

# FR.I.NET<sup>2</sup>

## FRANCIA E ITALIA IN RETE PER RAFFORZARE LE IMPRESE

La cooperazione al cuore del Mediterraneo  
La coopération au coeur de la Méditerranée

# ATTIVITÀ T2.3 - ROADSHOW

## Incontro di presentazione del Centro di Competenze

## La filiera turismo innovativo e sostenibile: opportunità e tendenze

Sassari, 23 maggio 2018

La cooperazione al cuore del Mediterraneo  
La coopération au coeur de la Méditerranée

# IL CONTESTO

## Andamento del mercato turistico in Sardegna

### La provenienza 2017

#### Italiani

Arrivi	Presenze	Permanenza	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze

#### Stranieri

Arrivi	Presenze	Permanenza	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze

## Italiani - Provenienza Regionale

Provenienza	Arrivi	Presenze	Permanenza	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze
Lombardia	286.421	1.798.176	<b>6,28</b>	2,95%	<b>-0,30%</b>
Sardegna	538.708	1.205.282	2,24	6,82%	10,37%
Lazio	154.947	788.636	5,09	1,27%	<b>-0,80%</b>
Piemonte	102.305	606.504	<b>5,93</b>	0,69%	<b>-1,05%</b>
Emilia	93.727	500.799	5,34	3,34%	<b>-0,11%</b>
Toscana	91.092	491.427	5,39	2,08%	1,10%
Veneto	88.541	486.086	5,49	4,47%	0,46%
Campania	57.345	336.001	<b>5,86</b>	1,76%	<b>-0,76%</b>

## Stranieri – Provenienza Nazioni

Provenienza	Arrivi	Presenze	Permanenza	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze
Germania	361.795	1.876.264	5,19	9,36%	7,90%
Francia	286.605	1.267.754	4,42	14,81%	7,44%
Svizzera	168.745	836.133	4,96	12,66%	10,05%
<b>Regno Unito</b>	<b>109.926</b>	<b>628.684</b>	<b>5,72</b>	<b>16,09%</b>	<b>25,10%</b>
Spagna	80.483	289.270	3,59	17,24%	16,68%
Paesi Bassi	68.336	274.286	4,01	24,63%	20,97%
Austria	58.648	273.276	4,66	8,84%	7,14%
Svezia	42.007	240.817	5,73	24,87%	23,40%
Polonia	37.599	190.216	5,06	20,37%	12,10%
Russia	24.322	156.077	6,42	25,66%	25,35%
Rep. Ceca	24.228	134.392	5,55	19,95%	8,68%
Belgio	35.525	131.958	3,71	7,37	6,14%

## Stranieri – Mercati emergenti a cui guardare

Provenienza	Arrivi	Presenze	Permanenza	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze
<b>Portogallo</b>	<b>11.191</b>	<b>47.826</b>	<b>4,27</b>	<b>56,63%</b>	<b>79,51%</b>
<b>Irlanda</b>	<b>6.297</b>	<b>31.590</b>	<b>5,02</b>	<b>37,07%</b>	<b>70,60%</b>
				<b>154,45%</b>	<b>176,53%</b>



# SARDEGNA 2017

## Dettaglio Aree Territoriali

- Arrivi > 1.548.835
- Presenze > 7.604.685
- **Permanenza > 9,36**
- **% Arrivi > 7,06%**
- % Presenze > 4,68%

SS+OT



NU+OG

- Arrivi > 466.910
- Presenze > 2.417.238
- Permanenza > 5,18
- **% Arrivi > 13,06%**
- % Presenze 9,19%

- Arrivi > 268.314
- Presenze > 747.273
- Permanenza > 2,79
- % Arrivi > 9,93%
- % Presenze > 5,83%

OR+MC

CA+CI

- Arrivi > 852.363
- Presenze > 3.617.050
- **Permanenza > 4,24**
- **% Arrivi > 9,46%**
- % Presenze > 9,27%

Arrivi	Presenze	Permanenza	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze
--------	----------	------------	---------------------	-----------------------

