TURISMO & TOSCANA

28 giugno 2012

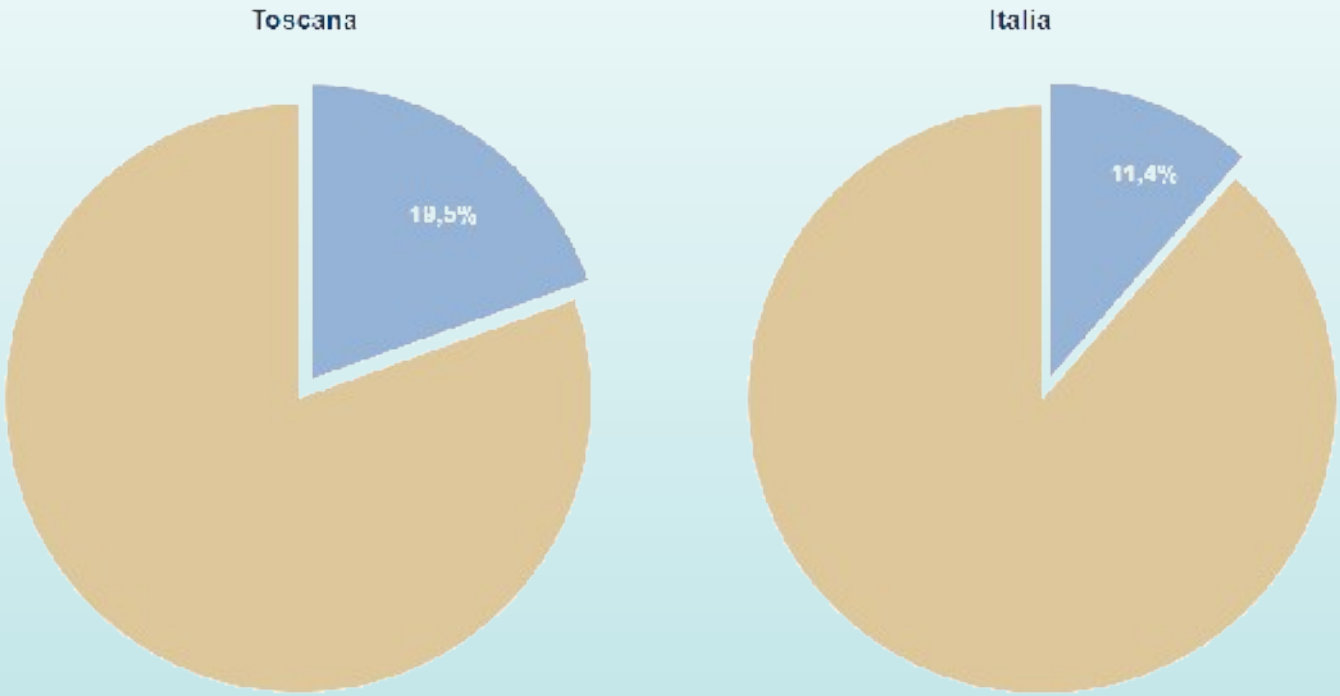
La Toscana
e la domanda internazionale

Caratteristiche e aspettative per il 2013

a cura di
Elena Di Raco
Responsabile Dipartimento Ricerca IS.NA.R.T.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

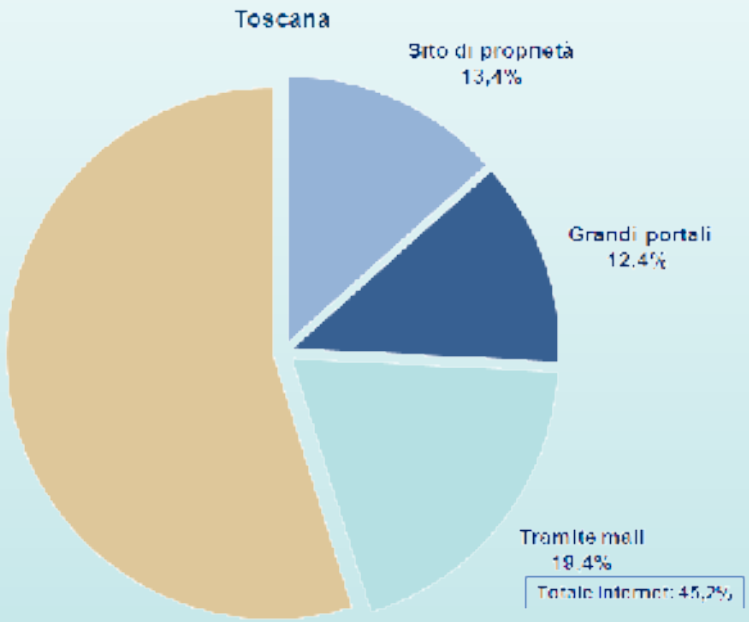
Turisti che ricorrono al circuito dell'intermediazione per la prenotazione dell'alloggio
- Anno 2011 -

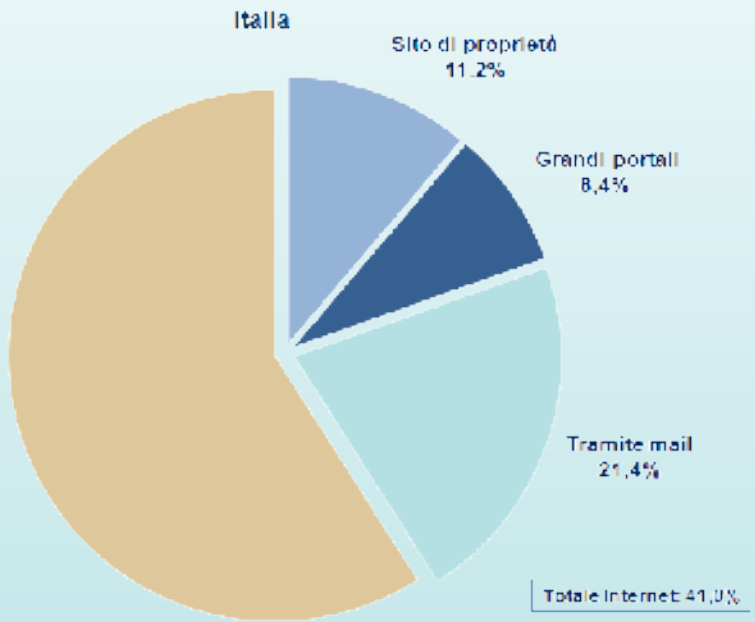


Il 19,5% della clientela nelle strutture ricettive toscane ricorre ai circuiti di intermediazione (+5,2 punti percentuali rispetto al 2010), superando la quota nazionale pari a 11,4%.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Turisti che prenotano l'alloggio tramite Internet
- Anno 2011 -

