

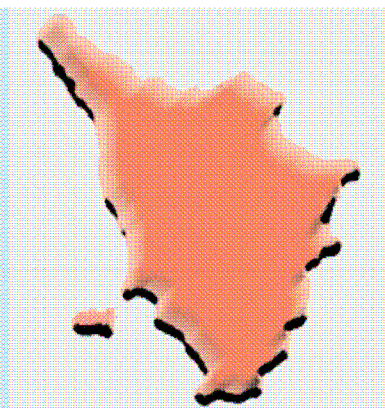


Regione Toscana

Diritti Valori Innovazione Sostenibilità

La Toscana e i mercati esteri - le tendenze per il 2008.

*Indagine sulla
domanda organizzata*



osservatorio
regionale
del turismo
in Toscana



La Toscana e i mercati esteri - le tendenze per il 2008. Indagine sulla domanda organizzata

Regione Toscana – Giunta Regionale

Direzione Generale dello Sviluppo Economico

Coordinamento a cura di:

Area Politiche del Turismo, Commercio e Attività Terziarie

Redazione a cura di:

ISNART – Unioncamere Toscana

Anno 2007

Distribuzione gratuita

Pubblicazione dell'Osservatorio Regionale del Turismo della Toscana



SOMMARIO

PREMESSA	6
1. LA LEADERSHIP DELLA TOSCANA	7
1.1 LA DOMANDA ORGANIZZATA EUROPEA.....	7
1.2 LA DOMANDA ORGANIZZATA DAGLI USA.....	13
2. LA COMMERCIALIZZAZIONE DELLE OFFERTE TURISTICHE PROVINCIALI.....	16
2.1 Firenze	19
2.2 Siena.....	20
2.3 Pisa	21
2.4 Lucca	22
2.5 Arezzo	23
2.6 Livorno	24
2.7 Pistoia	25
2.8 Grosseto.....	26
2.9 Massa Carrara.....	27
2.10 Prato.....	28
NOTA METODOLOGICA.....	29

Premessa

Il presente studio analizza il grado di commercializzazione della regione Toscana presso l'intermediazione internazionale e le previsioni di vendita per il 2008.

L'indagine si inserisce all'interno dell'Osservatorio turistico regionale, condotto da Unioncamere Toscana e IS.NA.R.T che analizza e monitora il posizionamento della regione a livello internazionale, confrontandolo con le destinazioni "competitor" nazionali.

In particolare, l'indagine condotta sui principali tour operator europei e statunitensi, permette di evidenziare:

- il posizionamento della Toscana e delle singole province rispetto alle altre destinazioni italiane;
- i prodotti di punta e quelli potenziali richiesti dalla domanda internazionale che viaggia attraverso il circuito dell'intermediazione.

A livello nazionale, la destinazione Italia e i suoi prodotti turistici più tradizionali (le città d'arte e il mare) mantengono il forte appeal sui mercati stranieri, sia europei che statunitense sul quale emerge il turismo enogastronomico.

Dopo i segnali di criticità rilevati per il 2006 sul mercato europeo, si rileva nel 2007 una ripresa ma la contrazione generalizzata delle percentuali delle richieste e del venduto evidenziano un calo più diffuso verso le destinazioni italiane che nel totale. Per contro, l'andamento positivo della domanda organizzata sul mercato statunitense mantiene un trend di crescita ancora maggiore verso l'Italia.

Per il 2008 gli operatori prevedono un incremento del volume complessivo di viaggi organizzati, ed una stabilità delle quote di domanda per l'Italia, un vero e proprio aumento negli Usa.

La Toscana conferma anche quest'anno la sua leadership come destinazione italiana più richiesta sui mercati europei e statunitense, grazie soprattutto alle sue offerte turistiche più note: cultura ed enogastronomia.

1. LA LEADERSHIP DELLA TOSCANA

1.1 La domanda organizzata europea

La domanda europea di turismo organizzato tradizionale, che si rivolge cioè all'intermediazione tradizionale delle vacanze (tour operators e agenzie di viaggio), mostra ancora i contraccolpi del processo di globalizzazione che ha portato on-line una grossa fetta di mercato.

Questa tipologia di turismo si rivolge oggi non solo agli intermediari specializzati del Web (come ad esempio Expedia, solo per citare uno tra i più noti), ma si indirizza, ormai, direttamente ai portali delle strutture ricettive per l'acquisto on-line. Addirittura le indagini TravelCLICK indicano come il 75,2% delle prenotazioni alberghiere mondiali sia avvenuto direttamente dai siti proprietari degli hotel (con una crescita dal 2004 al 2005 pari al +33%) e solo il 10,6% dal retail. Questa problematica, denunciata dagli operatori internazionali e italiani dell'intermediazione, è ulteriormente aggravata dalla prassi ormai diffusa di acquisto dei voli aerei a basso costo sul Web.

In questo scenario, l'andamento della domanda di turismo organizzata in Europa che già nel 2006 aveva segnalato un calo per il 15% circa delle imprese di intermediazione, nel 2007 contiene la frenata su valori di diminuzione per l'11,5% dei T.O., mentre il 42,4% sostiene un andamento di stabilità e addirittura il 46,1% segnala una ripresa.

Andamento della domanda di turismo nel 2007 – T.O. Europei		
	%	%
	<u>volume totale</u> viaggi organizzati	<u>volume totale</u> viaggi organizzati <u>verso l'Italia</u>
In aumento	46,1	39,9
Stabile	42,4	45,5
In diminuzione	11,5	14,6
Totale	100,0	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

I mercati che indicano di soffrire maggiormente queste criticità sono quelli francese, tedesco e svizzero che indicano dal 14% al 18% di imprese un calo della domanda complessiva dei viaggi organizzati, a fronte di crescite relative ai mercati dell'Est, del Belgio e Olanda e della Spagna.

