



2017

FOTOGRAFIA DEL TURISMO IN TOSCANA

“Non si può gestire ciò che non si può misurare” (Robert Kaplan)

Alberto Peruzzini
12 maggio 2017

INDAGINE A TAPPETO SU PASQUA E LA PROSSIMA ESTATE

il metodo in breve

chi: tutto il ricettivo

quando: dal 7 al 27 aprile

strumento: un questionario, 10 domande

risultati: 895 interviste valide

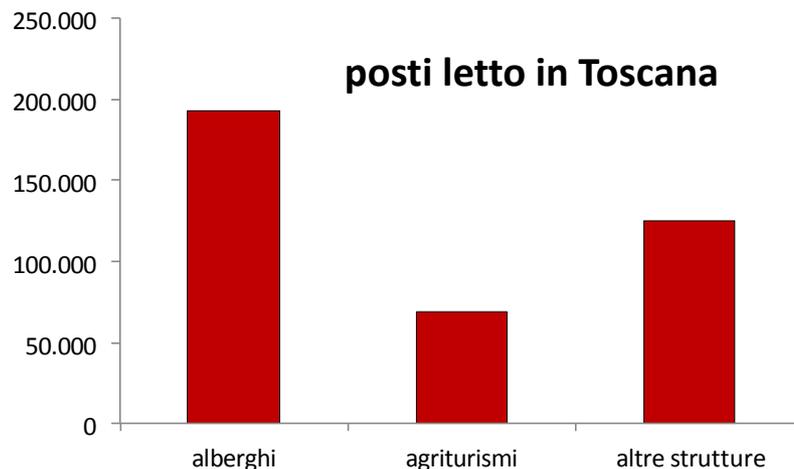
Per la prima volta si parla di valore, canali commerciali,
prodotti turistici consolidati ed emergenti



**GRAZIE TOSCANE E TOSCANI CHE AVETE RISPOSTO
AL QUESTIONARIO. OGGI VI RESTITUIAMO I
RISULTATI**

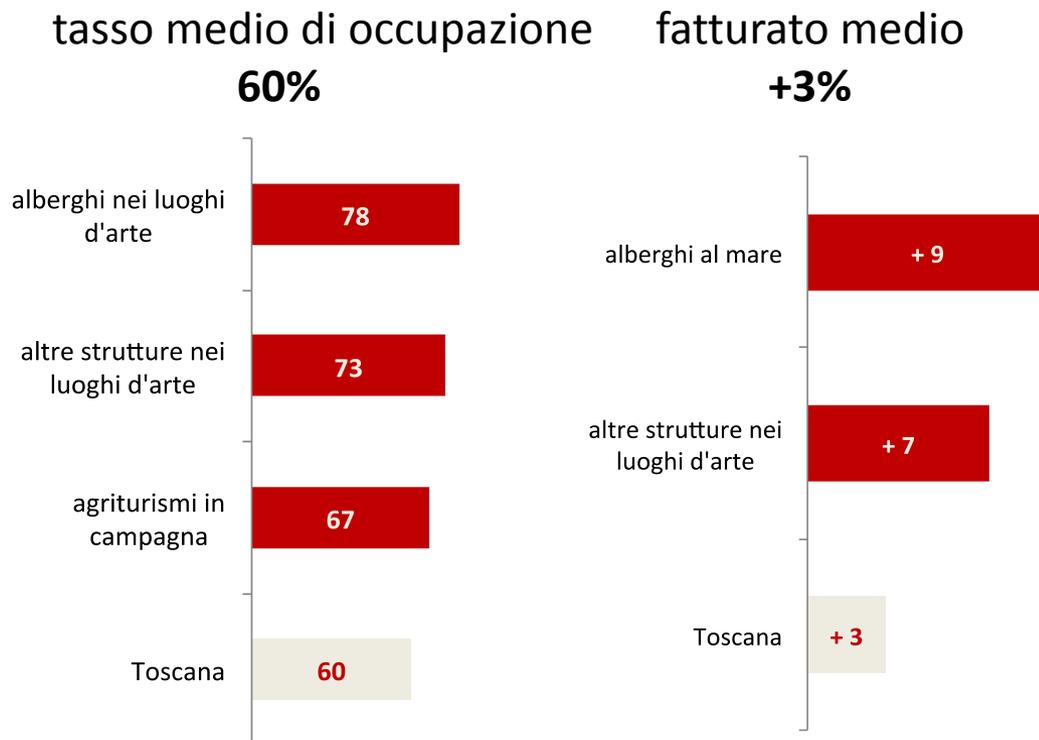
895 INTERVISTE :

