

Tendenze che influenzano la domanda

Centro Studi TCI



«L'e-commerce è ormai una realtà consolidata, che riguarda metà della popolazione europea»

#ruolodigitale

Persone che hanno comprato beni e servizi on line* – 2015



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

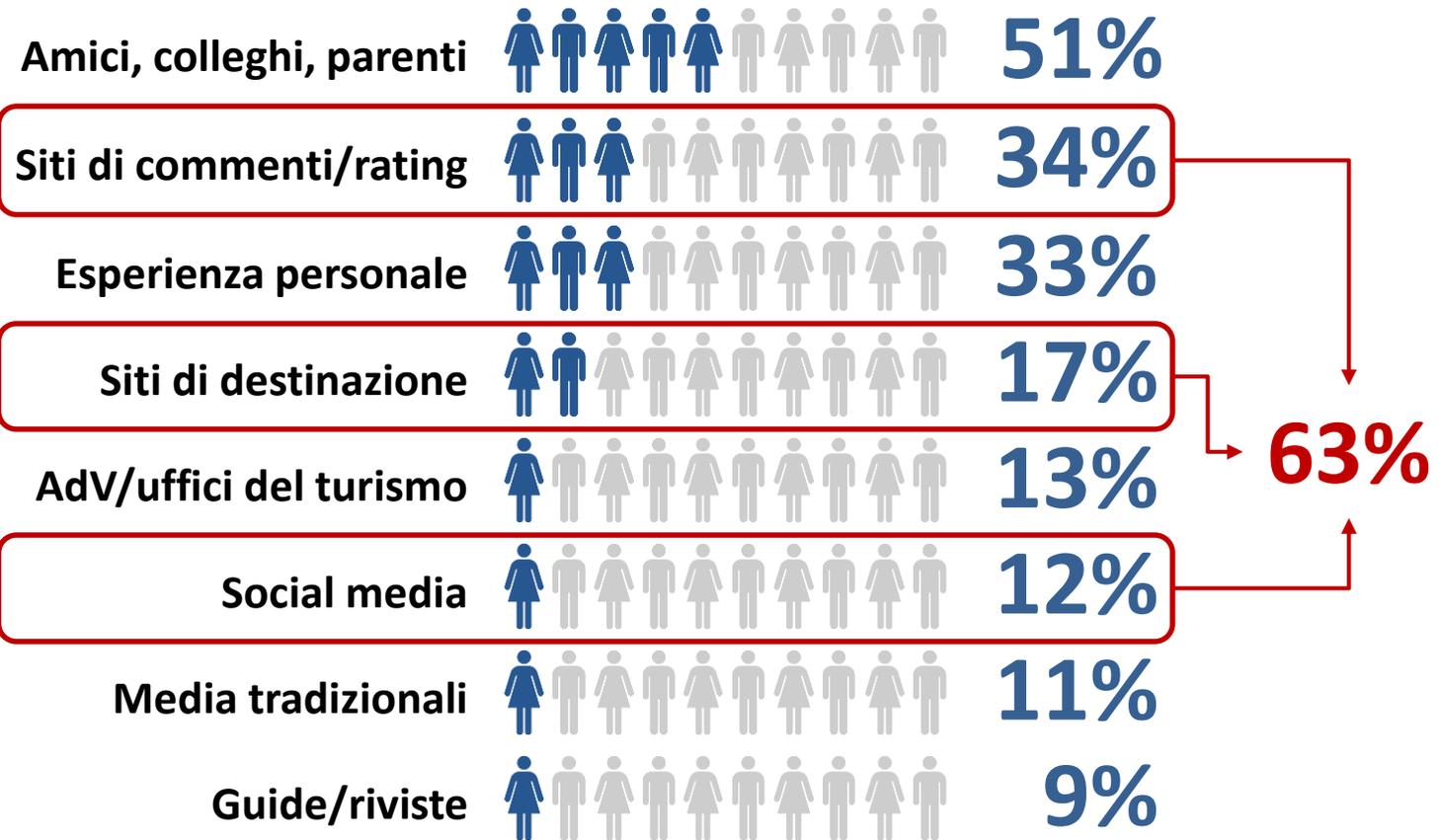
Fonte: Eurostat



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

«Il mix di web e relazioni è la fonte di ispirazione principale per i viaggi degli europei»

