



TOSCANA
PROMOZIONE

L'estate 2015 consolida la ripresa del turismo. Forte aumento degli stranieri, ma cresce anche la domanda italiana

Firenze 8 luglio 2015
Dott. Alberto Peruzzini

LA FASE CONGIUNTURALE DEL MERCATO



Crescita sostenuta nei primi cinque mesi del 2015, trainata dalla domanda straniera malgrado le incognite del quadro internazionale



Gli arrivi internazionali aumenteranno anche nei prossimi mesi, in particolare dagli Usa, Canada, Cina, Corea, Eau, Australia, Argentina



I mercati europei dai quali ci si attende una risposta positiva sono quello inglese, francese, spagnolo, polacco, ungherese e paesi nordici



Un trend di stabilità o di leggera crescita è atteso per le provenienze dalla Germania, Austria, Svizzera e Belgio. In flessione il mercato russo

LA FASE CONGIUNTURALE DEL MERCATO



Stabile la domanda italiana nella prima parte dell'anno, ma tornerà a crescere nel periodo estivo



Per l'estate 2015 avremo una maggiore distribuzione dei flussi tra giugno e luglio. Il picco è atteso per le settimane centrali di agosto



Aumenta il budget destinato ai consumi turistici con effetti positivi sul fatturato delle imprese, stimato in aumento. Diminuisce lievemente la durata media della vacanza



Le risorse culturali della regione rimangono i principali attrattori sia dei mercati europei sia di quelli d'oltreoceano

STRUTTURA E METODOLOGIA DELL'INDAGINE



Indagine online realizzata da CST dal 28 maggio al 18 giugno 2015, alla quale ha partecipato un campione di 972 imprese rappresentative di tutte le tipologie di strutture e di offerta turistica

Campione di strutture rispondenti per tipologia ricettiva e risorsa turistica

	Arte e affari	Montagna	Balneare	Termale	Campagna e collina	Altro interesse	Totale
4 e 5 Stelle	29	2	13	8	7	5	64
3 Stelle e Rta	39	9	51	18	8	6	131
1 e 2 Stelle	17	7	19	7	6	5	61
Tot. Alberghi	85	18	83	33	21	16	256
Agriturismo	101	32	66	36	106	30	371
Extralberghiero	136	23	55	28	58	45	345
Totale	322	73	204	97	185	91	972

IL TREND DI GENNAIO-MAGGIO 2015



- Nei primi cinque mesi si totalizza in media il 25% delle presenze annuali
- Le stime indicano:
 - +2,8% gli Arrivi (4,1 mln)
 - +3,2% le Presenze (10,9 mln)



