

PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE



UNIONCAMERE
PIEMONTE

visit
Piemonte
A SURPRISE EVERY DAY

REGIONE
PIEMONTE

IL SISTEMA TURISTICO PIEMONTESE

*Sarah Bovini
Responsabile Ufficio Studi e Statistica
Unioncamere Piemonte*



Il Sistema turistico nel 2018- imprese e addetti

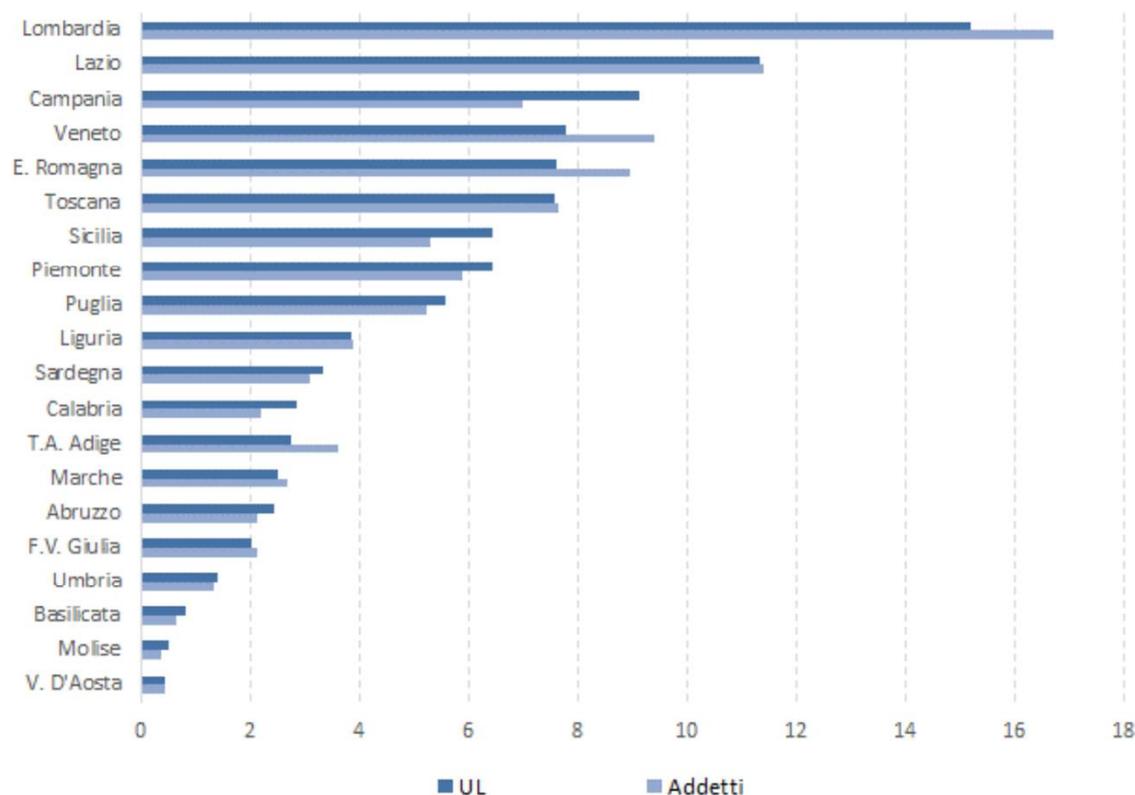
SISTEMA TURISTICO - 2018	Piemonte		Italia	
	unità locali	addetti	unità locali	addetti
I 55 Alloggio	3.267	12.664	83.137	366.458
I 56 Attività dei servizi di ristorazione	30.542	99.977	438.726	1.507.271
H 49 Trasporto terrestre	3.071	14.977	44.971	201.877
H 50 Trasporto marittimo e per vie d'acqua	80	79	2.606	21.921
H 51 Trasporto aereo	25	380	590	19.818
H 52.2 Attività di supporto ai trasporti	1.028	5.595	23.763	157.801
N 77 Attività di noleggio	254	261	6.705	8.552
R 90 Attività creative, artistiche e di intrattenimento	1.266	3.824	17.078	58.831
R 91 Attività di biblioteche, archivi e musei	126	558	1.963	14.721
R 93 Attività sportive di intrattenimento e di divertimento	3.623	7.905	58.918	150.684
P 85 Corsi sportivi e ricreativi	309	375	2.458	2.714
S 96.04 Servizi dei centri di benessere fisico	382	678	4.634	13.506
N 79 Servizi delle agenzie di viaggio, tour operator	1.561	3.753	22.744	51.558
N 82 Altri servizi di supporto alle imprese (convegni/ fiere)	625	1.700	8.936	21.035
Totale Sistema Turistico	46.159	152.726	717.229	2.596.747
Totale complessivo settori	476.576	1.426.847	6.333.634	18.607.211
Peso Sistema turistico	9,7%	10,7%	11,3%	14,0%

- ✓ *Il sistema turistico del Piemonte conta nel 2018 oltre 46mila imprese (pari al 10% del totale regionale) e circa 153mila addetti (11% del totale);*
- ✓ *L'incidenza della filiera turistica sull'economia locale è inferiore a quella media nazionale.*



Unità locali e addetti del sistema turistico

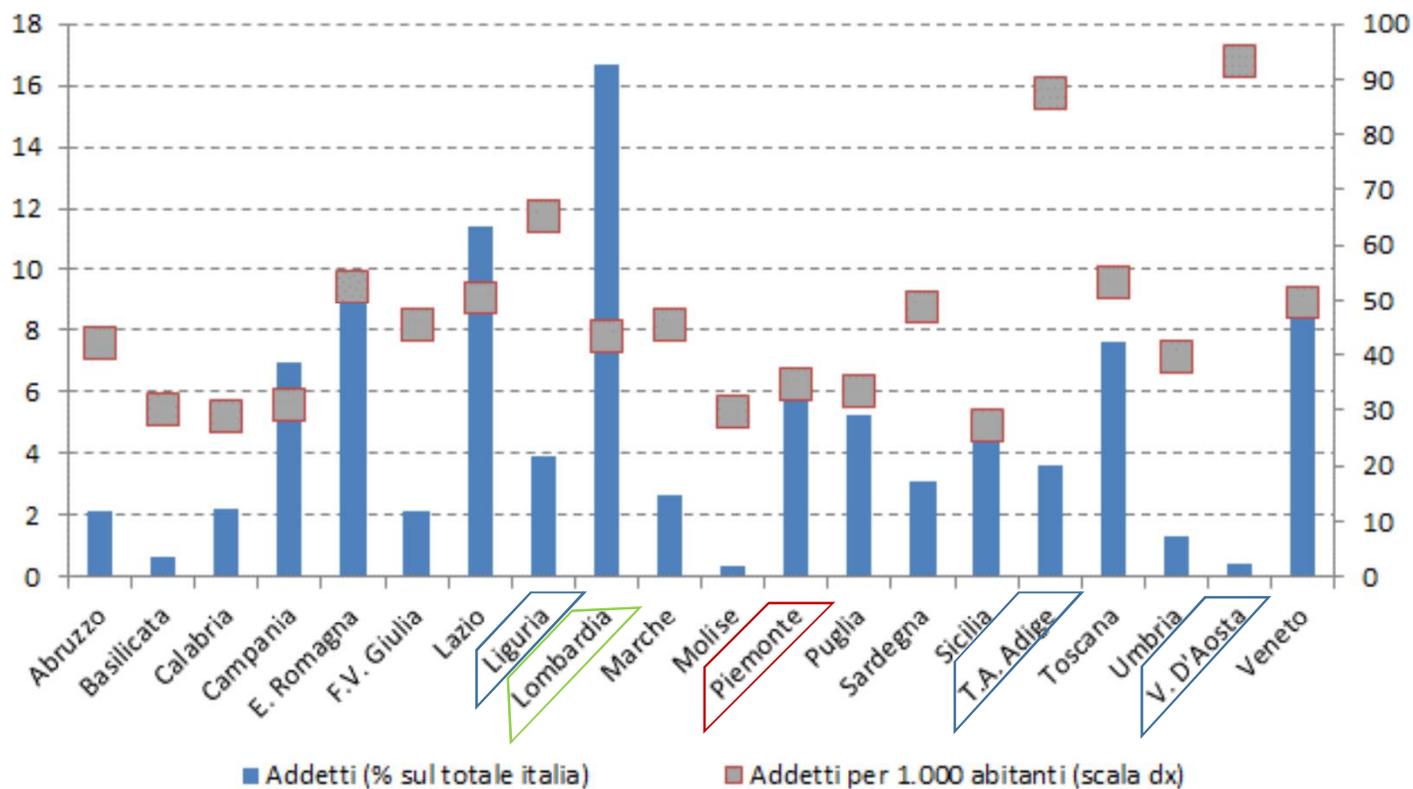
% sul totale Italia, anno 2018



- ✓ *La regione è al 7° posto sia per numero di imprese legate al turismo (quota pari al 6,4% dell'offerta nazionale), sia per il numero di addetti impiegati nel settore (6% del totale Italia);*
- ✓ *Nella regione c'è una maggior diffusione di attività di piccole dimensioni rispetto alla media del Paese.*