## Italiani Provincia OT

Provenienza	Arrivi 2017	Presenze 2017	Permanenza 2017	Arrivi 2016	Presenze 2016	Permanenza 2016	Variazione % arrivi	Variazione % presenze
<b>Italiani</b>								
Lombardia	89.597	634.183	7,08	90.178	646.880	7,17	-0,64%	-1,96%
Lazio	47.017	299.342	6,37	48.925	316.826	6,48	-3,90%	-5,52%
Piemonte	31.360	207.724	6,62	32.623	215.299	6,60	-3,87%	-3,52%
Sardegna	94.595	205.108	2,17	90.658	194.595	2,15	4,34%	5,40%
Toscana	31.563	193.015	6,12	31.537	194.524	6,17	0,08%	-0,78%
Emilia Romagna	28.317	178.533	6,30	29.008	184.593	6,36	-2,38%	-3,28%
Veneto	28.862	175.673	6,09	27.470	171.927	6,26	5,07%	2,18%
Campania	21.737	152.211	7,00	22.743	157.439	6,92	-4,42%	-3,32%

## Italiani Provincia SS

<b>Italiani</b>								
Lombardia	40.990	222.445	5,43	37.858	218.105	5,76	8,27%	1,99%
Sardegna	92.591	181.758	1,96	87.545	166.918	1,91	5,76%	8,89%
Lazio	24.339	99.322	4,08	24.181	99.071	4,10	0,65%	0,25%
Veneto	15.836	89.940	5,68	15.545	91.364	5,88	1,87%	-1,56%
Piemonte	15.490	82.549	5,33	14.652	81.691	5,58	5,72%	1,05%
Emilia Romagna	14.316	63.711	4,45	13.398	64.178	4,79	6,85%	-0,73%
Toscana	12.468	57.147	4,58	13.224	61.467	4,65	-5,72%	-7,03%
Campania	7.940	41.079	5,17	8.600	47.050	5,47	-7,67%	-12,69%

La cooperazione al cuore del Mediterraneo

La coopération au coeur de la Méditerranée



Arrivi	Presenze	Permanenza	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze
--------	----------	------------	---------------------	-----------------------