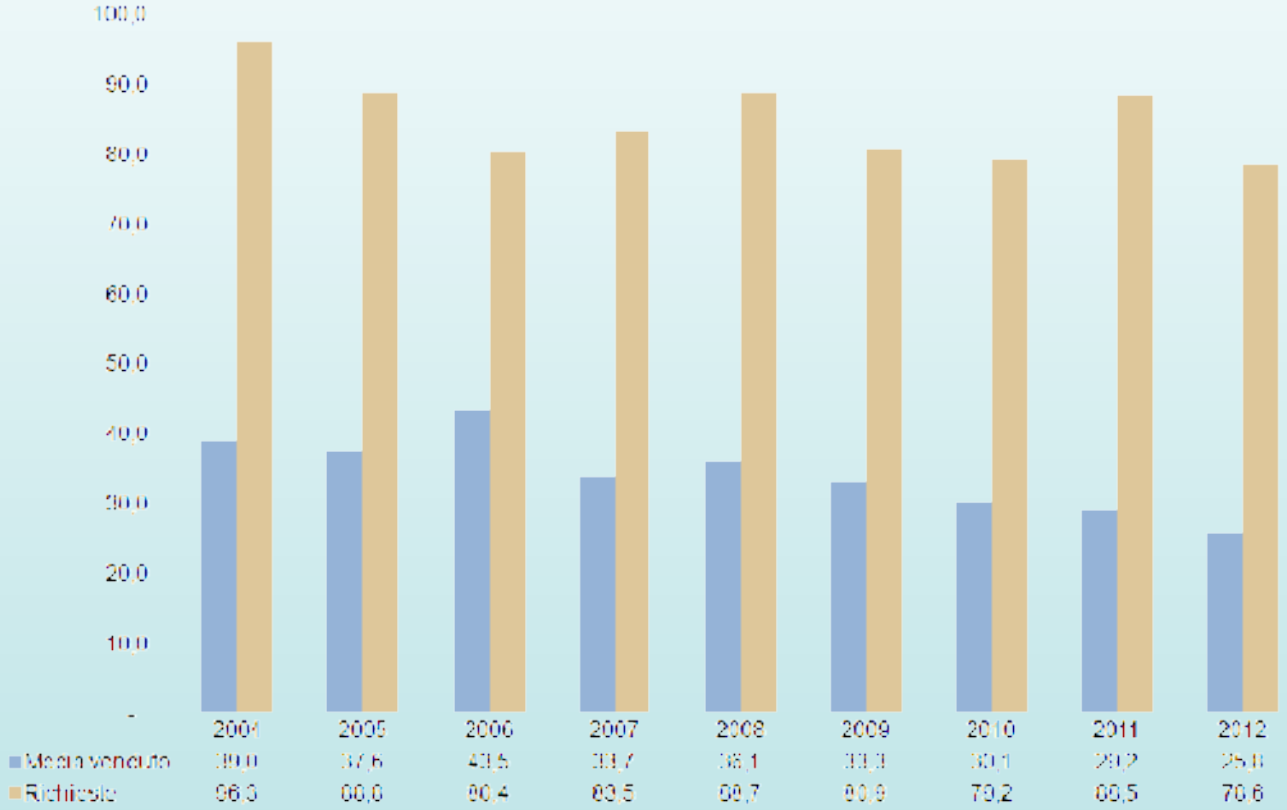




Oltre il 45% dei clienti delle strutture ricettive toscane prenota il proprio alloggio tramite internet, quota superiore alla media nazionale (41%).

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

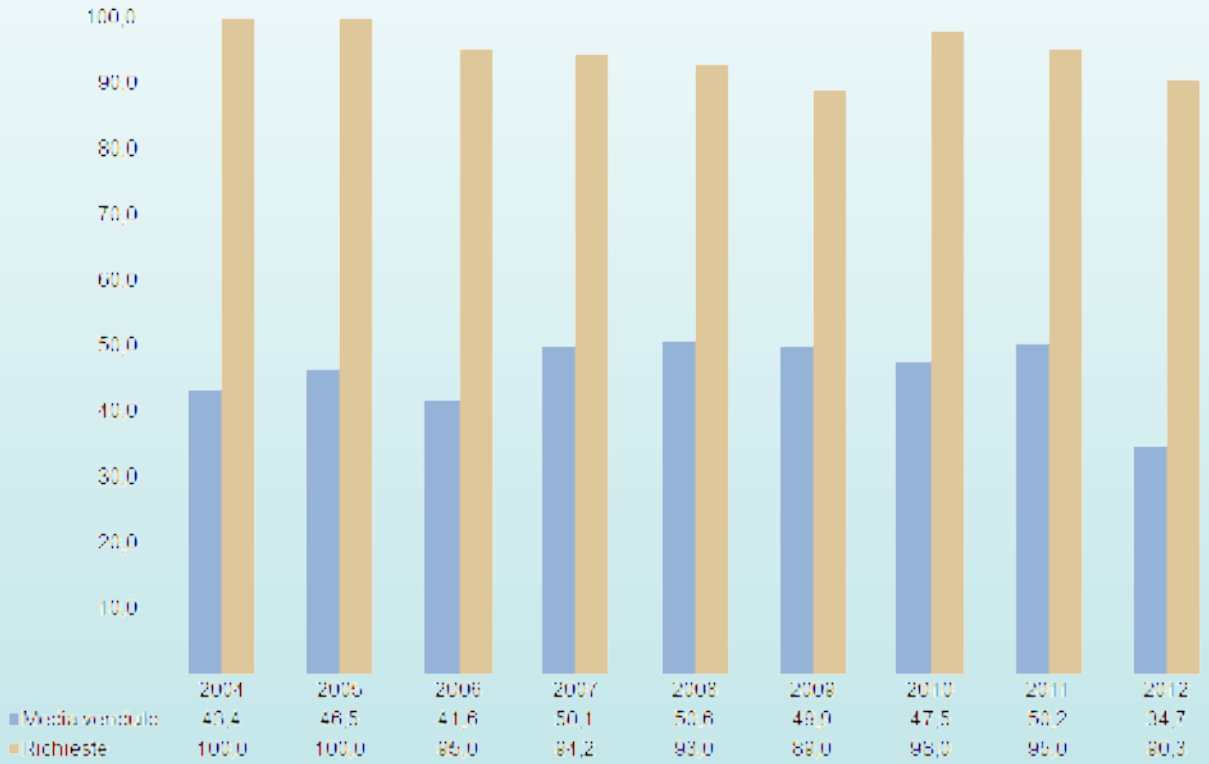
Interesse verso l'Italia ed effettivo acquisto
- Tour Operator europei -



