Usa	Canada	Brasile	Argentina	India	Australia	Giappone	Cina	Corea	Totale
La Cultura	61,4	55,8	83,3	70,0	71,4	67,0	75,0	70,0	100,0	100,0	63,6
La cucina	62,3	68,3	58,3	70,0	21,4	39,6	81,3	80,0	-	40,0	58,5
La Storia	30,8	52,9	66,7	40,0	92,9	54,9	37,5	60,0	-	20,0	40,8
La Natura	39,6	19,2	16,7	20,0	-	17,6	31,3	10,0	-	-	29,2
Stile di vita italiano	22,4	46,2	25,0	20,0	14,3	22,0	43,8	10,0	-	20,0	26,3
Monumenti Unici	13,1	24,0	41,7	70,0	57,1	44,0	18,8	20,0	100,0	20,0	24,1
La moda	7,8	9,6	16,7	10,0	7,1	15,4	6,3	10,0	100,0	60,0	11,5
Scoperta di luoghi unici	4,4	13,5	-	-	-	2,2	6,3	-	-	20,0	5,4
Tradizione e Folklore	3,7	13,5	8,3	-	7,1	2,2	6,3	-	-	-	5,2
Il Design	2,5	6,7	8,3	-	-	7,7	-	-	-	20,0	4,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Le nuove tendenze della domanda secondo i Tour Operator internazionali (possibili più risposte; % sul totale T.O.)

	Media Europa	Usa	Canada	Brasile	Argentina	India	Australia	Giappone	Cina	Corea	Totale
Attenzione alla Qualità	55,8	65,4	33,3	70,0	42,9	65,9	43,8	80,0	100,0	80,0	59,5
Maggiore attenzione rapporto qualità prezzo	46,1	11,5	33,3	50,0	57,1	19,8	6,3	20,0	-	100,0	34,2
Maggiore richiesta di viaggi su misura	16,8	37,5	41,7	60,0	28,6	41,8	31,3	40,0	-	20,0	26,3
Maggiore richiesta di viaggi esclusivi	9,0	14,4	16,7	10,0	-	15,4	25,0	-	-	-	11,0
Attenzione alla sostenibilità	10,6	8,7	16,7	-	7,1	4,4	-	-	-	-	8,4
Maggior attenzione al prezzo	9,0	4,8	16,7	-	-	6,6	6,3	-	-	-	7,3

Breaking news dal mondo del turismo internazionale Perché l'Italia?

Alcune considerazioni

Consolidamento di alcuni interessi che si sono trasformati
in motivazioni di vacanza

Sviluppo di una immagine specifica del nostro Paese

Tradizione e Made in Italy = asset vincenti del territorio

Se da un lato le ricchezze naturalistiche e storiche dell'Italia si confermano il richiamo principale degli stranieri verso le nostre località, si nota il «desiderio» di un offerta territoriale sempre più legata alla tipicità e alle tradizioni e al nostro saper «fare e creare» in modo unico



Breaking news dal mondo del turismo internazionale Perché l'Italia?

Alcune considerazioni

C'è CHI PARLA INFATTI DI MADE IN ITALY CREATIVO in quanto diverso da quello più tradizionale (manifatturiero) dato dalle bellezze, ma anche dall'artigianato d'eccellenza, l'enogastronomia di qualità, la moda, l'intrattenimento

- shopping
- interessi enogastronomici

ma anche:

- desiderio di conoscere gli usi e costumi locali del nostro Paese
- divertimenti del territorio

Sono motivazioni che stanno abbandonando lo status di realtà di nicchia



Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany



Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

La spesa dei viaggiatori stranieri nelle regioni italiane tra il 2010 e il 2012 Valori in milioni di €

Regioni in crescita	2010	2012	Variazione % 2012/2010
ITALIA	29.257	32.056	10
LAZIO	5.184	5.386	4
LOMBARDIA	4.822	5.304	10
VENETO	4.311	5.000	16
TOSCANA	3.355	3.608	8
EMILIA ROMAGNA	1.662	1.710	3
TRENTINO A.A.	1.254	1.555	24
CAMPANIA	1.231	1.419	15
LIGURIA	1.228	1.339	9
PIEMONTE	1.126	1.250	11
SICILIA	810	1.041	29
SARDEGNA	577	606	5
UMBRIA	259	290	12
ABRUZZO	200	205	3
BASILICATA	49	63	29