## Stranieri Provincia OT

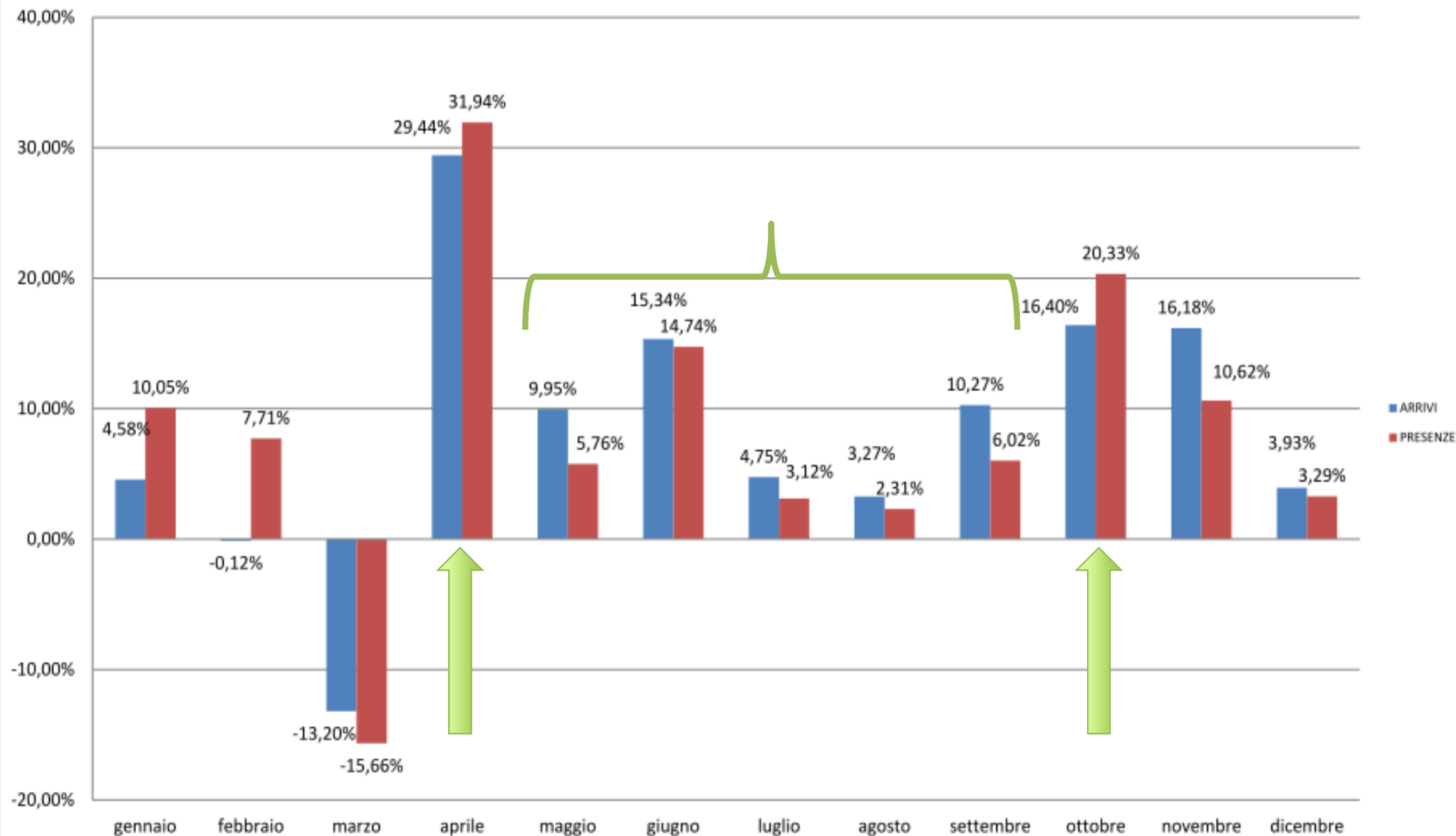
Provenienza	Arrivi 2017	Presenze 2017	Permanenza 2017	Arrivi 2016	Presenze 2016	Permanenza 2016	Variazione % arrivi	Variazione % presenze
<b>Stranieri</b>								
Germania	146.851	857.439	5,84	133.855	776.421	5,80	9,71%	10,43%
Francia	123.334	647.592	5,25	124.532	716.496	5,75	-0,96%	-9,62%
Svizzera (incluso Liechtenstein)	62.969	340.648	5,41	55.678	310.193	5,57	13,09%	9,82%
Regno Unito	49.309	301.847	6,12	38.428	212.258	5,52	28,32%	42,21%
Austria	25.035	128.286	5,12	22.836	119.912	5,25	9,63%	6,98%
Spagna	27.310	123.368	4,52	24.968	109.300	4,38	9,38%	12,87%
Paesi Bassi	22.915	102.069	4,45	18.646	85.183	4,57	22,89%	19,82%
Polonia	15.855	91.773	5,79	13.295	75.950	5,71	19,26%	20,83%
Svezia	11.781	58.720	4,98	6.162	26.786	4,35	91,19%	119,22%
Repubblica Ceca	8.579	47.975	5,59	5.416	28.744	5,31	58,40%	66,90%
Belgio	10.124	47.443	4,69	9.435	43.799	4,64	7,30%	8,32%
Russia	8.723	45.489	5,21	6.425	37.028	5,76	35,77%	22,85%

Arrivi	Presenze	Permanenza	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze
--------	----------	------------	---------------------	-----------------------