In calo nel 2012 sia l'interesse europeo verso l'Italia sia le vendite.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

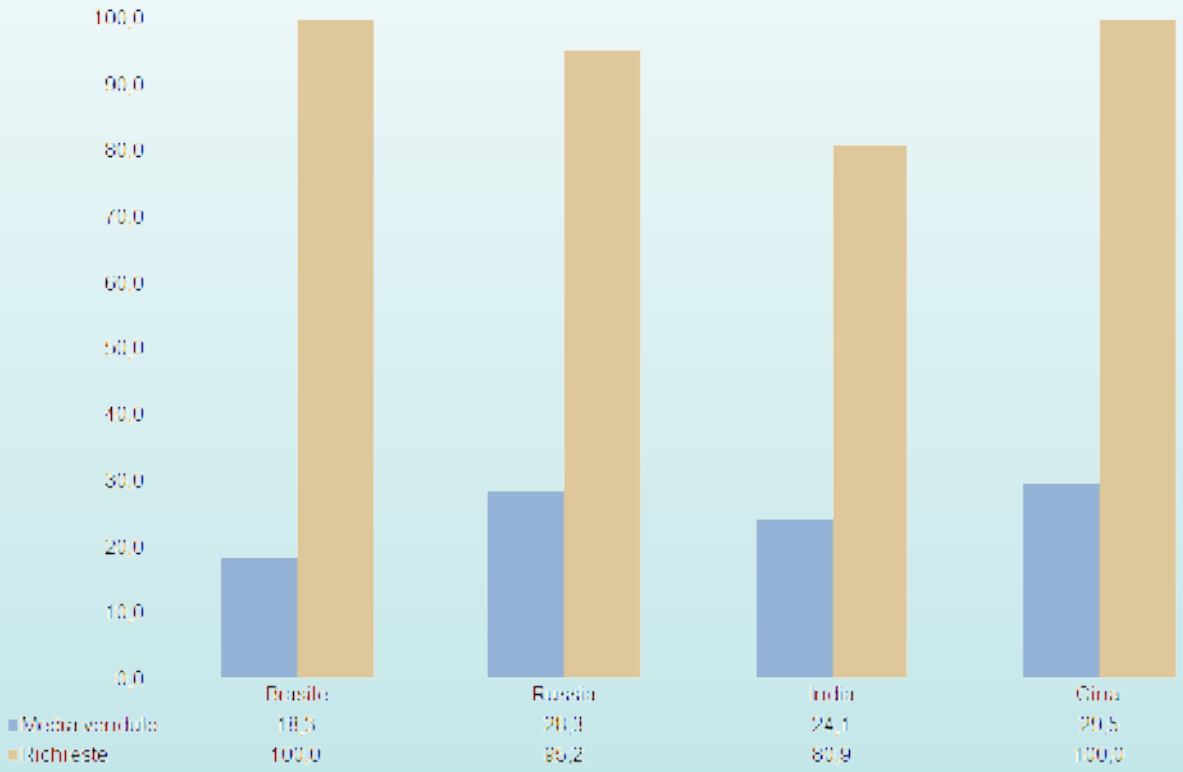
Interesse verso l'Italia ed effettivo acquisto
- Tour Operator statunitensi -



In diminuzione rispetto al 2011 le vendite delle destinazioni italiane da parte dei Tour operator statunitensi.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

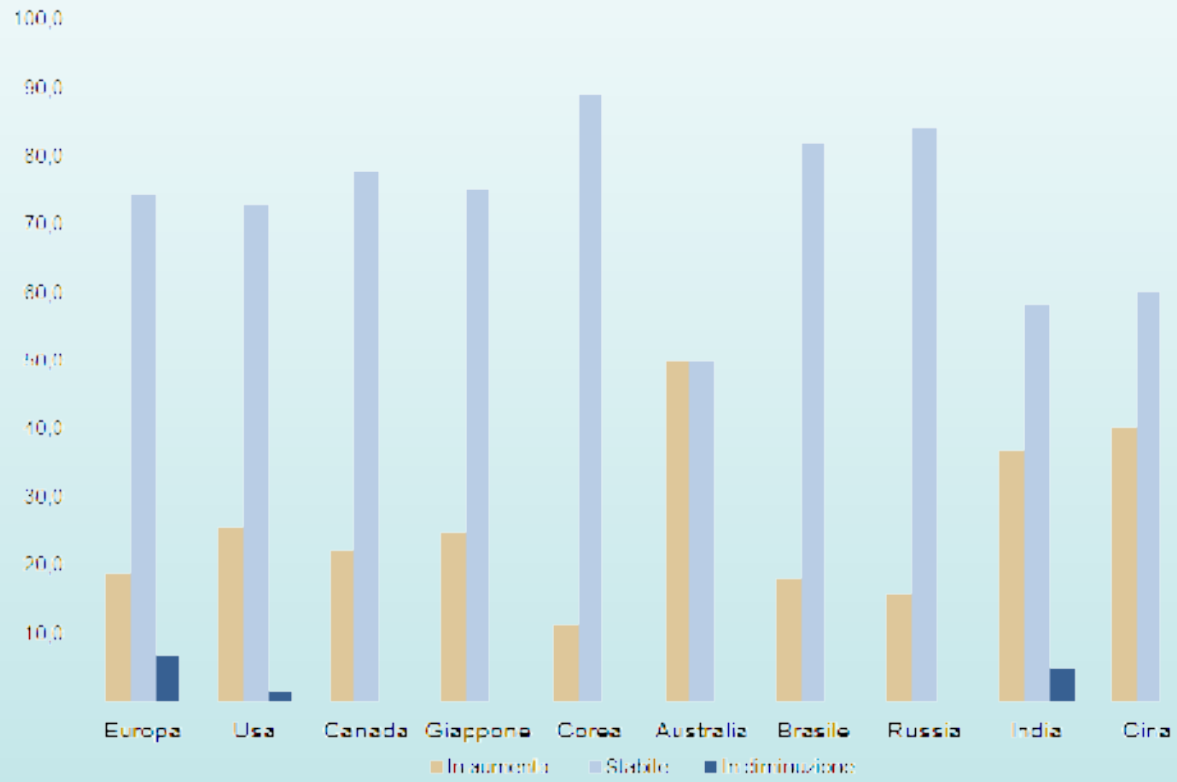
Interesse verso l'Italia ed effettivo acquisto nel 2012
- Tour Operator Paesi BRIC -