CLASSIFICA 2013

1. LAZIO (Roma!!! Da sola fa quanto tutta la Lombardia)
2. LOMBARDIA (Milano)
3. VENETO (Venezia)
4. TOSCANA (Firenze) 3,8 miliardi
5. EMILIA ROMAGNA
6. TRENTINO ALTO ADIGE



Fonte: Banca D'Italia

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

Regioni italiane vendute dai T.O. europei, statunitensi e Bric



Europa - 2013 (% sul totale Tour Operator europei)		Usa - 2013 (% sul totale Tour Operator statunitensi)		Paesi BRIC - 2013 (% sul totale Tour Operator BRIC)	
Lazio	67,9%	Lazio	84,6%	Lazio	88,6%
Veneto	60,1%	Veneto	83,7%	Veneto	81,1%
Toscana	55,1%	Toscana	80,8%	Toscana	65,2%
Campania	34,6%	Campania	55,8%	Lombardia	53,8%
Lombardia	34,3%	Sicilia	26,0%	Campania	47,0%
Sicilia	33,6%	Lombardia	24,0%	Sicilia	16,7%
Sardegna	21,5%	Liguria	14,4%	Emilia-Romagna	12,9%
Emilia-Romagna	20,9%	Piemonte	13,5%	Puglia	8,3%
Puglia	14,6%	Emilia-Romagna	10,6%	Piemonte	7,6%
Trentino-Alto Adige	12,8%	Trentino-Alto Adige	9,6%	Liguria	6,8%

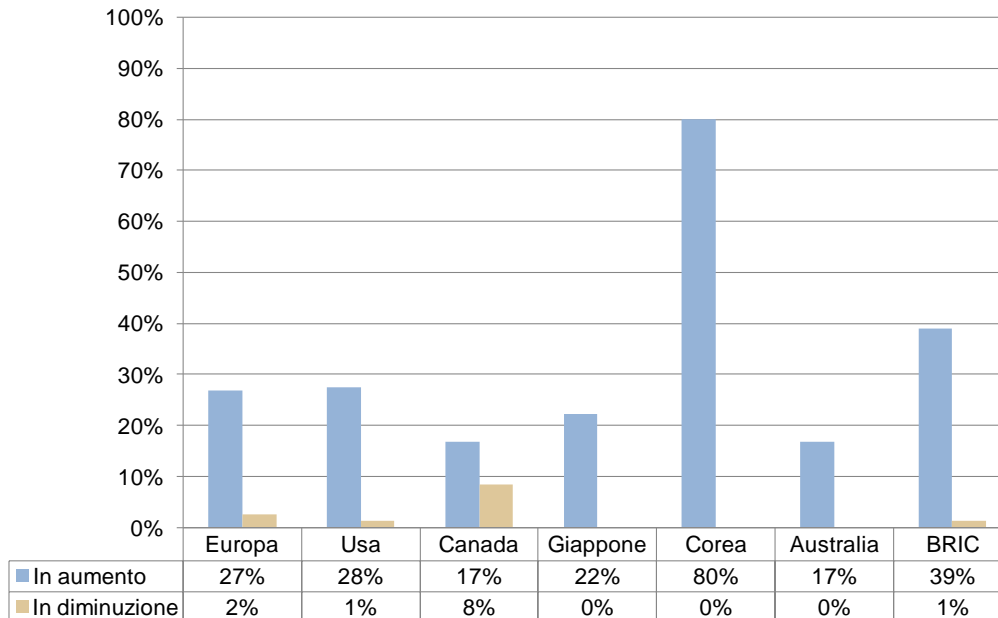
La Toscana è terza tra le regioni italiane più vendute dai T.O. dei Paesi europei, statunitensi e BRIC, dopo il Lazio ed il Veneto. In calo rispetto al 2012, quando la regione era la seconda venduta per i T.O. europei (62% nel 2012) e BRIC (96% nel 2012) e la prima per quelli statunitensi (90% nel 2012).