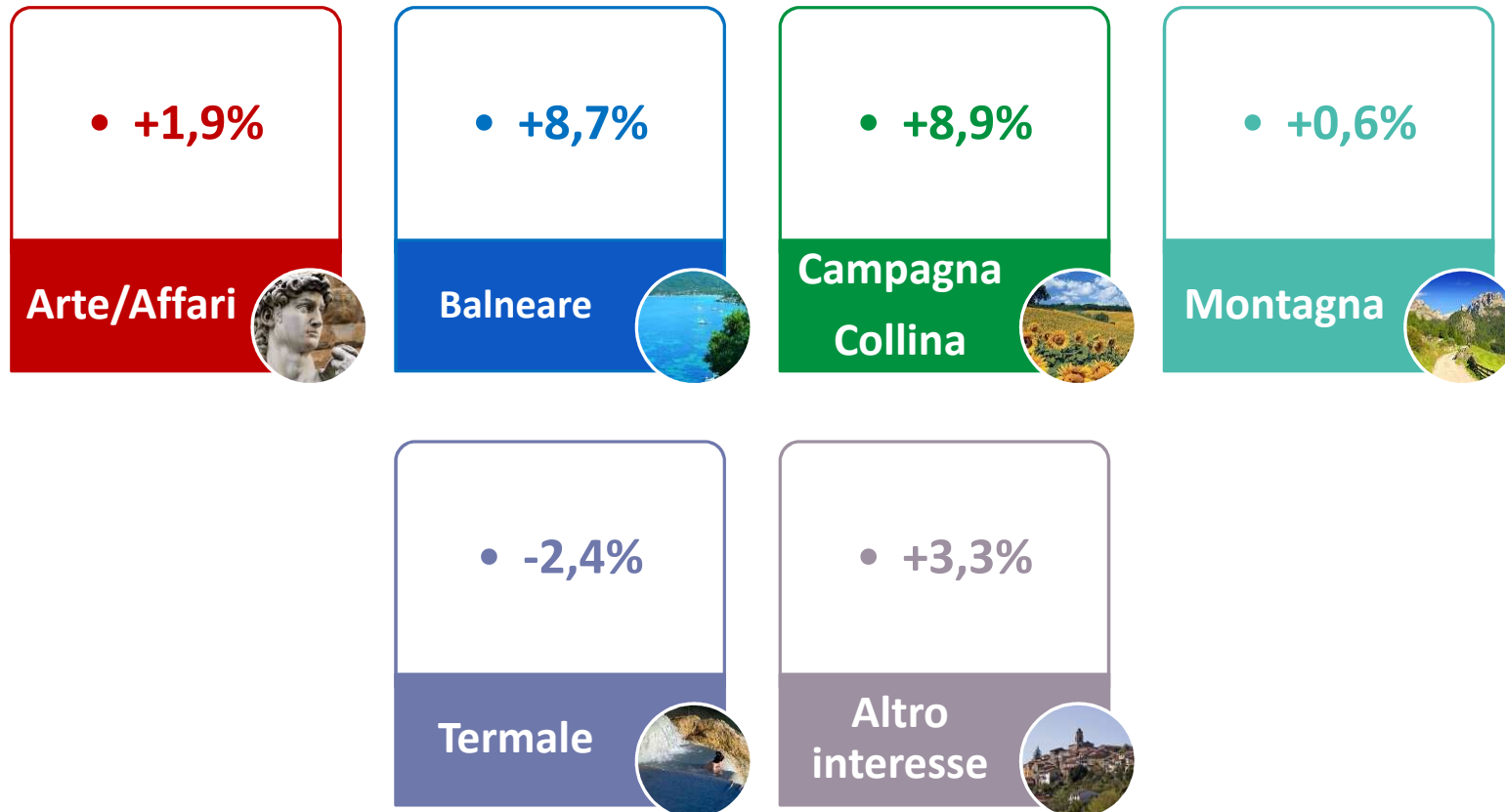
- +6,2% i pernottamenti degli stranieri (55,7% la quota di mercato)
- -0,4% i pernottamenti degli italiani (44,3% la quota di mercato)
- +358 mila presenze e +113 mila arrivi rispetto al 2014