Tra i Paesi BRIC l'Italia rappresenta quasi il 30% delle vendite per gli operatori cinesi e russi, mentre India e Brasile raggiungono rispettivamente il 24,1% e il 18,3%.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Previsioni sulla domanda di turismo in Toscana andamento rispetto all'anno precedente



Variazione prevista

	Toscana	Italia
Europa:	+4,8%	+2,2%
Stati Uniti:	+9,4%	+4,0%
Canada	+7,5%	+7,5%
Giappone:	+5,0%	+5,0
Argentina	+4,1%	+7,8%
Corea:	+5,0%	+1,7%
Australia:	+11,7%	+6,0%
Brasile	+15%	+12,5%
Russia	+7,7%	+10,6
India:	+15,9 %	+17,7%
Cina	+13,8%	+13%

Mercati sostanzialmente stabili. Gli incrementi più rilevanti dichiarati dai mercati del **BRIC**: India (+15,9%) e Brasile (+15%).

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Regioni italiane vendute dai T.O. europei e statunitensi

Regioni vendute dai Tour Operator europei nel 2012 (% sul totale Tour Operator)	
Lazio	69,9
Toscana	**61,7**
Veneto	61,1
Sicilia	33,5
Campania	33,0
Lombardia	32,1
Emilia-Romagna	25,9
Trentino-Alto Adige	14,6
Umbria	12,1
Sardegna	12,1

Regioni vendute dai Tour Operator statunitensi nel 2012 (% sul totale Tour Operator)	
Toscana	**90,3**
Lazio	84,7
Veneto	77,8
Campania	69,4
Lombardia	44,4
Sicilia	40,3
Umbria	31,9
Piemonte	23,6
Liguria	18,1
Emilia-Romagna	16,7

Nel 2012 la Toscana conferma la seconda posizione tra le regioni più vendute dai **T.O. europei**, mentre torna al primo posto nella classifica delle regioni più commercializzate dai **T.O. statunitensi,** dopo la seconda posizione registrata lo scorso anno.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Regioni italiane vendute dai T.O. canadesi e giapponesi

Regioni vendute dai Tour Operator canadesi nel 2012 (% sul totale Tour Operator)	
Lazio	100,0
Toscana	**100,0**
Campania	100,0
Veneto	70,0
Umbria	50,0
Lombardia	40,0
Sicilia	30,0
Emilia-Romagna	10,0

Regioni vendute dai Tour Operator giapponesi nel 2012 (% sul totale Tour Operator)	
Lazio	80,0
Toscana	**80,0**
Veneto	70,0
Lombardia	40,0
Campania	40,0
Sicilia	30,0
Puglia	30,0
Emilia-Romagna	20,0

Per gli operatori **canadesi** e **giapponesi** la Toscana è in cima alla classifica delle regioni più vendute.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Regioni italiane vendute dai T.O. coreani e australiani

Regioni vendute dai Tour Operator coreani nel 2012 (% sul totale Tour Operator)	
Lazio	100,0
Veneto	100,0
Lombardia	90,0
Toscana	**80,0**
Emilia-Romagna	30,0
Campania	20,0
Sicilia	10,0
Umbria	10,0
Piemonte	10,0
Puglia	10,0

Regioni vendute dai Tour Operator australiani nel 2012 (% sul totale Tour Operator)	
Lazio	60,0
Toscana	**60,0**
Veneto	60,0
Lombardia	40,0
Liguria	40,0
Sicilia	30,0
Campania	20,0
Piemonte	20,0
Calabria	20,0
Emilia-Romagna	10,0

Terzo posto per il mercato **coreano**, preceduta da Lazio, Veneto e Lombardia.

Gli **australiani**, invece, confermano nel 2012 la loro preferenza per la Toscana come prima meta italiana, insieme a Lazio e Veneto.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Regioni italiane vendute dai T.O. dei Paesi BRIC

Regioni vendute dai Tour Operator brasiliani nel 2012
(% sul totale Tour Operator)

Lazio	100,0
Toscana	**91,7**
Veneto	66,7
Campania	66,7
Lombardia	33,3
Sicilia	25,0
Liguria	16,7
Sardegna	8,3
Piemonte	8,3
Umbria	8,3
Puglia	8,3

Regioni vendute dai Tour Operator russi nel 2012
(% sul totale Tour Operator)

Lazio	95,2
Toscana	**95,2**
Veneto	90,5
Emilia-Romagna	66,7
Lombardia	57,1
Campania	38,1
Sicilia	38,1
Sardegna	28,6
Liguria	23,8
Trentino-Alto Adige	19,0

Regioni vendute dai Tour Operator dei Paesi BRIC nel 2012
(% sul totale Tour Operator)

Lazio	99,3
Toscana	**95,6**
Veneto	72,3
Lombardia	71,5
Campania	60,6
Sicilia	34,3
Emilia-Romagna	18,2
Sardegna	9,5
Umbria	7,3
Liguria	7,3
Trentino-Alto Adige	6,6

Regioni vendute dai Tour Operator cinesi nel 2012
(% sul totale Tour Operator)

Lazio	100,0
Veneto	100,0
Lombardia	100,0
Toscana	**90,0**
Campania	50,0
Emilia-Romagna	40,0
Piemonte	20,0
Sicilia	10,0
Sardegna	10,0

