



TREND DEL TURISMO

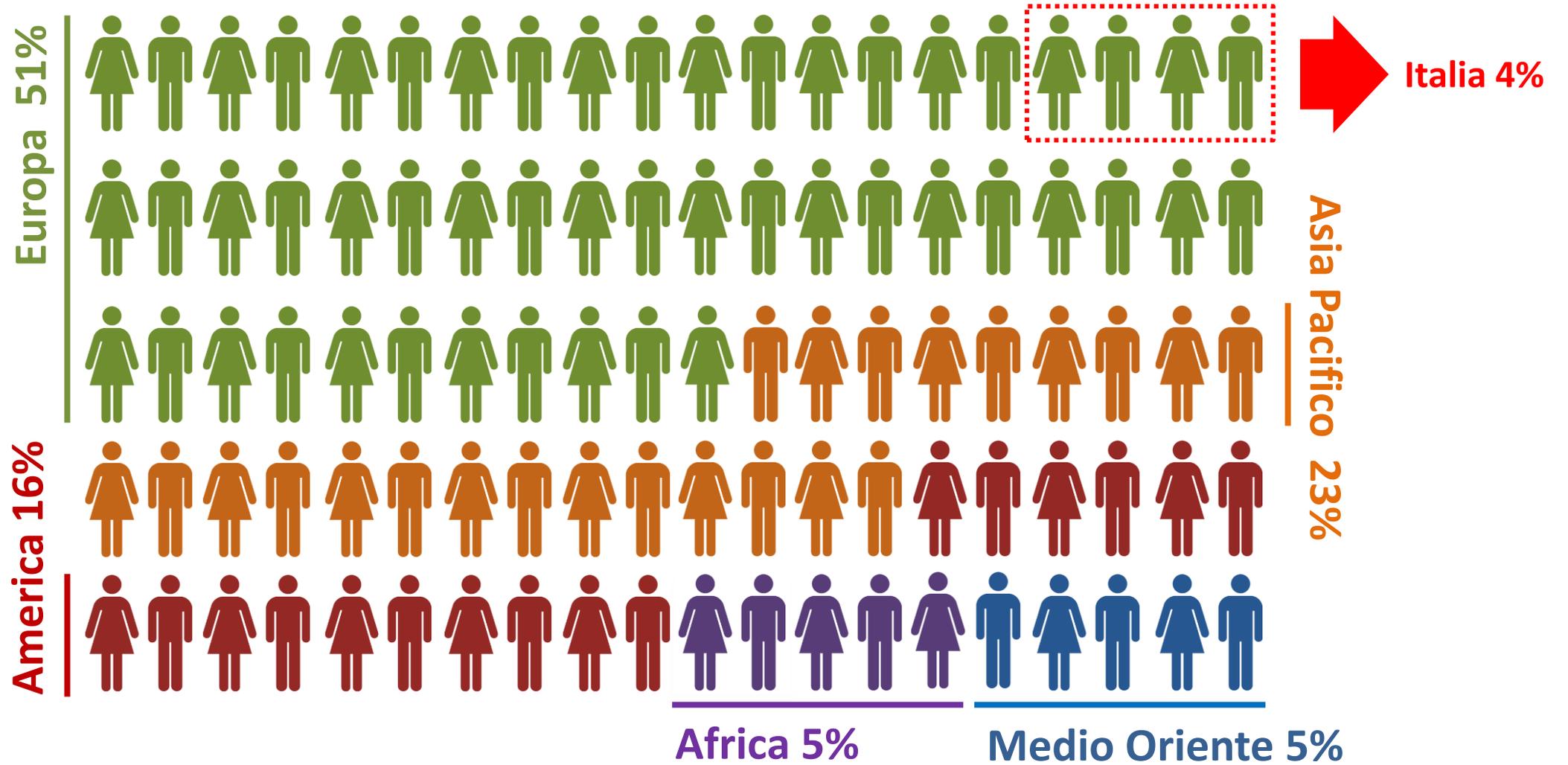
Matteo Montebelli

Centro Studi Touring Club Italiano



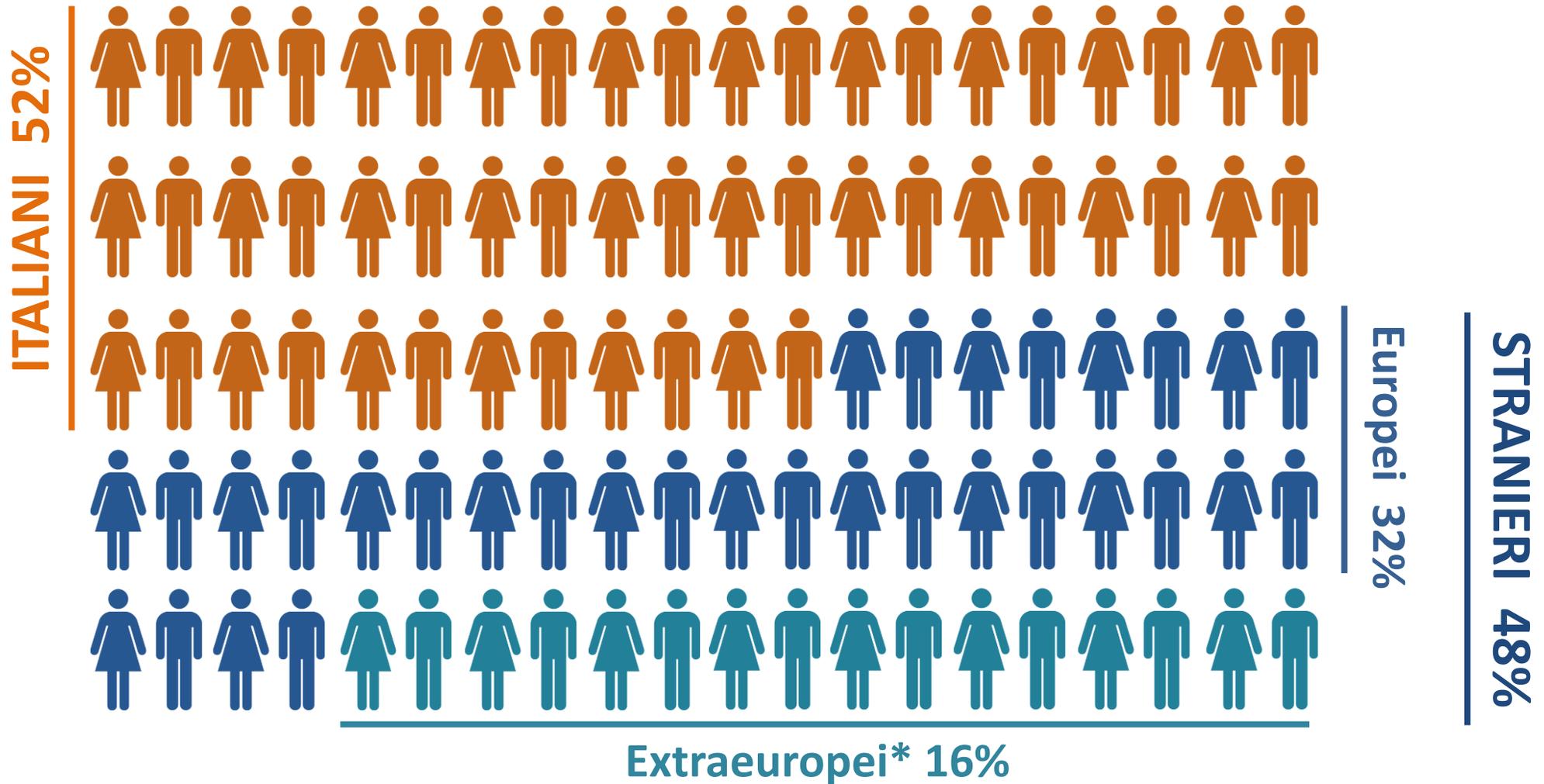
Touring Club Italiano

