



**NATIONAL
TOURIST
BOARD**



OSSERVATORIO NAZIONALE DEL **TURISMO**

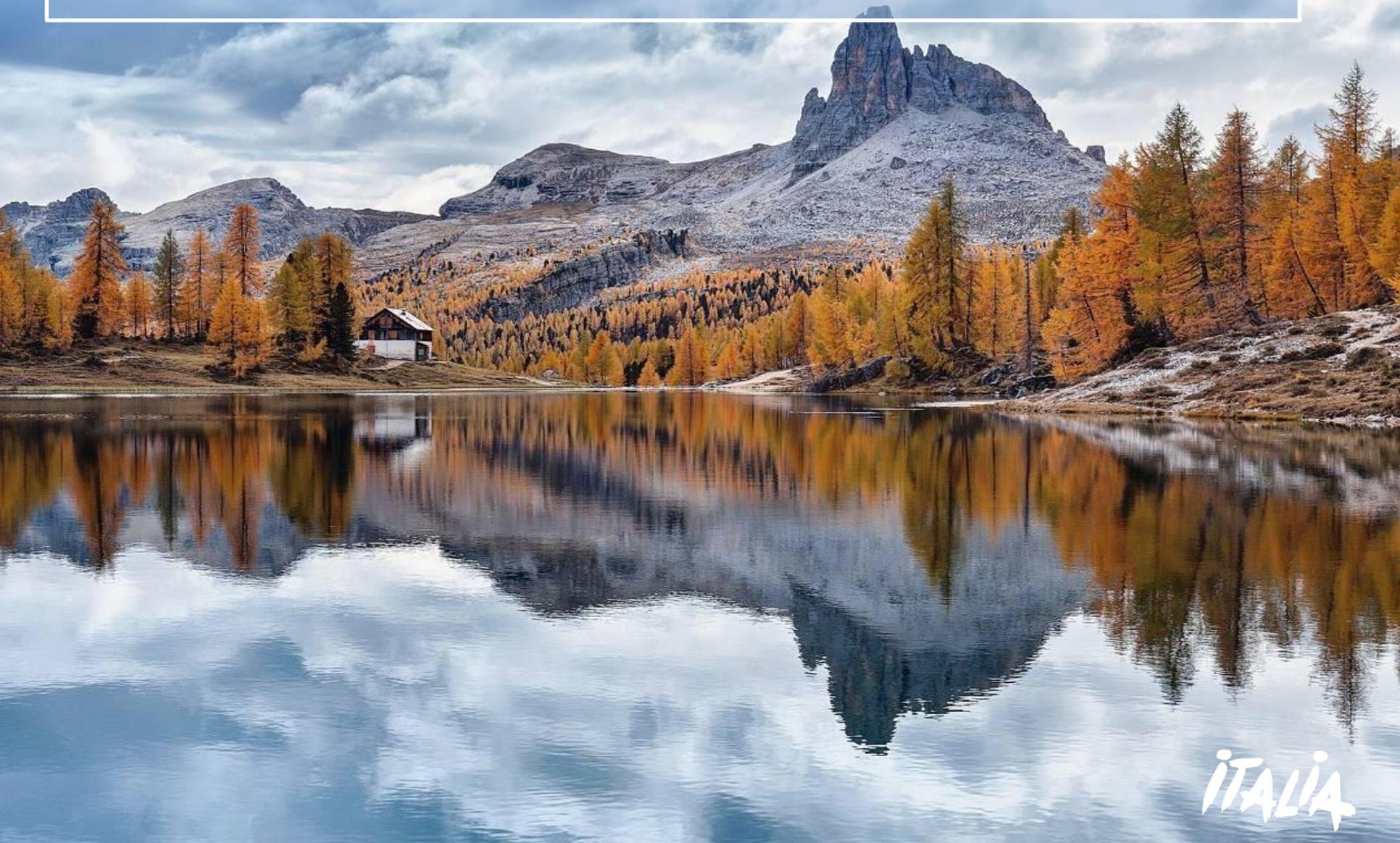
Marketing and Promotion Director

Maria Elena Rossi

Roma, 3 ottobre 2018



IL TURISMO MONTANO



ITALIA

SCHEDA SUL TURISMO MONTANO IN ITALIA: UN IMPATTO ECONOMICO DI 8,4 MLD DI €

	ITALIANI		STRANIERI	
IMPATTO ECONOMICO	5,6 MLD di euro		2,8 MLD di euro	
MOTIVAZIONI MONTAGNA	RELAX	48	BELLEZZE NATURA	68
	BELLEZZE NATURA	47	RAPPORTO QUALITA'/PREZZO	40
	LOCALITA' ESCLUSIVA	35	LOCALITA' MAI VISTE	39
	SPORT	12	RELAX	33
			SPORT	16
CANALI DI COMUNICAZIONE	ESPERIENZA PRECEDENTE	46	INTERNET	50
	PASSAPAROLA	25	PASSAPAROLA	25
	INTERNET	24	ESPERIENZA PRECEDENTE	17
	ADV	8	ADV	13
ATTIVITA'	ESCURSIONI	63	ESCURSIONI	52
	VISITA CENTRO STORICO	49	VISITA CENTRO STORICO	37
	SHOPPING	20	DEGUSTAZIONI	10
	ACQUISTO PRODOTTI ARTIGIANALI	14	SHOPPING	9
	VISITA MUSEI E MOSTRE	11	VISITA MUSEI E MOSTRE	6
	DEGUSTAZIONI	5	ACQUISTO PRODOTTI ARTIGIANALI	3
GIUDIZIO	MEDIA TOTALE	8,8	MEDIA TOTALE	8,0

