### Conferenza del turismo italiano Genova, 20-21 Settembre 2004

### I FUTURI SCENARI DEL TURISMO INTERNAZIONALE VERSO L'ITALIA

**Relatrice: Mara Manente** 

A cura del CISET - Università Cà Foscari su incarico del Coordinamento degli Assessori al turismo delle Regioni e delle Province autonome nell'ambito del progetto "Sviluppo delle politiche interregionali del turismo"



# LE PERFORMANCE TURISTICHE DELL'ITALIA E DEI PRINCIPALI CONCORRENTI

**PROSPETTIVE AL 2005 E OLTRE** 

#### LE TENDENZE IN ITALIA

Vanno modificandosi le condizioni di "tradizionale paese di destinazione"



- E' in atto una differenziazione del portfolio: crescono i mercati internazionali emergenti
- Sono a rischio alcuni mercati e segmenti considerati consolidati
- La competitività tende a giocarsi su singole destinazioni più che a livello di "sistema paese"
- L'economia turistica rimane a forte concentrazione territoriale

### PERFORMANCE TURISTICHE DELL'ITALIA RISPETTO AI PAESI CONCORRENTI. 1985-2005

#### **Indicatori utilizzati**

Quota di mercato in termini di flussi (arrivi nel paese sul totale mondo)	misura la capacità di attrazione del paese a livello internazionale
Quota di mercato in termini economici (entrate nel paese sul totale mondo)	misura il guadagno del paese derivante dal turismo internazionale
Entrate inbound/spese outbound	misura la capacità delle entrate di coprire le spese del turismo verso l'estero e quindi di mantenere un saldo positivo della bilancia turistica
Quota arrivi inbound sul totale turismo interno	misura il grado di internazionalizzazione del turismo nel paese
Entrate inbound su PIL	misura l'apporto del turismo internazionale alla ricchezza del paese
Prezzi al consumo su prezzi turistici	misura il costo dei beni e dei servizi turistici rispetto all'andamento dell'inflazione

### PERFORMANCE TURISTICHE DELL'ITALIA RISPETTO AI PAESI CONCORRENTI

#### La dinamica 1985-2005

	Italia	Francia	Spagna	Grecia	Portogallo
Quota di mercato flussi		=	-	=	+
Quota di mercato entrate		+	-	+	+
Turismo inbound/ Turismo outbound		=		=	
Turismo inbound/ turismo interno	+	++	=	=	++
Turismo inbound/PIL	=	+	=	++	+
Prezzi consumo/ prezzi turistici	-	-	=	=	=





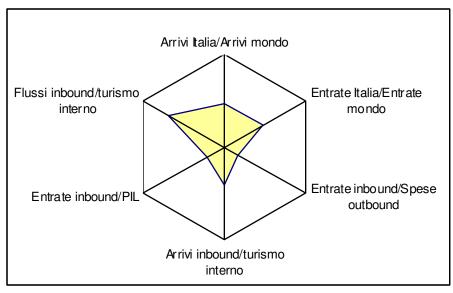
#### ITALIA. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985

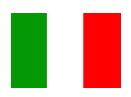
	1985	2005
Quota di mercato in termini di flussi	7,6%	5,5%
Quota di mercato in termini di entrate	7,4%	5,7%
Entrate inbound/spese outbound	3,8	1,5
Quota arrivi inbound sul totale turismo interno	29,2%	32,9%
Entrate inbound su PIL	2,1%	2,6%
Prezzi al consumo su prezzi turistici	0,9	0,7



- in diminuzione la capacità di attrazione e soprattutto la quota di entrate sul mercato mondiale, rispetto ai concorrenti
- si dimezza la capacità delle entrate di compensare l'aumento delle uscite derivanti dal turismo degli italiani all'estero
- in leggero aumento il grado di internazionalizzazione della domanda interna e l'incidenza delle entrate sul PIL
- Crescono, in misura superiore ai paesi concorrenti, i prezzi dei beni e dei servizi turistici