Rispetto a quanto in generale nel mondo, la domanda di turismo organizzato europeo verso le località italiane mantiene un andamento stabile per il 45,5% dei tour operators che vendono il Bel Paese, di crescita per il 39,9%, ma di diminuzione per il 14,6%, evidenziando cioè un calo più diffuso verso le nostre destinazioni che nel totale.

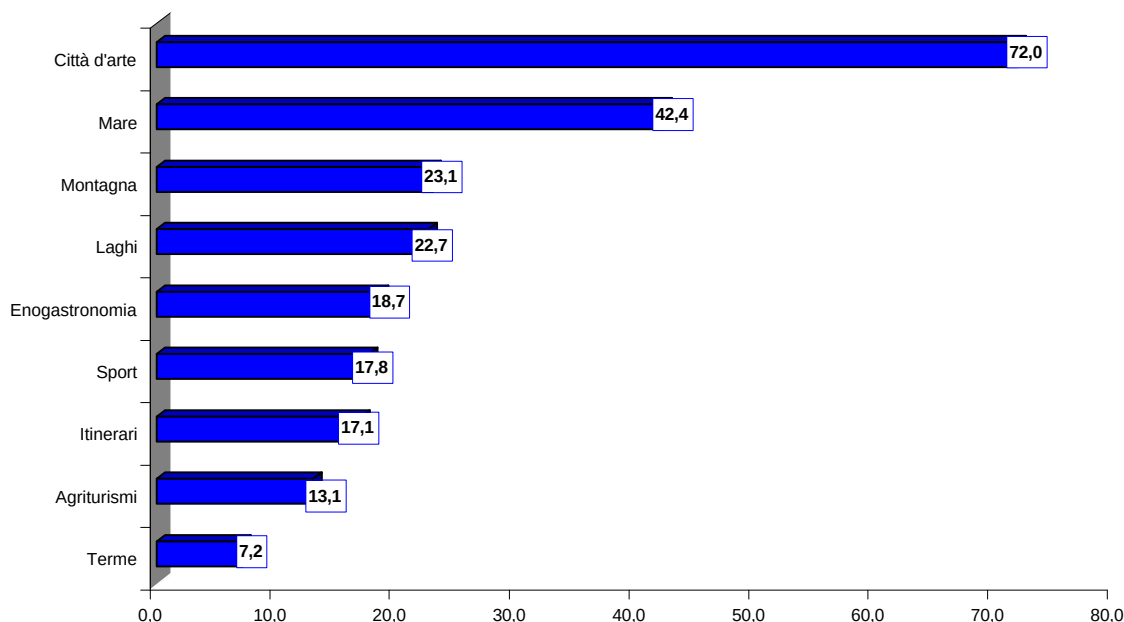
In termini di richieste da parte della clientela, le mete italiane nel 2007 mantengono comunque la posizione di leadership: 83,5% delle richieste della clientela ai Tour Operators sono sull'Italia, il 37,7% sulla Spagna, il 32,4% sulla Francia.

Le destinazioni più richieste dalla clientela ai T.O. Europei								
		2007	%		2006	%	2005	%
1°	Italia		83,5	Italia		80,4	Italia	88,8
2°	Spagna		37,7	Spagna		38,9	Spagna	42,5
3°	Francia		32,4	Francia		36,1	Francia	39,1
4°	Gran Bretagna		12,8	Germania		15,3	Germania	16,9
5°	Germania		12,1	Grecia		14,6	Grecia	16,3

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

I prodotti turistici italiani venduti dai tour operators europei restano quelli tradizionali: cultura per il 72% dei T.O., mare per il 42,4%, montagna per il 23,1%. Seguono i laghi (22,7%), l'enogastronomia (18,7%), lo sport (17,8%), gli itinerari (17,1%), l'agriturismo (13,1%) ed infine le terme (7,2%).

Prodotti turistici italiani più venduti dai Tour Operator Europei
(% sul totale Tour Operator)



Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

La **leadership della Toscana** sul mercato organizzato delle vacanze si conferma anche nel 2007: la Toscana rappresenta la prima regione italiana venduta dai T.O. europei, **al top con una quota del 22,3%**.

Lazio e Veneto sono i competitori diretti della regione e seguono tra le regioni italiane vendute alla clientela che si affida all'intermediazione turistica; poi Lombardia, Sicilia, Trentino Alto Adige, Campania e Emilia Romagna.

Graduatoria delle regioni vendute dai T.O. Europei (% sul totale regioni italiane vendute)	
TOSCANA	22,3
LAZIO	13,5
VENETO	12,9
LOMBARDIA	8,5
SICILIA	6,5
TRENTINO A.A.	6,0
CAMPANIA	4,5
EMILIA ROMAGNA	4,5
UMBRIA	4,0
PIEMONTE	3,3
LIGURIA	3,1
SARDEGNA	3,0
VALLE D'AOSTA	2,4
PUGLIA	1,6
MARCHE	1,4
CALABRIA	1,3
FRIULI V.G.	0,9
ABRUZZO	0,4
MOLISE	0,1
Totale	100,0

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Le previsioni **per il 2008** indicano una **tendenza alla stabilità** sia per quanto riguarda la domanda organizzata verso l'Italia (56,4%) ma ancor più per la Toscana (58,9%). Nel contesto competitivo nazionale, però, gli operatori segnalano un aumento dei flussi verso l'Italia (37,4%) più di quanto non indichino un aumento dei movimenti europei verso la Toscana (29,6%).

Andamento previsto per la domanda di turismo verso l'Italia nel 2008 dai T.O. Europei				
	In Italia		in Toscana	
	%	% di variazione	%	% di variazione
In aumento	37,4	14,3	29,6	+14,9
Stabile	56,4		58,9	
In diminuzione	6,2	-11,2	11,5	-19,2
Totale	100,0		100,0	

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Nel complesso, dunque, nel 2008 **il 77,9% degli operatori europei venderà le destinazioni toscane**, con diverse incidenze rispetto ai singoli mercati, di cui si segnalano:

- tutti gli operatori **austriaci** e **russemi** che venderanno l'Italia venderanno la Toscana;
- a seguire, i mercati più interessati alla Toscana risultano essere **Finlandia e Svezia** (con una quota pari all'89,5% dei T.O.), **Belgio** (85,7%), **Ungheria** (81,8%), e **Polonia** (81,8%);
- sotto la media le quote relative al mercato britannico (65,7%), svizzero, norvegese e danese (tutti 71,4%) e francese (72,7%).