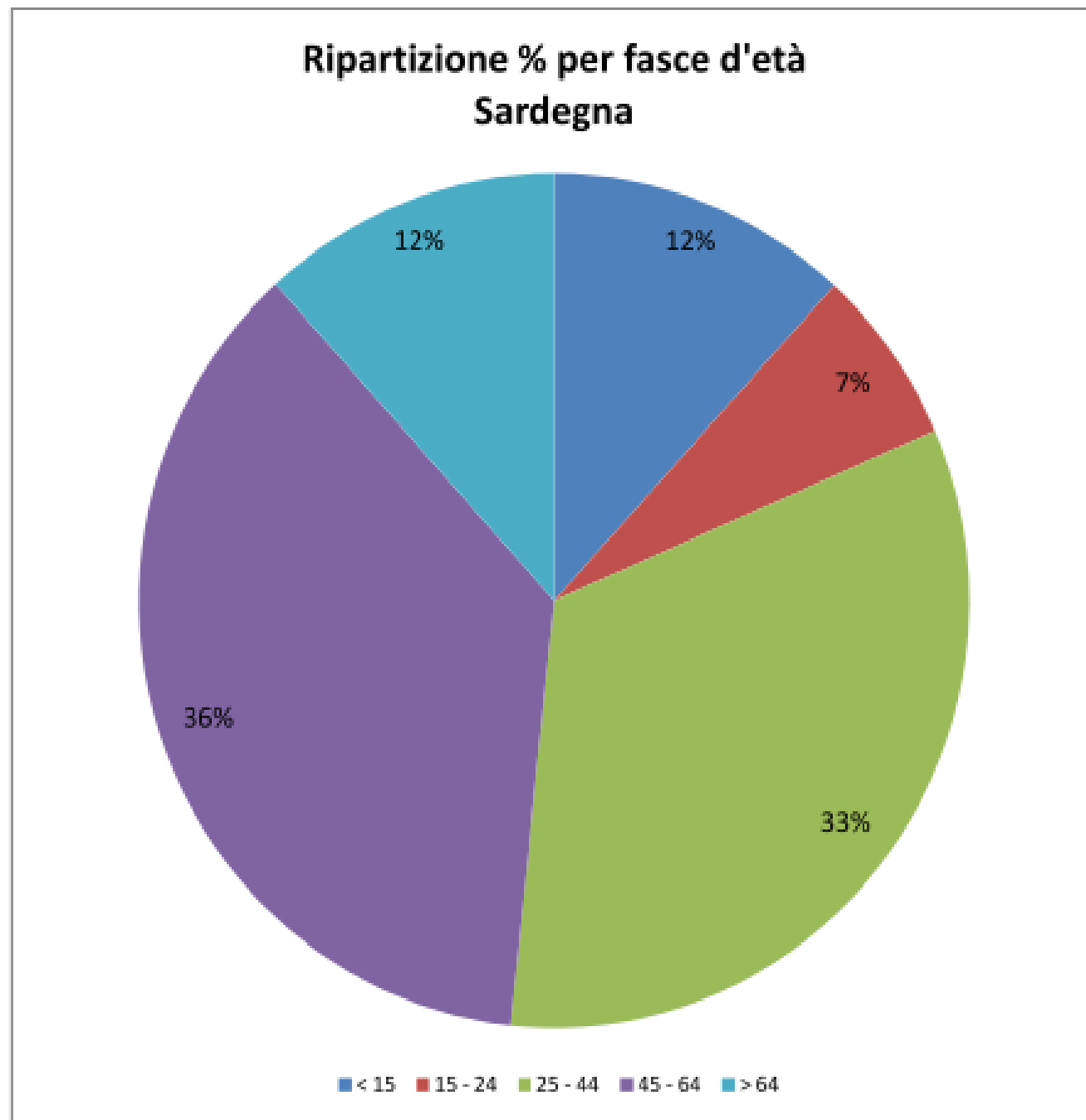
## Stranieri Provincia SS

Provenienza	Arrivi 2017	Presenze 2017	Permanenza 2017	Arrivi 2016	Presenze 2016	Permanenza 2016	Variazione % arrivi	Variazione % presenze
<b>Stranieri</b>								
Svezia	23.750	159.554	6,72	22.218	150.493	6,77	6,90%	6,02%
Germania	41.398	157.925	3,81	39.866	172.693	4,33	3,84%	-8,55%
Francia	43.686	136.893	3,13	35.516	117.865	3,32	23,00%	16,14%
Regno Unito	20.285	127.304	6,28	16.680	102.305	6,13	21,61%	24,44%
Spagna	25.054	81.891	3,27	24.363	81.925	3,36	2,84%	-0,04%
Svizzera (incluso Liechtenstein)	19.057	61.548	3,23	17.049	56.995	3,34	11,78%	7,99%
Paesi Bassi	14.059	51.200	3,64	11.603	43.016	3,71	21,17%	19,03%
Norvegia	5.587	39.286	7,03	5.354	37.030	6,92	4,35%	6,09%
Danimarca	5.163	34.671	6,72	6.165	40.450	6,56	-16,25%	-14,29%
Finlandia	4.181	27.577	6,60	3.703	23.635	6,38	12,91%	16,68%
Belgio	7.772	25.152	3,24	6.685	22.029	3,30	16,26%	14,18%
Austria	7.130	24.379	3,42	6.231	21.566	3,46	14,43%	13,04%
Polonia	5.502	18.666	3,39	3.838	12.902	3,36	43,36%	44,68%
Romania	3.833	17.416	4,54	3.459	15.489	4,48	10,81%	12,44%
Irlanda	2.444	15.899	6,51	973	4.376	4,50	151,18%	263,32%

## Variazioni movimenti 2017 su 2016 della Sardegna



69%	25 -64
19%	15 - 24
12%	>64