IL TREND DI GENNAIO-MAGGIO 2015



Il 65,6% delle presenze registrate nel settore Alberghiero: +1,6%

Il 34,4% di pernottamenti nell'Extralberghiero con un +6,4%



LE PREVISIONI PER L'ESTATE 2015



**+1,8% il trend di
crescita atteso**



**+1,5% per gli italiani
+2,1% dal mercato estero**

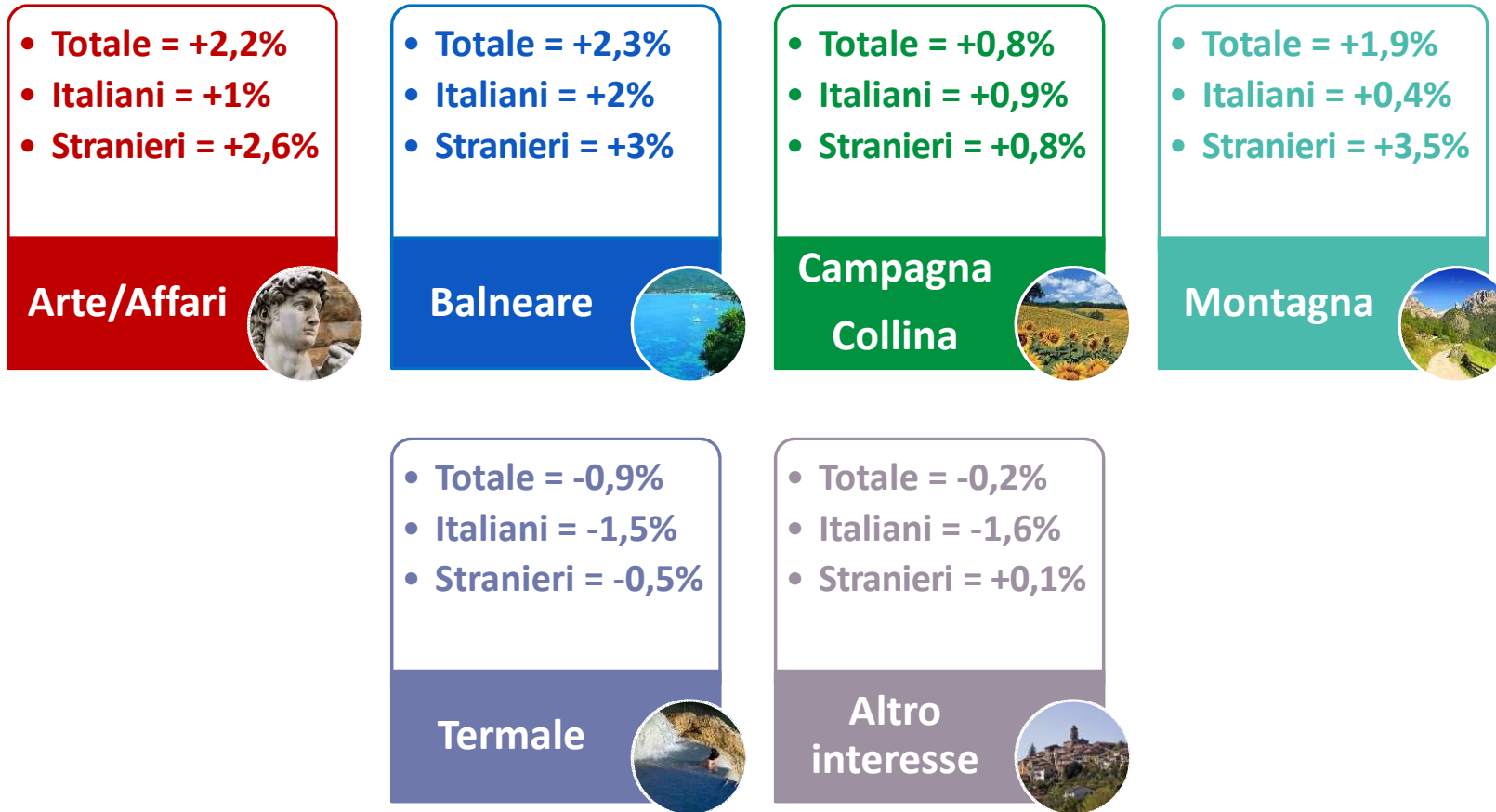
Oltre alla ripresa della domanda italiana, la Toscana si conferma meta apprezzata dagli stranieri.

La tendenza porterà al riequilibrio delle quote di mercato: 50,9% gli stranieri e 49,1% di italiani

	Var.%		
	Totale	Italiani	Stranieri
4 e 5 Stelle	4,8%	4,6%	4,9%
3 Stelle e Rta	0,0%	-0,8%	1,0%
1 e 2 Stelle	-1,8%	-0,4%	-3,7%
Tot. Alberghi	1,9%	0,8%	2,8%
Agriturismo	0,9%	0,4%	1,1%
Extralberghiero	1,9%	2,2%	1,6%
Totale	1,8%	1,5%	2,1%