#### ITALIA. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985





#### **PROSPETTIVE AL 2005**

Score (1-100): 16

#### **SITUAZIONE NEL 1985**

Score (1-100): 25

Arrivi Italia/Arrivi mondo

Flus si inbound/turis mo interno

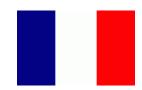
Entrate Italia/Entrate mondo

Entrate inbound/Spese outbound

Arrivi inbound/turismo interno

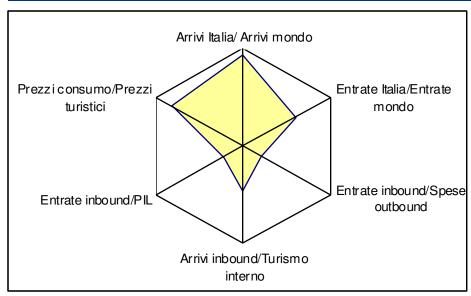
#### FRANCIA. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985

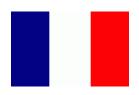
	1985	2005
Quota di mercato in termini di flussi	11,2%	11,1%
Quota di mercato in termini di entrate	6,7%	7,2%
Entrate inbound/spese outbound	1,7	1,8
Quota arrivi inbound sul totale turismo interno	26,4%	36,9%
Entrate inbound su PIL	1,5%	2,7%
Prezzi al consumo su prezzi turistici	1,0	0,9



- stabile la capacità di attrazione, mentre aumenta la quota di entrate sul tot. mondiale
- le crescita delle entrate compensa le uscite derivanti dal turismo dei francesi all'estero
- in forte crescita l'incidenza del turismo internazionale sul turismo interno e il peso delle entrate da turismo inbound sul PIL
- leggero aumento dei prezzi dei beni e dei servizi turistici rispetto all'inflazione

#### FRANCIA. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985



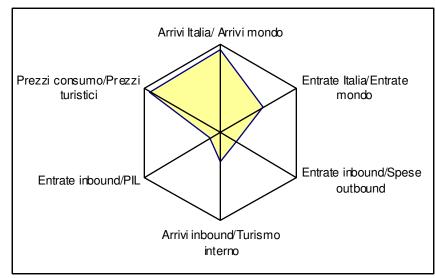


#### **PROSPETTIVE AL 2005**

Score (1-100): 30

#### **SITUAZIONE NEL 1985**

Score (1-100): 29



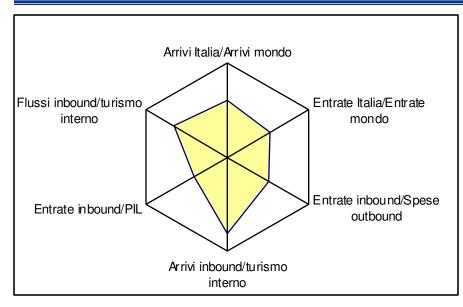
#### SPAGNA. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985

	1985	2005
Quota di mercato in termini di flussi	8,4%	7,4%
Quota di mercato in termini di entrate	6,9%	6,3%
Entrate inbound/spese outbound	8,1	4,3
Quota arrivi inbound sul totale turismo interno	63,7%	65,1%
Entrate inbound su PIL	4,9%	4,9%
Prezzi al consumo su prezzi turistici	0,7	0,7



- in leggera flessione la capacità di attrazione e la quota di entrate sul totale mondiale
- in calo significativo, come in Italia, la capacità delle entrate di compensare l'aumento delle uscite derivanti dal turismo degli spagnoli all'estero
- stabile l'incidenza del turismo estero sul turismo interno e il peso delle entrate sul PIL
- Invariato l'andamento dei prezzi dei beni e dei servizi turistici rispetto all'inflazione

#### SPAGNA. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985



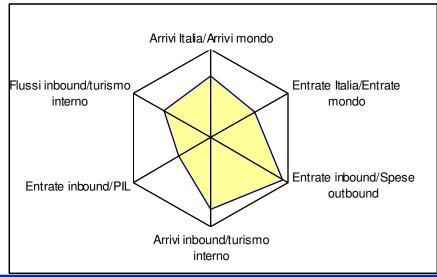


#### **PROSPETTIVE AL 2005**

Score (1-100): 33

#### **SITUAZIONE NEL 1985**

Score (1-100): 45



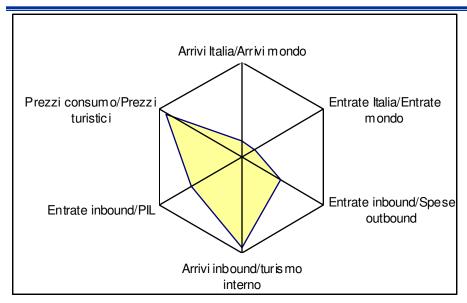
#### GRECIA. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985