Regioni vendute dai Tour Operator indiani nel 2012
(% sul totale Tour Operator)

Lazio	94,7
Veneto	72,3
Toscana	**63,8**
Lombardia	60,6
Campania	31,9
Sicilia	7,4
Emilia-Romagna	6,4
Trentino-Alto Adige	6,4
Umbria	4,3
Piemonte	4,3

Per gli operatori dei **Paesi BRIC** la Toscana si colloca al secondo posto, ma nel dettaglio dei Paesi la regione è prima per i **russi**, seconda per i **brasiliani e cinesi**, e terza per gli **indiani**.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Previsioni sull'andamento della domanda turistica mondiale e verso l'Italia

Andamento della domanda complessiva di viaggi organizzati nel 2012 (%)

	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Europa	17,2	53,2	29,6	100,0
Usa	19,4	58,3	22,2	100,0
Canada	20,0	60,0	20,0	100,0
Giappone	20,0	60,0	20,0	100,0
Corea	50,0	40,0	10,0	100,0
Australia	50,0	40,0	10,0	100,0
Argentina	20,0	50,0	30,0	100,0
Brasile	50,0	16,7	33,3	100,0
Russia	19,0	76,2	4,8	100,0
India	57,4	29,8	12,8	100,0
Cina	90,0	10,0	0,0	100,0
Totale	27,0	48,4	24,6	100,0

Andamento previsto per la domanda di turismo in Italia nel 2013 (%)

	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Europa	17,7	71,0	11,3	100,0
Usa	22,2	70,8	6,9	100,0
Canada	30,0	60,0	10,0	100,0
Giappone	20,0	80,0	0,0	100,0
Corea	20,0	70,0	10,0	100,0
Australia	40,0	50,0	10,0	100,0
Brasile	33,3	66,7	0,0	100,0
Russia	23,8	76,2	0,0	100,0
India	53,2	41,5	5,3	100,0
Cina	50,0	50,0	0,0	100,0
Totale	26,1	64,6	9,3	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Toscana

Andamento della domanda complessiva dei viaggi organizzati verso l'Italia nel 2012 (%)

	In aumento	Stabile	In diminuzione	Totale
Europa	18,3	51,0	30,7	100,0
Usa	19,4	55,6	25,0	100,0
Canada	30,0	50,0	20,0	100,0
Giappone	10,0	70,0	20,0	100,0
Corea	60,0	20,0	20,0	100,0
Australia	40,0	40,0	20,0	100,0
Brasile	50,0	16,7	33,3	100,0
Russia	38,1	52,4	9,5	100,0
India	48,9	41,5	9,6	100,0
Cina	90,0	10,0	0,0	100,0
Totale	26,3	48,4	25,3	100,0

Prevale una sostanziale stabilità per la domanda di turismo internazionale e verso l'Italia. L'aumento è legato in particolare ai mercati dell'area dell'Asia-Pacifico.

Nel 2013, la domanda di turismo verso l'Italia sarà generalmente stabile per quasi tutti gli operatori. La crescita arriverà soprattutto dall'India e dalla Cina.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

I prodotti della Toscana più venduti dai Tour Operator nel 2012

T.O. Europa
Città d'Arte 69,9%
Mare 19,6%
Itinerari 15,1%

T.O. Canada
Città d'Arte 70,0%
Mare 20%
Agriturismo 20,0

T.O. Corea
Città d'Arte 62,5%
Itinerari 50,0%
Business 12,5%

T.O. Argentina
Città d'Arte 80,0%
Itinerari 30,0%

T.O. Usa
Città d'Arte 84,6%
Enogastronomia 35,4%

T.O. Giappone
Città d'Arte 75,0%
Agriturismo 32,3%
Enogastronomia 12,5%
Itinerari 12,5%

T.O. Australia
Itinerari 66,7%
Città d'arte 33,3%
Enogastronomia 33,3%

T.O. Brasile
Itinerari 81,8%
Città d'arte 36,4%
Enogastronomia 18,2%

T.O. Russia
Città d'Arte 90,0%
Mare 50,0%
Terme - Itinerari: 10,0

T.O. India
Città d'Arte 81,7%
Itinerari: 30,0%
Archeologia: 8,5%

T.O. Cina
Città d'Arte 100,0%
Itinerari 55,6%
Business 11,1%

I **centri culturali e artistici** si confermano il prodotto più venduto anche nel 2012, seguite dagli itinerari. L'enogastronomia si affianca alle città d'arte nei pacchetti degli operatori statunitensi, australiani, giapponesi, brasiliani.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Specificità di mercato relative ai prodotti offerti nel 2012

CITTA' D'ARTE (73,4%)	Repubblica Ceca, Polonia, Austria, Cina, Russia
ITINERARI (23,4%)	Brasile, Ungheria, Spagna
MARE (13,1%)	Russia, Germania, Austria
ENOGASTRONOMIA (12,1%)	Usa, Australia, Svezia
AGRITURISMO (10,6%)	Usa, Danimarca, Svezia
EVENTI CULTURALI (4,7%)	Regno Unito, India, Danimarca, Germania
SPORT (3,2%)	Norvegia, Svezia, Germania
TERME (2,7%)	Norvegia, Belgio, Russia

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Le principali destinazioni straniere competitor della Toscana

Città d'arte	Francia	Spagna
Enogastronomia	Francia	Spagna
Agriturismo	Francia	Spagna
Mare	Spagna	Francia
Sport	Spagna	Francia - Portogallo
Terme/Benessere (Spa)	Francia	Stati Uniti

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

I prodotti della Toscana che verranno più venduti dai Tour Operator nel 2013

T.O. Europa
Città d'Arte 66,8%
Mare 17,1%
Itinerari 15,7%

T.O. Canada
Città d'Arte 88,9%
Agriturismo 22,2%
Itinerari 22,2%

T.O. Corea
Città d'Arte 88,9%
Itinerari: 44,4%
Business 11,1%

T.O. Argentina
Città d'Arte 80%
Itinerari 30%

T.O. Usa
Città d'Arte 80,3%
Enogastronomia 34,8%
Agriturismo 30,3%

T.O. Giappone
Città d'Arte 75,0%
Itinerari 12,5%
Enogastronomia 12,5%

T.O. Australia
Itinerari 66,7%
Città d'Arte 33,3%
Enogastronomia 33,3%

T.O. Brasile
Itinerari 90,9%
Città d'Arte 27,3%

T.O. Russia
Città d'Arte 94,7%
Mare 42,1%

T.O. India
Città d'Arte 83,3%
Itinerari: 26,7%
Eventi culturali 13,3%

T.O. Cina
Città d'Arte 100,0%
Itinerari 50,0%
Business 10,0%

Le **città d'arte** rimarranno il prodotto più commercializzato anche nel 2013, seguite dagli **itinerari** e dall'**enogastronomia**.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