ITALIA

FLUSSI TURISTICI NELLE LOCALITÀ MONTANE

12,5 milioni di arrivi

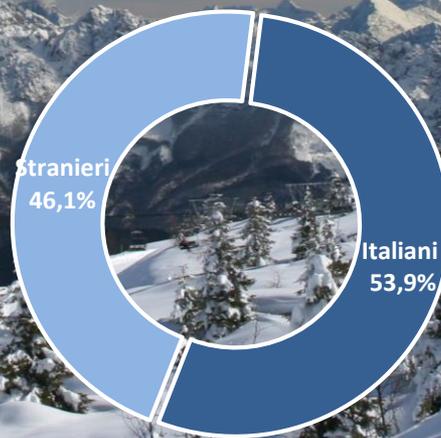
10,2% del totale arrivi

+4,3% sul 2016

51,5 milioni di presenze

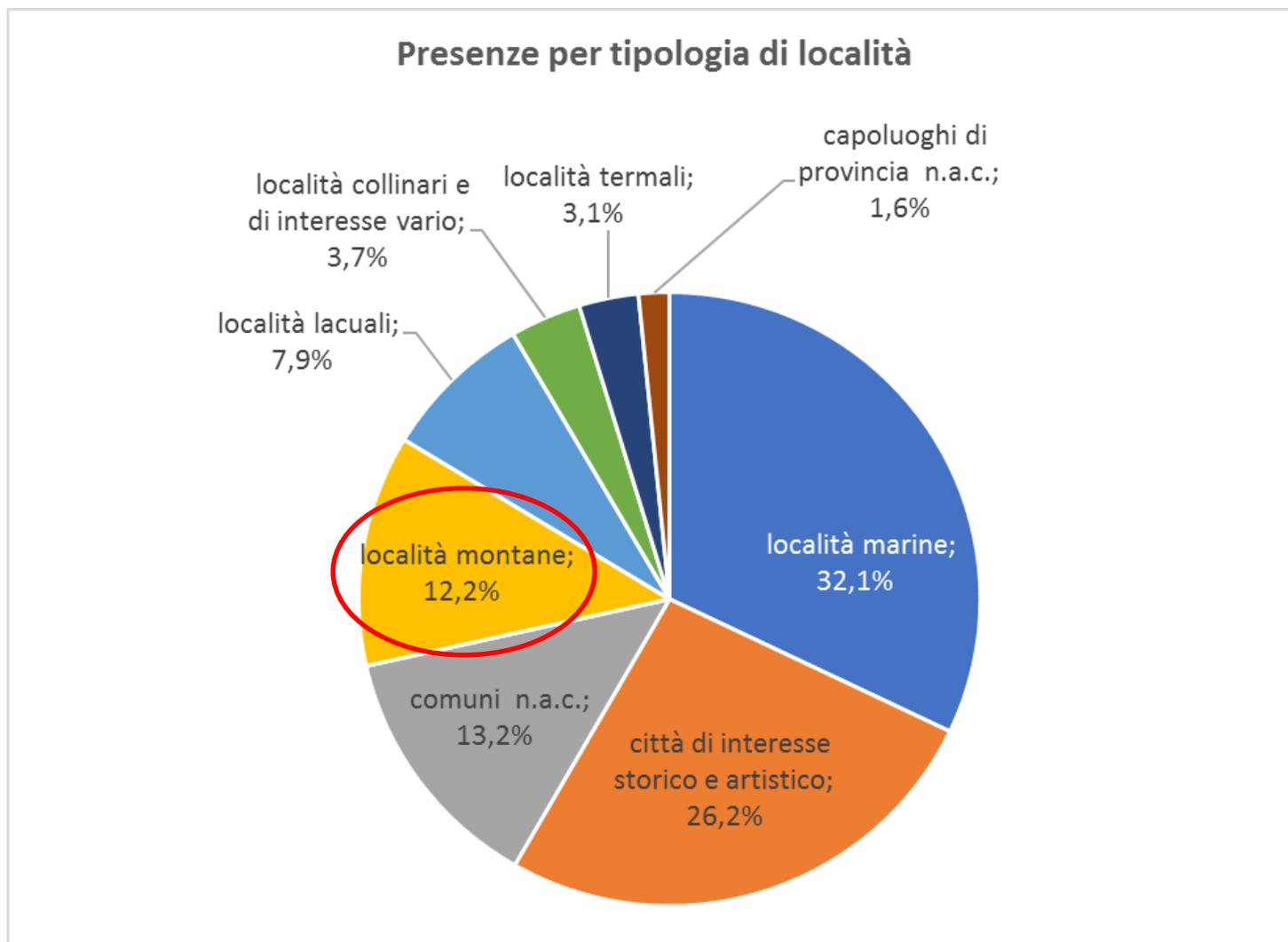
12,2% del totale presenze

+3,6% sul 2016

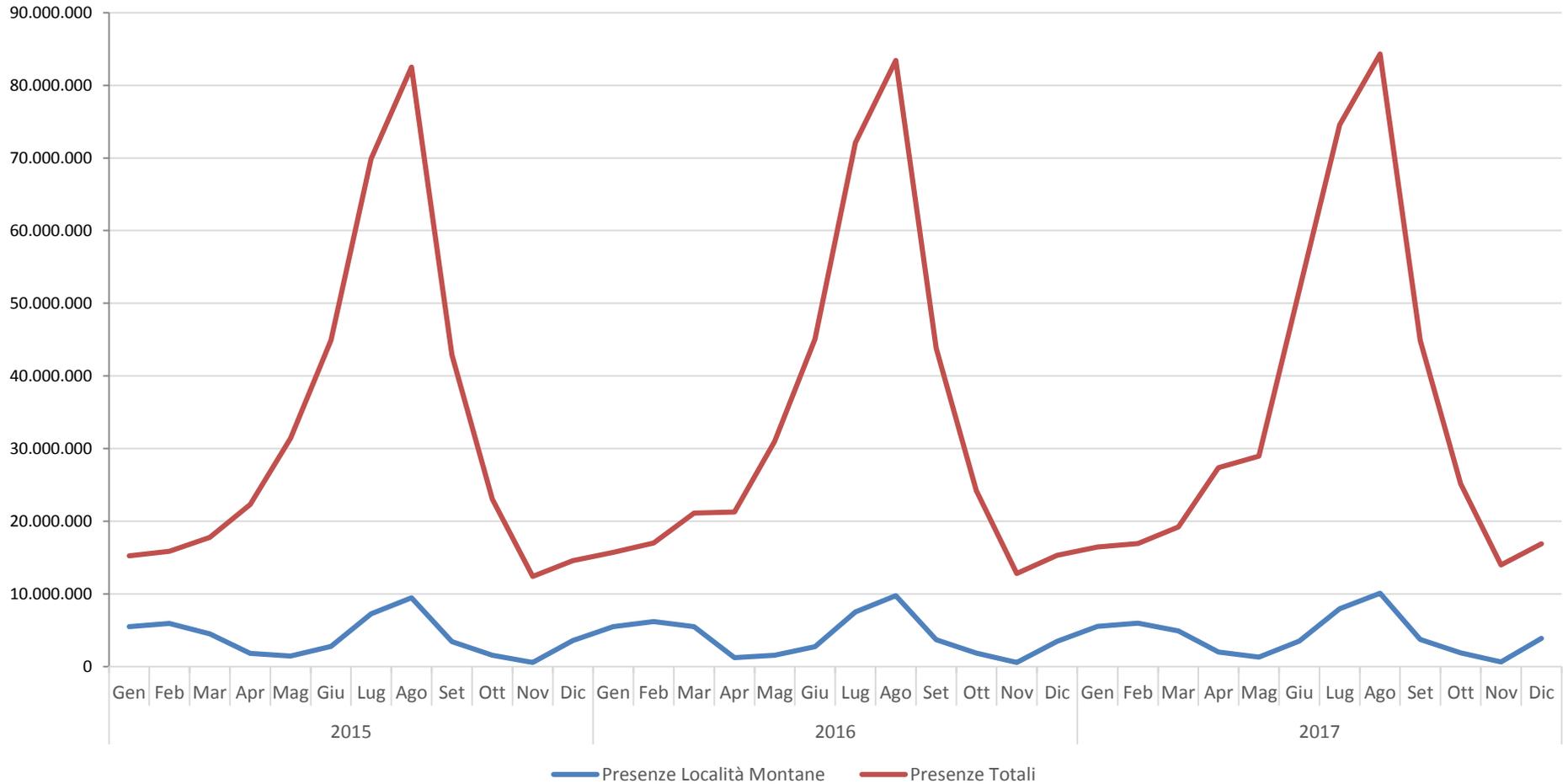


ITALIA

PRESENZE NELLE LOCALITÀ MONTANE: 12% del totale



LA STAGIONALITÀ DELLE PRESENZE NELLE LOCALITÀ MONTANE



MONTAGNA ESTIVA

Giugno – settembre

Presenze

25,3 milioni
nelle località montane

10% del totale presenze
giugno-settembre

49,1% delle presenze nelle
località montane

9,3 milioni di stranieri

ITALIA



SPESA DEGLI STRANIERI PER UNA VACANZA IN MONTAGNA:

**1,4 mld di €
+24% sul 2016**

ITALIA

BACINI DI ORIGINE DEI FLUSSI STRANIERI

Germania in vetta alla classifica

Primi 10 Paesi di origine per spesa per una vacanza in montagna
(in mln di euro)

Rank 2017	Tipologia di vacanza	2016	2017	Var. % 16/17	Quota %
1	Germania	231,1	544,4	135,5	38,3
2	Svizzera	148,5	171,6	15,6	12,1
3	Francia	147,9	149,9	1,4	10,6
4	Belgio	35,0	75,2	114,8	5,3
5	Austria	107,6	70,0	-34,9	4,9
6	Regno Unito	78,1	68,3	-12,6	4,8