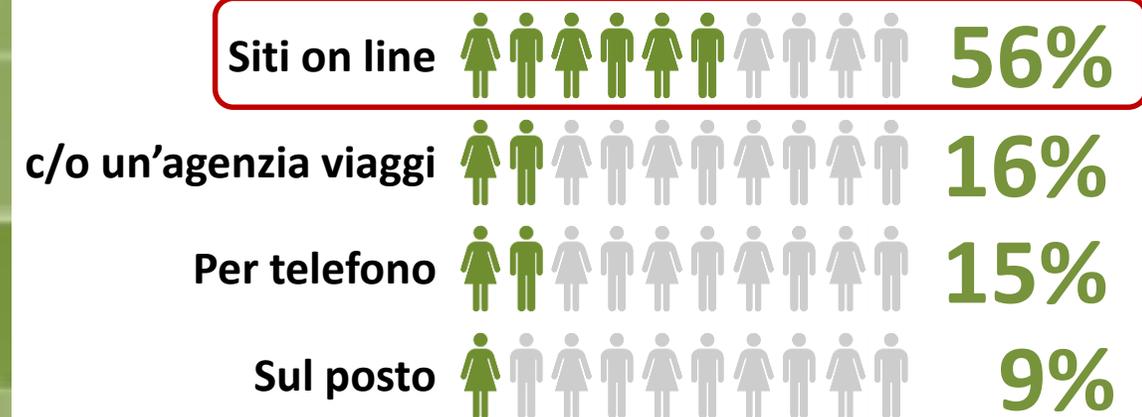
«Cresce la rilevanza della reputation: è importante lavorarci perché esiste anche se non ce ne occupiamo»

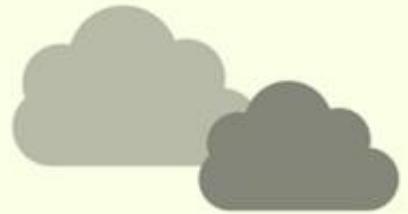




«Il web si conferma il principale canale di prenotazione della vacanza da parte degli europei»

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

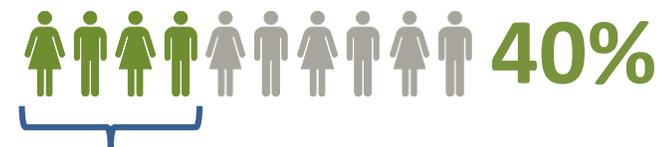




«La sostenibilità costituisce un elemento molto importante per la scelta del viaggio»



#sostenibilitàdelturismo



Influenzati da almeno un fattore di sostenibilità

Politiche delle imprese ricettive

Politiche di destinazione

Certificazioni ambientali

Politiche di mobilità



THE END OF TOURISM AS WE KNOW IT

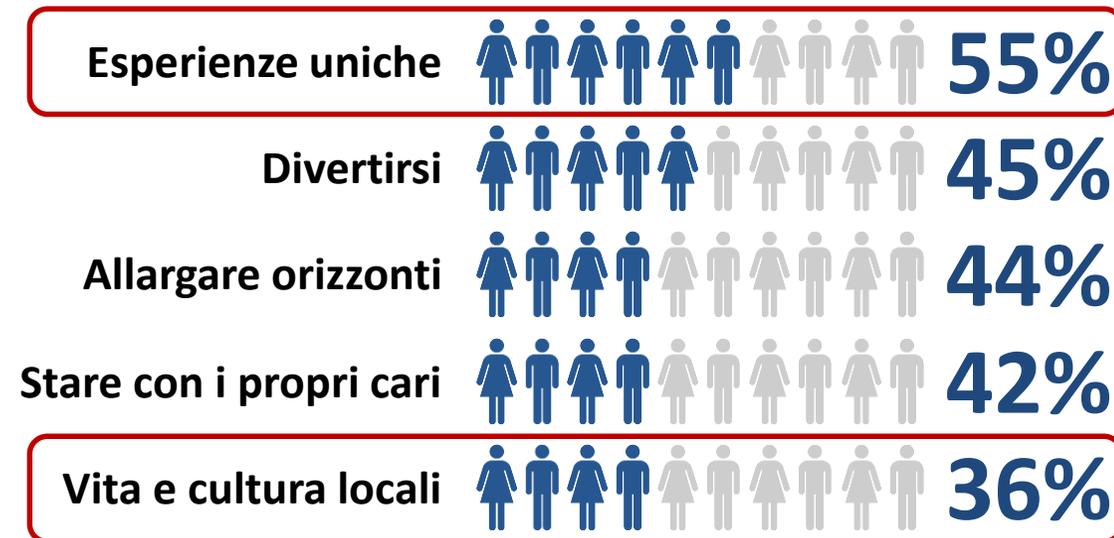
«La centralità dell'esperienza favorisce l'integrazione dei turismi: faccio turismo attivo ma anche enogastronomico...»