IL TURISMO NEL MONDO: macroaree di destinazione



Arrivi internazionali per macroarea di destinazione – 2015 (%)

IL TURISMO IN ITALIA: composizione del mercato



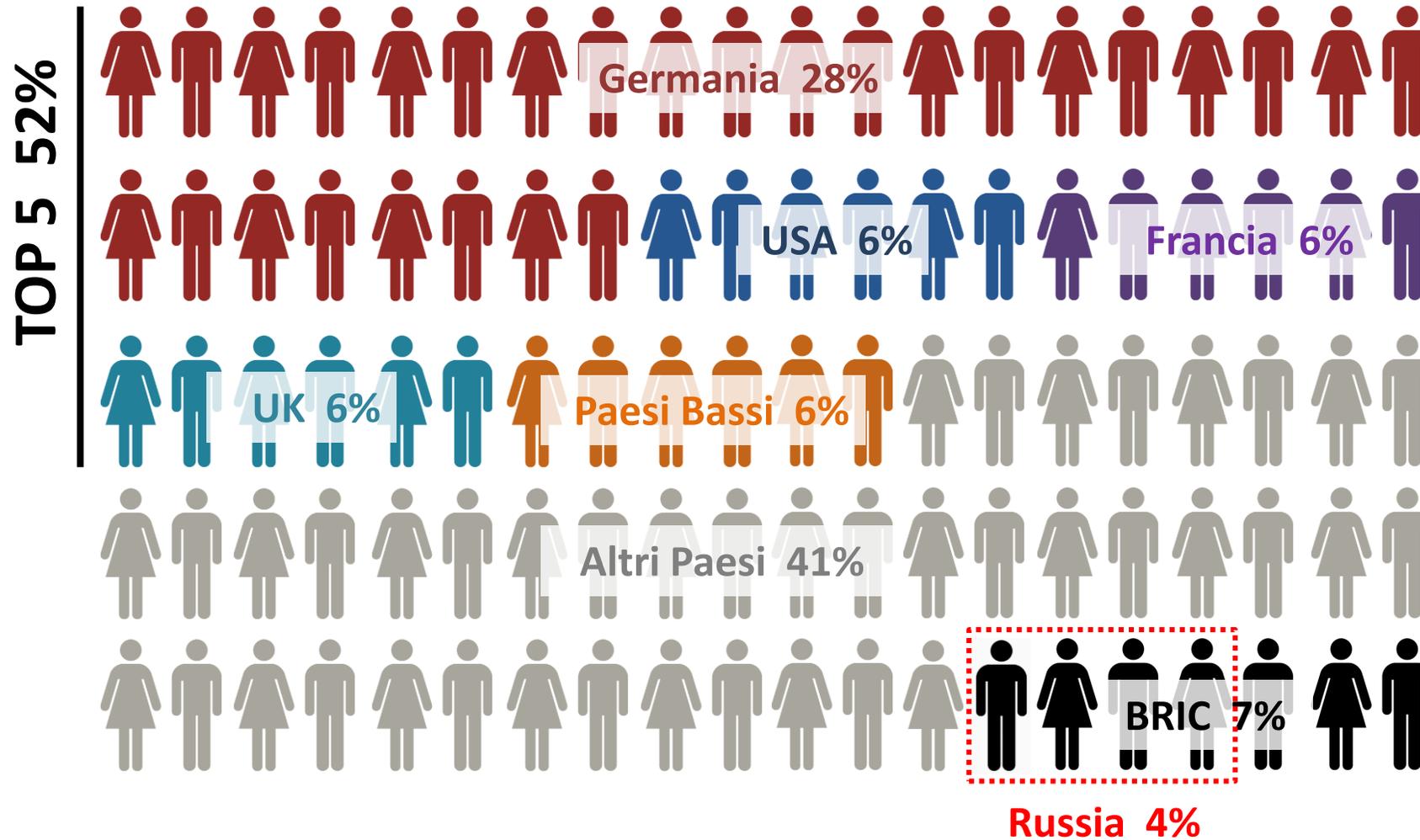
* Compresi russi e turchi.