Addetti del sistema turistico per regioni

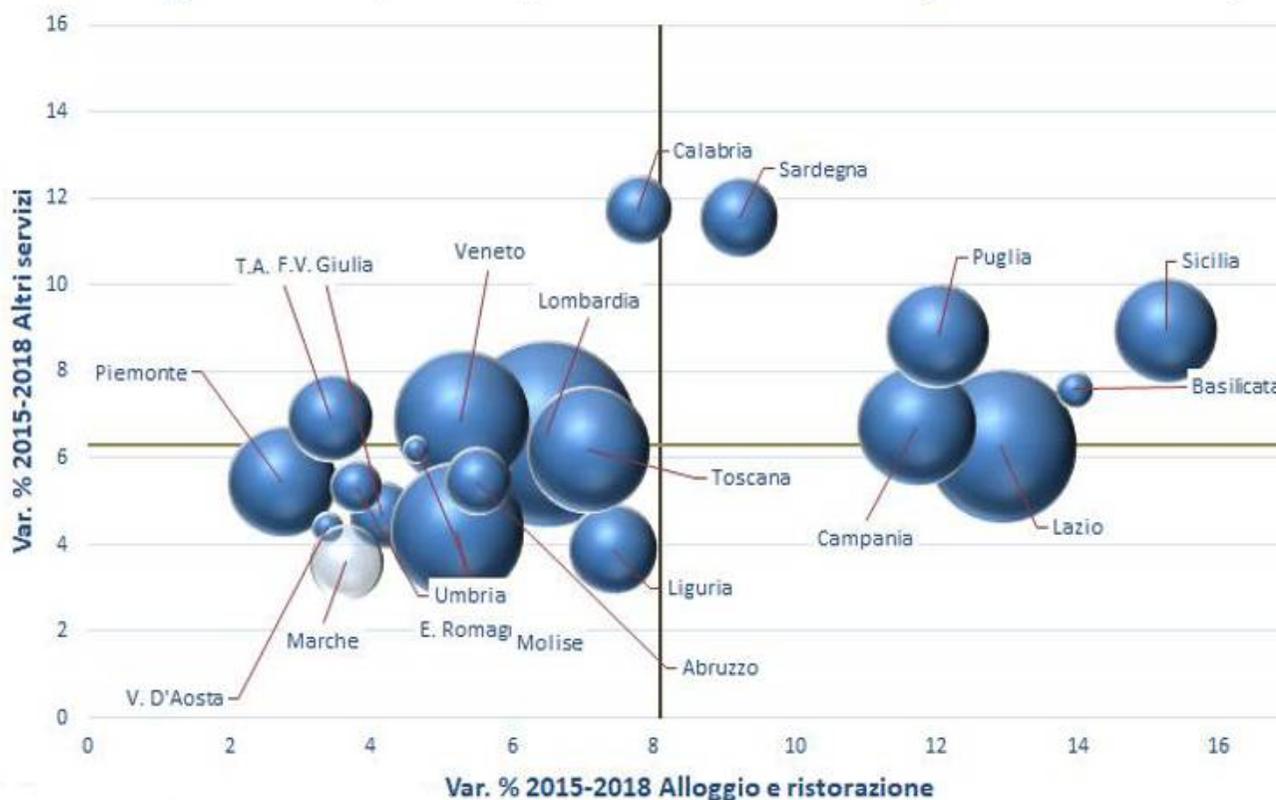


✓ *Rapportando il numero degli addetti nei settori connessi al turismo alla popolazione residente emerge come il turismo rappresenti una componente economica rilevante, ma meno importante di altre (35 addetti ogni 1000 abitanti, su una media Italia di 41)*



Il sistema turistico per macrosettore

(var. % 2015-2018; le bolle rappresentano le dimensioni della regione in termini di addetti)



- ✓ Tra il 2015 e il 2018 sia le attività di alloggio e ristorazione (+ 3%) che quelle legate ai restanti servizi turistici (+5%) hanno fatto registrare una dinamica positiva, seppure molto inferiore a quella media nazionale.

PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE

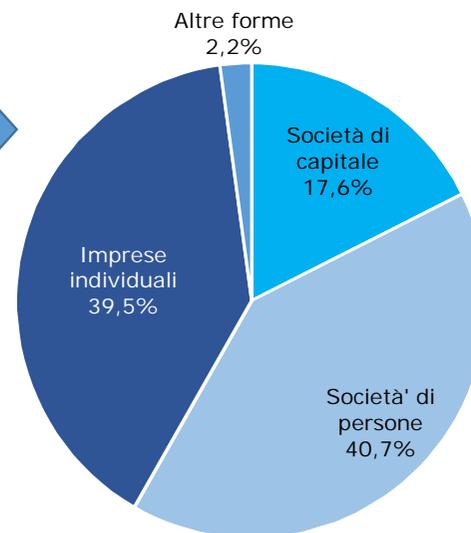
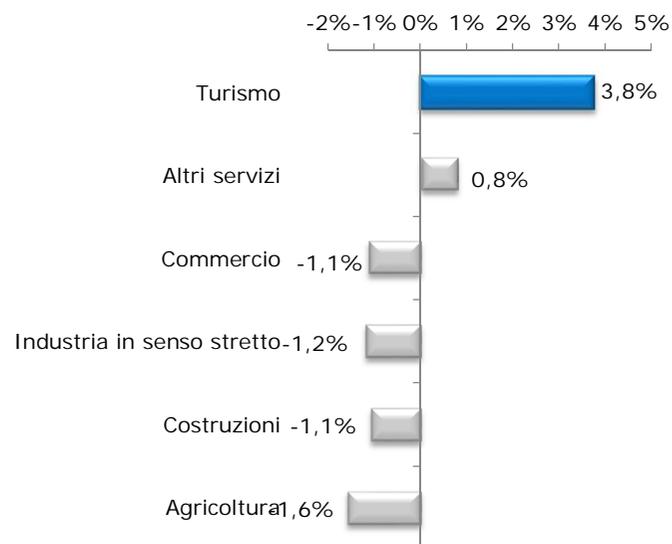
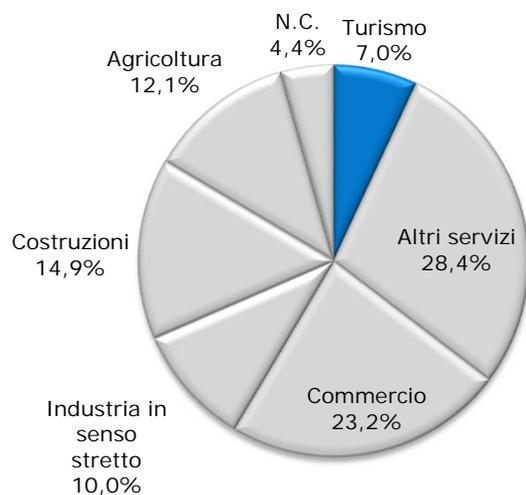