TOWARDS A NEW BEGINNING OF LOCALHOOD



#turismoesperienziale

Sensazioni che vogliono provare i turisti
2014 (% , possibili più risposte)
Base = 32 Paesi



«Al turista non basta vedere, ora vuole sperimentare e immergersi nei luoghi che visita, viverli in modo autentico come fosse un residente: è questa la strategia di posizionamento di piattaforme come Airbnb o di agenzie di promozione come Wonderful Copenhagen»



«La pratica sportiva, anche per il semplice benessere psicofisico, è una tendenza consolidata, soprattutto nei Paesi nordeuropei»



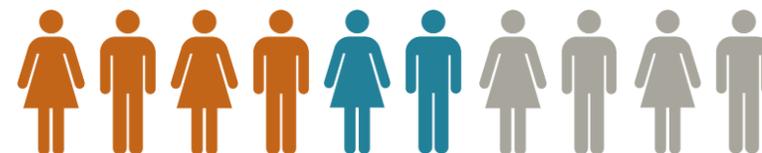
#turismosportivo

Frequenza della pratica sportiva – 2013



Raramente

17%



41%

42%

Regolarmente o con una certa regolarità

Mai



70%

Svezia



68%

Danimarca



66%

Finlandia



58%

Paesi Bassi



48%

Germania



45%

Austria

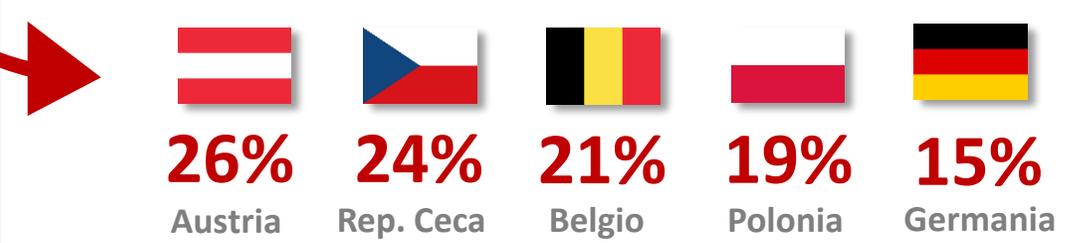
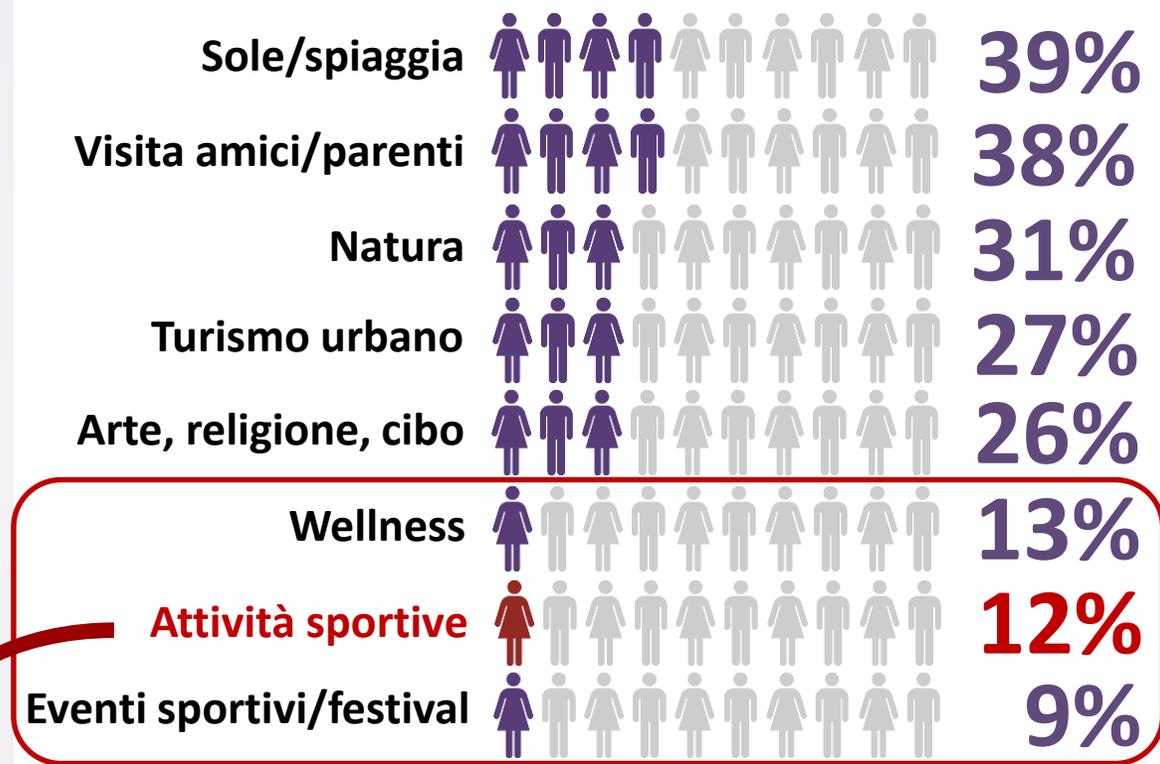