LE PREVISIONI PER L'ESTATE 2015

Le stime per risorsa turistica del trimestre estivo



Per il mercato italiano emergono aspettative non omogenee: chiari segnali di crescita solo per le aree del balneare, centri/città d'arte e campagna/collina

I PRODOTTI EMERGENTI: Grande opportunità per la Toscana

Cresce la domanda dei prodotti emergenti o di aspetti poco conosciuti dei luoghi. Tour tematici dalla gastronomia al golf, raduni di communities ed escursioni attive, che muovono soprattutto un mercato più giovane

Il 18,4% degli imprenditori intervistati ha colto i segnali del mercato e ha già adattato la sua offerta su particolari nicchie

Chi ha adattato l'offerta si è orientato al food experience, cicloturismo, famiglie, turismo sportivo, naturalistico e ambientale

Il 6% ha scelto di non modificare il posizionamento dell'azienda

Il 56,7% preferisce continuare a offrire un servizio indifferenziato

L'offerta è stata adattata soprattutto dagli hotel (1-2 stelle)

Il 18,9% degli intervistati ha dichiarato che lo farà in futuro

I PRODOTTI EMERGENTI: Grande opportunità per la Toscana

Le tendenze del cicloturismo in Toscana secondo gli intervistati



550 percorsi in tutta la regione e 300 strutture attrezzate; la stagionalità va da aprile a ottobre



Il cicloturista "fai da te" ha una spesa media di 40/60 € al giorno; spesso è italiano e pianifica con Internet il viaggio



Il cicloturista intermediato, spesso straniero, predilige i *Tours* di 6/8 gg 150/450 € la spesa media giornaliera



Per il 34,7% degli intervistati sarà in aumento nei prossimi anni. Il 45,3% non ha fornito indicazioni. Il 20% prevede stabilità o flessione

I PRODOTTI EMERGENTI : Grande opportunità per la Toscana

Le tendenze del prodotto «Via Francigena» secondo gli intervistati



Un'offerta distribuita lungo 380 Km di strade che attraversano 39 comuni. Oltre 1.000 strutture ricettive (25 *Francigena Friendly*). Emerge la scarsa attitudine alla promo/commercializzazione e spesso manca la cognizione del prodotto



Il 19,8% degli intervistati prevede un trend di aumento. Il 60,7% non ha fornito indicazioni.

Tra gli operatori turistici dei comuni attraversati dalla Via Francigena, ben il 40,8% non ha espresso valutazioni

I PRODOTTI EMERGENTI: Grande opportunità per la Toscana

Le tendenze del prodotto Destination Wedding secondo gli intervistati



1.963 coppie straniere hanno celebrato il matrimonio in Toscana nel 2014. Oltre 94mila arrivi e 405mila presenze per una spesa di circa 107,6 mln di €.

2.800 gli operatori del settore



Le coppie sono giunte dal Regno Unito (39,7%), Usa (15,4%), Australia (6,8%), Olanda (4,3%), Germania (3,8%), Irlanda (3,6%), Canada (3,3%), Norvegia (3%), Brasile (2,6%) e Russia (2,4%)



Spesso lo stesso evento coinvolge strutture e operatori di località regionali diverse con grande trasversalità del mercato



Il 21,4% degli intervistati prevede un aumento del mercato, mentre il 55,8% non ha fornito indicazioni. Il 22,8% prevede stabilità o flessione

I PRODOTTI EMERGENTI: Grande opportunità per la Toscana

Il trend del Turismo del vino secondo gli intervistati



Gli arrivi turistici mondiali del comparto enoturistico sono stimati in 20 mln, di cui solo 3 mln verso l'Italia



La Toscana trova nel *Wine Tourism* una naturale espressione del proprio potenziale turistico. È da anni la principale destinazione europea



È un viaggio esperienziale che si rivolge ad un sistema di offerta di eccellenza. 65 *Wine Resort*, di cui 15 extra-lusso e 50 categoria lusso



Gli operatori stimano una crescita significativa del segmento. Il 30,9% prevede un aumento, il 42,9% non esprime indicazioni. Il 26,2% prevede stabilità o flessione