Quota di T.O. che venderanno la regione Toscana nel 2008			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	100,0	0,0	100,0
BELGIO	85,7	14,3	100,0
REP. CECA	77,8	22,2	100,0
DANIMARCA	71,4	28,6	100,0
FRANCIA	72,7	27,3	100,0
GERMANIA	77,8	22,2	100,0
NORVEGIA	71,4	28,6	100,0
OLANDA	73,7	26,3	100,0
REGNO UNITO	65,7	34,3	100,0
RUSSIA	100,0	0,0	100,0
SPAGNA	75,0	25,0	100,0
SVIZZERA	71,4	28,6	100,0
UNGHERIA	81,8	18,2	100,0
POLONIA	81,8	18,2	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	89,5	10,5	100,0
Totale Europa	77,9	22,1	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Coloro che non venderanno la Toscana sono prevalentemente non interessati alle destinazioni (67,3%), nel 17,8% dei casi dichiarano di non conoscere le località, mentre si rileva una quota di operatori europei pari al 14,9% che intendono vendere la Toscana ma non per il 2008.

Motivo di non commercializzazione della Toscana da parte dei T.O. Europei	
Non mi interessa la località	67,3
Non conosco la località	17,8
In futuro lo farò ma non il prossimo anno	14,9
Totale	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Un dato particolarmente significativo è quello relativo alla poca conoscenza del territorio da parte di alcuni mercati, perché mette a fuoco opportunità di attivare iniziative di promo-comunicazione mirate ai singoli Paesi, in particolare verso il Belgio, l'Ungheria e la Norvegia.

Motivo di non commercializzazione della Toscana da parte dei T.O. Europei per area geografica				
	Non conosco la località	Non mi interessa la località	In futuro lo farò ma non il prossimo anno	TOTALE
BELGIO	34,5	60,0	5,5	100,0
REP. Ceca	24,0	66,4	9,6	100,0
Danimarca	26,6	60,6	12,8	100,0
FRANCIA	13,4	75,2	11,5	100,0
GERMANIA	8,5	79,7	11,8	100,0
NORVEGIA	28,1	56,1	15,8	100,0
OLANDA	16,1	60,8	23,1	100,0
REGNO UNITO	5,3	86,3	8,5	100,0
SPAGNA	17,5	80,4	2,1	100,0
SVIZZERA	12,0	82,0	6,0	100,0
UNGHERIA	29,5	48,9	21,6	100,0
POLONIA	11,8	76,3	11,8	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	19,2	63,0	17,8	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

L'andamento previsto per la domanda da parte di questi mercati nel 2008, seppur complessivamente stabile, indica per alcuni mercati una tendenza di **crescita, in particolare in Russia** (segnalata dal 55,6% degli operatori), in Ungheria (54,5%) e in Finlandia e Svezia (36,8%). Per contro, si rilevano aree di maggiore **criticità** nelle vendite previste per il 2008 tra i Tour Operators di lingua tedesca (Austria e Germania rispettivamente il 21,4% e il 19,8%) e quelli britannici (17,1%).

Andamento previsto per la domanda dei prodotti turistici in Toscana nel 2008				
	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
AUSTRIA	21,4	57,1	21,4	100,0
BELGIO	28,6	71,4	0,0	100,0
REP. Ceca	27,8	66,7	5,6	100,0
Danimarca	35,7	57,1	7,1	100,0
FRANCIA	30,3	63,6	6,1	100,0
GERMANIA	25,9	54,3	19,8	100,0
NORVEGIA	28,6	57,1	14,3	100,0
OLANDA	26,3	63,2	10,5	100,0
REGNO UNITO	20,0	62,9	17,1	100,0
RUSSIA	55,6	38,9	5,6	100,0
SPAGNA	25,0	75,0	0,0	100,0
SVIZZERA	23,8	66,7	9,5	100,0
UNGHERIA	54,5	45,5	0,0	100,0
POLONIA	27,3	72,7	0,0	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	36,8	52,6	10,5	100,0
Totale Europa	29,6	58,9	11,5	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

I prodotti turistici toscani che saranno maggiormente commercializzati nel 2008 risultano le città d'arte e più in generale il **turismo culturale** (dal 78% dei T.O. europei), poi il **balneare** (18,4%), **l'enogastronomia** (16,4%), l'agriturismo (13,6%) e gli itinerari (10%).

Quote più basse di operatori venderanno anche il turismo sportivo (8%), le terme (2,4%) e la montagna (2%).

Rispetto a quanto venduto nel 2007 il prossimo anno crescono le quote di operatori che venderanno il culturale, il balneare e l'enogastronomico, restano stabili le percentuali di operatori interessati allo sport e alla montagna, mentre diminuisce la quota di intermediari che commercializzeranno le terme, l'agriturismo ed i tour.

Relativamente ai prodotti offerti, si rilevano le seguenti specificità di mercato:

- il turismo culturale, venduto da tutti i mercati, sarà comunque commercializzato in maniera più diffusa in Spagna, Belgio, Austria, Russia, Ungheria, Regno Unito e Francia;
- il turismo balneare in Polonia, Russia, Svizzera, Ungheria e Germania;
- l'enogastronomia in Austria, Finlandia e Svezia, Polonia, Svizzera e Danimarca;
- gli itinerari prevalentemente in Olanda poi in Ungheria, Norvegia e Belgio;
- l'agriturismo soprattutto in Olanda, Svizzera, Norvegia, Danimarca;
- il turismo sportivo interesserà in particolare Finlandia e Svezia, Austria e Olanda.