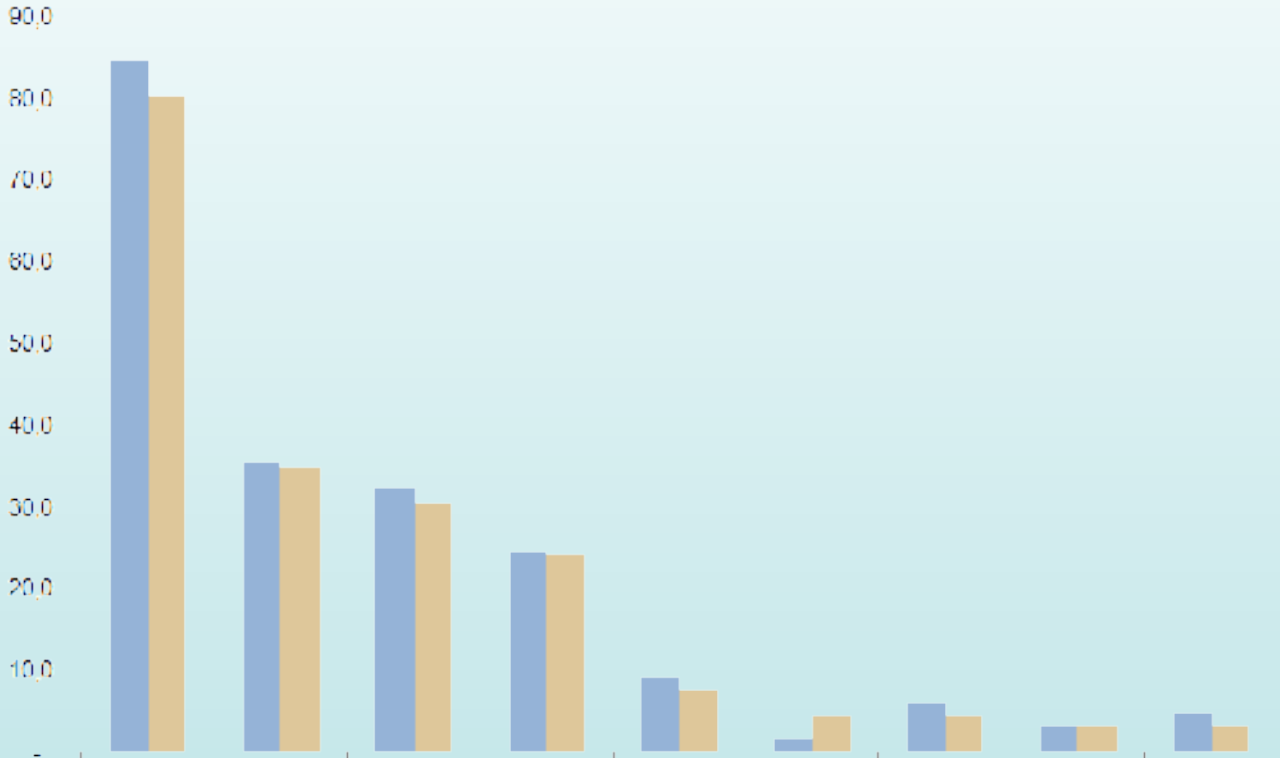
Commercializzazione della Toscana
Tour Operator europei

	Città d'arte	Mare	Itinerari	Enog.	Agriturismo	Sport	Eventi culturali	Terme	Montagna
2012	69,9	19,6	15,1	8,2	7,3	5,5	5,0	4,1	1,8
previsioni 2013	66,8	17,1	15,7	10,1	8,3	5,5	4,1	3,2	2,3

Lieve calo nel 2013 per le città d'arte e il mare. Stabili gli itinerari e lo sport, in crescita enogastronomia, agriturismo.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Commercializzazione della Toscana
Tour Operator statunitensi