Arrivi per Paese/macroarea di provenienza – 2014 (%)

Fonte: Istat



IL TURISMO IN ITALIA: composizione del mercato incoming



Presenze per Paese di provenienza – 2014 (%)

TREND 1: IL TURISMO CRESCERÀ A RITMI ELEVATI

«Una crescita media annua superiore al 3%»

2030

1,8 mld

arrivi internazionali

- ✓ Aumenterà la propensione al viaggio internazionale di chi già oggi fa turismo
- ✓ Si amplierà la base dei viaggiatori



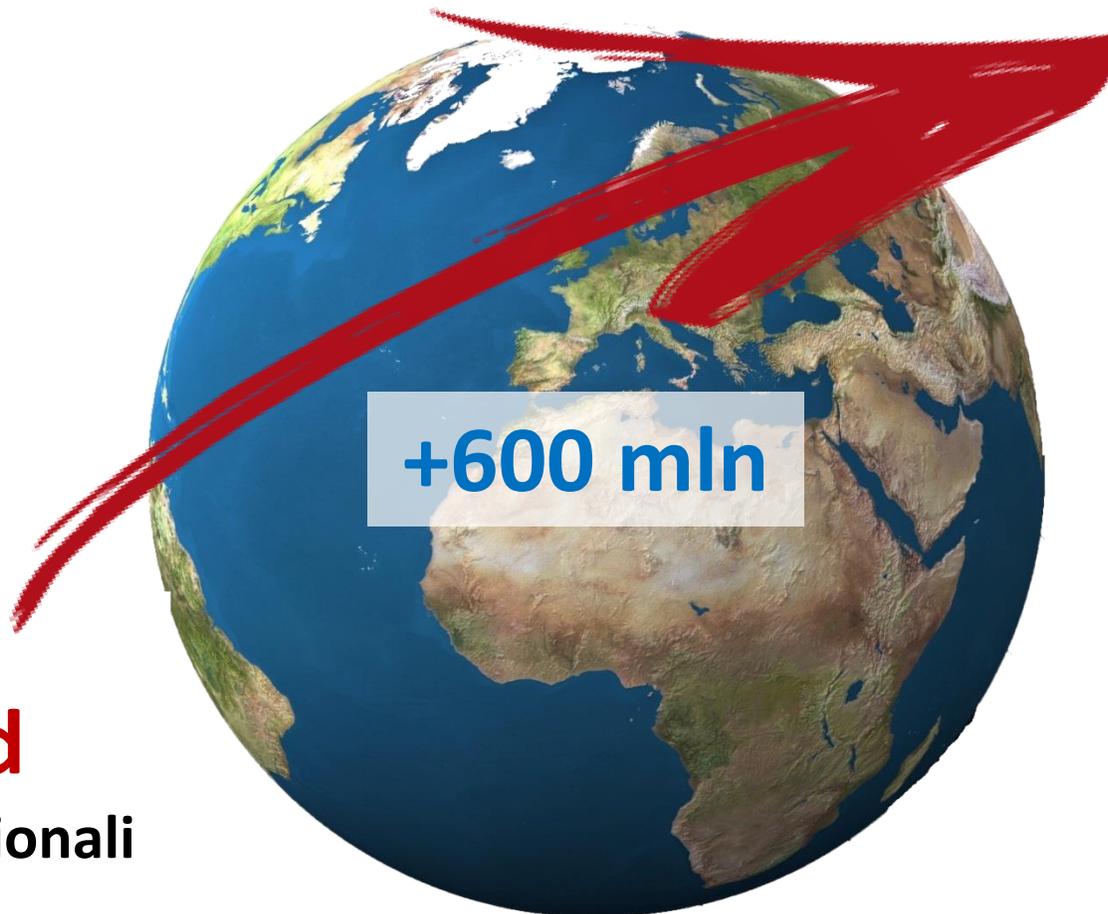
Ruolo fondamentale



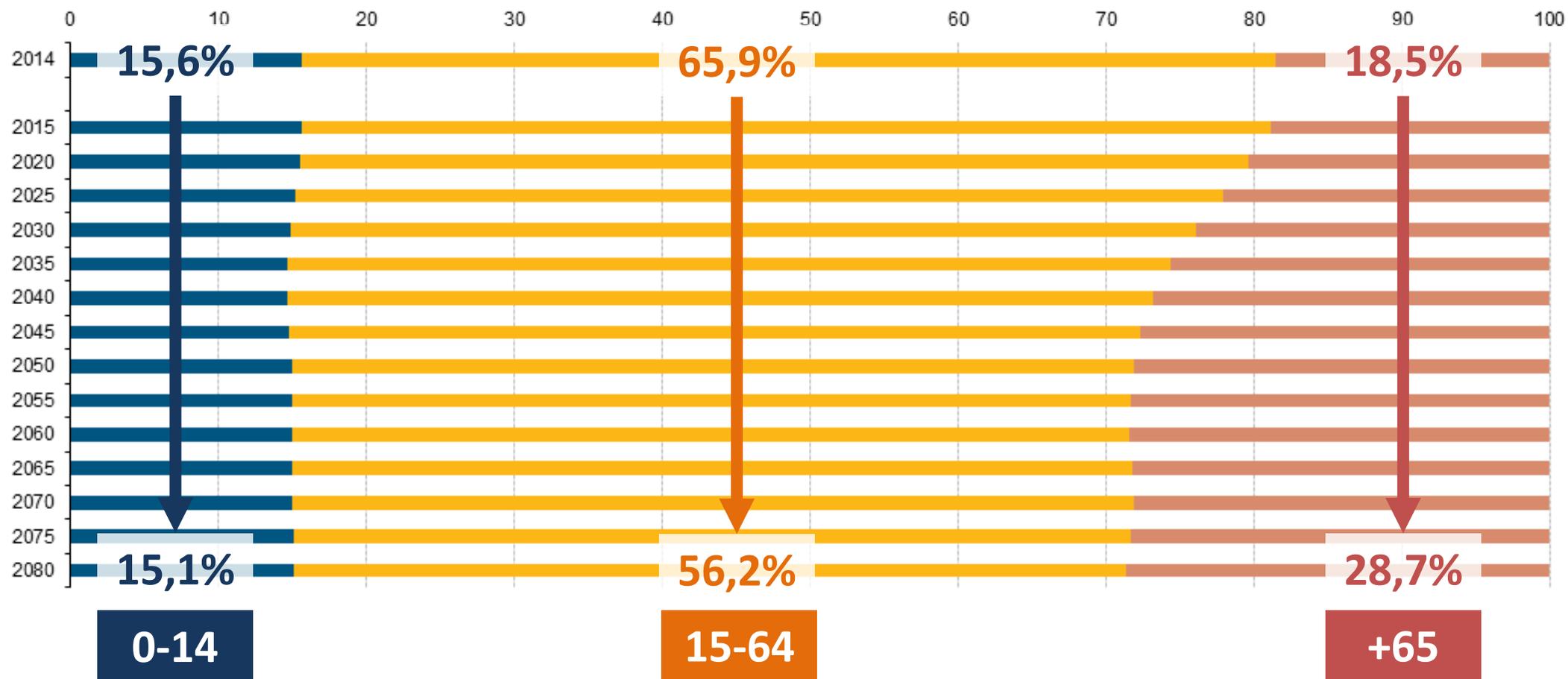
2016

1,2 mld

arrivi internazionali



TREND 2: CAMBIERÀ LA STRUTTURA DEMOGRAFICA

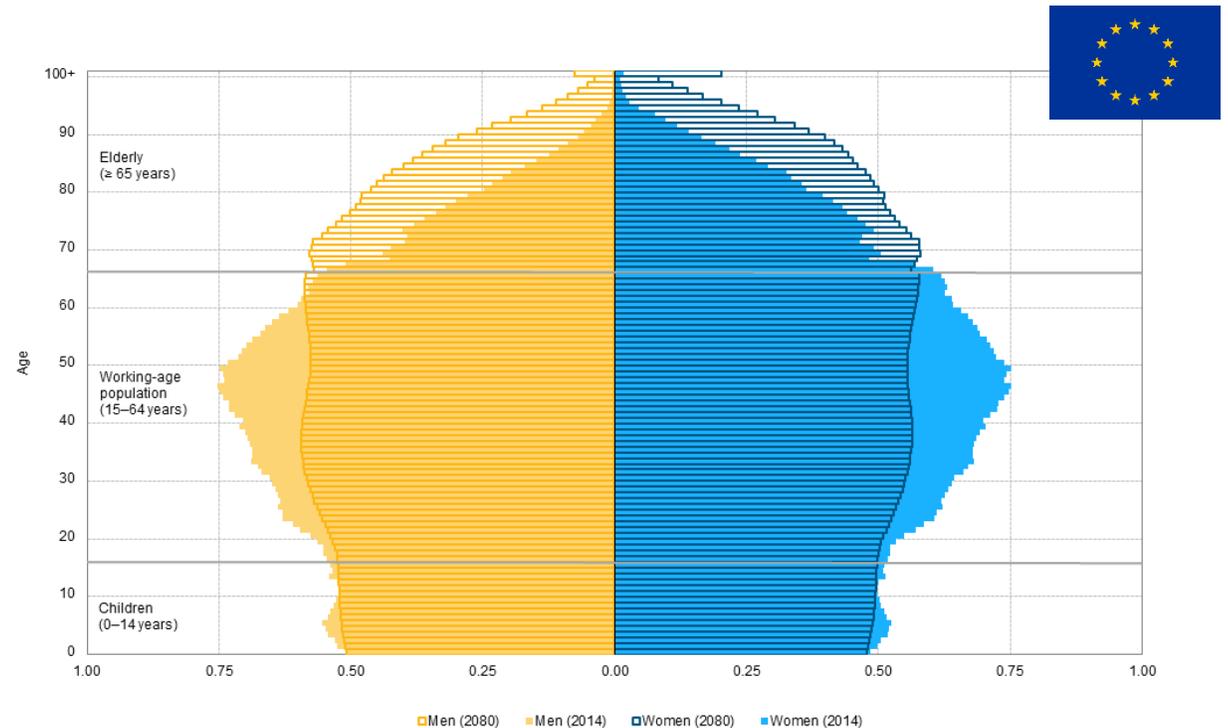


TREND 2: CAMBIERÀ LA STRUTTURA DEMOGRAFICA

- ✓ Aumenterà il target dei senior (+55 mln)