	1985	2005
Quota di mercato in termini di flussi	2,0%	2,1%
Quota di mercato in termini di entrate	1,2%	1,9%
Entrate inbound/spese outbound	3,9	4,0
Quota arrivi inbound sul totale turismo interno	76,1%	75,8%
Entrate inbound su PIL	4,2%	7,2%
Prezzi al consumo su prezzi turistici	1,1	1,0



- stabile la capacità di attrazione, mentre aumenta la quota di entrate sul totale mondiale
- sale leggermente, a differenza dei concorrenti, la capacità delle entrate di compensare l'aumento delle uscite derivante dal turismo dei greci all'estero
- forte il grado di internazionalizzazione della domanda, mentre cresce in maniera significativa, rispetto ai concorrenti, l'incidenza delle entrate da turismo inbound sul PIL
- in leggera flessione i prezzi dei beni e dei servizi turistici rispetto all'inflazione

#### GRECIA. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985



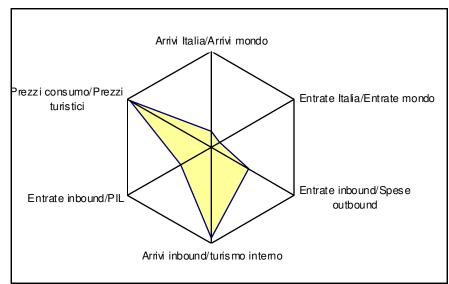


#### **PROSPETTIVE AL 2005**

Score (1-100): 30

#### **SITUAZIONE NEL 1985**

Score (1-100): 22



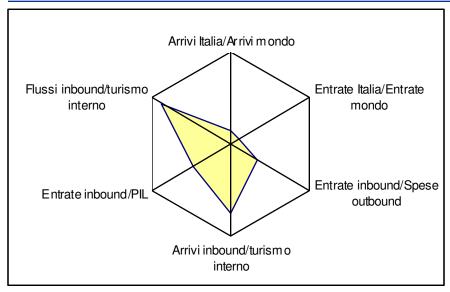
#### PORTOGALLO. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985

	1985	2005
Quota di mercato in termini di flussi	1,5%	1,8%
Quota di mercato in termini di entrate	1,0%	1,2%
Entrate inbound/spese outbound	4,8	2,8
Quota arrivi inbound sul totale turismo interno	54,8%	60,0%
Entrate inbound su PIL	3,9%	5,7%
Prezzi al consumo su prezzi turistici	1,0	1,0



- in leggero aumento la sua capacità di attrazione, mentre tende a flettere la quota di entrate sul totale mondiale
- in diminuzione la capacità delle entrate di compensare le uscite derivanti dall'aumento turismo dei portoghesi all'estero
- cresce l'incidenza della domanda estera sul turismo interno e, analogamente alla Grecia, il peso delle entrate da turismo inbound sul PIL
- stabili i prezzi dei beni e dei servizi turistici rispetto all'inflazione

#### PORTOGALLO. PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005 E CONFRONTO CON IL 1985



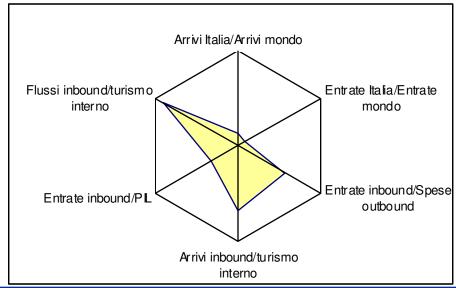


#### **PROSPETTIVE AL 2005**

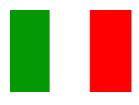
Score (1-100): 20

#### **SITUAZIONE NEL 1985**

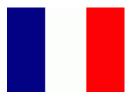
Score (1-100): 18



#### **PERFORMANCE TURISTICHE AL 2005: UNA SINTESI**



: scende l'appetibilità, aumenta l'outgoing



: difeso il ruolo di destinazione top



: i turisti domestici scoprono l'estero



: aumenta la dipendenza economica dal turismo estero



: un mercato turistico in fase di maturazione



### IL DIETRO LE QUINTE:

#### **FATTORI E TENDENZE AL 2005**

#### **PROPENSIONE A FARE TURISMO**

#### **⇒** FATTORI DI SPINTA

- **©** Riavvio del ciclo economico positivo
- **©** Ripresa della fiducia dei consumatori
- Apprezzamento dell'euro
- **○** Soluzioni "last minute"
- © Crescente ricorso al "low cost"