# Come si è evoluto il comportamento del consumatore?

## Tra i '90 e fino al 2000

- AdV e T.O. attori fondamentali
- Destinazione Italia elemento centrale della decisione di acquisto
- Il prezzo e i servizi non sono un fattore dissuasivo

## Dalla prima decade del 2000

- Entrano in campo le OTA
- Più destinazioni in competizione
- Si diversifica l'offerta ricettiva e di servizi turistici
- **I consumatori iniziano a cercare il 'valore' e il prezzo rappresenta un elemento centrale di valutazione**

# Evoluzione del comportamento del turista .....



Basta il  
prezzo...



Bastano i servizi.....

# Value for Money

# .....Evoluzione del comportamento del turista

- Costante trasformazione
- Attori turistici che devono adeguarsi alle esigenze dei turisti
- E quindi offrire loro le esperienze che richiedono.....

.....**AUTENTICITA'**: offrire al turista esperienze vere e genuine

.....**SENSO**: vivere la destinazione attraverso tutti e cinque i sensi

.....**IMMERSIONE**: nel luogo, nella cultura locale e desiderio di fondersi con essa

## .....il comportamento del turista oggi

**AUTENTICITA**

**SENS**

**IMMERSION**

'

I

E

**ESPERIENZA TURISTICA UNICA**



## Il Turista oggi...

Condivide la sua **esperienza** sul Web

La *concorrenza* fra le destinazioni si gioca sulle **opinioni e sulle recensioni** dei clienti