Quota di T.O. che venderanno i prodotti della regione Toscana nel 2008								
	Mare	Città d'arte	Montagna	Terme	Sport	Agriturismo	Enogastronomia	Itinerari
AUSTRIA	7,1	92,9	0,0	0,0	14,3	0,0	35,7	7,1
BELGIO	0,0	100,0	16,7	0,0	0,0	16,7	16,7	16,7
CECHIA	14,3	78,6	7,1	0,0	0,0	7,1	7,1	0,0
DANIMARCA	0,0	40,0	0,0	10,0	10,0	20,0	20,0	0,0
FRANCIA	0,0	83,3	4,2	4,2	8,3	16,7	16,7	4,2
GERMANIA	25,4	76,2	1,6	1,6	9,5	9,5	17,5	11,1
NORVEGIA	0,0	60,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	20,0
OLANDA	7,1	57,1	0,0	0,0	14,3	35,7	14,3	28,6
REGNO UNITO	8,7	87,0	0,0	0,0	4,3	13,0	4,3	8,7
RUSSIA	44,4	88,9	0,0	16,7	0,0	16,7	16,7	11,1
SPAGNA	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1
SVIZZERA	40,0	66,7	0,0	0,0	13,3	20,0	20,0	0,0
UNGHERIA	33,3	88,9	11,1	0,0	0,0	11,1	11,1	22,2
POLONIA	55,6	77,8	0,0	0,0	0,0	11,1	22,2	11,1
FINLANDIA e SVEZIA	11,8	70,6	0,0	0,0	23,5	17,6	29,4	11,8
Totale Europa	18,4	78,0	2,0	2,4	8,0	13,6	16,4	10,0

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

1.2 La domanda organizzata dagli USA

Contrariamente a quanto avviene in Europa, la domanda di turismo organizzato negli Stati Uniti risulta in continua crescita, con un aumento del volume totale dei viaggi del 2007 per il 60,5% degli operatori. Ancor più positivo l'andamento della domanda di viaggi organizzati verso l'Italia che, vuoi per l'irremovibile consuetudine del turista statunitense a raggiungere l'Europa acquistando pacchetti, vuoi per il generale recupero che l'immagine dell'Italia ha conseguito sul mercato americano, fa sì che il 62,8% dei tour operators che hanno commercializzato il Bel Paese nel 2007 indichino una maggiore domanda verso le nostre destinazioni.

Andamento della domanda di turismo nel 2007 - T.O. USA		
	%	%
	<u>volume totale viaggi</u> organizzati	<u>volume totale viaggi</u> organizzati <u>verso l'Italia</u>
In aumento	60,5	62,8
Stabile	30,2	27,9
In diminuzione	9,3	9,3
Totale	100,0	100,0

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

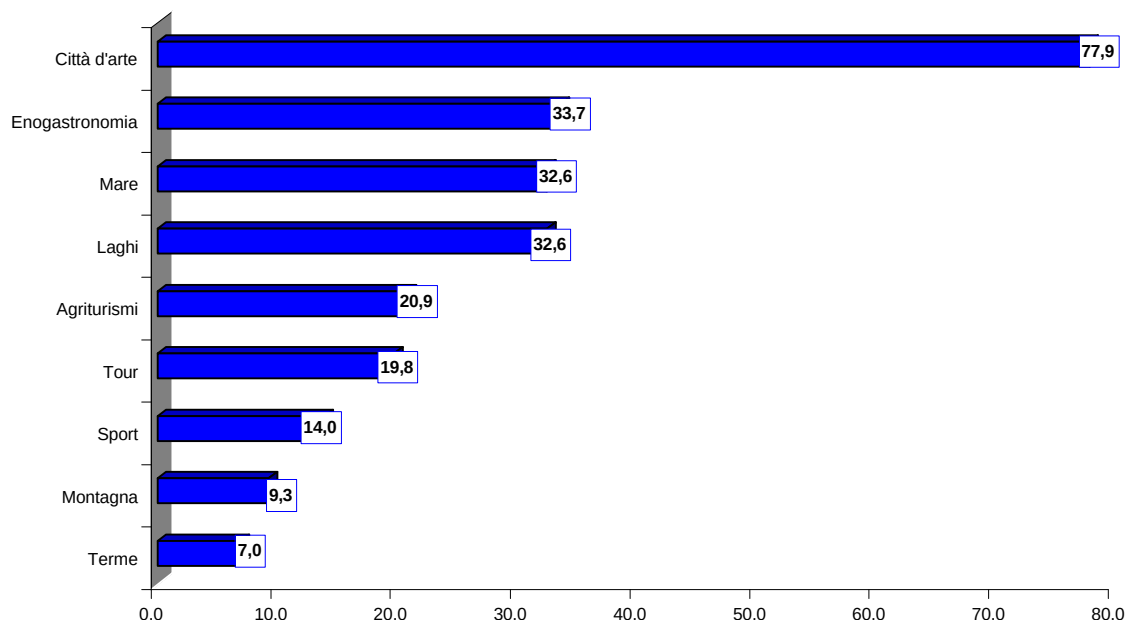
L'Italia, infatti, rimane al primo posto tra le destinazioni maggiormente richieste (94,2% di richieste) agli operatori che la vendono, seguita a distanza dalla Francia che con il 31,4% perde in fascino (38% nel 2006) e dalla Spagna che nel 2007 ha pareggiato con il 23,3% di richieste la Gran Bretagna.

Le destinazioni più richieste dalla clientela ai T.O. USA		
	2007	%
1°	Italia	94,2
2°	Francia	31,4
3°	Spagna	23,3
4°	Gran Bretagna	23,3
5°	Grecia	15,1
6°	Germania	9,3

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

I prodotti turistici italiani più venduti nel 2007 sul mercato statunitense dell'organizzato sono ancora le città d'arte (per il 77,9% dei T.O.), seguite dal turismo enogastronomico (33,7%), dal balneare e dai laghi (32,6%), dall'agriturismo (20,9%) e dai tour (19,8%). Il turismo sportivo venduto dal 14% degli operatori supera quello montano (9,3%) e termale (7%).