IL SETTORE TURISTICO IN SENSO STRETTO IN PIEMONTE



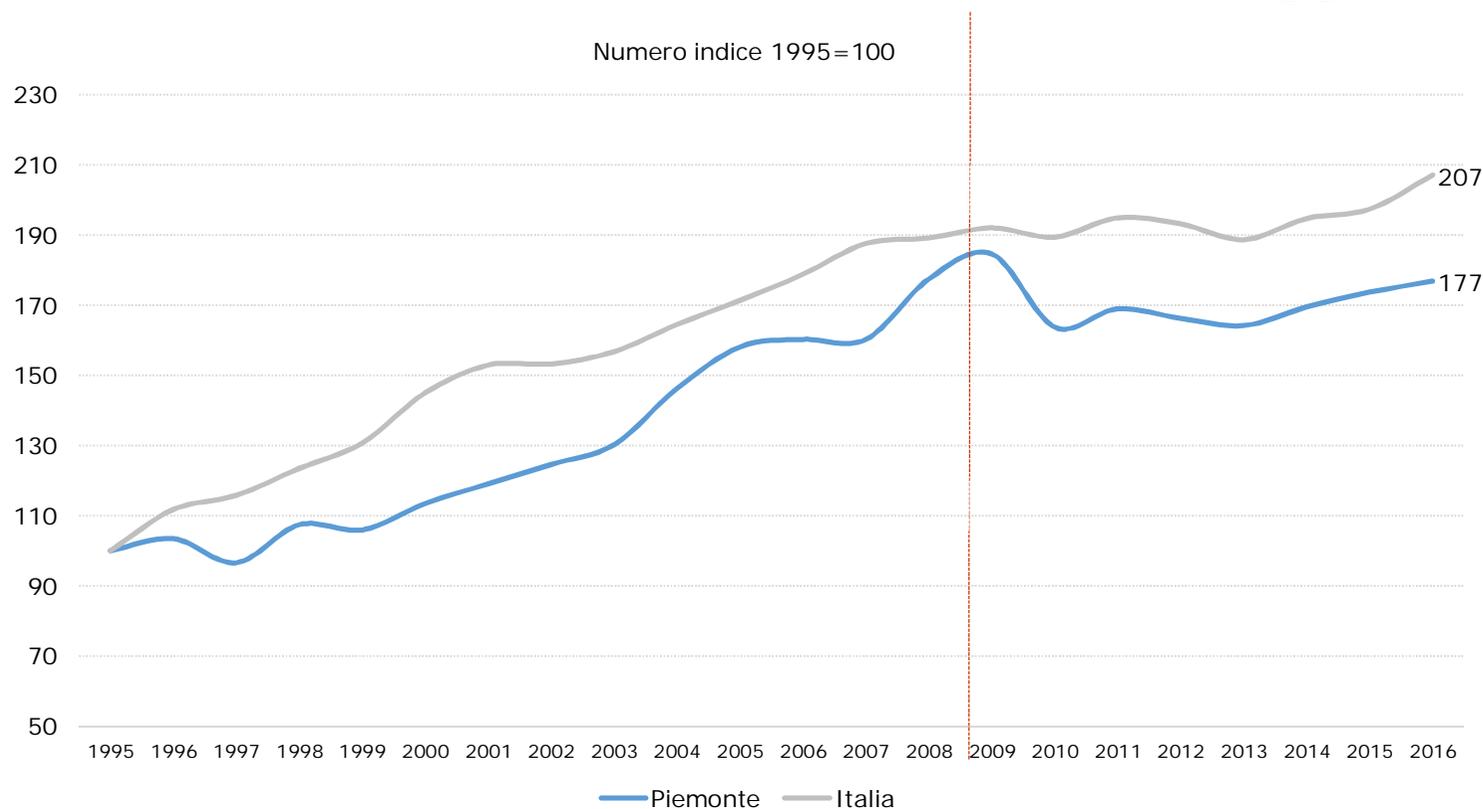
La struttura imprenditoriale

33.809 unità locali attive per 112.641 addetti





Il Valore aggiunto del comparto turistico

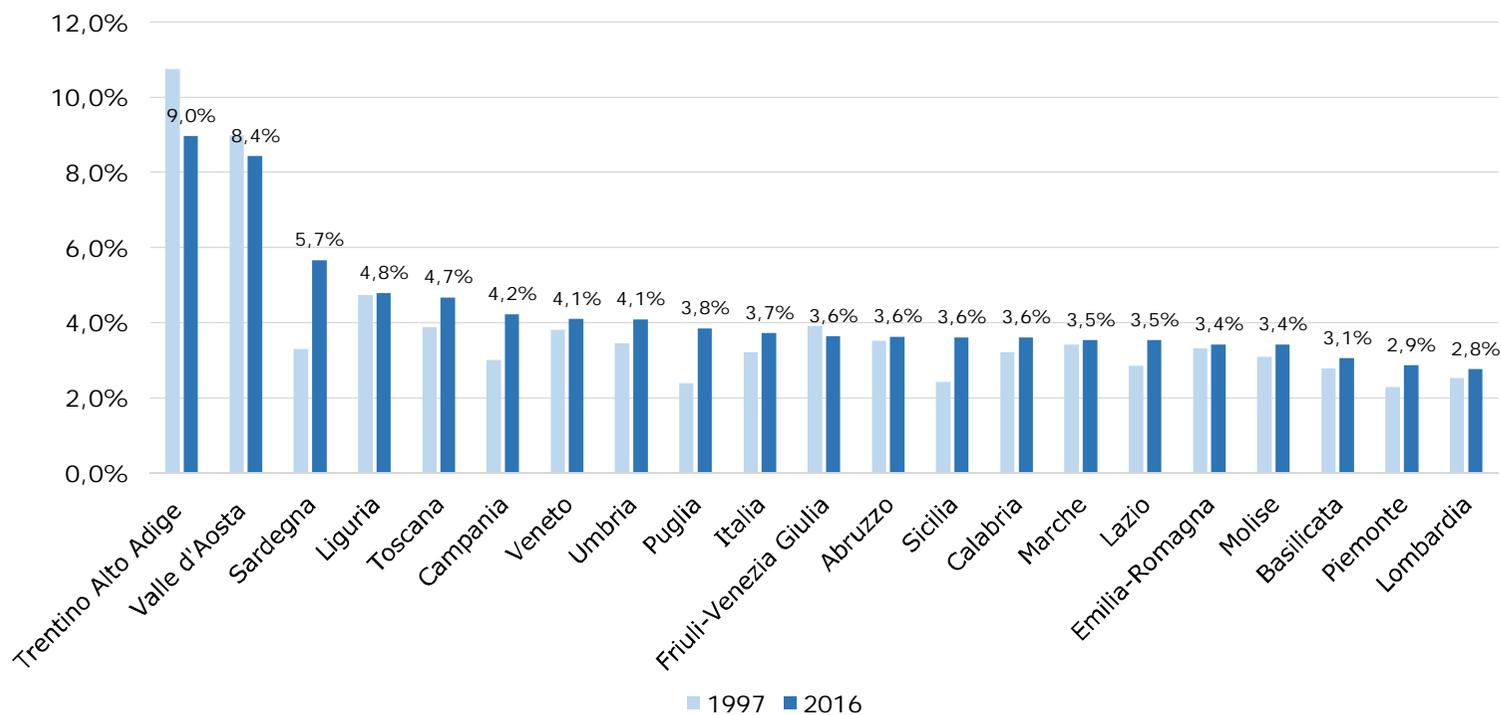


- ✓ Negli ultimi vent'anni il valore aggiunto prodotto dal comparto turistico è più che raddoppiato a livello nazionale;
- ✓ Il Piemonte è cresciuto, ma meno.