#turismosportivo

«Lo sport come motivazione principale di viaggio può sembrare ancora marginale ma dipende dai Paesi!»



Principali motivazioni per vacanza 2015 (% , possibili più risposte)



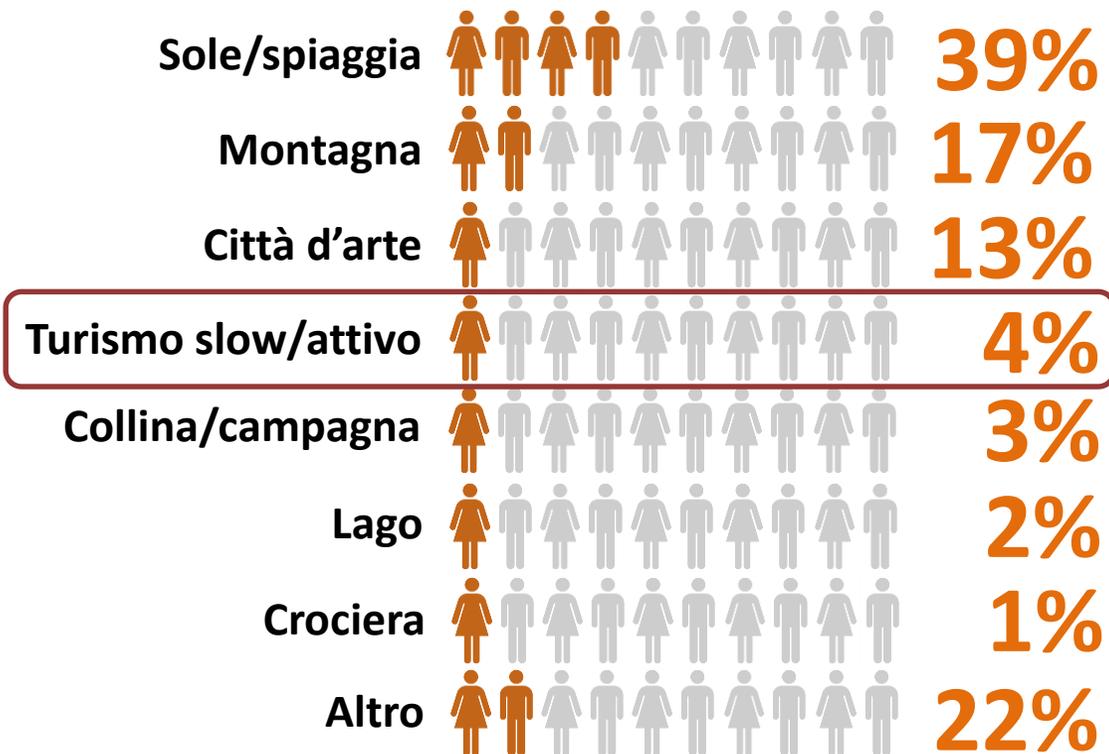
Fonte: Flash Eurobarometer, Preferences of Europeans towards tourism, 2016