- ✓ Diminuirà la fascia della popolazione attiva (-41 mln)

«La popolazione sarà sempre più anziana: un'opportunità ma anche una minaccia per il turismo»

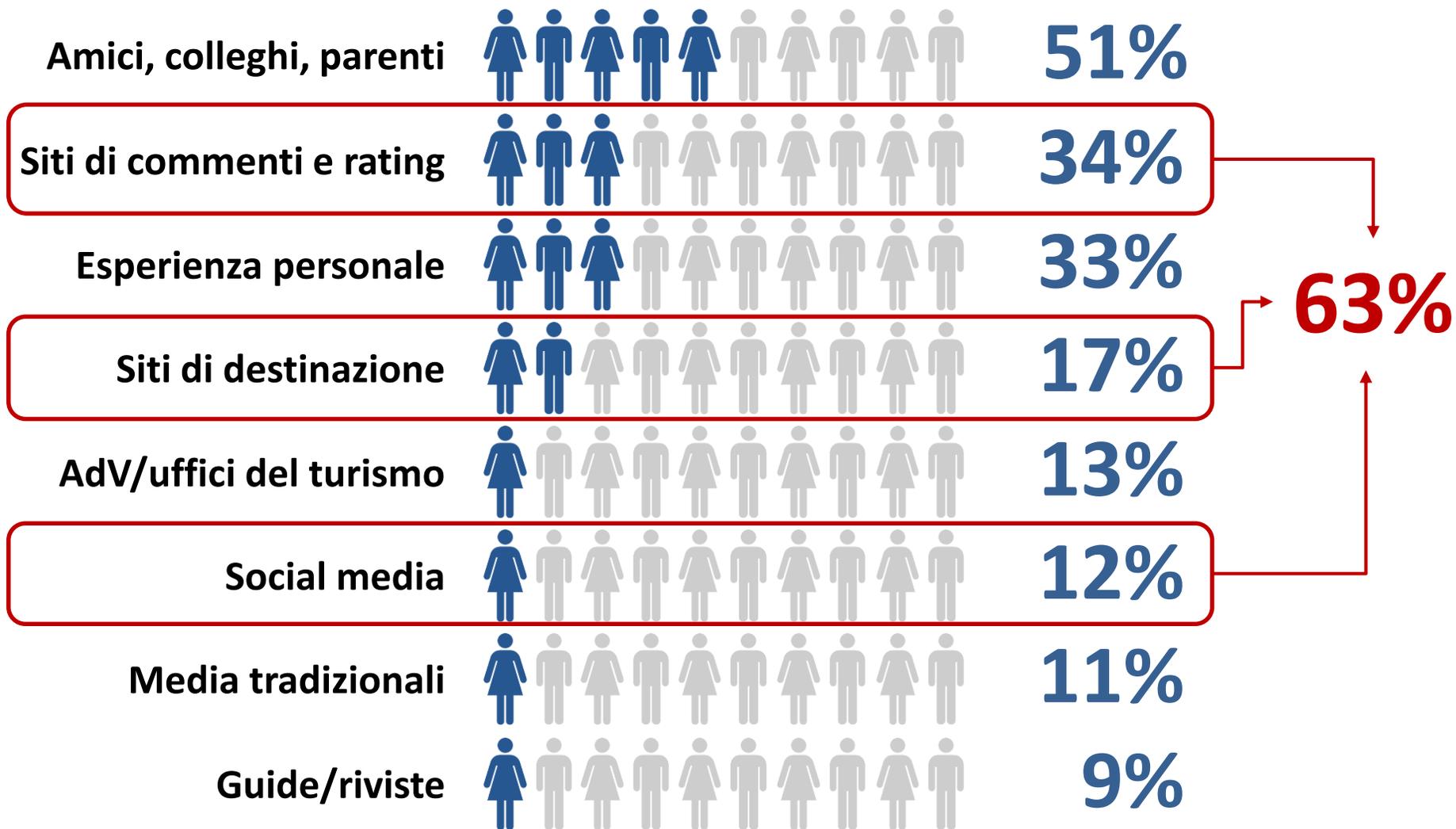
| 2014 | | 2080 | Δ |
|---------|-------|---------|----------|
| 508 mln | TOT | 520 mln | +12 mln |
| 79 mln | 0-14 | 79 mln | -0,4 mln |
| 334 mln | 15-64 | 293 mln | -41 mln |
| 94 mln | +65 | 149 mln | +55 mln |