7	Russia	56,2	54,9	-2,2	3,9
8	Paesi bassi	46,4	44,3	-4,5	3,1
9	Polonia	46,9	30,3	-35,3	2,1
10	Stati Uniti d'America	40,1	25,3	-36,9	1,8
Totale Vacanza in montagna		1.145,4	1.420,0	24,0	100,0



TENDENZE DI DOMANDA

- 
- **Gli italiani privilegiano i periodi di alta stagione** (Natale/Capodanno/Epifania e febbraio/Carnevale);
 - **I soggiorni medi sono più brevi**, attorno ai 4/5 gg giorni
 - Vi è una **maggiore attenzione al prezzo** da parte di tutte le categorie di turisti.
 - **Crescono le prenotazioni intermedie dalle OTA**
 - **Cresce la necessità di condivisione dell'esperienza di viaggio in montagna sui social**
 - **Continua il successo delle nuove discipline** (es. sci alpinismo, ciaspole ecc)

CASE STUDIES: IL POTENZIALE DEL MERCATO CINESE

ITALIA

UN ENORME OPPORTUNITÀ

L'enorme potenziale turistico del mercato cinese in termini sia quantitativi che qualitativi rappresenta per il nostro Paese **una grande opportunità di investimento.**

Quello cinese è un mercato turistico in continua evoluzione nei gusti e nelle preferenze e **il monitoraggio costante dei suoi comportamenti è fondamentale per indirizzare le azioni promozionali al giusto target di domanda.**

La campagna di promozione sportiva orientata alla valorizzazione e diffusione del football in Cina e le olimpiadi di Pechino 2022 incrementeranno il numero di turisti cinesi che viaggeranno per motivazioni legate allo sport («per assistere ad eventi sportivi», per praticare sport, ecc.) nel proprio Paese e al di fuori dei confini nazionali.

...e non solo: **è in forte incremento il turismo della neve**

LA CRESCITA DEL TURISMO DELLA NEVE IN CINA

Si é passati da 5 a 16 milioni di sciatori attivi in Cina. Il 35 % di sciatori cinesi ha in programma una vacanza all'estero entro i prossimi due anni.

Le dimensioni del mercato del turismo della neve – STAGIONE 2016/2017

170 milioni di persone

Entrate provenienti dal settore: 270 mld yuan (35 mld).

Previsione stagione 2021-2022

340 milioni di turisti e fatturato 670 miliardi di yuan (85 mld).

ITALIA



Lo scopo di ENIT è quello di attivare campagne promozionale mirate, volte ad intercettare questo crescente target di domanda affinché possa scegliere il nostro Paese come meta delle prossime vacanze sulla neve

ITALIA



GRAZIE