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

Previsioni sulla domanda turistica del 2014 verso la Toscana

Previsioni verso la Toscana

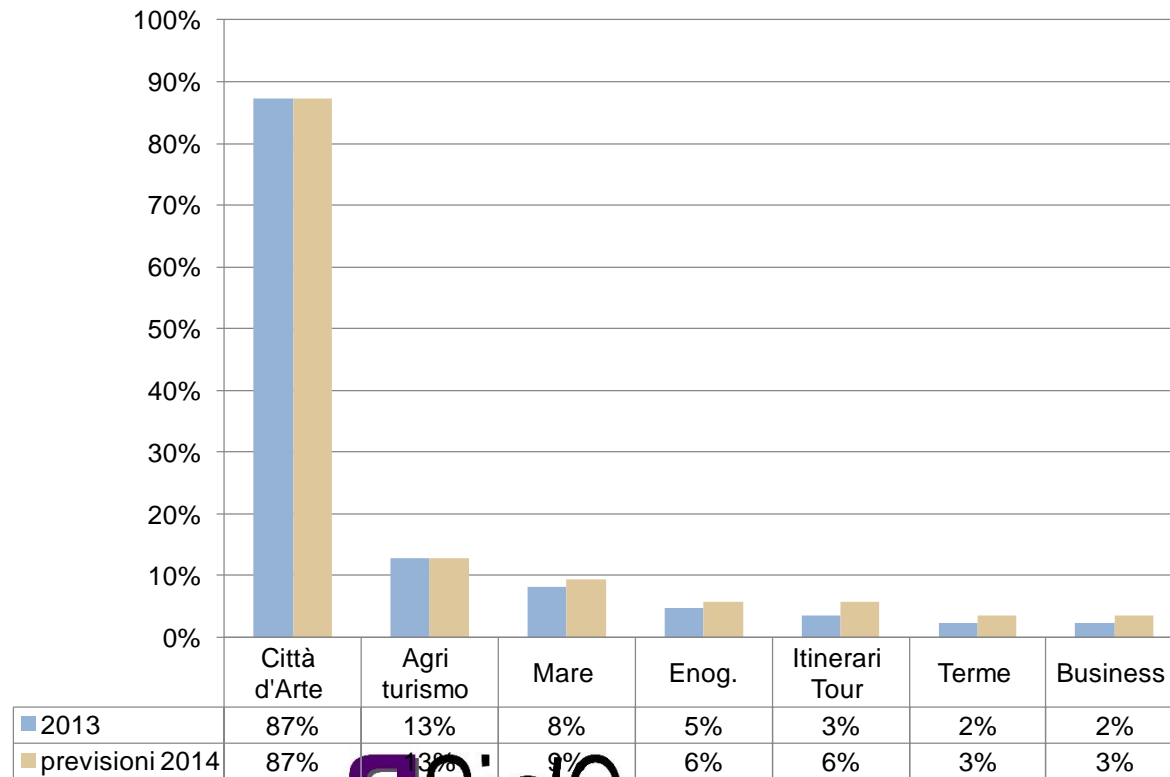


Le previsioni più ottimistiche sulla domanda turistica internazionale diretta verso la regione Toscana si rilevano in
Francia +56%
Austria +88%
Russia + 50%
Stati uniti +26%
Mercati asiatici +37%

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

Commercializzazione della Toscana - Tour Operator Paesi BRIC



Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

Perchè i turisti scelgono la Toscana

La vacanza in Toscana è motivata dalla possibilità di trascorrere un soggiorno tra le bellezze naturali del luogo e il patrimonio artistico, ma anche come meta di relax

Toscana	2012	Var. 2012/2008	Italia
Bellezze naturali del luogo	29,9	13,0	26,9
Relax	23,3	4,5	25,9
Il desiderio di vedere un posto mai visto	11,9	-10,0	20,2
Divertimenti	10,0	3,3	16,6
Praticare sport	8,3	0,6	16,4
Prezzi convenienti	11,4	5,7	12,0
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	15,8	8,3	11,7
Decisione altrui	12,5	5,1	11,3
Shopping	2,6	-4,1	9,2
Per il gusto dell'avventura	4,3	1,2	9,1
Enogastronomia	7,7	3,7	8,6
Località esclusiva	6,8	-3,5	7,2
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	3,8	1,4	5,9
Ho i parenti/amici che mi ospitano	4,2	-14,5	5,4



Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

Perchè i turisti scelgono la Toscana

I prodotti più venduti della regione Toscana nel 2013

possibili più risposte, % sul totale operatori che hanno venduto la regione per area

	Totale
Città d'arte	84,7
Enogastronomia	14,3
Agriturismo	13,0
Mare	8,6
Itinerari	6,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Prosegue il dominio incontrastato delle città d'arte e dei centri storici, il prodotto toscano più venduto su tutti i mercati. Le città sono vendute dall'85% dei tour operators che vendono la regione nel mondo, puntando soprattutto su Firenze, seguita a distanza da Pisa e Siena.

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

Perchè i turisti scelgono la Toscana

L'appeal delle province tra i T.O. che vendono l'Italia nel 2013
(% sul totale T.O. che vendono l'Italia)

	Totale
Firenze	59,4
Siena	15,3
Pisa	11,6
Lucca	5,7
Grosseto	3,2
Livorno	3,0
Pistoia	2,2
Arezzo	1,7
Prato	0,7
Massa-Carrara	0,3

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Toscana

Queste tre destinazioni catalizzano l'attenzione degli intermediari di viaggio, lasciando alle altre mete (Lucca, Grosseto e Livorno) uno spazio piuttosto marginale.

Considerando soltanto quegli operatori che vendono la regione Toscana, la graduatoria delle destinazioni resta immutata, sebbene, naturalmente, le quote relative alla commercializzazione delle province sono maggiori: praticamente tutti vendono la provincia di Firenze (91%), il 24% circa propongono Siena e il 18% inseriscono Pisa.

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

PISA

Province vendute dai Tour Operator nel 2013 e previsioni di vendita nel 2014 (% sul totale Tour Operator)			
Pisa	2013	2014	
Austria	18,2	18,2	
Francia	5,6	5,6	
Germania	9,3	7,4	
Regno Unito	19,4	19,4	
Spagna	15,4	15,4	
Svizzera	5,0	5,0	
Russia	4,8	4,8	
Paesi dell'Est	9,3	9,3	
	Repubblica Ceca	8,0	8,0
	Ungheria	13,3	13,3
	Polonia	7,1	7,1
Belgio e Olanda	29,0	29,0	
	Belgio	12,5	12,5
	Olanda	34,8	34,8
Danimarca	6,7	6,7	
Svezia	5,3	0,0	
Media Europa	11,2	10,6	
Usa	10,6	10,6	
Canada	0,0	8,3	
Brasile	20,0	20,0	
Argentina	21,4	28,6	
India	15,4	15,4	
Australia	18,8	18,8	
Totale	11,6	11,6	

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

L'appeal di Pisa e della sua provincia è radicato nella sua vocazione storico-artistica, ma alcuni mercati importanti, come l'Europa, gli Stati Uniti e l'India, iniziano a proporla anche al centro di vacanze al gusto e in agriturismo.

I prodotti alternativi a questi indicati, come le terme e il mare, sono meno commercializzati e trovano spazio soltanto in Europa.

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

PISA 2012

(Fonte: Provincia di Pisa)

PAESE	ARRIVI	PRESENZE
GERMANIA	81.943	362.314
OLANDA	32.273	186.544
GRAN BRETAGNA	53.383	138.120
FRANCIA	51.489	126.397
STATI UNITI	30.133	61.661
BELGIO	14.891	54.668
SPAGNA	25.886	50.948
SVIZZERA	14.819	48.884
DANIMARCA	11.511	42.223
NORVEGIA	13.275	35.572

Breaking news dal mondo del turismo internazionale

What about Tuscany

(Fonte: Provincia di Pisa)

PISA 2010/2012

	ARRIVI	PRESENZE
RUSSIA 2010	5.549	17.177
RUSSIA 2012	9.286	28.683
ALTRI PAESI ASIA 2010	15.103	24.331
ALTRI PAESI ASIA 2012	30.244	45.579