



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Turismo e Natura: scenari e mercati



1 - Turismo: scenario 2007 -2020

“One's destination is never a place, but a new way of seeing things”

Henry Miller



Perché investire nel settore turistico: previsioni al rialzo per il 2020

1,1 miliardi di arrivi turistici internazionali nel Mondo nel 2014 (51 milioni in più rispetto al 2013)

+4,7% l'incremento rispetto all'anno precedente

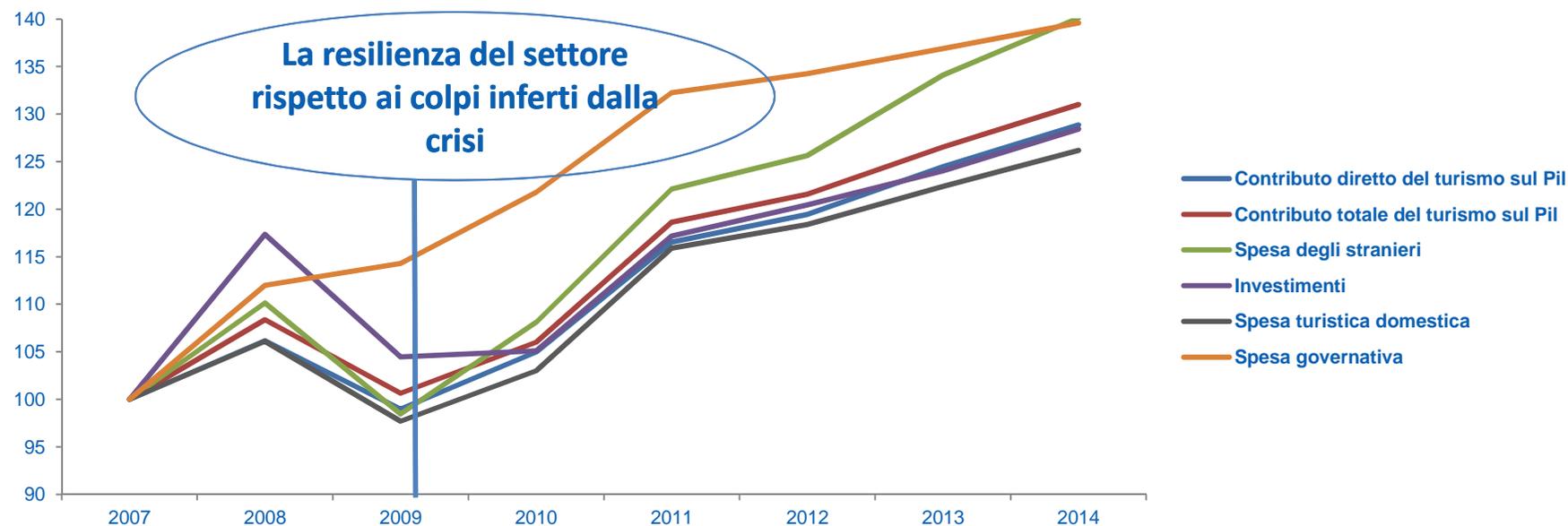
Per il 2015 le previsioni dell'UNWTO sul turismo internazionale evidenziano una crescita tra il 3 e il 4% con effetti positivi sull'economia mondiale

Nel 2014 il turismo costituisce il 9% del Pil mondiale (contributo diretto e indiretto) e il 6% dell'export mondiale

Per il 2030 sono previsti 1,8 miliardi di turisti internazionali (rispetto ai 25 milioni del 1950)

La crescita complessiva del turismo stimata dal World Travel & Tourism Council nel +4,7% per il 2014 è stata nettamente superiore alla performance dell'economia mondiale cresciuta ad un tasso del 2,5%.

La performance turistica nel mondo. (Numero indice 2007 = 100)



Fonte: WTTC (World Travel and Tourism Council). Il contributo totale del turismo sull'occupazione è espresso in migliaia di persone occupate; i valori relativi agli altri asset è espresso in miliardi di \$ USA