#### **⇒** FATTORI DI FRENO

- **Ripresa economica lenta in Europa, e comunque inferiore alle maggiori economie occidentali**
- **⊗** Debolezza del \$
- **⊗** Effetto costo del petrolio
- ⊗ Riemergere degli effetti di "sicurezza percepita"

#### IL FENOMENO DEL TRASPORTO LOW COST



- → Influenza sulla scelta della destinazione (effetto di sostituzione)
- → Ampliamento destinazioni e valorizzazione aeroporti minori
- Mutamento dei modelli di mobilità (effetto di sostituzione sul mezzo privato/treno)
- → Crescita del turismo "fai da te", business e leisure

#### LE REAZIONI DELLA DOMANDA: LE ELASTICITA' (1)

#### Elasticità delle partenze internazionali rispetto al reddito

• una variazione dell'1% del PIL comporta una variazione dell'1,05% delle partenze verso l'estero



Turismo come bene di largo consumo

#### Elasticità del movimento vs. l'Italia rispetto ai prezzi relativi

• se il costo della vacanza in Italia aumenta dell'1% rispetto a quello dei paesi concorrenti, il movimento dall'Europa verso l'Italia diminuisce del -0,2%, quello dai paesi extraeuropei del -0,7%



Ricerca attenta delle soluzioni di vacanza più convenienti Scelta accurata delle destinazioni

#### LE REAZIONI DELLA DOMANDA: LE ELASTICITA' (2)

#### Effetto "Italia"

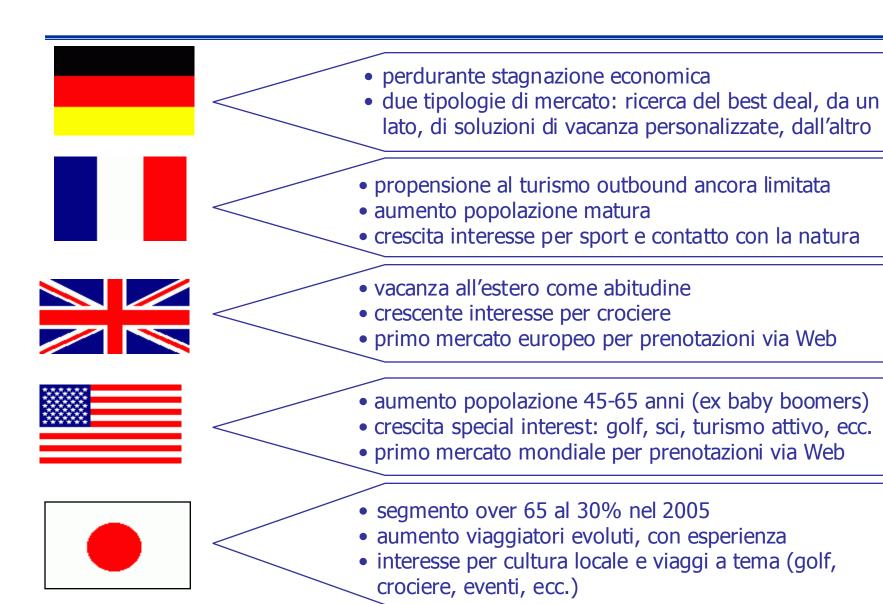
Capacità di attrazione del nostro Paese, indipendentemente dagli effetti economici

🖴 Francia, Spagna, Australia, America Latina:	5,0
♥ Centro Europa:	4,5
<b>♦ Nord Europa:</b>	3,5
♥ Resto Extra Europaa	1,5

(Scala: 1=basso a 5=alto)



#### LE TENDENZE DEI MERCATI CONSOLIDATI



### LE TENDENZE DEI MERCATI IN CRESCITA E DEI MERCATI EMERGENTI



- Flussi outbound in aumento, ma frenati dalla vocazione turistica del territorio
- Arte e cultura giocano la parte del leone
- Forte interesse per lo shopping: maggiori utilizzatori di carte di credito in Europa