Prodotti turistici italiani più venduti dai Tour Operator USA
(%sul totale Tour Operator)



Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Il primato di vendite della Toscana si conferma anche sul mercato statunitense: in testa alla classifica del venduto Italia per regioni troviamo quelle realtà territoriali come la Toscana, il Lazio e il Veneto che grazie alle loro città d'arte ottengono quel valore aggiunto di notorietà che permette il traino sul mercato di tutto il territorio. In questo ambito, **la Toscana costituisce da sola quasi 1/3 delle scelte della domanda** organizzata statunitense verso l'Italia, con una quota del 29,8%.

Graduatoria delle regioni vendute dai T.O. USA (% sul totale regioni italiane vendute)	
TOSCANA	29,8
LAZIO	15,2
VENETO	12,8
LOMBARDIA	8,1
CAMPANIA	8,1
UMBRIA	5,4
SICILIA	5,4
LIGURIA	4,9
PIEMONTE	4,3
PUGLIA	2,0
VALLE D'AOSTA	0,9
TRENTINO A.A.	0,9
MARCHE	0,9
EMILIA ROMAGNA	0,7
ABRUZZO	0,7
SARDEGNA	0,2
Totale	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Seppur con un andamento maggiormente stabile che nel 2007, per il 44,2% degli operatori nel 2008 la domanda di turismo organizzato verso l'Italia crescerà ancora (48,8% dei T.O.).

Ancora più rosee **le previsioni sulla domanda per la Toscana** sulle quali destinazioni i T.O. statunitensi indicano un **aumento medio del +19,2% nel 47,7% delle imprese**, una stabilità nel 48,8% ed una diminuzione solo nel 3,5% (in media del -13,3%). Queste previsioni fanno sì che **il 93% degli operatori venderà il turismo in Toscana nel 2008**. Pochi coloro che non venderanno la Toscana nel 2008 semplicemente per mancanza di interesse specifico alle destinazioni toscane.

Andamento previsto per la domanda di turismo verso l'Italia nel 2008 dai T.O. USA				
	In Italia		in Toscana	
	%	% di variazione	%	% di variazione
In aumento	48,8	+15,7	47,7	+19,2
Stabile	44,2		48,8	
In diminuzione	7,0	-17,2	3,5	-13,3
Totale	100,0		100,0	

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Quota di T.O. USA che venderanno la regione Toscana nel 2008	
Si	93,0
No	7,0
Totale	100,0

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

I prodotti turistici toscani che saranno commercializzati dagli operatori negli States si confermano quello culturale (7 operatori su 10) ed enogastronomico, a seguire l'agriturismo e gli itinerari (che però rispetto al 2007 saranno venduti solo dal 10,5% degli operatori), poi lo sport, il mare e le terme.

Prodotti turistici della Toscana commercializzati dai T.O. USA		
	venduti nel 2007	che venderanno nel 2008
Città d'arte	72,1	70,9
Enogastronomia	33,7	31,4
Agriturismo	22,1	20,9
Itinerari	34,9	10,5
Sport	7,0	9,3
Mare	7,0	4,7
Terme	2,3	3,5

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2. La commercializzazione delle offerte turistiche provinciali

Le destinazioni toscane che saranno vendute nel 2008, sia sul mercato europeo che statunitense, riguardano tutti gli ambiti provinciali.

Tra gli operatori europei le province che saranno vendute maggiormente sono quella di Firenze (65,4% dei T.O.), Siena (43,3%), Pisa (35,5%) e Lucca (28,3%). Seguono Livorno (venduta dal 15,3% degli operatori), Grosseto (14%) e Pistoia (13,4%). Infine, 1 su 10 venderà le località delle province di Arezzo e Massa Carrara, e solo il 3,7% Prato.

Tra quelli statunitensi emerge una maggiore quota di operatori che venderanno Firenze (80,2%) e Siena (70,9%), con quote più contenute Pisa (37,2%) e Lucca (34,9%). A seguire le località della provincia di Arezzo (19,8%), poi Livorno (17,4%), Pistoia (16,3%) e Grosseto (12,8%). Tra il 5-6% le quote di T.O. che venderanno Massa Carrara e Prato.

Quota di T.O. che venderanno le province della Toscana nel 2008		
	T.O. Europei	T.O. USA
Firenze	65,4	80,2
Siena	43,3	70,9
Pisa	35,5	37,2
Lucca	28,3	34,9
Livorno	15,3	17,4
Grosseto	14,0	12,8
Pistoia	13,4	16,3
Arezzo	10,6	19,8
Massa Carrara	10,0	5,8
Prato	3,7	4,7

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

La domanda prevista rispetto alle destinazioni provinciali indica per il 2008

- sul mercato europeo, a fronte di un andamento sostanzialmente stabile, si segnalano però quote di operatori che prevedono un incremento della domanda turistica verso i territori di Massa Carrara, Lucca e Pisa, mentre le previsioni rivelano un possibile calo di domanda verso le località delle province di Prato, Grosseto e Arezzo;
- sul mercato statunitense solo per la provincia di Massa Carrara si segnalano delle previsioni di diminuzione, per contro risultano in netta crescita le destinazioni delle province di Prato, Livorno, Grosseto e Arezzo; maggiori stabilità si rilevano, invece, per Pistoia, Firenze, Lucca e Siena.