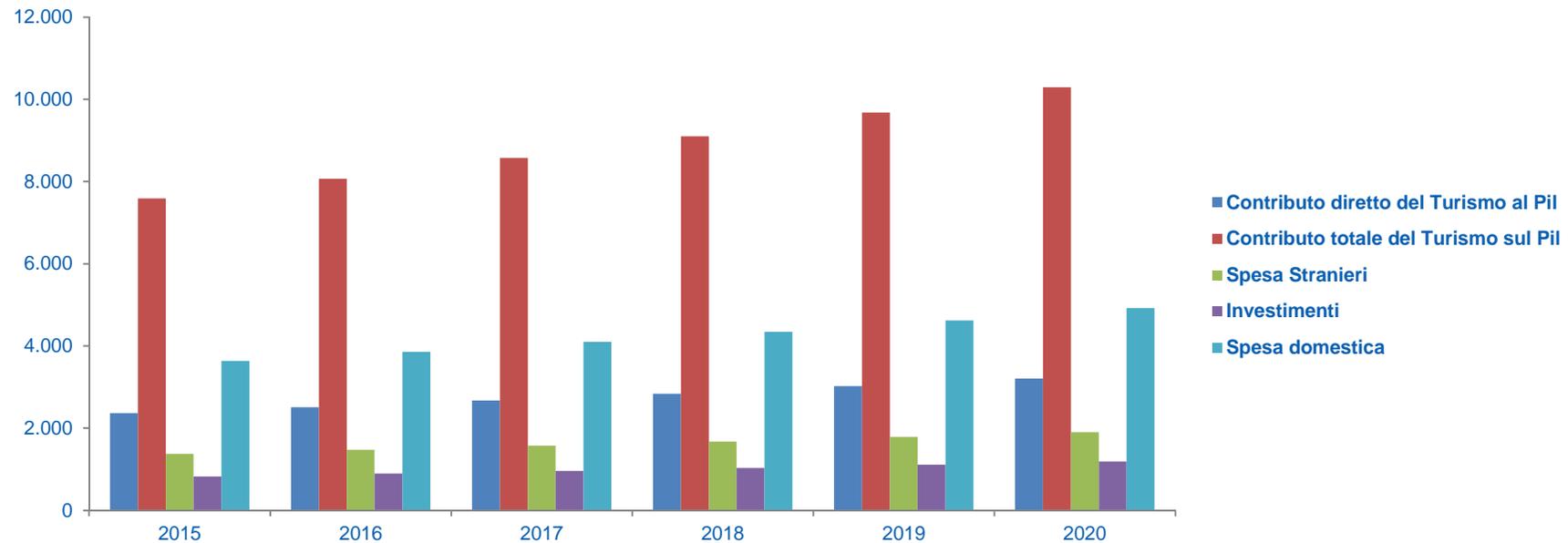
Le previsioni al 2020 secondo il World Travel & Tourism Council

Secondo il World Travel & Tourism Council il contributo diretto del settore turistico al PIL è **stato di 2.300 miliardi di dollari nel 2014** e si prevede un aumento del 3,7% nel 2015. Le previsioni al 2020 indicano un aumento del 4,2% a partire dal 2016 che porterà a circa **3.300 miliardi di dollari** nel 2020.

Nel 2014 il settore turistico ha contribuito direttamente alla creazione di **105.408.000 posti di lavoro** (3,6% dell'occupazione totale). Per il 2015 è atteso un incremento del +2,6% mentre, secondo le previsioni, nel 2020 si giungerà a oltre 118.943.000 posti di lavoro (3,7% dell'occupazione totale).

Gli investimenti in viaggi e turismo nel 2014 sono stati di 814 miliardi di dollari (4,4% del totale degli investimenti globali). E' previsto un aumento del 5,1% nei prossimi anni che porterà gli investimenti a 1.200 miliardi nel 2020 (4,9% del totale). La spesa turistica straniera ha raggiunto 1.300 miliardi di dollari nel 2014 e si stima raggiungerà i 2.000 miliardi entro il 2020.

Performance turistica mondiale - Previsioni 2020 (valori assoluti in miliardi di \$)



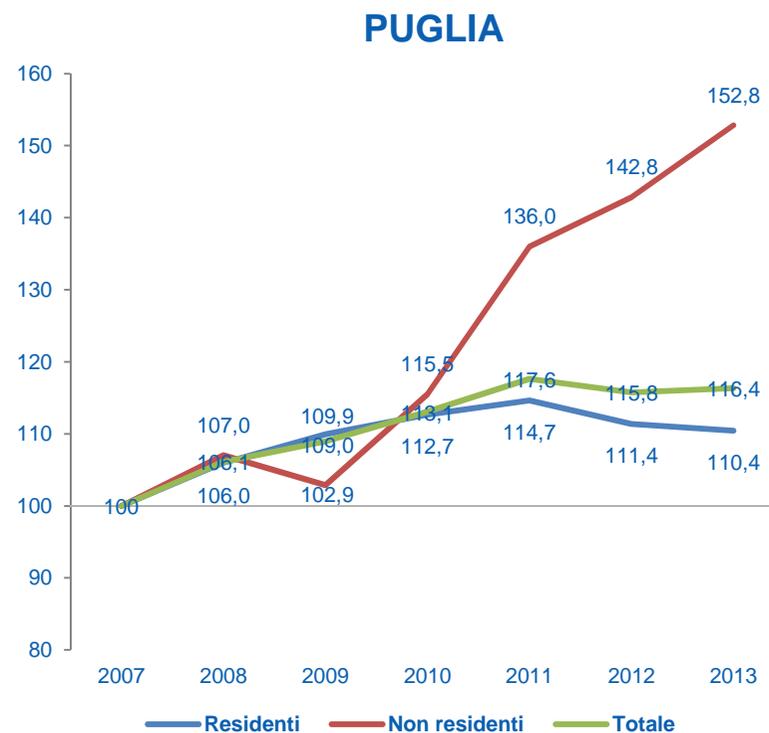
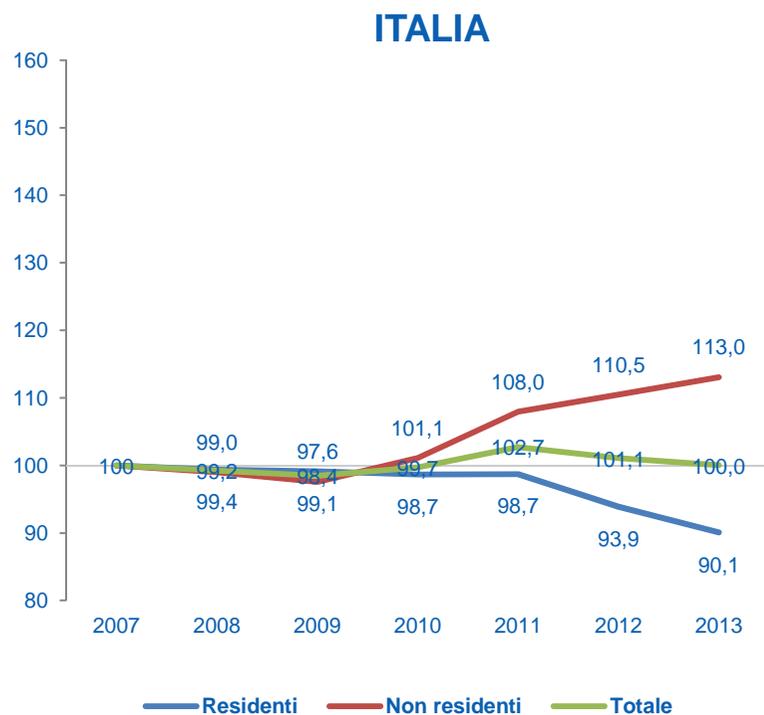
Fonte: WTTC (World Travel and Tourism Council)