- Miglioramento condizioni economiche e facilitazione ottenimento visti come spinta all'outbound
- Sviluppo stili di vita filo-occidentali
- Crescita turismo urbano, special interest, conference & incentive



- da settembre 2004 paesi UE autorizzati a fare promozione diretta in Cina
- prevale tour multidestinazione, ma cresce interesse per viaggi a tema (es. festival, eventi culturali e sportivi)
- turisti cercano panorami unici, spazi aperti, sicurezza e pulizia, destinazioni "di prestigio"



### IL DIETRO LE QUINTE:

# MOVIMENTO E FATTURATO AL 2005. DATI NAZIONALI E REGIONALI

#### LE PARTENZE INTERNAZIONALI NEL 2005

Avvio nuova fase di espansione flussi ed economia turistica, legata alla prevista ripresa dell'economia anche nell'area Euro e allo stabilizzarsi delle attuali condizioni di incertezza



- ❖ Partenze dai principali bacini di origine in crescita del 2,7%; dinamiche superiori alla media dal Nord ed Est Europa e dai paesi extra-europei, in particolare quelli del Sud-est asiatico
- ❖ Perdura la difficile situazione economica del Centro Europa e ancora al di sotto delle potenzialità le prospettive di crescita dei flussi da questi mercati

#### **LE PARTENZE INTERNAZIONALI NEL 2005**

	Valori assoluti		Comp.
	(migliaia)		
PARTENZE MONDIALI	731.583		100
di cui: PARTENZE DAI 22 PRINCIPALI PAESI	473.665	2,7	64,7
<b>Area Mediterranea</b>	77.239	3,2	10,6
<b>Europa Centrale</b>	161.471	2,4	22,1
Nord Europa	96.574	2,9	13,2
Extra Europa	138.381	2,8	18,9

Fonte: CISET

#### **TURISMO INTERNAZIONALE IN ITALIA NEL 2005**

❖ Recupero sui mercati tradizionali, in particolare extra-europei, ma la dinamica non sarà superiore all'1,6%



**❖** Perdurano le difficoltà sul mercato tedesco: ripresa ancora modesta

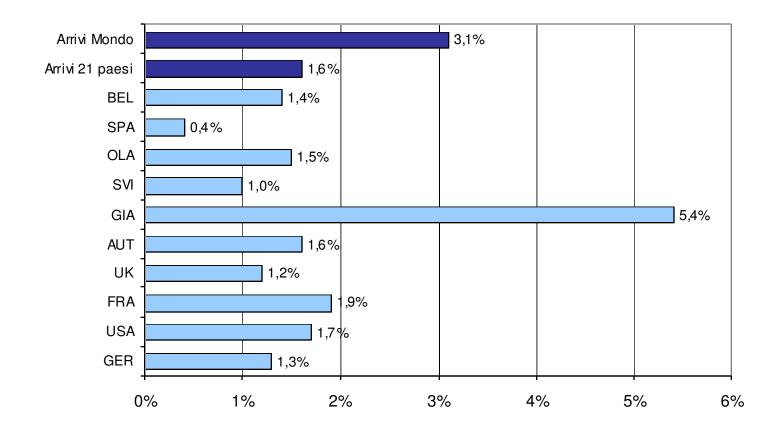
❖ Trend molto positivi per i flussi dall'Est Europa e dai paesi emergenti: saranno determinanti per riportare la crescita dei flussi mondiali intorno al +3%

#### TURISMO INTERNAZIONALE IN ITALIA NEL 2005. ARRIVI E FATTURATO

2005	ARRIVI (migliaia)	Var. %	Comp.	FATTURATO (mln Euro)	Comp. %
TOTALE MONDIALE	40.479	3,0	100	31.066	100
21 PAESI	33.360	1,6	82,6	26.144	84,1
Area Mediterranea	4.686	1,5	11,6	4.752	15,3
Europa Centrale	17.237	1,4	42,6	13.446	43,3
Nord Europa	4.336	1,7	10,7	3.184	10,5
Extra Europa	7.102	2,4	17,5	4.762	15,3