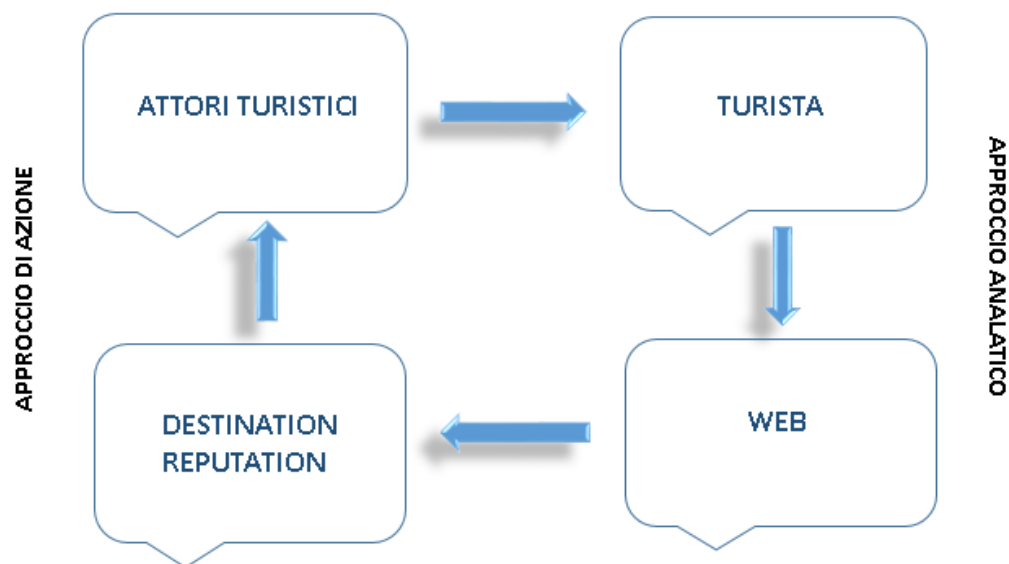
# .....La reputazione

# La reputazione

## Destination Reputation:

*"E' la **considerazione** e la **credibilità** di un dato territorio costituita dall'insieme di **tutte le informazioni** generate da coloro che visitano la destinazione e **condivise attraverso il web** prima, dopo e durante l'esperienza di viaggio"*

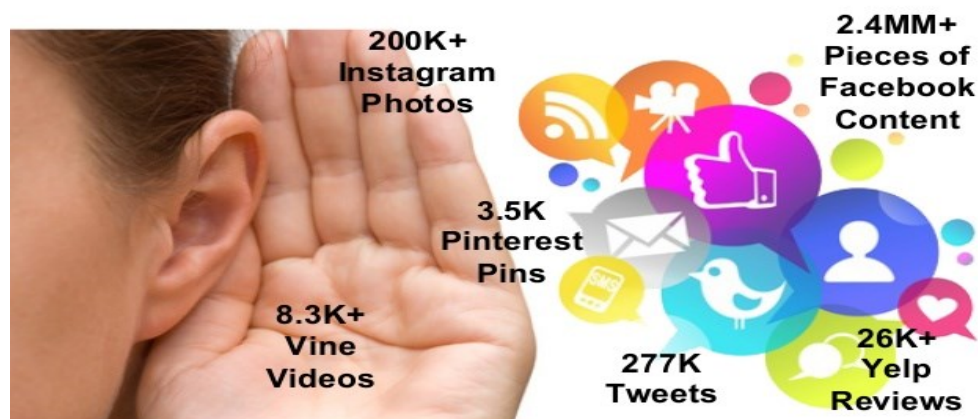
**Intesa** come rapporto di comunicazione che dobbiamo vivere e avere con i nostri clienti e con chi per qualsiasi motivo entra in contatto con noi



**diventa**  
**un parametro obbligatorio**

# L'ascolto attivo

In ONE minute...