«Costituisce una nicchia interessante perché si tratta di turisti che vogliono scoprire territori poco noti»

#turismolento**e**attivo

Tipologia di destinazione scelta dagli italiani per le vacanze estive 2016 (%)

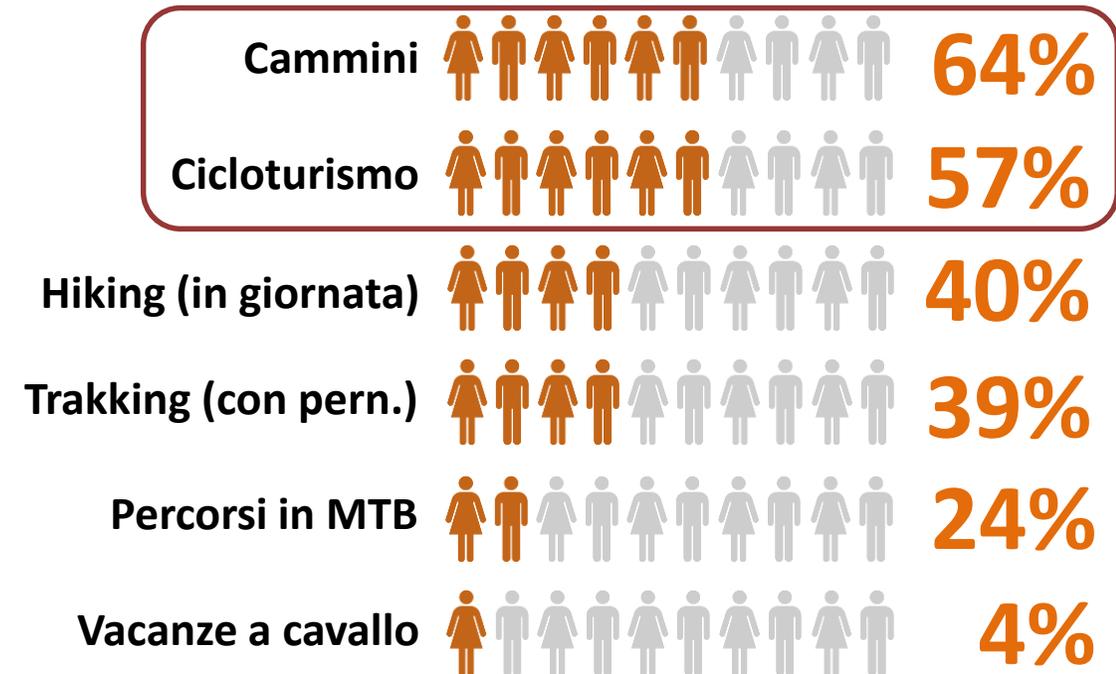




«Cammini e tour in bicicletta sono le attività preferite da questa tipologia di turisti»

#turismolento^eattivo

Attività preferite da chi pratica turismo lento/attivo - 2017 (% , possibili più risposte)





#bicieturismo

44 mld €

**Stima del fatturato del
turismo in bicicletta in
Europa**

**Germania e UK
principali mercati di provenienza**

**Austria, Danimarca, Svizzera e Francia
principali Paesi di destinazione**



«Alcuni possibili target»

#biciturismo

Utilità

Ciclo-esploratori

- Amanti della natura
- Attenti alla realtà locale
- Desiderosi di non impattare sull'ambiente



Ciclo-sportivi

- Forma fisica
- Performance para-agonistica



Relax



Sforzo fisico



Cicloturisti per caso

- Bici, motivazione non prioritaria
- Approccio amatoriale
- Bici non sempre al seguito (noleggio)

Ciclo-avventurosi

- Ricerca di emozioni
- Amanti della mountain bike (cross country, down hill, free ride ecc.)