Fonte: CISET

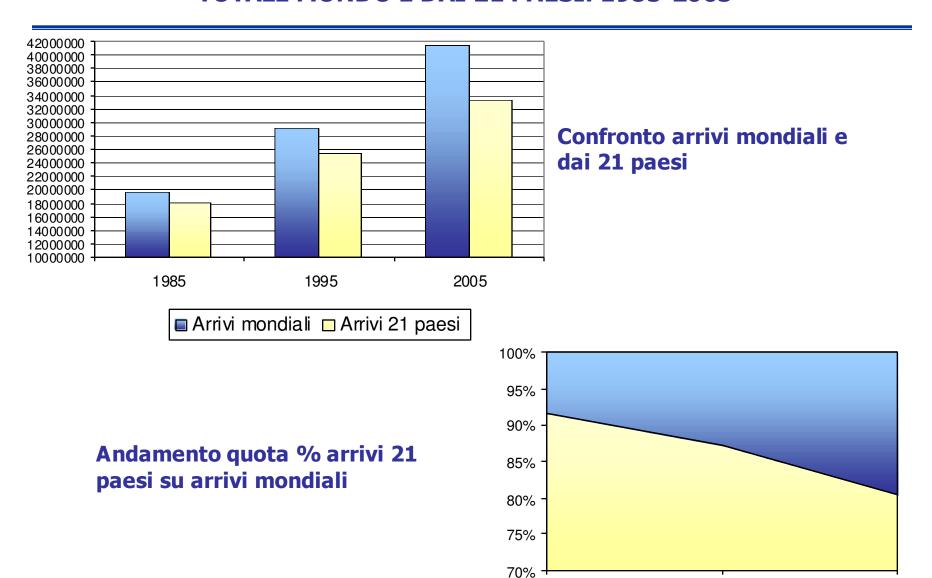
### LA DINAMICA DEGLI ARRIVI IN ITALIA DAI PRINCIPALI PAESI DI ORIGINE. 2005



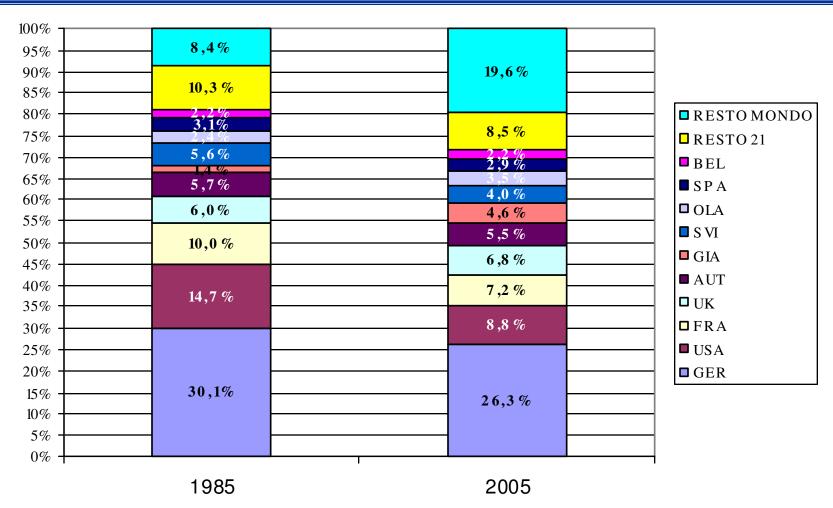
• Rispetto alla media dei 21 paesi, incrementi superiori saranno fatti registrare dal Giappone (+5,4%), dalla Francia (+1,9%) e dagli USA (+1,7%)

**Fonte: CISET** 

### ARRIVI INTERNAZIONALI IN ITALIA. TOTALE MONDO E DAI 21 PAESI. 1985-2005



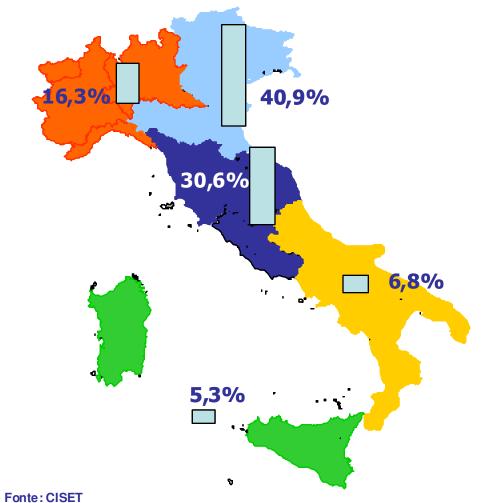
### DISTRIBUZIONE ARRIVI IN ITALIA PER PAESE DI ORIGINE. 1985-2005



• Tra 1985 e 2005 il peso dei primi 5 paesi scende dal 66,5% al 54,6% (Germania dal 30% al 26%), mentre aumenta la quota di arrivi dai paesi emergenti (dall'8,4% al 19,6%)