Il Valore aggiunto del comparto turistico

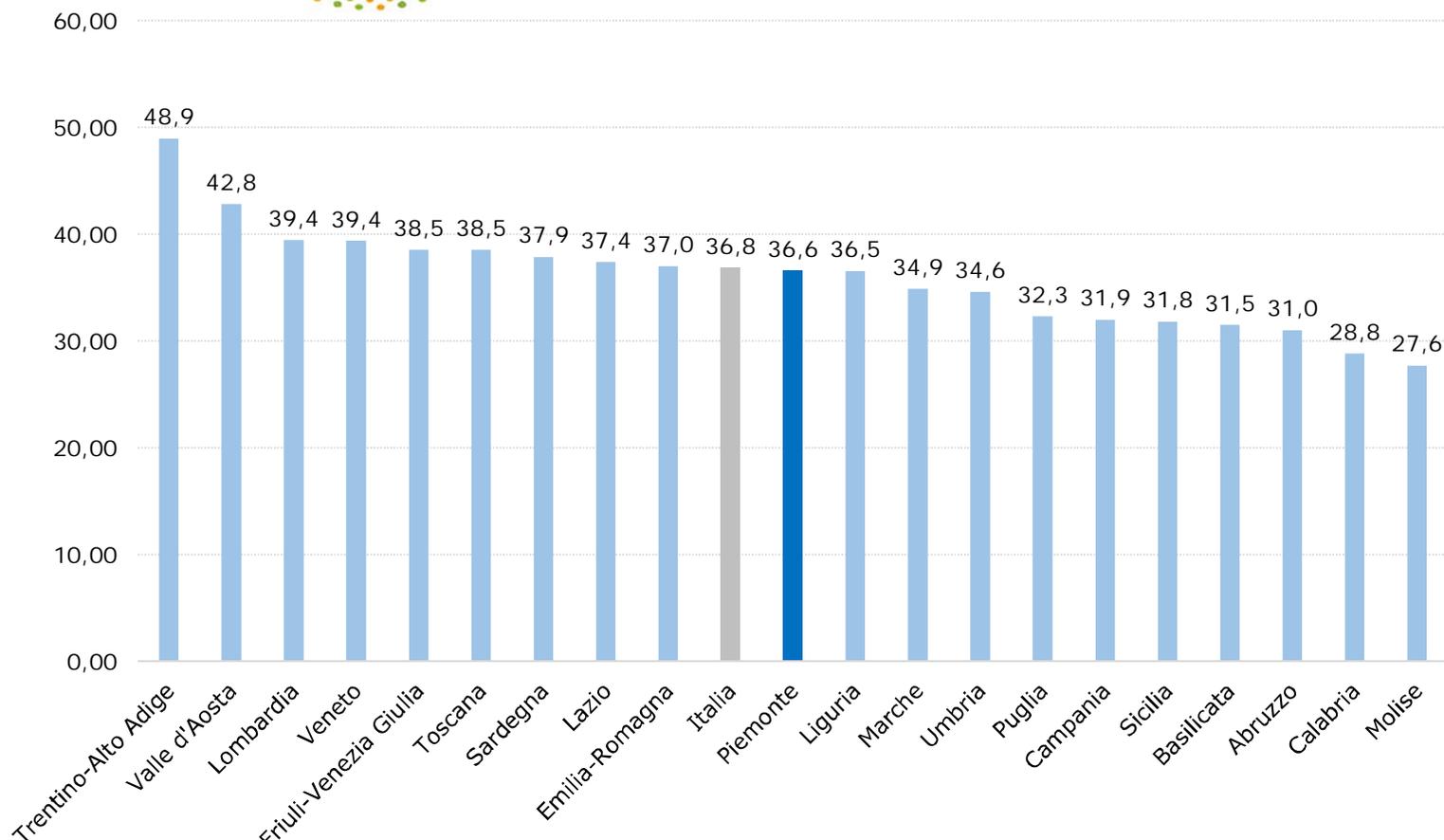
Incidenza del turismo in senso stretto sul valore aggiunto totale



- ✓ Il turismo pesa il 2,9% del valore aggiunto totale piemontese;
- ✓ In Italia il peso del settore è pari al 3,7%.



La produttività del lavoro nel turismo



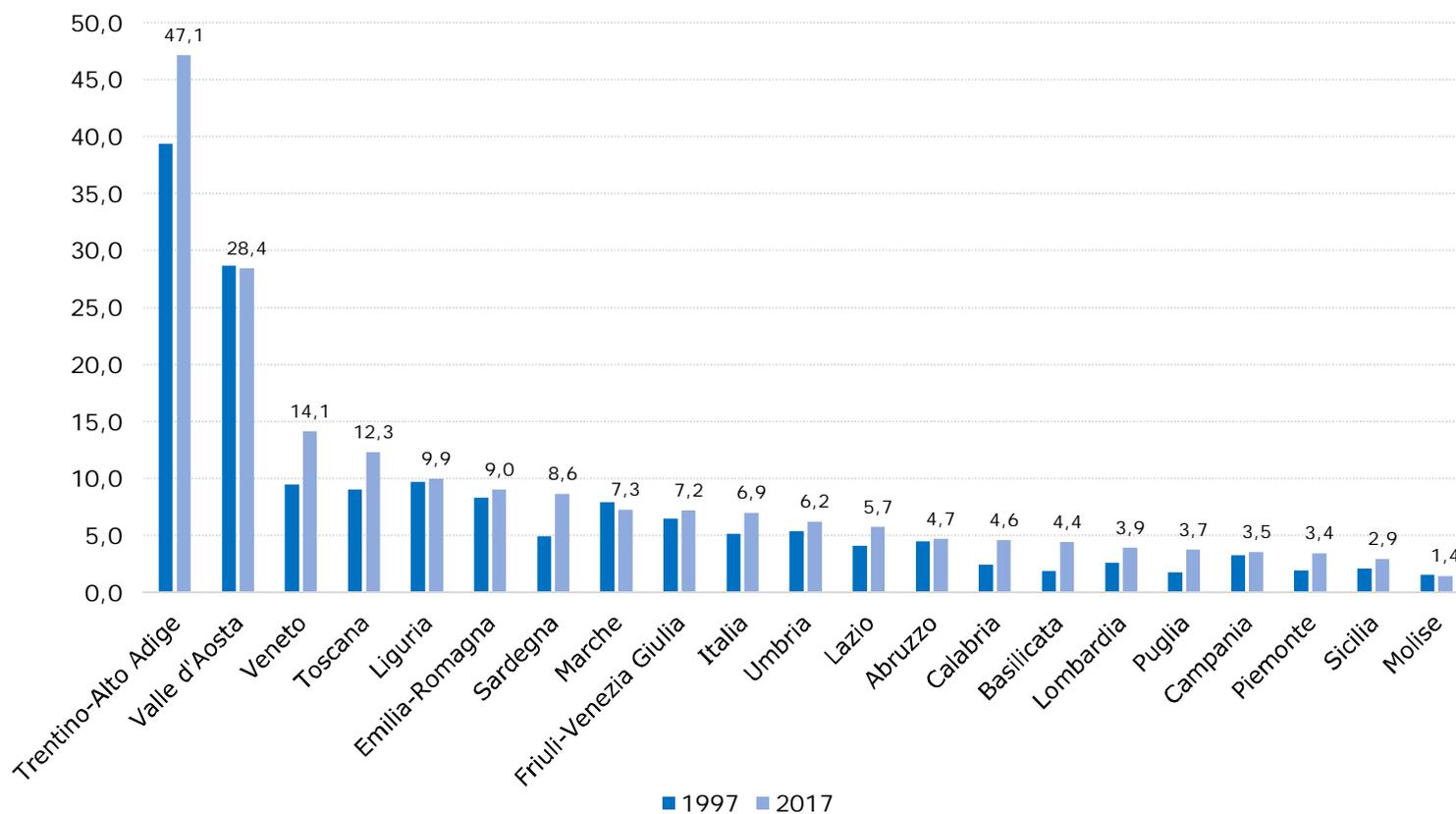
(*) anno 2016

Fonte: Unioncamere Piemonte su dati ISTAT

✓ *La produttività del lavoro nel turismo piemontese è lievemente inferiore alla media italiana e ancora decisamente più bassa rispetto a quella delle principali regioni turistiche*



Tasso di turisticità per regione



✓ *Il tasso di turisticità vede il Piemonte al terzultimo posto nella graduatoria nazionale*

PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE



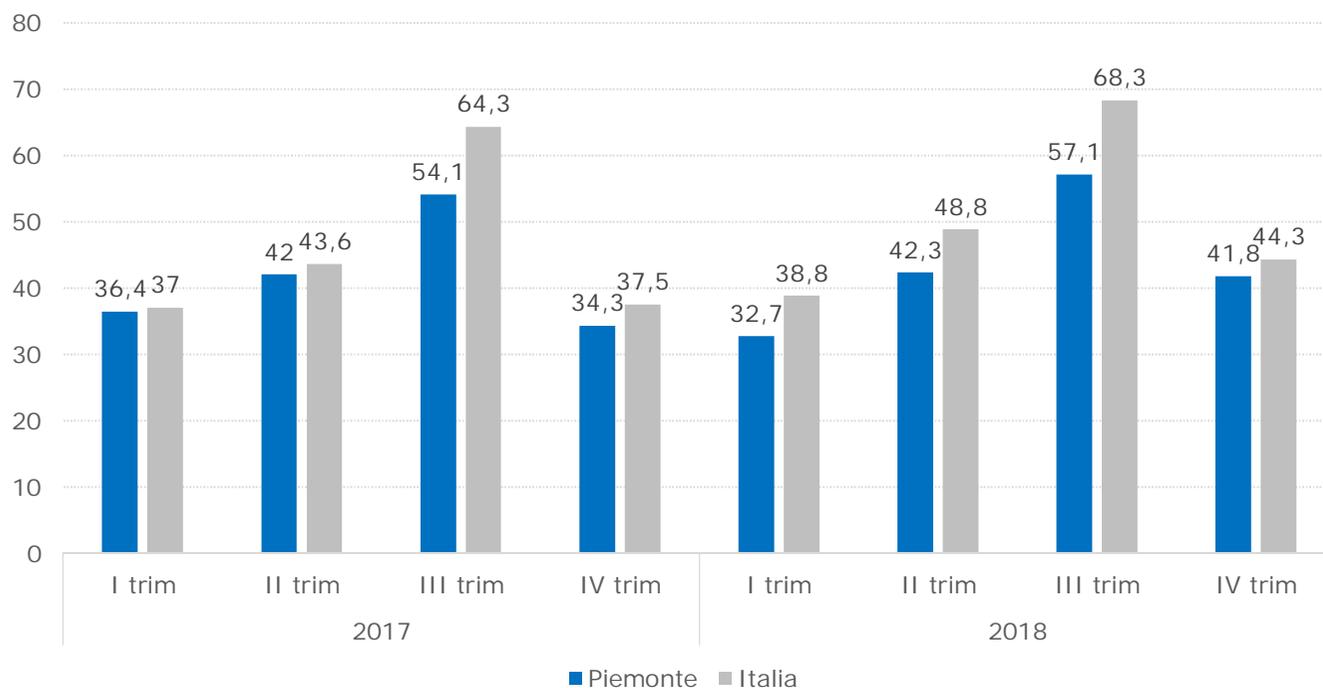
INDAGINE SULLE STRUTTURE RICETTIVE

(Che cosa dicono gli operatori del settore)



Occupazione media delle camere

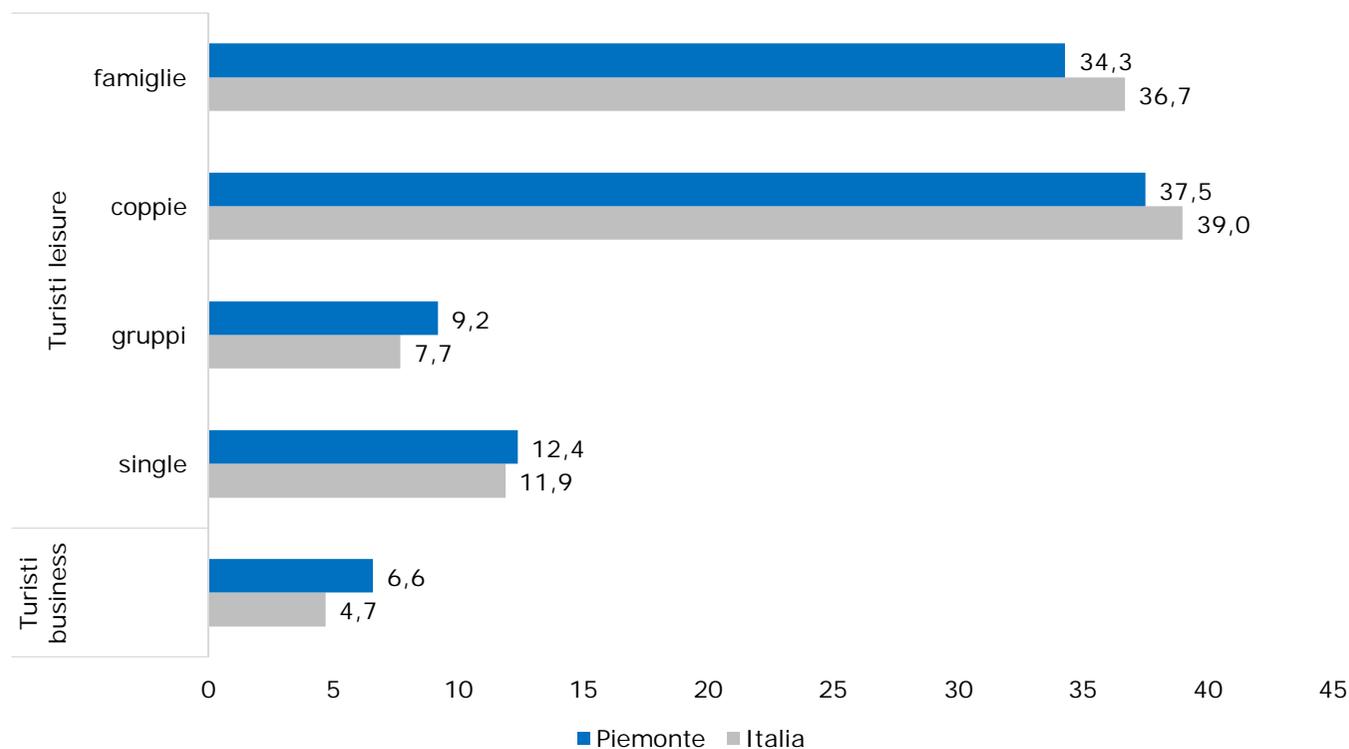
Andamento trimestrale (%)



- ✓ *In Piemonte nel 2018 la vendita di camere è stata superiore a quella degli anni precedenti (seppure ancora non si raggiungano i livelli pre-crisi del 2008);*
- ✓ *I caratteri della stagionalità non sono dissimili da quelli medi nazionali, ma il Piemonte mostra una capacità ricettiva fortemente inutilizzata.*



Tipologia della clientela nel 2018



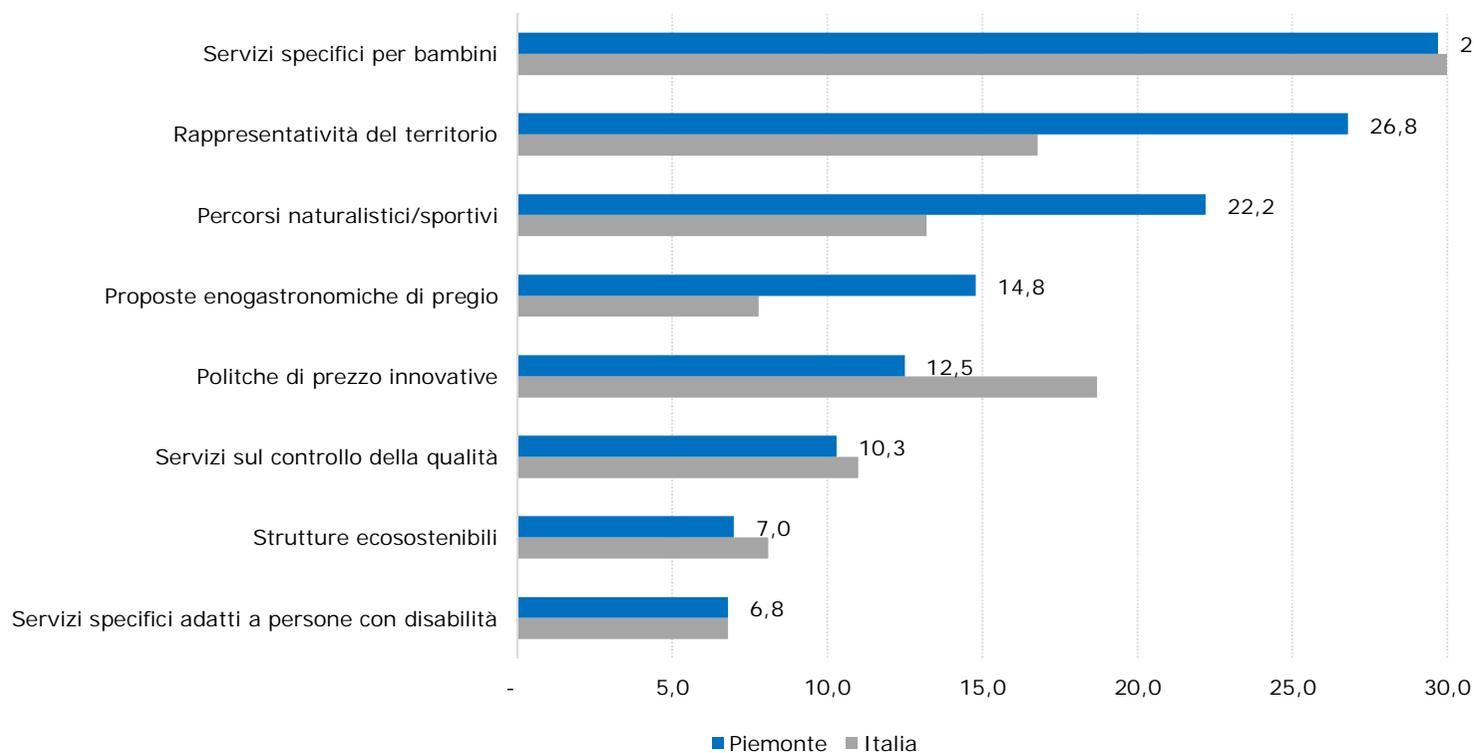
Rispetto alla media nazionale il Piemonte presenta una diversa composizione del turismo leisure:

- ✓ *Coppie e famiglie rappresentano la quota maggioritaria della clientela complessiva ma in misura inferiore alla media nazionale;*
- ✓ *L'affluenza di singoli individui e gruppi (rispettivamente 12,4% e 9,2%) risulta lievemente superiore alla media nazionale;*

Il turismo d'affari ha una rilevanza (6,6%) superiore a quella che si riscontra in media nel Paese (4,7%).



La specializzazione delle strutture ricettive



(*) % sul totale imprese, possibili più risposte, anno 2018

- ✓ *Le imprese ricettive piemontesi affidano la propria competitività a fattori generalmente connessi agli aspetti ambientali;*
- ✓ *Un'importanza rilevante viene assunta anche dall'offerta enogastronomica di pregio.*

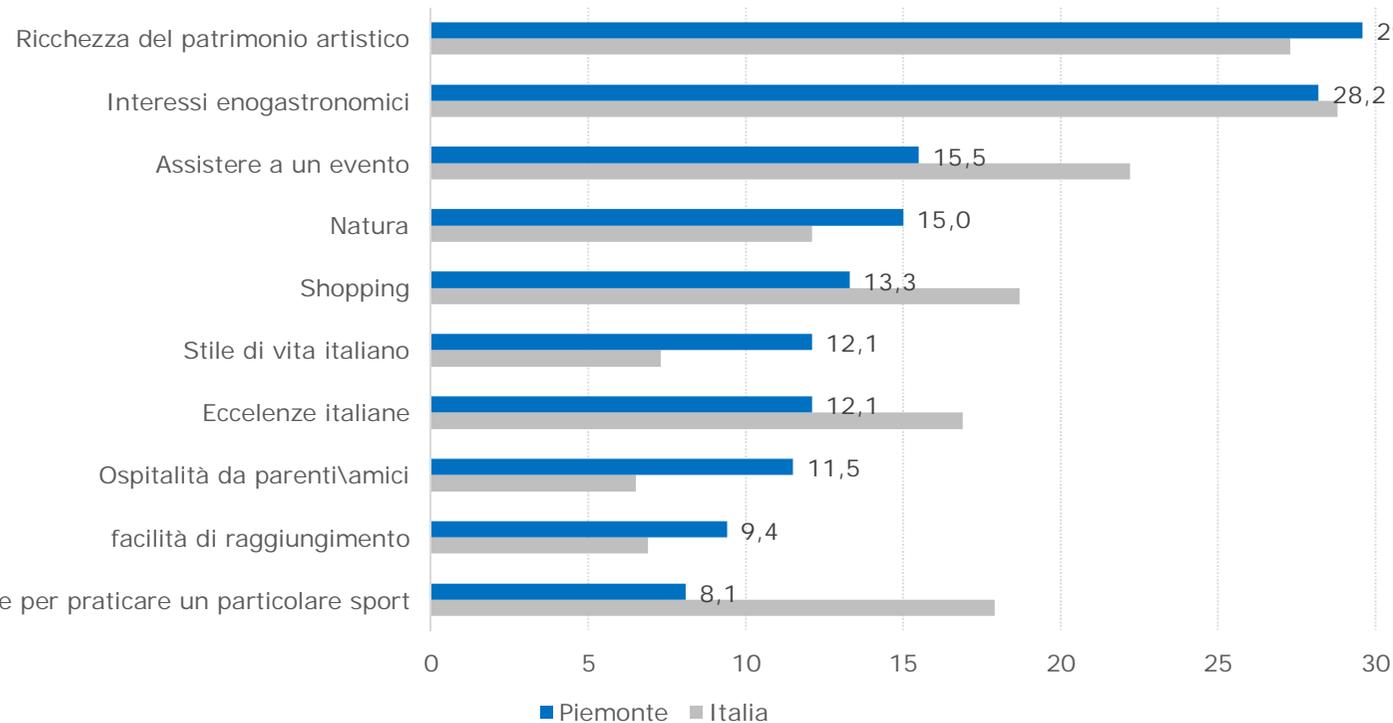
PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE



INDAGINE SUI TURISTI



Principali motivazioni di vacanza

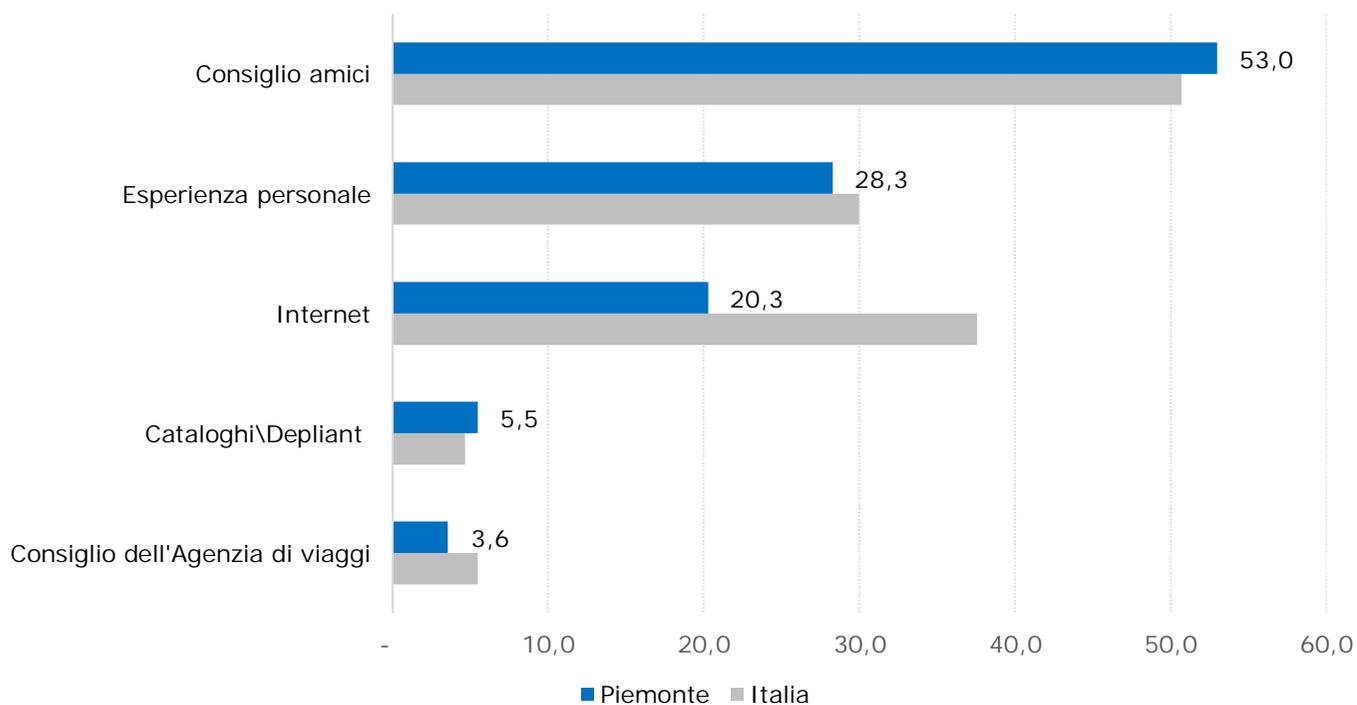


- ✓ *In misura analoga a quanto avviene nel resto del Paese quasi un terzo dei turisti che trascorrono un soggiorno in Piemonte dichiarano di essere principalmente interessati al patrimonio storico artistico e all'offerta enogastronomica locale;*
- ✓ *Un importante segmento di domanda riguarda i flussi interessati a destinazioni naturalistiche, come confermato anche dall'indagine alle imprese.*