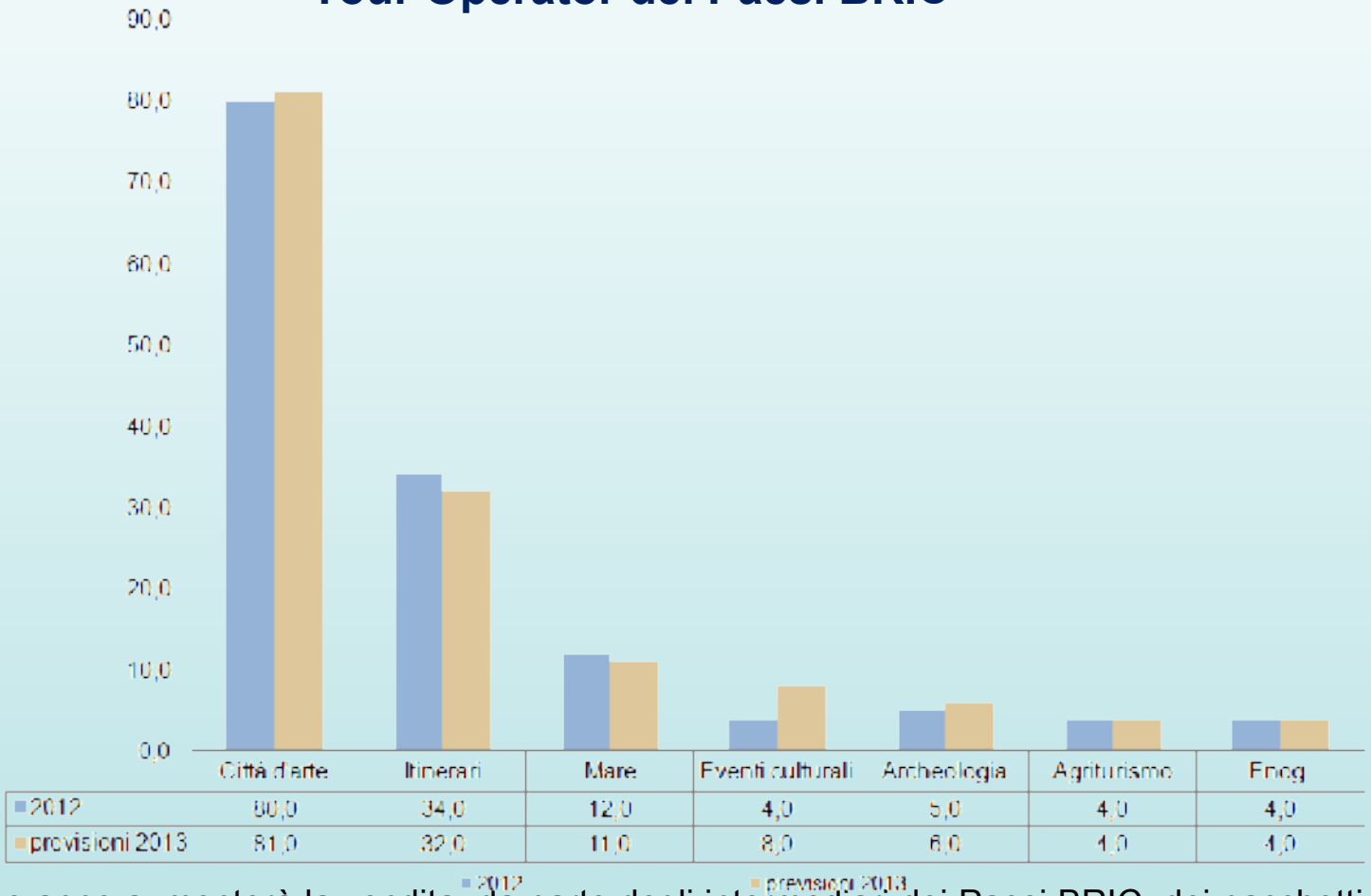


	Città d'arte	Enog	Agriturismo	Itinerari	Mare	Archeologia	Eventi culturali	Terme	Religioso
2012	84,8	35,1	32,0	24,6	9,2	1,5	6,2	3,1	4,6
previsioni 2013	80,3	34,8	30,3	24,2	7,6	4,5	4,5	3,0	3,0

Nel 2013 in calo o stabile la commercializzazione dei principali prodotti venduti dai T.O. statunitensi,eccetto l'archeologia.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Commercializzazione della Toscana
Tour Operator dei Paesi BRIC



	Città d'arte	Itinerari	Mare	Eventi culturali	Archeologia	Agriturismo	Enog
2012	80,0	34,0	12,0	4,0	5,0	4,0	4,0
previsioni 2013	81,0	32,0	11,0	8,0	6,0	4,0	4,0

Il prossimo anno aumenterà la vendita, da parte degli intermediari dei Paesi BRIC, dei pacchetti legati ai prodotti città d'arte, eventi culturali, archeologia e turismo responsabile.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

La commercializzazione delle province toscane nel 2011 e nel 2012

Quota di Tour Operator che hanno venduto le province della Toscana nel 2011

	Europa	Usa	Canada	Giappone	Corea	Australia	Brasile	Russia	India	Cina	Totale
Firenze	**47,4**	**44,0**	**80,0**	**100,0**	**70,0**	**70,0**	**91,7**	**63,6**	**40,0**	**80,0**	**49,4**
Siena	**21,4**	**20,0**	**20,0**	**-**	**-**	**30,0**	**25,0**	**22,7**	**7,8**	**-**	**18,1**
Lucca	**10,5**	**5,0**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**4,5**	**2,2**	**-**	**7,1**
Pisa	8,4	-	-	-	-	-	8,3	4,5	12,2	-	6,8
Arezzo	5,0	2,0	-	-	-	30,0	25,0	13,6	1,1	-	4,3
Grosseto	5,6	2,0	-	-	-	-	-	4,5	-	-	3,5
Livorno	4,3	1,0	-	-	-	10,0	-	-	1,1	-	3,0
Pistoia	2,8	4,0	-	-	-	-	-	4,5	-	-	2,3

Quota di Tour Operator che hanno venduto le province della Toscana nel 2012

	Europa	Usa	Canada	Giappone	Corea	Australia	Brasile	Russia	India	Cina	Totale
Firenze	**51,0**	**87,5**	**90,0**	**80,0**	**80,0**	**60,0**	**83,3**	**85,7**	**58,5**	**90,0**	**60,5**
Siena	**16,3**	**38,9**	**50,0**	**10,0**	**0,0**	**20,0**	**0,0**	**23,8**	**3,2**	**0,0**	**16,7**
Pisa	**10,7**	**6,9**	**20,0**	**0,0**	**10,0**	**20,0**	**16,7**	**19,0**	**20,2**	**40,0**	**12,3**
Lucca	13,2	20,8	20,0	0,0	0,0	10,0	8,3	23,8	1,1	0,0	11,3
Livorno	6,8	8,3	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3	14,3	2,1	0,0	5,6
Grosseto	4,5	9,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	19,0	1,1	0,0	4,0
Arezzo	2,8	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4
Massa	2,5	1,4	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,5	1,1	0,0	2,2
Pistoia	2,0	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	0,0	0,0	1,7
Prato	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2

Anche nel 2012 **Firenze** e **Siena** (18%) si confermano le province più commercializzate.