Flussi turistici in Italia e in Puglia: il trend dal 2007 al 2013

Presenze dei clienti - Numeri indice (2007 = 100)



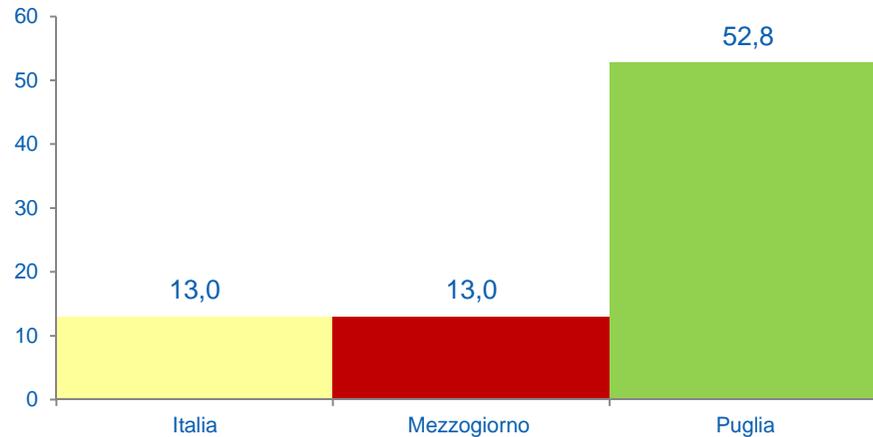
Fonte: ISTAT





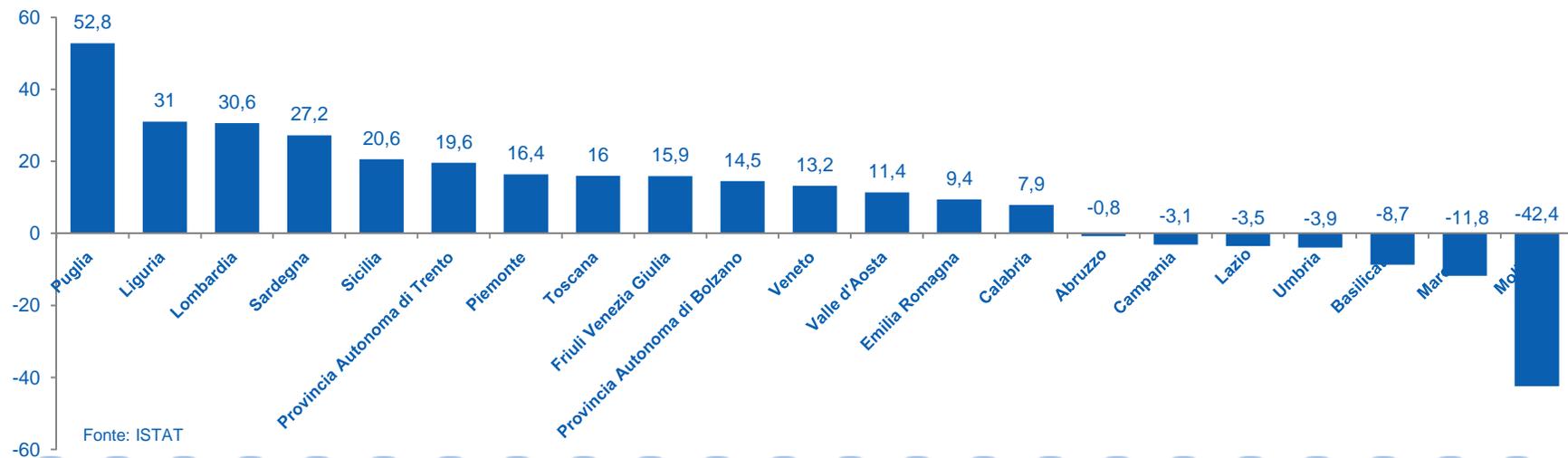
L'evoluzione dei turisti stranieri dal 2007 al 2013