Andamento previsto per la domanda delle province in Toscana nel 2008 quota (% sui T.O. Europei che vendono la singola provincia)

	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Massa Carrara	33,4	52,0	14,6	100,0
Lucca	31,0	57,4	11,6	100,0
Pistoia	24,5	66,6	8,9	100,0
Firenze	28,0	62,6	9,4	100,0
Livorno	29,7	59,2	11,1	100,0
Pisa	31,0	58,6	10,4	100,0
Arezzo	29,0	51,6	19,3	100,0
Siena	29,7	59,6	10,7	100,0
Grosseto	33,1	47,1	19,8	100,0
Prato	31,0	44,2	24,8	100,0

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Andamento previsto per la domanda delle province in Toscana nel 2008 (quota % sui T.O. Usa che vendono la singola provincia)

	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Massa Carrara	60,0	20,0	20,0	100,0
Lucca	58,1	38,7	3,2	100,0
Pistoia	36,4	54,5	9,1	100,0
Firenze	40,0	53,3	6,7	100,0
Livorno	90,0	10,0	0,0	100,0
Pisa	53,8	38,5	7,7	100,0
Arezzo	80,0	13,3	6,7	100,0
Siena	53,3	43,3	3,3	100,0
Grosseto	83,3	16,7	0,0	100,0
Prato	100,0	0,0	0,0	100,0

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Gli operatori europei che non venderanno la Toscana (complessivamente il 22,1% di quelli che venderanno l'Italia) indicano nella gran parte dei casi un disinteresse verso le località, ma per alcune province **segnalano un'intenzione prossima** (ma non relativa al 2008) di commercializzarne i territori: si tratta in questo caso prevalentemente delle destinazioni *maggiori* delle province di **Firenze, Pisa, Siena e Lucca**. Un'altra indicazione significativa è quella relativa alla **non conoscenza di alcuni ambiti territoriali** che sottende alla necessità di sostegno alla comunicazione relativamente ai prodotti turistici locali e che riguarda più in particolare le località delle province di **Massa Carrara, Pistoia, Grosseto, Lucca e Prato**.

Così anche i **tour operators statunitensi** che attualmente non vendono la Toscana la **venderanno prossimamente** (ma non nel 2008) in particolare con le località delle province di **Siena, Firenze e Pisa**, mentre **segnalano di non conoscere** i territori di **Massa Carrara, Prato e Pistoia**.

Motivo di non commercializzazione dei T.O. EUROPEI delle province della Toscana

	Non conosco la località	Non mi interessa la località	In futuro lo farò ma non il prossimo anno	Totale
Massa Carrara	29,8	63,3	6,9	100,0
Lucca	18,9	59,1	22,0	100,0
Pistoia	22,2	66,7	11,1	100,0
Firenze	2,5	67,5	30,0	100,0
Livorno	12,4	72,6	14,9	100,0
Pisa	7,4	63,2	29,4	100,0
Arezzo	16,2	67,6	16,2	100,0
Siena	10,8	62,2	27,0	100,0
Grosseto	19,5	71,7	8,8	100,0
Prato	18,5	73,1	8,4	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Motivo di non commercializzazione dei T.O. USA delle province della Toscana

	Non conosco la località	Non mi interessa la località	In futuro lo farò ma non il prossimo anno	TOTALE
Massa Carrara	22,2	66,7	11,1	100,0
Lucca	8,9	80,4	10,7	100,0
Pistoia	12,5	79,2	8,3	100,0
Firenze	5,9	64,7	29,4	100,0
Livorno	8,5	77,5	14,1	100,0
Pisa	3,7	75,9	20,4	100,0
Arezzo	11,6	79,7	8,7	100,0
Siena	8,0	60,0	32,0	100,0
Grosseto	11,5	76,9	11,5	100,0
Prato	14,6	78,0	7,3	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

Relativamente ai mercati che venderanno le destinazioni dei singoli ambiti territoriali provinciali, si evidenziano qui di seguito le quote di operatori dei mercati europei e statunitense che venderanno i territori nel 2008.

2.1 Firenze

La provincia di Firenze sarà venduta complessivamente dal 65,6% dei T.O. europei e dall'80,2% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono la Russia (94,4%), il Belgio (85,7%) e l'Austria (78,6%). Il prodotto prevalente è naturalmente la città di Firenze ed il turismo culturale, ma si venderà anche il turismo enogastronomico. Gli operatori europei nel 2008 venderanno anche l'agriturismo mentre quelli statunitensi i tour.

Pensa di vendere la provincia di Firenze nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	78,6	21,4	100,0
BELGIO	85,7	14,3	100,0
REP. CECA	61,1	38,9	100,0
DANIMARCA	64,3	35,7	100,0
FRANCIA	72,7	27,3	100,0
GERMANIA	61,7	38,3	100,0
NORVEGIA	71,4	28,6	100,0
OLANDA	57,9	42,1	100,0
REGNO UNITO	48,6	51,4	100,0
RUSSIA	94,4	5,6	100,0
SPAGNA	75,0	25,0	100,0
SVIZZERA	47,6	52,4	100,0
UNGHERIA	72,7	27,3	100,0
POLONIA	72,7	27,3	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	73,7	26,3	100,0
TOTALE EUROPA	65,6	34,4	100,0
TOTALE USA	80,2	19,8	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.2 Siena

La provincia di Siena sarà venduta complessivamente dal 43,4% dei T.O. europei e dall'70,9% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono Olanda (63,2%), Russia (61,1%), Finlandia e Svezia (57,9%). Il prodotto prevalente è la città di Siena ed il turismo culturale, ma si venderà anche l'agriturismo ed il turismo enogastronomico.