Piacere



«Alcuni possibili prodotti»

#bicieturismo

Utilità

Comprensori attrezzati

Percorsi creati spesso all'interno di aree protette o di pregio. Sono di media/elevata estensione e possono offrire servizi specifici per i cicloturisti



Percorsi «brevettati»

Percorsi in sede promiscua poco trafficati sulle quali organizzare eventi



Relax

Itinerari ciclabili locali

Percorsi prevalentemente urbani di breve/media lunghezza, spesso in sede propria, che collegano più attrattori



Sforzo fisico

Percorsi dedicati e bike park

Percorsi o siti progettati e attrezzati per offrire esperienze in mountain bike



Piacere



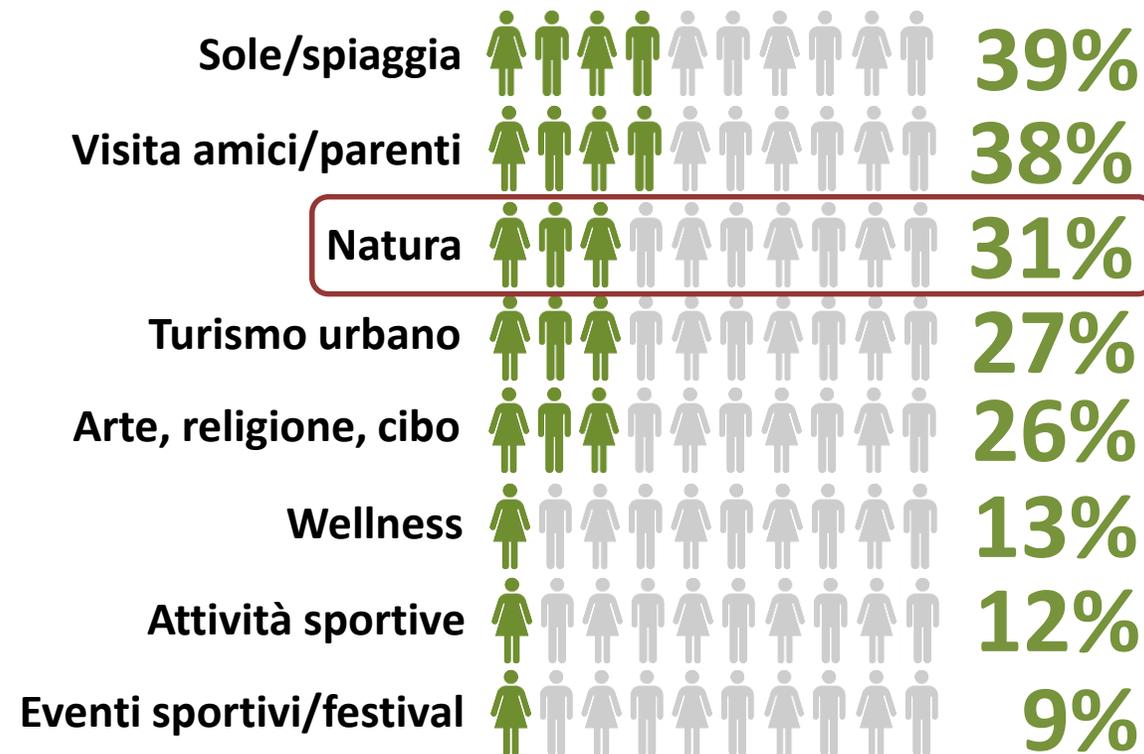
«La natura, nelle sue diverse accezioni, è una delle principali motivazioni turistiche»

«Gli aspetti naturalistici costituiscono inoltre il primo motivo per ritornare in una destinazione già visitata»

«Il cosiddetto 'butterfly tourism' attira a Taiwan e Costa Rica 500mila visitatori all'anno, 250mila nella Sierra Madre Biosfere Reserve in Messico...»