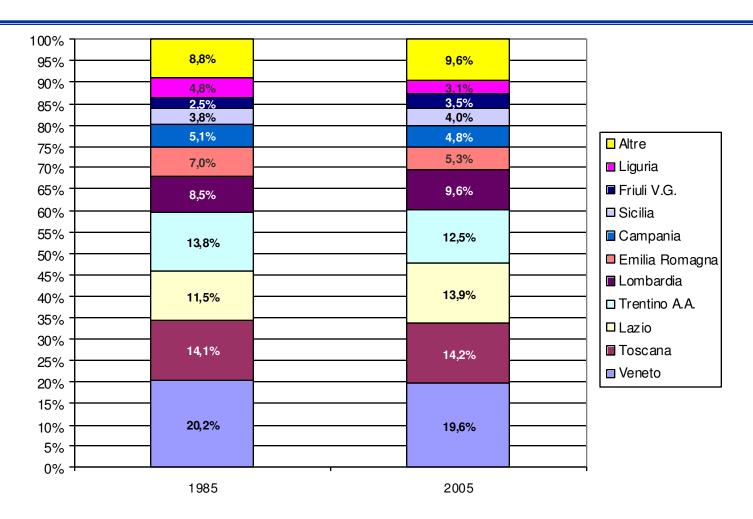
**Fonte: CISET** 

#### **DISTRIBUZIONE ARRIVI IN ITALIA PER MACROREGIONE DI DESTINAZIONE. 2005**



	Val. Ass. (migliaia)
NORD EST	16.538
NORD OVEST	6.602
CENTRO	12.402
SUD	2.776
ISOLE	2.161
ITALIA	40.479