Variazioni percentuali



Fonte: ISTAT

L'evoluzione dei turisti stranieri dal 2007 al 2013 nelle regioni italiane (pernottamenti)



Fonte: ISTAT



Il turismo in Puglia nel 2014

Arrivi: 3.271.410 (+2,6% rispetto al 2013)

Pernottamenti: 13.274.149 (-0,6%)

Arrivi italiani: 2.607.697 (+1,1%)

Pernottamenti italiani: 10.726.874 (-1,7%)

Arrivi stranieri: 663.713 (+9,2%)

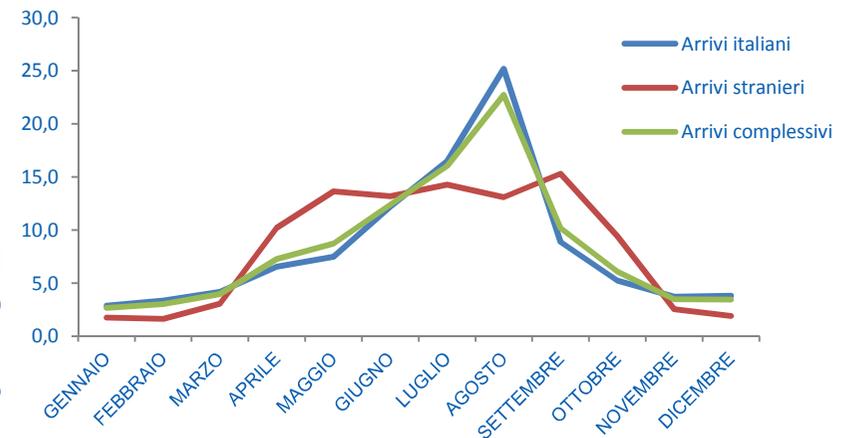
Pernottamenti stranieri: 2.547.275 (+4,1%)

Permanenza media: 4,1 notti

Anche nel 2014 la Puglia registra una performance del tutto migliore rispetto all'andamento nazionale. Secondo l'Istat nei primi tre trimestri 2014 (ultimo dato disponibile) arrivi e presenze sono entrambi diminuiti del -0,7% e del -1,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

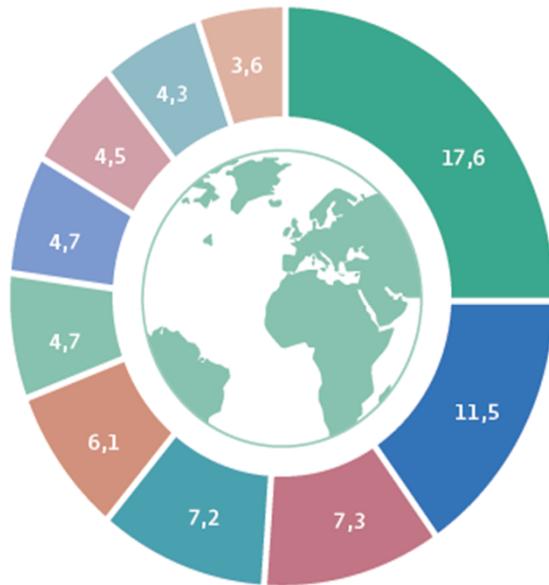
La perdita più marcata è stata registrata sui pernottamenti degli italiani (-3,3%) mentre è rimasto sostanzialmente stabile l'andamento del mercato estero (-0,4% dei pernottamenti rispetto all'anno precedente).

Gli stranieri e il contributo alla destagionalizzazione dei flussi turistici (Quota % arrivi complessivi, italiani e stranieri per mese nel 2014)





Principali mercati stranieri e nazionali



La Puglia ha diversificato i mercati di riferimento. Negli ultimi anni si è ridotta la quota mercato della Germania (20% nel 2007) in favore di altri Paesi europei (Francia, Paesi Bassi, Belgio e Austria) che hanno man mano acquisito maggior peso.

Nel 2014, rispetto al 2013, la Francia aumenta di un punto percentuale la sua quota mercato. Stazionarie le posizioni di Germania e Svizzera.