Pensa di vendere la provincia di Siena nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	57,1	42,9	100,0
BELGIO	57,1	42,9	100,0
REP. CECA	27,8	72,2	100,0
DANIMARCA	35,7	64,3	100,0
FRANCIA	48,5	51,5	100,0
GERMANIA	40,7	59,3	100,0
NORVEGIA	28,6	71,4	100,0
OLANDA	63,2	36,8	100,0
REGNO UNITO	34,3	65,7	100,0
RUSSIA	61,1	38,9	100,0
SPAGNA	41,7	58,3	100,0
SVIZZERA	28,6	71,4	100,0
UNGHERIA	45,5	54,5	100,0
POLONIA	36,4	63,6	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	57,9	42,1	100,0
TOTALE EUROPA	43,4	56,6	100,0
TOTALE USA	70,9	29,1	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.3 Pisa

La provincia di Pisa sarà venduta complessivamente dal 35,6% dei T.O. europei e dal 37,2% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono l'Austria, la Russia, la Spagna (tutti 50%) e la Germania (43,2%). Il prodotto prevalente è la città di Pisa e più in generale il turismo culturale, ma si venderà anche il turismo enogastronomico. Gli operatori europei nel 2008 venderanno anche l'agriturismo mentre quelli statunitensi gli itinerari.

Pensa di vendere la provincia di Pisa nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	50,0	50,0	100,0
BELGIO	28,6	71,4	100,0
REP. CECA	33,3	66,7	100,0
DANIMARCA	21,4	78,6	100,0
FRANCIA	24,2	75,8	100,0
GERMANIA	43,2	56,8	100,0
NORVEGIA	42,9	57,1	100,0
OLANDA	26,3	73,7	100,0
REGNO UNITO	28,6	71,4	100,0
RUSSIA	50,0	50,0	100,0
SPAGNA	50,0	50,0	100,0
SVIZZERA	33,3	66,7	100,0
UNGHERIA	36,4	63,6	100,0
POLONIA	36,4	63,6	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	26,3	73,7	100,0
TOTALE EUROPA	35,6	64,4	100,0
TOTALE USA	37,2	62,8	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.4 Lucca

La provincia di Lucca sarà venduta complessivamente dal 28,4% dei T.O. europei e dal 34,9% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono l'Austria (42,9%), la Russia (38,9%) e il Regno Unito (34,3%). Sia per i tour operators europei che per quelli statunitensi il prodotto prevalente è il turismo culturale, ma si venderà anche il turismo enogastronomico e l'agriturismo.

Pensa di vendere la provincia di Lucca nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	42,9	57,1	100,0
BELGIO	28,6	71,4	100,0
REP. CECA	11,1	88,9	100,0
DANIMARCA	28,6	71,4	100,0
FRANCIA	24,2	75,8	100,0
GERMANIA	32,1	67,9	100,0
NORVEGIA	28,6	71,4	100,0
OLANDA	31,6	68,4	100,0
REGNO UNITO	34,3	65,7	100,0
RUSSIA	38,9	61,1	100,0
SPAGNA	16,7	83,3	100,0
SVIZZERA	28,6	71,4	100,0
UNGHERIA	9,1	90,9	100,0
POLONIA	27,3	72,7	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	21,1	78,9	100,0
TOTALE EUROPA	28,4	71,6	100,0
TOTALE USA	34,9	65,1	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.5 Arezzo

La provincia di Arezzo sarà venduta complessivamente dal 10,6% dei T.O. europei e dal 19,8% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono l'Austria e la Danimarca (entrambe 21,4%) e la Russia (16,7%). Sia per i tour operators europei che per quelli statunitensi il prodotto prevalente è il turismo culturale, ma si venderà anche l'agriturismo ed il turismo enogastronomico.

Pensa di vendere la provincia di Arezzo nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	21,4	78,6	100,0
BELGIO	0,0	100,0	100,0
REP. CECA	0,0	100,0	100,0
DANIMARCA	21,4	78,6	100,0
FRANCIA	12,1	87,9	100,0
GERMANIA	11,1	88,9	100,0
NORVEGIA	0,0	100,0	100,0
OLANDA	15,8	84,2	100,0
REGNO UNITO	11,4	88,6	100,0
RUSSIA	16,7	83,3	100,0
SPAGNA	0,0	100,0	100,0
SVIZZERA	14,3	85,7	100,0
UNGHERIA	0,0	100,0	100,0
POLONIA	9,1	90,9	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	5,3	94,7	100,0
TOTALE EUROPA	10,6	89,4	100,0
TOTALE USA	19,8	80,2	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.6 Livorno

La provincia di Livorno sarà venduta complessivamente dal 15,3% dei T.O. europei e dal 17,4% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono la Polonia (36,4%), la Russia (33,3%) e l'Ungheria (27,3%). Per i tour operators europei si venderà cultura, mare ed in misura minore agriturismo; per quelli statunitensi soprattutto enogastronomia e cultura, ma anche il mare e l'agriturismo.

Pensa di vendere la provincia di Livorno nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	7,1	92,9	100,0
BELGIO	0,0	100,0	100,0
REP. CECA	16,7	83,3	100,0
DANIMARCA	7,1	92,9	100,0
FRANCIA	6,1	93,9	100,0
GERMANIA	19,8	80,2	100,0
NORVEGIA	0,0	100,0	100,0
OLANDA	21,1	78,9	100,0
REGNO UNITO	5,7	94,3	100,0
RUSSIA	33,3	66,7	100,0
SPAGNA	0,0	100,0	100,0
SVIZZERA	23,8	76,2	100,0
UNGHERIA	27,3	72,7	100,0
POLONIA	36,4	63,6	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	10,5	89,5	100,0
TOTALE EUROPA	15,3	84,7	100,0
TOTALE USA	17,4	82,6	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.7 Pistoia

La provincia di Pistoia sarà venduta complessivamente dal 13,4% dei T.O. europei e dal 16,3% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono Austria (28,6%), Polonia (27,3%), Finlandia e Svezia (21,1%). Sia per i tour operators europei che per quelli statunitensi il prodotto prevalente è il turismo culturale, ma si venderà anche il turismo enogastronomico e l'agriturismo.