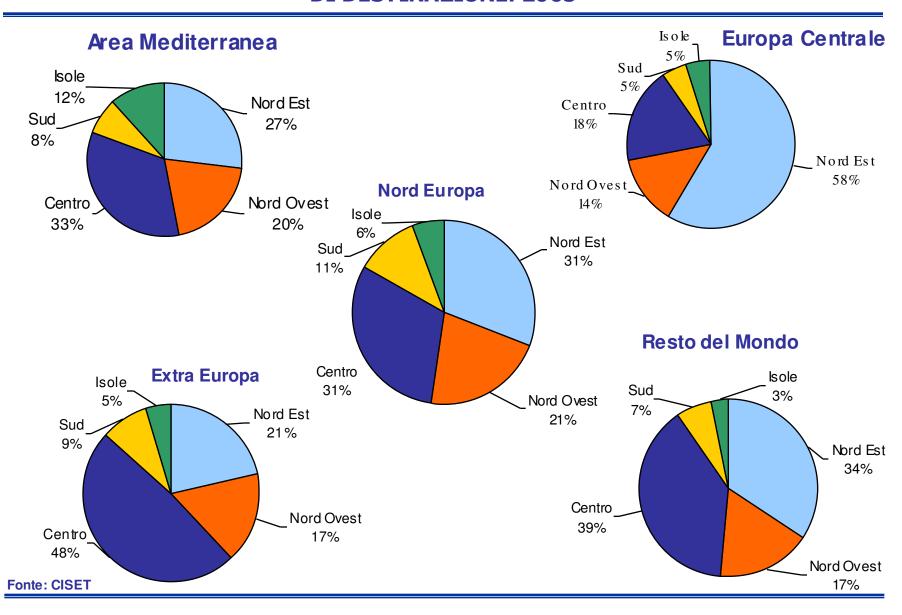
#### DISTRIBUZIONE ARRIVI IN ITALIA NELLE PRINCIPALI REGIONI. 1985-2005



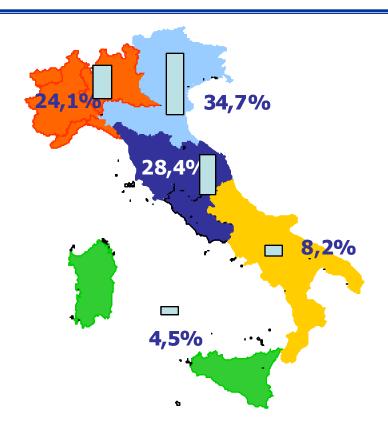
**Fonte: CISET** 

- Tra 1985 e 2005 si rafforza il predominio delle prime 5 regioni (dal 68,1% al 69,8%)
- In leggera flessione Veneto e Trentino, in aumento Lazio e Lombardia, stabile il Lazio.
- Tra le altre regioni, da notare il calo dell'Emilia R. (dal 7% al 5,3%)

## ARRIVI DALLE PRINCIPALI AREE MONDIALI: DISTRIBUZIONE PER MACROREGIONE DI DESTINAZIONE. 2005

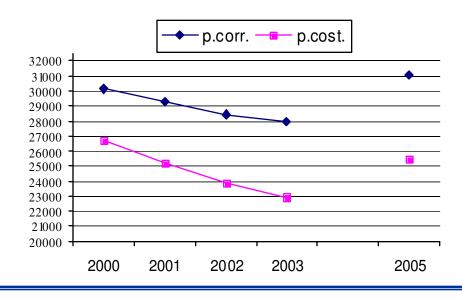


### IL FATTURATO DEL TURISMO INTERNAZIONALE, PER MACROREGIONE DI DESTINAZIONE. 2005



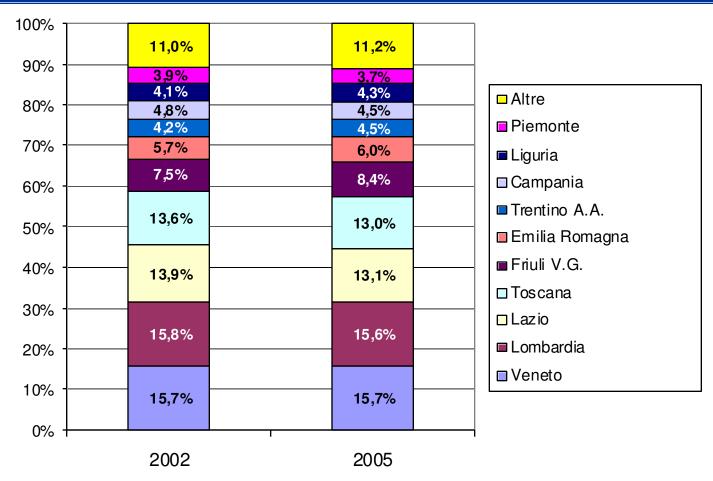
Andamento fatturato Italia 2000-2005

	Val. ass.
2005	(migl. Euro)
NORD EST	10.778
NORD OVEST	7.490
CENTRO	8.832
SUD	2.554
ISOLE	1.411
ITALIA	31.066



Fonti: CISET, UIC

### FATTURATO DEL TURISMO INTERNAZIONALE PER REGIONE DI DESTINAZIONE. 2002-2005



- Forte concentrazione territoriale dell'economia turistica italiana
- Tra 2002 e 2005 sostanziale stabilità delle prime cinque regioni (66% circa del fatturato totale)

Fontl: CISET,UIC

#### CONCLUDENDO...

### "Se tutto deve rimanere com'è, è necessario che tutto cambi" G. Tomasi di Lampedusa

- In Italia, tendenziale assimilazione dei modelli di consumo turistico a quelli dei principali paesi europei
- Sul mercato internazionale si intravvede un'inversione del ciclo evolutivo, da sfruttare per mantenere alta la competitività
- Puntare alla differenziazione dei mercati è d'obbligo, ma la molteplicità dei segmenti richiede alle destinazioni di attrezzarsi adeguatamente per rispondere alle nuove esigenze in termini di prodotto, promozione, qualità del servizio
- "Non tutto ciò che è vecchio è cattivo e non tutto ciò che è nuovo è buono": non dimentichiamoci dei nostri clienti tradizionali!
- Professionalità come parola d'ordine