#turismonaturalistico

Principali motivazioni per vacanza
2015 (% , possibili più risposte)

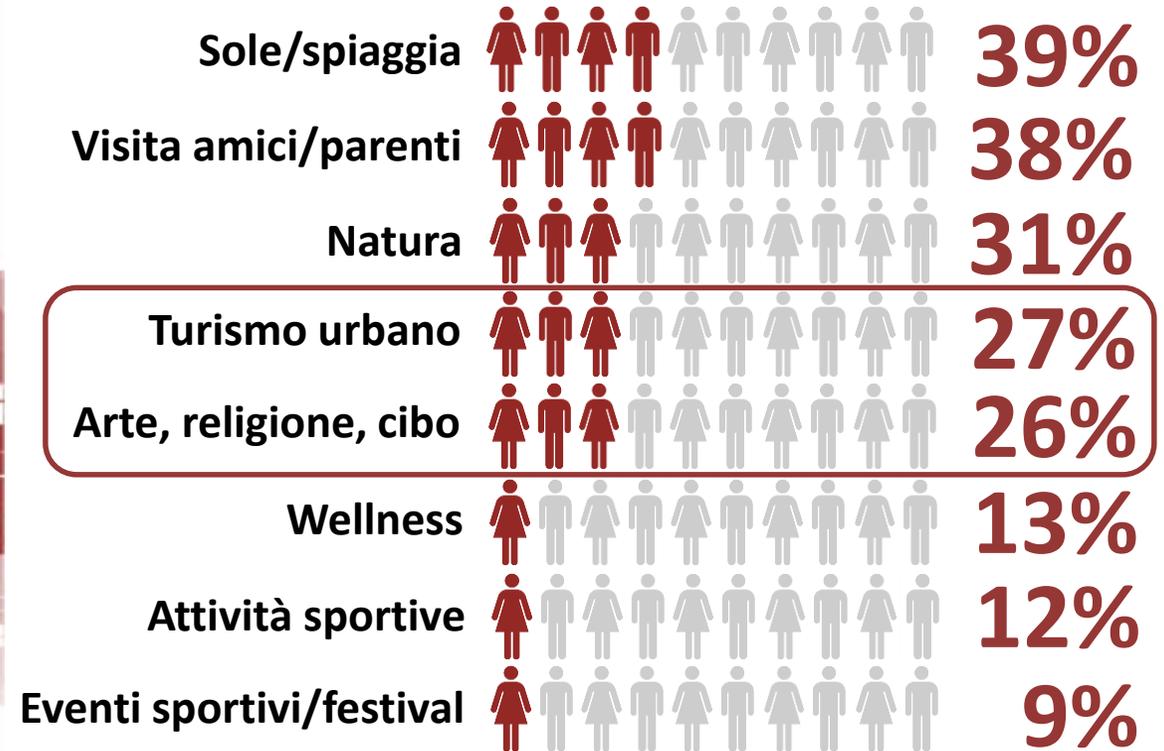




«Destinazioni urbane e cultura, intesa in senso ampio, si confermano importanti motivazioni di viaggio (53%)»

#turismoculturale

Principali motivazioni per vacanza
2015 (% , possibili più risposte)





#ciboeturismo

«Il cibo non è più soltanto un fattore strumentale, ma una componente dei consumi quotidiani sul quale si presta particolare attenzione»

Aspetti giudicati molto importanti nell'acquisto del cibo – 2012





#ciboeturismo

«Non va poi sottovalutato il tema delle intolleranze alimentari che riguarda un numero crescente di individui»

I trend alimentari in Italia – 2016



Famiglie con problemi di intolleranza  **32%**

Famiglie con almeno un vegetariano/vegano  **19%**

Valore del venduto 2015
(prodotti alimentari)



+31% sul 2014



+19% sul 2014



«Il turismo enogastronomico in senso stretto è ancora poco rilevante, ma il food ha già un ruolo di primo piano nel paniere del turista»

#ciboeturismo

Spesa turistica incoming in Italia – 2015

Spesa totale **35,6 mld €**



Spesa turismo enogastronomico **178 mln €**

Spesa turistica incoming in Italia per tipologia – 2015



Tipologia	Percentuale
Trasporto	11%
Alloggio	41%
Ristorazione	22%
Acquisti	20%
Altro	6%

Incidere sulla spesa turistica per quasi 8 mld € all'anno

L'enogastronomia può avere un peso rilevante, soprattutto per alcune nicchie



#turismoecomunity

«Il viaggio, rispondendo a motivazioni specifiche del turista, dà luogo a community di persone che condividono passioni e interessi»

www.touringclub.it

6 mln utenti unici negli ultimi 12 mesi
community di oltre 250mila persone



6 cluster tematici

Quasi 40mila interessati al turismo lento/attivo