TREND 3: IL RUOLO DELLA RETE



«Il mix di web e relazioni è la fonte di ispirazione principale»



Fonti informative per il viaggio – 2016 (% , possibili più risposte)



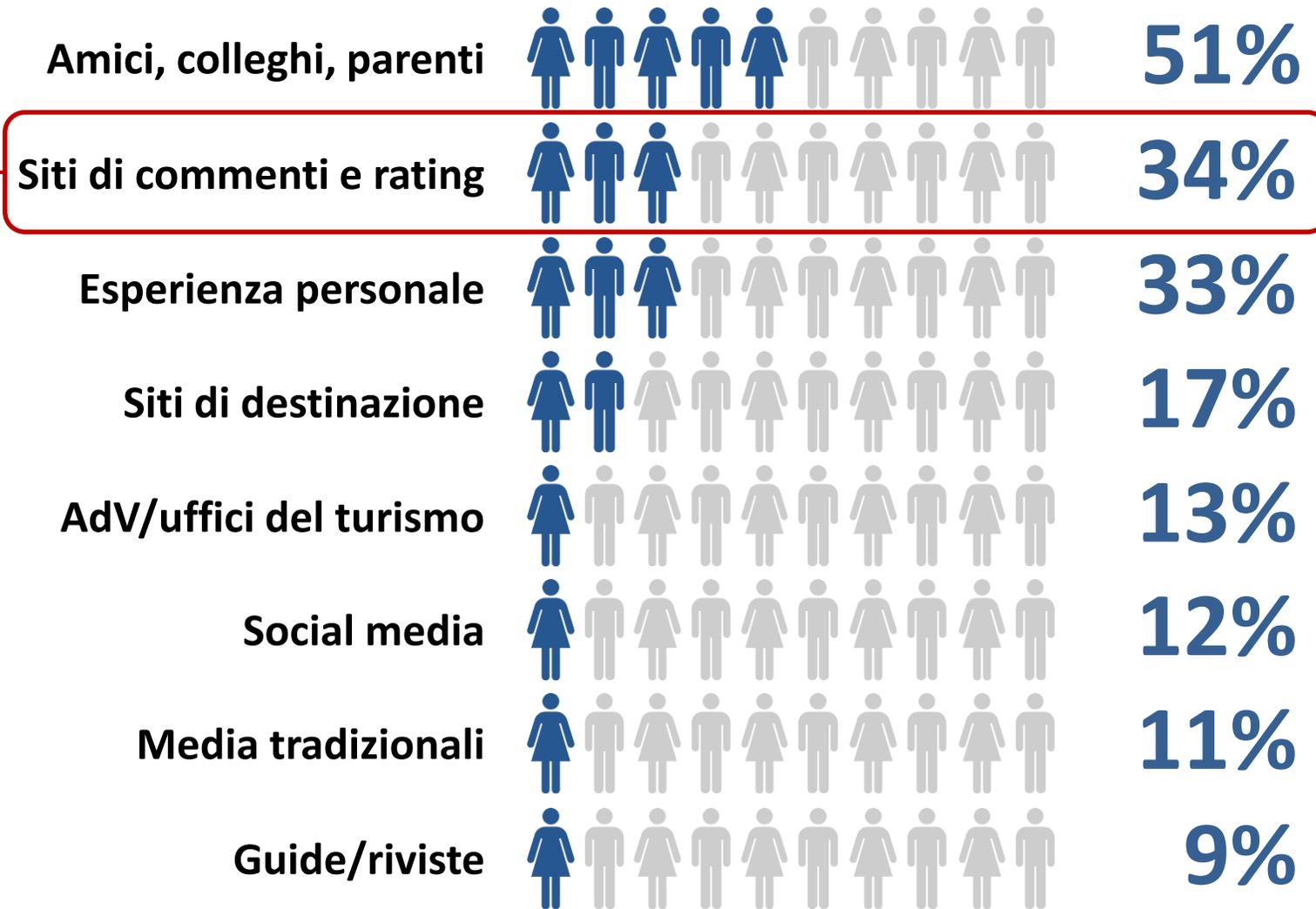
TREND 3: IL RUOLO DELLA RETE



**«Valore
crescente della
reputation»**



**Esiste a prescindere,
anche se non la gestiamo
attivamente, per questo è
importante lavorarci!**

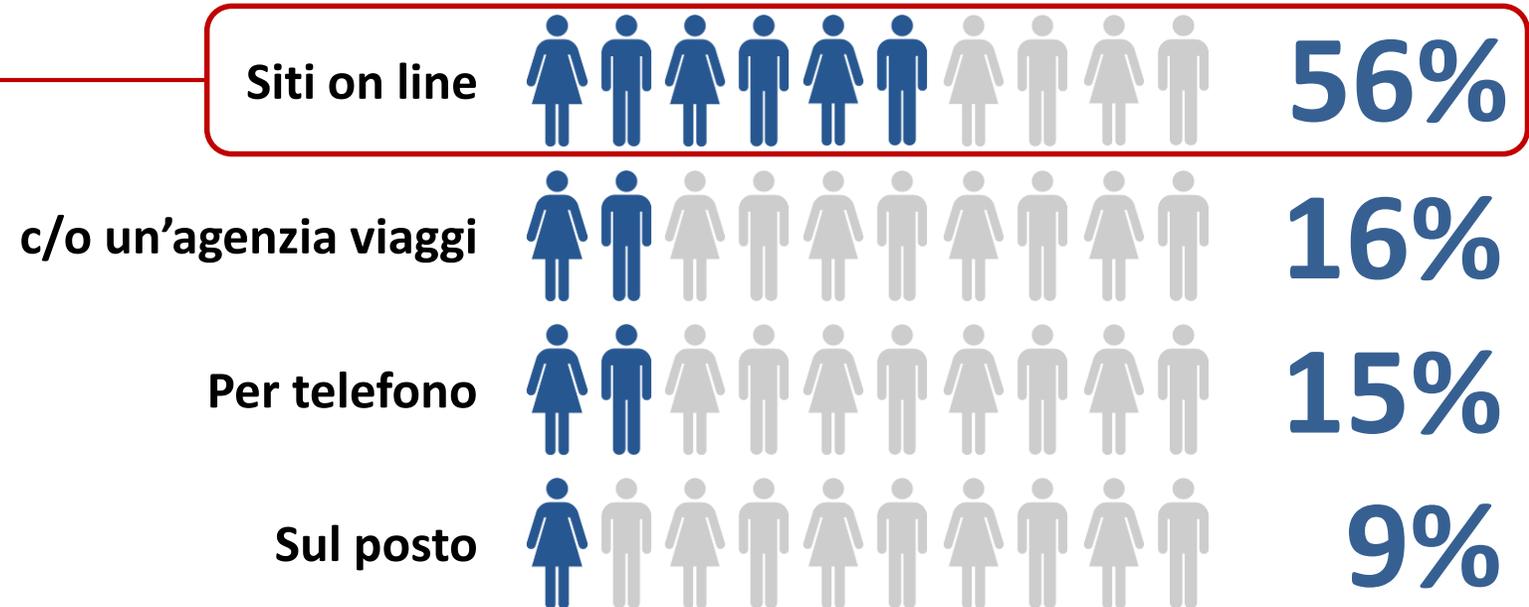


Fonti informative per il viaggio – 2016 (% , possibili più risposte)

TREND 3: IL RUOLO DELLA RETE



**«Il web si conferma
il principale canale
di prenotazione di
una vacanza»**



Principali modalità di prenotazione della vacanza – 2016 (% , possibili più risposte)

TREND 3: IL RUOLO DELLA RETE



«L'e-commerce è una realtà consolidata»

Ha comprato beni e servizi on line*



Abbigliamento, sport



Turismo



Articoli per la casa