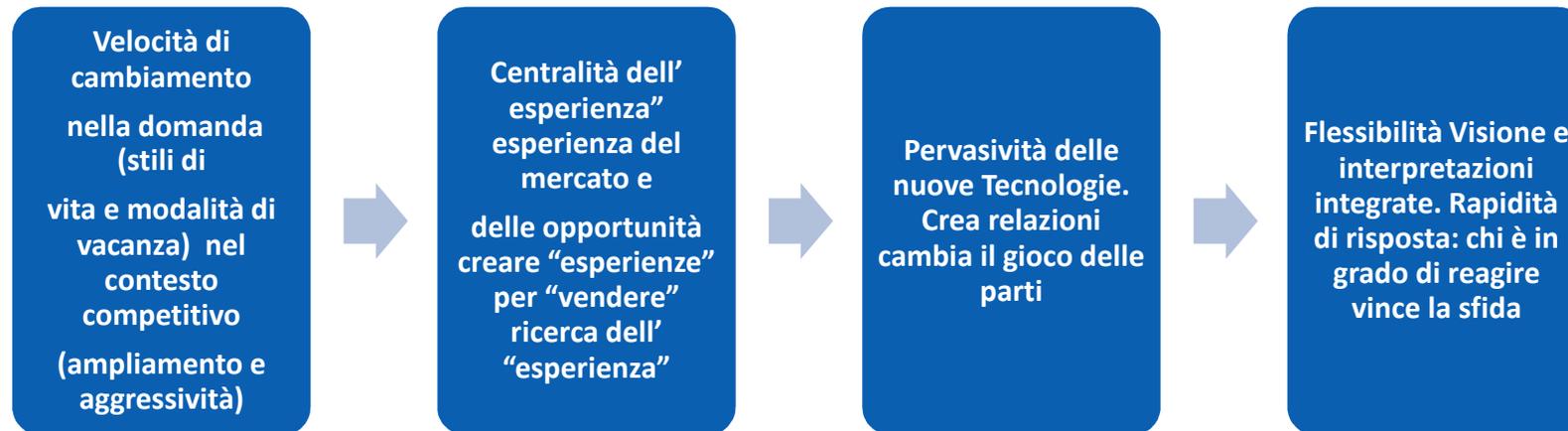
Aumenta la quota dell'incoming dal Regno Unito mentre il Giappone scivola dalla sesta all'ottava posizione a vantaggio di Belgio e Polonia che conquistano il sesto e il settimo posto. La Russia perde quote di mercato, esce dalla top ten e cede il passo ai Paesi Bassi mentre l'Austria avanza e supera la quota del 4%.

Tra i **mercati BRICS** vanno bene il Brasile e l'India che crescono in termini percentuali ma anche in valori assoluti ma che tuttavia rappresentano quote minori. Aumenta l'incoming anche dai mercati del Nord America (Stati Uniti e Canada).





Macrotrends 2015 (Ciset): come reagisce l'economia



I prodotti più competitivi

Tendenzialmente favorite anche nel 2015 le regioni:

- competitive sul prodotto culturale tradizionale;
- con maggiore differenziazione per tematismi legati alla natura, allo sport e all'enogastronomia

Si riscontreranno anche nel 2015 alcune dinamiche trasversali:

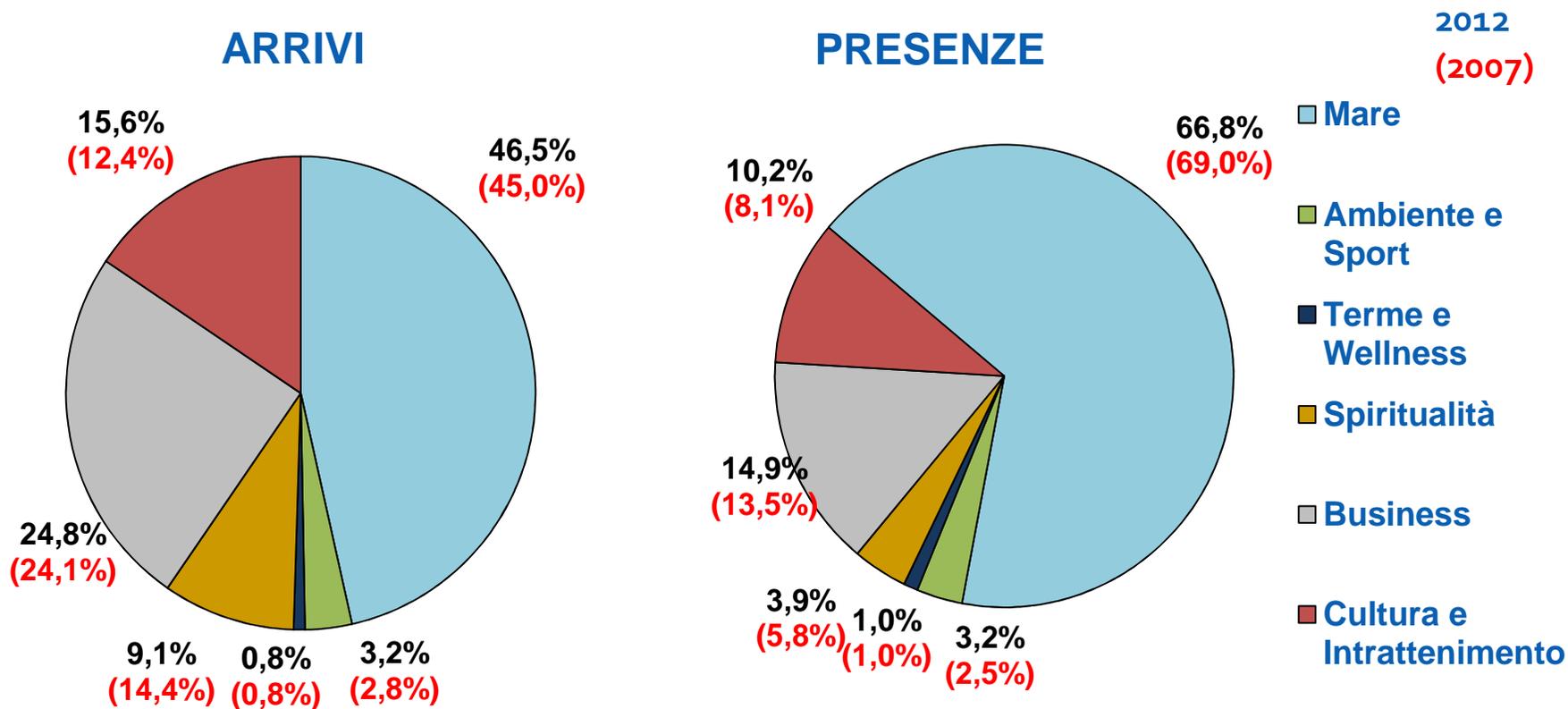
- polarizzazione e solidità del turismo culturale tradizionale, favorito dal portafoglio clienti extraeuropeo
- crescita della vacanza culturale declinata nel paesaggio;
- ulteriore recupero sui mercati extraeuropei tradizionali;
- consolidamento della dicotomia tra turisti di livello medio-alto (tendenzialmente elastici rispetto al prezzo) e coloro che cercano vacanze/prodotti/servizi più a buon mercato.

Fonte: Previsioni TRIP (Ciset)





Prodotti e tematismi: in crescita il turismo culturale, naturale e balneare in Puglia



Fonte: Ciset (Analisi dei prodotti turistici pugliesi)



Quanto vale la Natura? Alcuni cenni sul turismo natura e avventura

L'OFFERTA IN PUGLIA:

- 2 Parchi Nazionali
- 11 Parchi Regionali
- 3 Aree Marine Protette
- 17 Riserve Statali
- 7 Riserve regionali





Definizione dell'Organizzazione Mondiale del Turismo:

*«Lo sviluppo **turistico sostenibile** soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per le generazioni future. Si tratta di una forma di sviluppo che deve portare alla gestione integrata delle risorse, in modo che tutte le necessità (economiche, sociali ed estetiche) possano essere soddisfatte, mantenendo al tempo stesso l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e le condizioni di base per la vita». E' uno sviluppo che minimizza l'impatto ambientale.*

Sostenibilità ambientale:

- Modelli di produzione e consumo più ecologici lungo tutta la catena turistica
- Gestione e conservazione sostenibili delle risorse naturali destinate ad impianti e attività turistiche

Sostenibilità sociale ed etica:

- Coesione sociale e giustizia sociale
- Turismo per tutti
- Turismo di qualità; buon rapporto qualità-costo e rispetto degli interessi dei turisti
- Contributo allo sviluppo dell'umanità (pace, conoscenze, istruzione)
- Rispetto e comportamento etico verso la popolazione e gli individui





Il Turismo Sostenibile: una visione d'insieme

Nel Mondo



Fonte: XII Rapporto Ecotour sul turismo natura, tratto da «Walk on the wild side: estimating the global number magnitude of visits to protected areas», Plos Biology

In Europa

Il Programma europeo Natura 2000, per la protezione della biodiversità dell'UE, ha creato un impatto economico annuo stimato fra i 200 e i 300 milioni di euro pari al 2-3% del Pil europeo generando circa 12 milioni di posti di lavoro annui nel periodo 2006-2008 (circa il 6% dell'occupazione UE).





Il Turismo Natura & Avventura: alcuni trend

Attività	Tipo di avventura
Spedizioni archeologiche	Soft
Birdwatching	Soft
Camping	Soft
Canoa	Soft
Speleologia	Hard
Climbing /Rampicata	Hard
Ciclismo	Soft
Ecoturismo	Soft
Pesca	Soft
Escursioni/Hiking	Soft
Equitazione	Soft
Kayak	Soft
Kite surfing	Hard
Orienteering	Soft
Vela	Soft
Immersioni	Soft
Surf	Soft
Snorkeling	Soft
Trekking	Hard
Turismo volontario	Soft

Gargano Running 2014



Spesa turistica media per i viaggi in avventura (SOFT)		
	2012	Crescita annuale 2009-2012
Europa	\$ 897	24%
Nord America	\$ 1.152	9%
Sud America	\$ 1,501	25%