Pensa di vendere la provincia di Pistoia nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	28,6	71,4	100,0
BELGIO	14,3	85,7	100,0
REP. CECA	0,0	100,0	100,0
DANIMARCA	14,3	85,7	100,0
FRANCIA	12,1	87,9	100,0
GERMANIA	21,0	79,0	100,0
NORVEGIA	14,3	85,7	100,0
OLANDA	10,5	89,5	100,0
REGNO UNITO	8,6	91,4	100,0
RUSSIA	5,6	94,4	100,0
SPAGNA	0,0	100,0	100,0
SVIZZERA	4,8	95,2	100,0
UNGHERIA	0,0	100,0	100,0
POLONIA	27,3	72,7	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	21,1	78,9	100,0
TOTALE EUROPA	13,4	86,6	100,0
TOTALE USA	16,3	83,7	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.8 Grosseto

La provincia di Grosseto sarà venduta complessivamente dal 14,1% dei T.O. europei e dal 12,8% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono la Polonia (36,4%), la Germania (22,2%), e la Svizzera (19%). Per i tour operators europei si venderà cultura, mare ed in misura minore enogastronomia; per quelli statunitensi soprattutto enogastronomia, mare e agriturismo.

Pensa di vendere la provincia di Grosseto nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	0,0	100,0	100,0
BELGIO	0,0	100,0	100,0
REP. Ceca	16,7	83,3	100,0
Danimarca	14,3	85,7	100,0
FRANCIA	3,0	97,0	100,0
GERMANIA	22,2	77,8	100,0
NORVEGIA	0,0	100,0	100,0
OLANDA	15,8	84,2	100,0
REGNO UNITO	8,6	91,4	100,0
RUSSIA	16,7	83,3	100,0
SPAGNA	0,0	100,0	100,0
SVIZZERA	19,0	81,0	100,0
UNGHERIA	9,1	90,9	100,0
POLONIA	36,4	63,6	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	15,8	84,2	100,0
TOTALE EUROPA	14,1	85,9	100,0
TOTALE USA	12,8	87,2	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.9 Massa Carrara

La provincia di Massa Carrara sarà venduta complessivamente dal 10% dei T.O. europei e dal 5,8% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono la Russia (22,2%), la Germania (18,5%) e la Polonia (18,2%). Per i tour operators europei si venderà cultura, mare ed in misura minore agriturismo; per quelli statunitensi soprattutto cultura ed enogastronomia, ed in misura minore l'agriturismo.

Pensa di vendere la provincia di Massa Carrara nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	14,3	85,7	100,0
BELGIO	0,0	100,0	100,0
REP. CEE	16,7	83,3	100,0
DANIMARCA	7,1	92,9	100,0
FRANCIA	3,0	97,0	100,0
GERMANIA	18,5	81,5	100,0
NORVEGIA	0,0	100,0	100,0
OLANDA	0,0	100,0	100,0
REGNO UNITO	5,7	94,3	100,0
RUSSIA	22,2	77,8	100,0
SPAGNA	8,3	91,7	100,0
SVIZZERA	4,8	95,2	100,0
UNGHERIA	0,0	100,0	100,0
POLONIA	18,2	81,8	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	0,0	100,0	100,0
TOTALE EUROPA	10,0	90,0	100,0
TOTALE USA	5,8	94,2	100,0

Fonte: rilevazione Isnat per Unioncamere Toscana; giugno 2007

2.10 Prato

La provincia di Prato sarà venduta complessivamente dal 3,8% dei T.O. europei e dal 4,7% di quelli statunitensi. In Europa, i mercati dove la quota di operatori che venderà la provincia risulta più elevata sono la Polonia (9,1%), la Germania (7,4%) e la Danimarca (7,1%). Sia per i tour operators europei che per quelli statunitensi il prodotto prevalente è quello culturale, ma si venderà anche il turismo enogastronomico e l'agriturismo.

Pensa di vendere la provincia di Prato nel 2008?			
	Si	No	Totale
AUSTRIA	0,0	100,0	100,0
BELGIO	0,0	100,0	100,0
REP. CECA	5,6	94,4	100,0
DANIMARCA	7,1	92,9	100,0
FRANCIA	0,0	100,0	100,0
GERMANIA	7,4	92,6	100,0
NORVEGIA	0,0	100,0	100,0
OLANDA	5,3	94,7	100,0
REGNO UNITO	2,9	97,1	100,0
RUSSIA	5,6	94,4	100,0
SPAGNA	0,0	100,0	100,0
SVIZZERA	0,0	100,0	100,0
UNGHERIA	0,0	100,0	100,0
POLONIA	9,1	90,9	100,0
FINLANDIA e SVEZIA	0,0	100,0	100,0
TOTALE EUROPA	3,8	96,3	100,0
TOTALE USA	4,7	95,3	100,0

Fonte: rilevazione Isnart per Unioncamere Toscana; giugno 2007

NOTA METODOLOGICA

L'universo di riferimento dell'indagine è composto da circa 2.500 Tour Operators europei e 275 statunitensi che trattano, quale meta turistica, l'Italia.

Il campione finale utilizzato, stratificato per Nazione, è pari a 421 unità: detta numerosità determina stime campionarie che hanno, ad un livello di confidenza del 90%, un margine di errore inferiore al 4,4% (+/-).

Distribuzione delle interviste per Paese		
	Numerosità	%
USA	100	23,8
GERMANIA	81	19,2
REGNO UNITO	35	8,3
FRANCIA	33	7,8
SVIZZERA	21	5,0
FINLANDIA e SVEZIA	20	4,8
OLANDA	19	4,5
REP. CECA	18	4,3
RUSSIA	18	4,3
AUSTRIA	14	3,3
DANIMARCA	14	3,3
SPAGNA	12	2,9
UNGHERIA	11	2,6
POLONIA	11	2,6
BELGIO	7	1,7
NORVEGIA	7	1,7
	421	100,0

La metodologia adottata per la rilevazione del questionario, di durata complessiva media pari a circa 20 minuti, è stata quella C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviews).

Le interviste hanno avuto luogo nel mese di aprile 2007 e sono state condotte nelle lingue correnti nei mercati analizzati.