Al terzo posto Pisa commercializzata dal 12,3% dei T.O, in crescita rispetto allo scorso anno.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

La commercializzazione delle province toscane nel 2012 e previsioni di vendita nel 2013

Quota di Tour Operator che hanno venduto le province della Toscana nel 2012

	Europa	Usa	Canada	Giappone	Corea	Australia	Brasile	Russia	India	Cina	Totale
Firenze	**51,0**	**87,5**	**90,0**	**80,0**	**80,0**	**60,0**	**83,3**	**85,7**	**58,5**	**90,0**	**60,5**
Siena	**16,3**	**38,9**	**50,0**	**10,0**	**0,0**	**20,0**	**0,0**	**23,8**	**3,2**	**0,0**	**16,7**
Pisa	**10,7**	**6,9**	**20,0**	**0,0**	**10,0**	**20,0**	**16,7**	**19,0**	**20,2**	**40,0**	**12,3**
Lucca	13,2	20,8	20,0	0,0	0,0	10,0	8,3	23,8	1,1	0,0	11,3
Livorno	6,8	8,3	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3	14,3	2,1	0,0	5,6
Grosseto	4,5	9,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	19,0	1,1	0,0	4,0
Arezzo	2,8	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4
Massa	2,5	1,4	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,5	1,1	0,0	2,2
Pistoia	2,0	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	0,0	0,0	1,7
Prato	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2

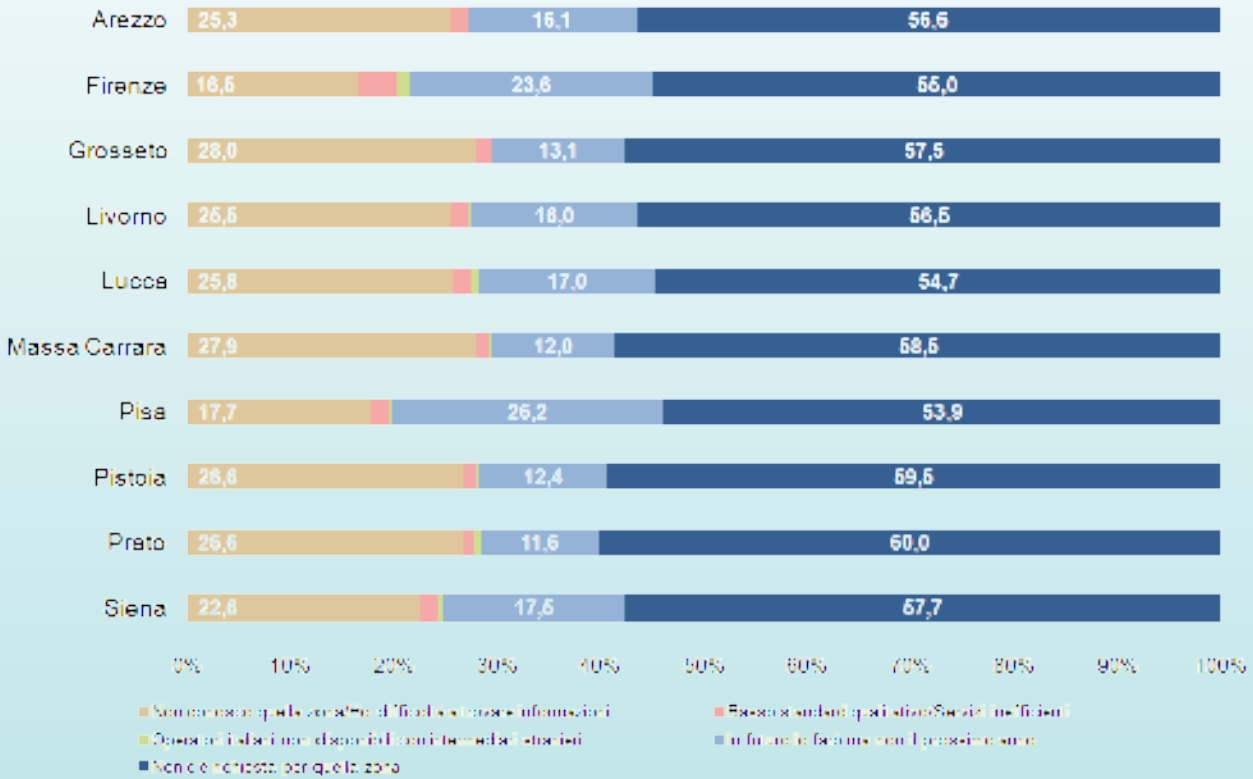
Quota di Tour Operator che venderanno le province della Toscana nel 2013

	Europa	Usa	Canada	Giappone	Corea	Australia	Brasile	Russia	India	Cina	Totale
Firenze	**49,3**	**87,5**	**90,0**	**80,0**	**90,0**	**60,0**	**83,3**	**85,7**	**61,7**	**90,0**	**60,2**
Siena	**13,8**	**38,9**	**40,0**	**10,0**	**10,0**	**20,0**	**0,0**	**14,3**	**4,3**	**10,0**	**15,5**
Pisa	**9,3**	**8,3**	**20,0**	**0,0**	**10,0**	**20,0**	**8,3**	**28,6**	**24,5**	**60,0**	**12,5**
Lucca	13,2	16,7	20,0	0,0	0,0	10,0	0,0	28,6	1,1	0,0	10,6
Livorno	6,8	6,9	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	14,3	1,1	0,0	5,4
Grosseto	4,8	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	1,1	0,0	4,4
Arezzo	3,7	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	0,0	0,0	2,9
Massa	2,3	1,4	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,5	1,1	0,0	2,0
Pistoia	2,3	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	0,0	0,0	1,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Toscana

Le previsioni di vendita per il 2013 confermano le prime posizioni per **Firenze**, **Siena** e **Pisa.**

I motivi di non commercializzazione delle province toscane nel 2012



Circa 1 T.O. su 4 che non ha venduto le province di Firenze e Pisa nel 2012 ha intenzione di farlo, sebbene non il prossimo anno.

Massa Carrara, Pistoia e Prato si confermano le province meno conosciute e per questo non commercializzate nel 2012.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana

Quota di Tour Operator che venderanno la regione Toscana nel 2013			
	Si	No	Totale
Europa	**61,1**	38,9	100,0
Usa	**91,7**	8,3	100,0
Canada	**90,0**	10,0	100,0
Giappone	**80,0**	20,0	100,0
Corea	**90,0**	10,0	100,0
Australia	**60,0**	40,0	100,0
Argentina	**100,0**	0,0	100,0
Brasile	**91,7**	8,3	100,0
Russia	**90,5**	9,5	100,0
India	**63,8**	36,2	100,0
Cina	**100,0**	0,0	100,0
Totale	**68,5**	31,5	100,0

Stabile la quota di intermediari esteri che venderanno la Toscana nel 2013.

In particolare saranno Cina e Corea a determinare la crescita della commercializzazione della regione nel prossimo anno (+10%). Tra i TO europei la crescita riguarderà in particolare Spagna e Svizzera.

Fonte: Osservatorio turistico regionale , Unioncamere Toscana