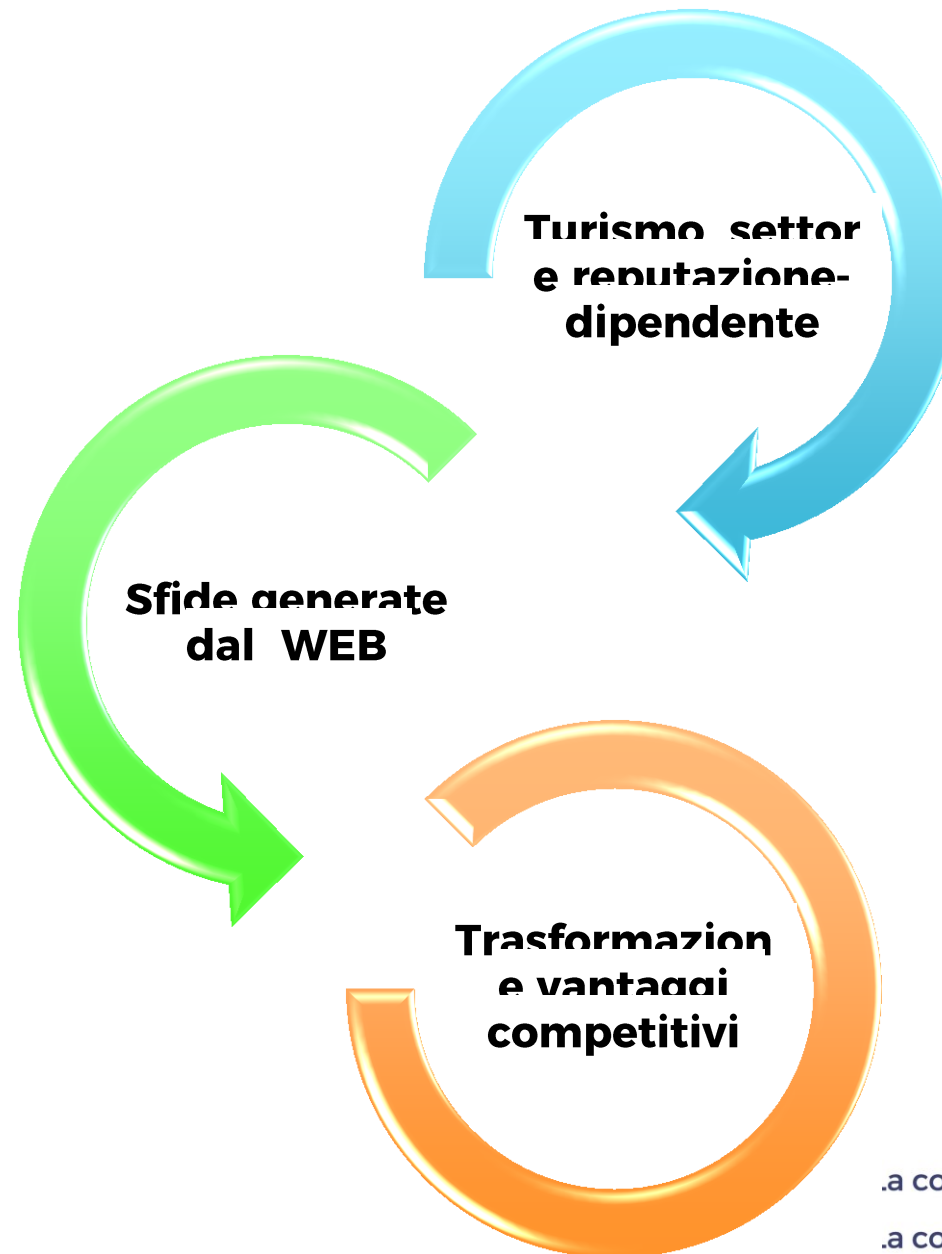
Source: DOMO infographic

- Il turista di oggi condivide la sua esperienza sul web;
- Commenti. Feedback. Foto. Opinioni. Pareri condivisi sul web contribuiscono a creare, la reputazione;
- Tutte le micro-reputazioni contribuiscono a creare l'immagine;

Gli attori **devono** ascoltare quanto viene detto online per comprendere come la reputazione prende forma.

I benefici derivanti dall'aver una reputazione positiva si traducono in **aumento dei flussi turistici**.

# L' ascolto attivo



## **EVOLUZIONE**

# Esercizio tecnologica per resistere sul

turisti in arrivo attraverso i portali italiani turisti in arrivo attraverso i portali stranieri

**26%**

**49%**

la crescita sul web proseguirà nel prossimo futuro con un ritmo medio

**+11,4% l'anno**

La sfida digitale rispetto all'orientamento al cliente, consente la personalizzazione dell'offerta attraverso nuovi strumenti tecnologici.

Il dispositivo mobile è il canale privilegiato dai consumatori: **230% annuo di crescita**

**SI RINGRAZIA  
PER L'ATTENZIONE DEDICATA!**

**MERCI!**

Fonti:  
SIREG al 17 Maggio 2018  
Netcoom Focus Travel  
Touring Club 2017  
Rapporto Italiavalley  
Destination Reputation.it  
Four Tourism Blog

Autori:  
Consulenza Marketing: Ornella PORCU  
Grafica: Tiziana PONZETTO

**La cooperazione al cuore del Mediterraneo**  
**La coopération au coeur de la Méditerranée**