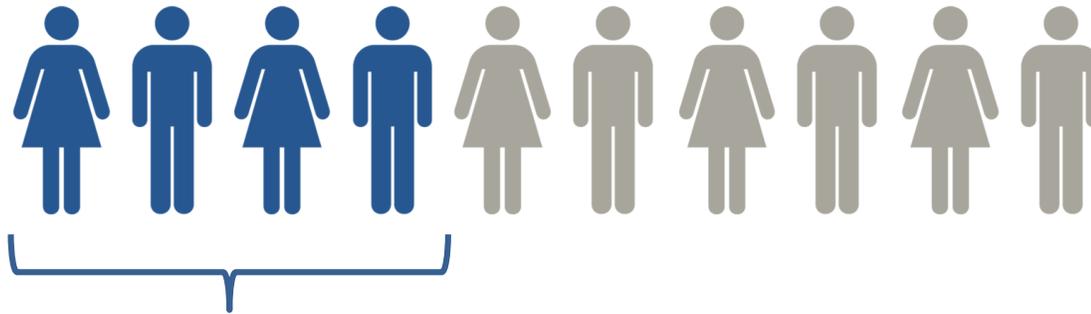


* Dati 2015 riferiti ai comportamenti della popolazione UE 28 tra i 16 e i 74 anni nei 12 mesi precedenti.



TREND 4: ATTENZIONE ALLE TEMATICHE AMBIENTALI

«La sostenibilità costituirà un elemento molto importante per la scelta del viaggio»



40%

Specifiche politiche delle imprese ricettive

Influenzati nella scelta di viaggio da almeno un fattore di sostenibilità

Politiche di destinazione (protezione, misurazione impatti ecc.)

Certificazioni ambientali

Politiche di mobilità (es. presenza di mezzi poco inquinanti ecc.)

TREND 5: CAMBIAMENTI CLIMATICI



**Surriscaldamento
del Pianeta**



*Estate sempre
più calde*

*Scarsità di
precipitazioni*

**Cambiamenti
climatici**

Inverni miti

*Fenomeni
eccezionali ricorsivi*

Quale futuro per il
turismo montano?

Quale futuro per il
turismo balneare?