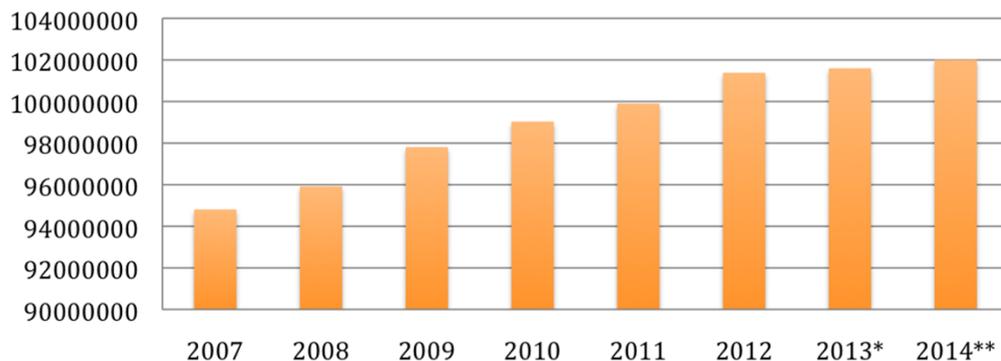
Spesa turistica media per i viaggi in avventura (HARD)		
	2012	Crescita annuale 2009-2012
Europa	\$ 924	28%
Nord America	\$ 875	25%
Sud America	\$ 1,333	85%

Fonte: «Adventure Tourism Market Study 2013», The George Washington University. Sono state analizzate le tre aree del pianeta che generano il 70% circa dei flussi turistici mondiali



L'exploit mondiale del turismo Natura & Avventura. L'Italia riflessa nel XII rapporto Ecotourism

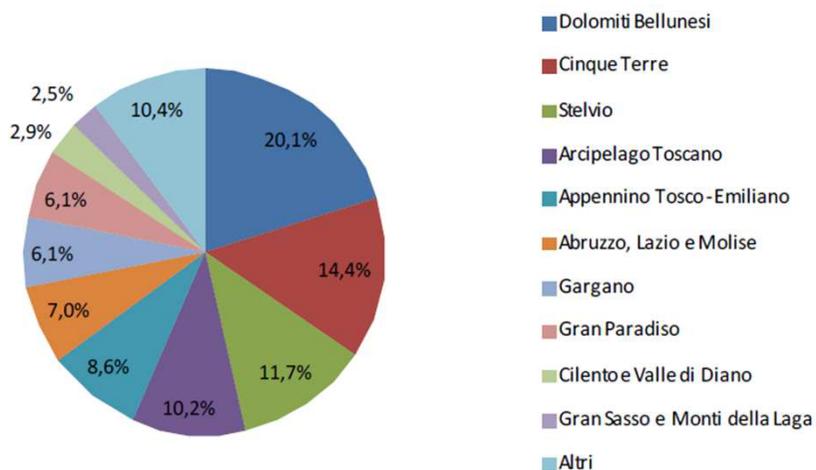
Presenze totali nelle strutture ricettive delle aree protette (Italia 2006 – 2014)



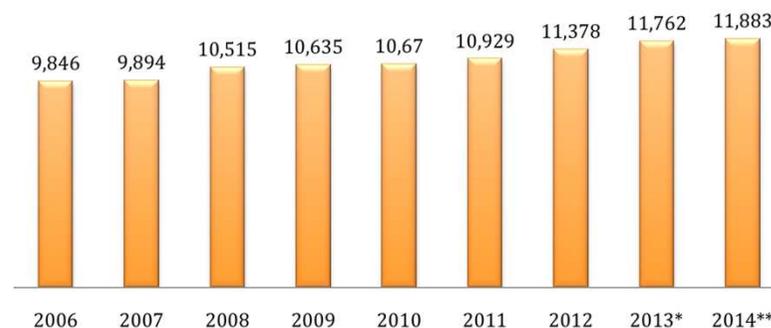
Presenze: +7% circa dal 2007
Fatturato: +21%

La Puglia è al 7° posto tra le destinazioni natura preceduta da Sardegna e Veneto.

Parchi nazionali più richiesti



Fatturato del turismo natura (Italia 2006 – 2014)



Fonte: XII Rapporto Ecotour sul turismo Natura a cura dell'Osservatorio permanente sul turismo natura composto da Istat, Enit, Università, Regione Abruzzo, Università dell'Aquila (facoltà di Economia) e Infiera Servizi Turismo. *dato provvisorio, **dato stimato





Il turismo attivo e natura in Puglia, l'indagine dell'Università del Salento «I TURISMI DI PUGLIA: ANALISI DELLA COMPETITIVITÀ DEI TERRITORI PUGLIESI»



Il profilo del turista

- Donna (56%), impiegata (46%), di età compresa fra i 36-50 anni (38%), proveniente dal Sud Italia (31%).
- È per la prima volta in Puglia (62%) e soggiorna dai 4 ai 7 gg. (46%); viaggia con la famiglia (43%) ed ha acquistato il viaggio presso un'agenzia di viaggi (24%); la località le è stata suggerita da amici e conoscenti (28%).
- Ha scelto la Puglia per la varietà degli itinerari sportivi (v.m. 4,69/5), la presenza di strutture adeguate alla pratica sportiva (v.m. 4,49/5), varietà eventi sportivi (v.m. 4,39/5).