(*) % sul totale turisti, possibili più risposte, anno 2018



Quali canali di comunicazione influenzano il turista



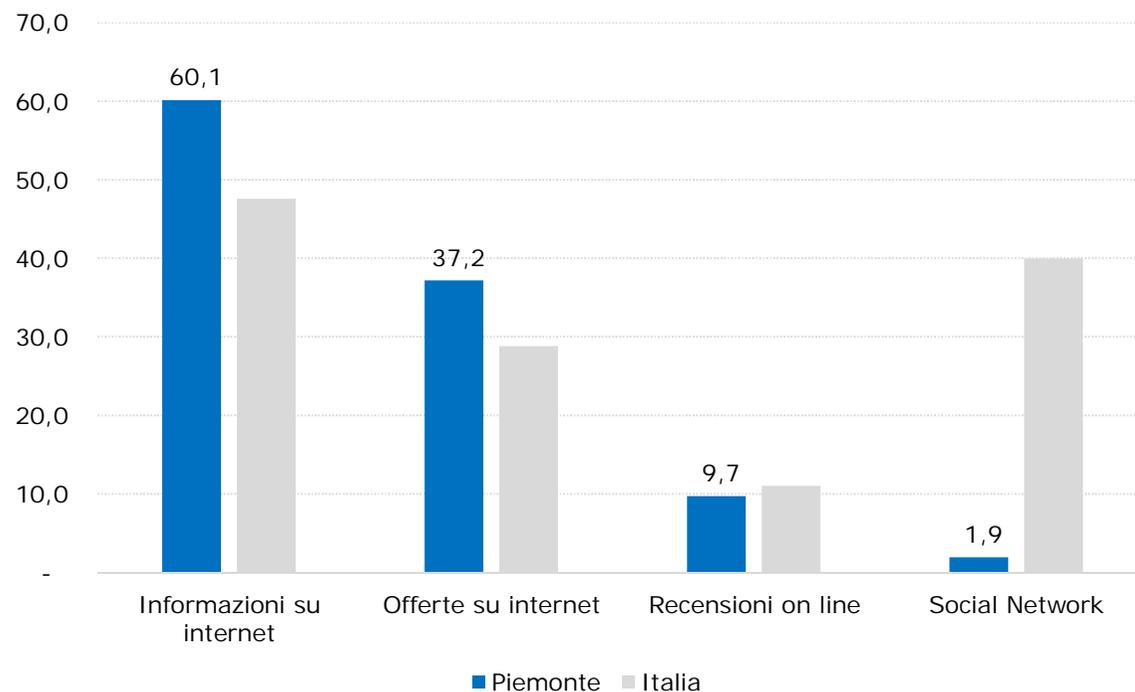
Tra i principali canali:

- ✓ *Internet;*
- ✓ *Passaparola;*
- ✓ *Esperienze personali.*

(*) % sul totale turisti, possibili più risposte, anno 2018



Il web nel dettaglio

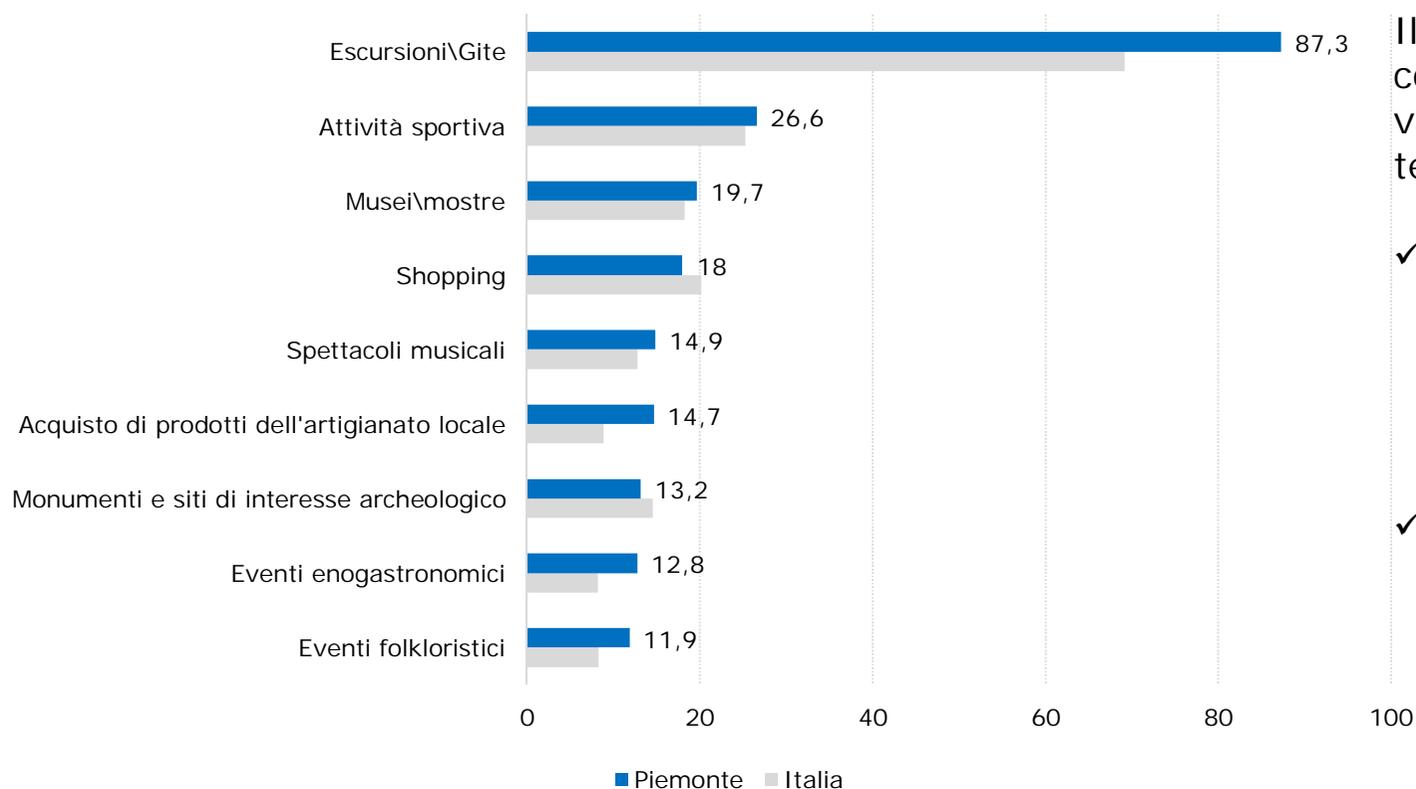


✓ *Appare evidente la carenza dei social network;*

(*) % sul totale turisti, possibili più risposte, anno 2018



Attività svolte durante la vacanza



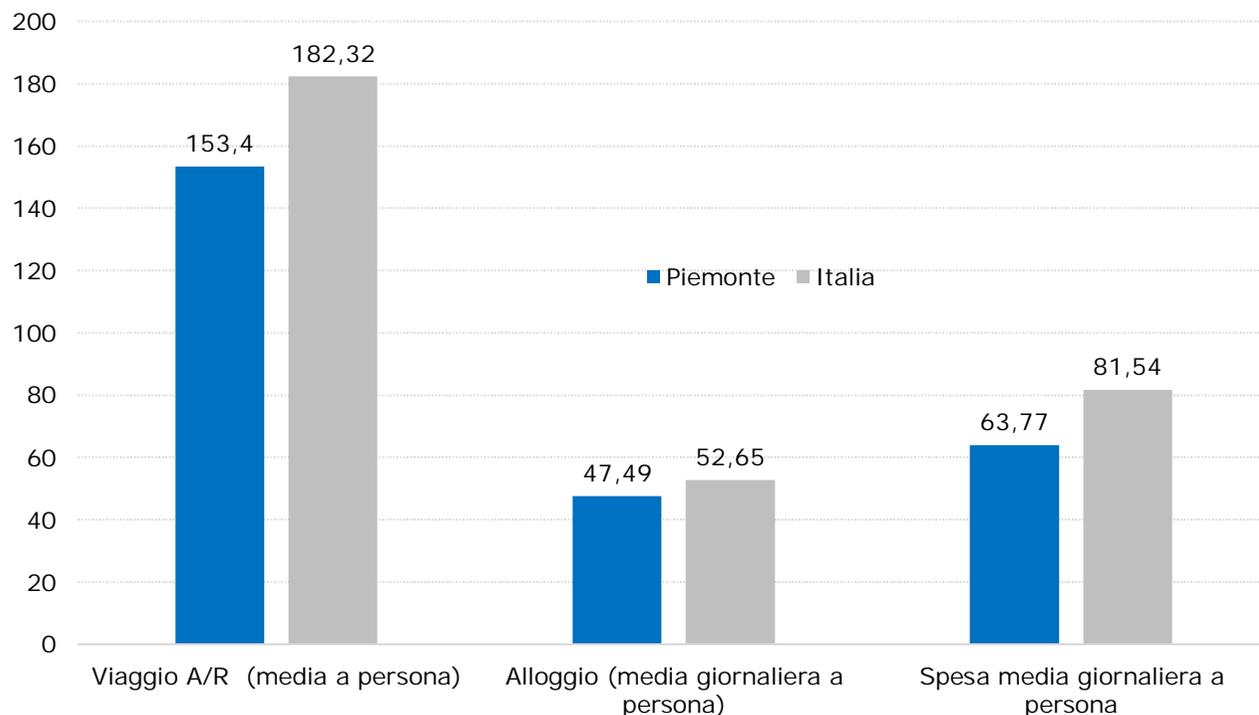
(*) % sul totale turisti, possibili più risposte, anno 2018

Il Piemonte si presenta principalmente come destinazione per trascorrere vacanze attive alla scoperta del territorio:

- ✓ *La quota di turisti che dichiara di voler effettuare escursioni e gite raggiunge quasi il 90% (quasi il 20 punti percentuali in più rispetto alla media italiana);*
- ✓ *Coerentemente con quanto rilevato presso le imprese turistiche è superiore alla media nazionale anche la quota di turisti interessata all'offerta locale di prodotti dell'enogastronomia e dell'artigianato locali.*



La spesa per la vacanza

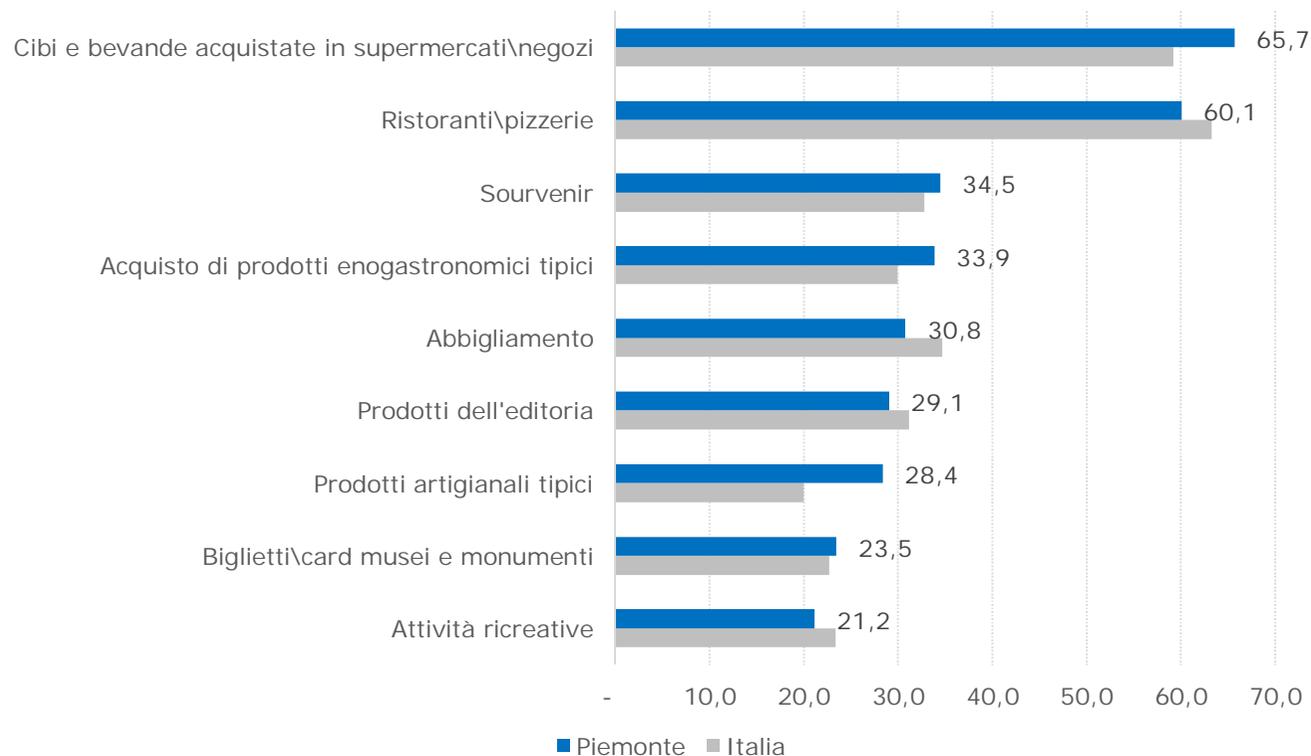


(*) valori in euro, anno 2018

- ✓ *La centralità geografica del Piemonte costituisce un fattore di attrazione non secondario.*
- ✓ *I turisti assegnano al Piemonte una facilità di accesso superiore a quella di altre regioni che trova riscontro nei più contenuti costi di viaggio mediamente sostenuti per aggiungere le singole destinazioni (30 euro in meno rispetto alla media nazionale);*
- ✓ *I consumi medi giornalieri pro capite sono sensibilmente inferiori alla media del Paese forse per la relativamente maggiore presenza di un turismo legato a gruppi o singoli individui.*



Principali voci di spesa per la vacanza



✓ *Al netto di quelle relative all'alloggio, le voci di spesa maggiormente diffuse tra i turisti sono rappresentate da beni alimentari acquistati in supermercati e negozi e/o di prodotti tipici dell'enogastronomia oltre che dell'artigianato locali.*

(*) % di turisti che effettuano ogni singola voce di spesa, anno 2018



Conclusioni

- ➔ L'attrattività turistica del Piemonte sembra ancora insufficiente rispetto alle ambizioni e alle potenzialità
 - *Il numero di addetti per mille abitanti non evidenzia un contributo significativo del turismo - slide n. 4*
 - *Il tasso di turisticità ci pone terzultimi tra le regioni italiane - slide n. 11*
- ➔ La redditività dell'attività turistica è ancora insoddisfacente
 - *Il valore aggiunto per ULA è inferiore alla media nazionale - slide n. 10*
 - *La spesa media giornaliera per persona è anch'essa inferiore alla media - slide n. 21*
- ➔ Ci sono differenze non trascurabili, in alcuni casi, tra le caratteristiche delle strutture descritte dagli operatori e le motivazioni di scelta del Piemonte come meta turistica
 - *Rappresentatività del territorio, Proposte enogastronomiche di pregio, Percorsi naturalistici/sportivi - slide n.15 versus*
 - *Interessi enogastronomici, Shopping, Eccellenze italiane, posto ideale per praticare un particolare sport - slide n.17*
- ➔ I turisti valutano positivamente l'esperienza piemontese
 - *chi è venuto consiglia gli amici di venire - slide n. 18*
- ➔ L'attività di comunicazione e promozione risulta fortemente carente nell'utilizzo dei moderni canali internet
 - *recensioni on line - slide n. 19*
 - *social network - slide n. 19*

PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE



UNIONCAMERE
PIEMONTE

visit
Piemonte
A SURPRISE EVERY DAY

REGIONE
PIEMONTE

Conclusioni

In estrema sintesi questi elementi sembrano indicare che, nell'immediato, le vie per aumentare attrattività e redditività potrebbero essere:

- ✓ Maggiori investimenti in una comunicazione più efficiente e adatta ai tempi;
- ✓ Un maggiore sforzo di coordinamento tra i vari operatori e distretti turistici per allungare la permanenza e aumentare la quantità di spesa per turista.

PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE



UNIONCAMERE
PIEMONTE

visit
Piemonte
A SURPRISE EVERY DAY

REGIONE
PIEMONTE

GRAZIE PER L'ATTENZIONE