**Conseguenze sulle
motivazioni di viaggio
e sui prodotti**

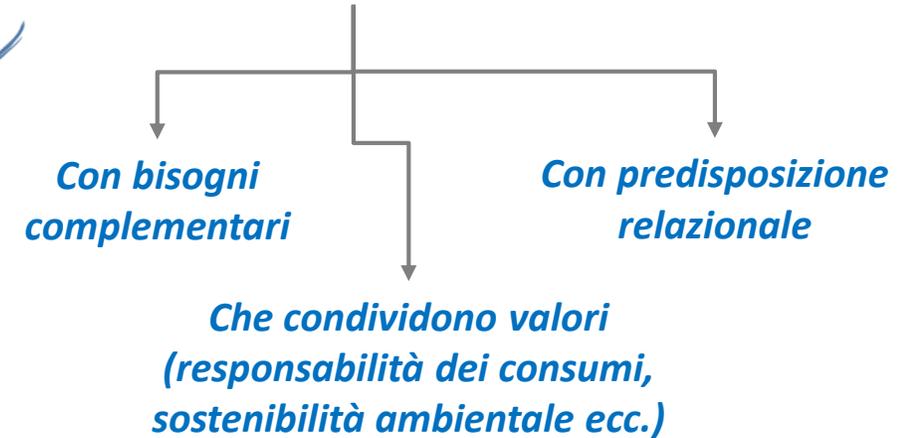


TREND 6: SHARING ECONOMY

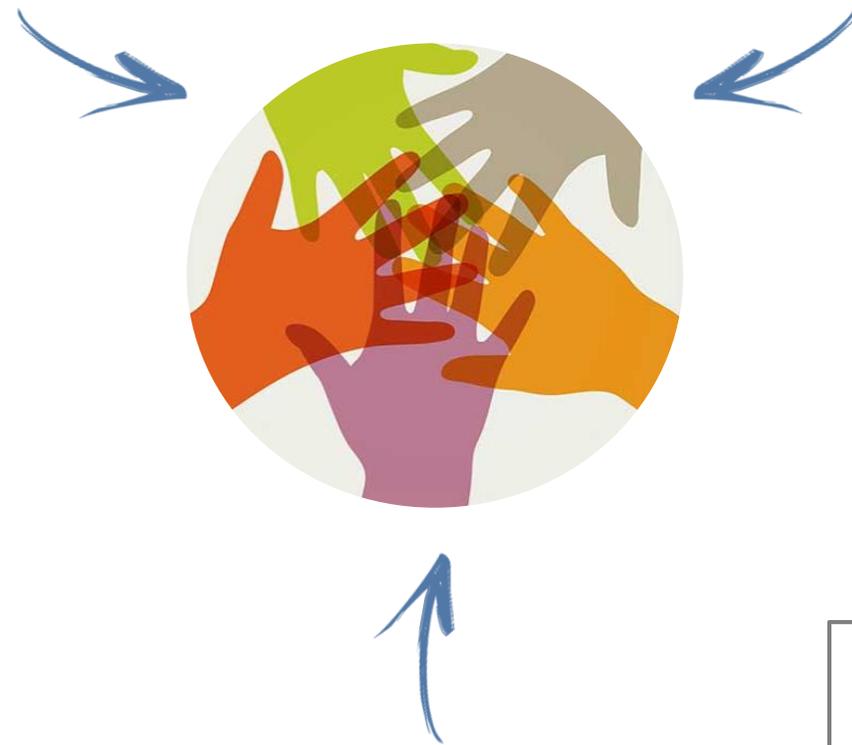
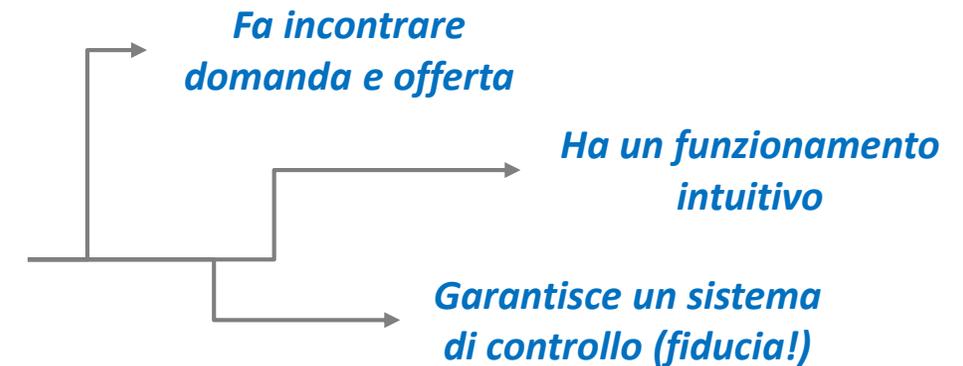
Accesso vs possesso



Reti di individui



Tecnologia abilitante (piattaforme)



TREND 6: SHARING ECONOMY

Gli effetti sul turismo

Innovazione
Nuovi mercati per
prodotti/servizi che altrimenti
non si sarebbero sviluppati

Nuove destinazioni
Sviluppo del turismo in territori
in cui sarebbe stato impossibile
(per assenza di infrastrutture)



**Rapporto più stretto tra
turisti e residenti**
Il turismo fa proprio il
concetto di comunità

Territorio
Sviluppo di microeconomie locali e
ampliamento della definizione di
«operatore turistico»

«Dalla ricettività all'accoglienza»