DICONO DI NOI: *“Noi corriamo nella natura ed è fondamentale poter scoprire il territorio correndo. In Puglia è molto semplice: le condizioni atmosferiche non sono rigide”.*

“In Puglia c'è una gran varietà nel paesaggio che consente di passare in pochi passi dalla foresta al mare”.

“Star bene, in modo attivo”
(#benessere, #buonCibo, #divertimento)

Metodologia: Ambito territoriale di rilevazione Gargano e Valle d'Itria attraverso 450 interviste a turisti italiani e stranieri e 2 focus group.



- Degrado di alcuni tratti dell'entroterra e della costa
- Erosione costiera
- Scarsa cura delle spiagge libere
- Maggiore attenzione alla manutenzione e rivitalizzazione del Sistema dei Parchi
- Limitata efficienza dei sistemi depurativi (sistemi di adduzione, distribuzione e gestione delle acque non pienamente efficienti)
- Presenza di siti dismessi divenuti discariche abusive
- Rischio di desertificazione di alcune aree regionali
- Qualità dell'aria messa a rischio dalla presenza di inquinanti: PM10, ozono e biossido di azoto
- Raccolta differenziata non sistematizzata ed estesa a tutte le aree della regione e limitata efficienza del ciclo integrato dei rifiuti
- Cambio climatico
- Aumento della competitività globale e delle destinazioni dei Balcani più convenienti sui prezzi e di altre destinazioni europee che investono maggiormente nel turismo natura
- Sottostima del potenziale dello Slow Tourism nel generare reddito e occupazione
- Stagionalità dei flussi





Un passo importante verso la qualità e la notorietà: la CETS (Carta Europea del Turismo Sostenibile). Come conciliare conservazione e sviluppo.



La CETS è coordinata da **EUROPARC Federation** che, con il supporto delle sezioni nazionali della federazione (**Federparchi-Europarc Italia**), gestisce la procedura di conferimento della Carta e coordina la rete delle aree certificate

Obiettivi:



Aumentare la conoscenza e il sostegno per le aree protette europee come **parte fondamentale del nostro patrimonio**, da preservare per la fruizione delle generazioni attuali e quelle a venire.

Migliorare lo **sviluppo sostenibile** e la gestione del turismo nelle aree protette, rispettando i bisogni dell'ambiente, dei residenti, delle imprese locali e dei visitatori.

Le aree protette e certificate CETS in Puglia: i 7 Parchi del Salento, il Parco Nazionale dell'Alta Murgia, il Parco delle Dune Costiere.

Work in progress  Riserva di Torre Guaceto.





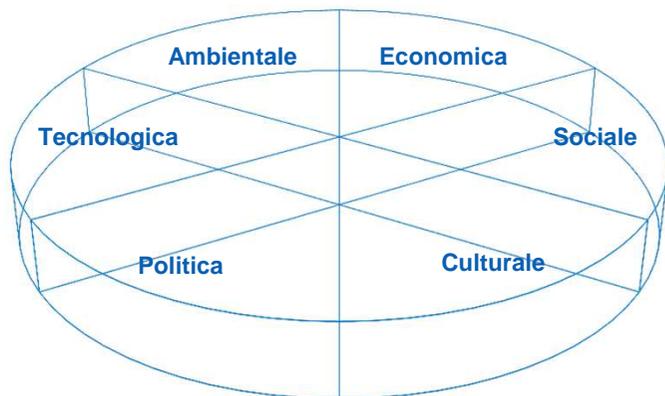
Modello turistico industriale	Modello turistico sostenibile
dall'etica antropocentrica	all'etica ambientale
dal profitto	ai benefici
dai prodotti	alle persone
dalle destinazioni	ai luoghi
dal prezzo	al valore
dal promuovere	all'attrarre
dallo sfruttare	al proteggere

Fonte: "Who is the Ideal Tourist? - - and Who Cares?", **Larry Dwyer**- School of Marketing, Australian School of Business University of New South Wales Australia)





La multidimensionalità del turismo



Puglia Destinazione Turistica Sostenibile e Competitiva 2020

Fase 1 – anno 2007

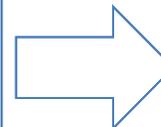
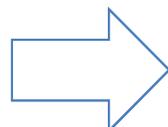
Sviluppo del brand Puglia e dell'identità turistica

Fase 2 – anno 2013

Posizionamento del brand Puglia sui mercati nazionale e internazionali

Fase 3 – anno 2020

Marketing dei prodotti. Promozione mondiale dei prodotti turistici integrati e dei servizi ad alto valore aggiunto



Grazie e arrivederci!



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo



osservatorio@viaggiareinpuglia.it