- 208 alberghi
- 346 agriturismi
- 341 altre strutture



Un campione rinnovato, affidabile e rappresentativo

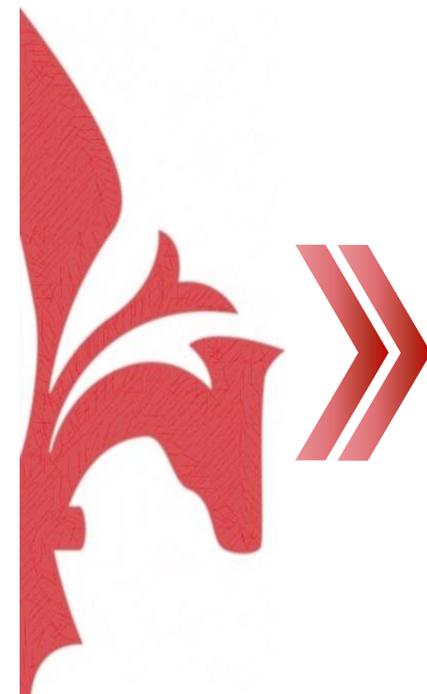
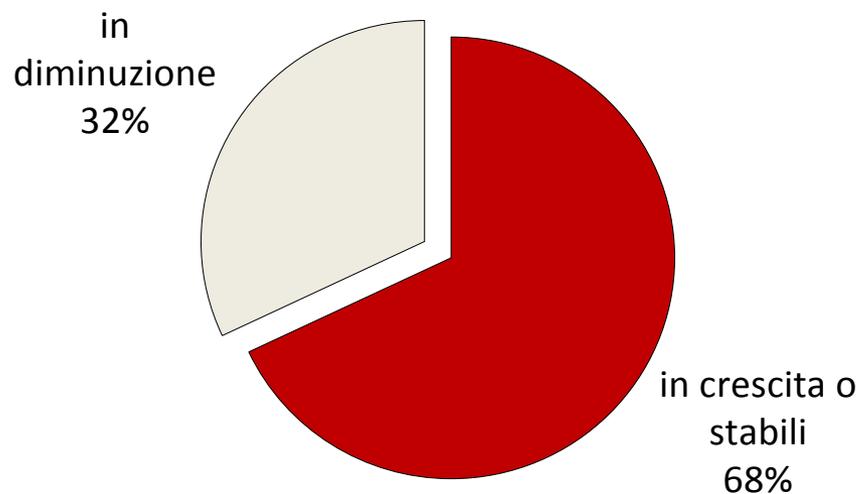
APRILE: UN PERIODO DI VALORE



Gli hotel spingono in avanti i risultati e danno maggiore valore (più stanze prenotate e più ricavi) ai due principali comparti del sistema ricettivo toscano: mare e città

ESTATE 2017: GIÀ DA ORA SI PREVEDE BEL TEMPO

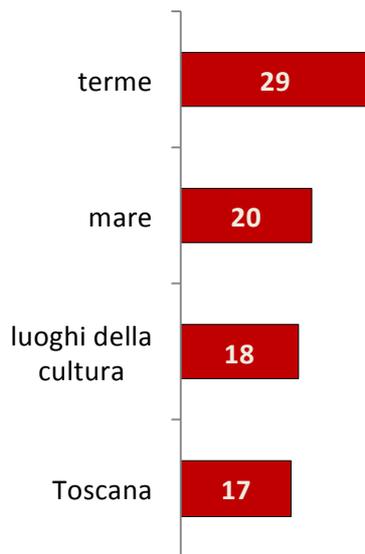
Prenotazioni estate



Si confermano i buoni risultati del 2016 e le prenotazioni per l'estate sono più alte di quelle dell'anno scorso, anche se si prenota sempre più tardi

ESTATE 2017: GIÀ DA ORA SI PREVEDE BEL TEMPO

prenotazioni in crescita
17 %

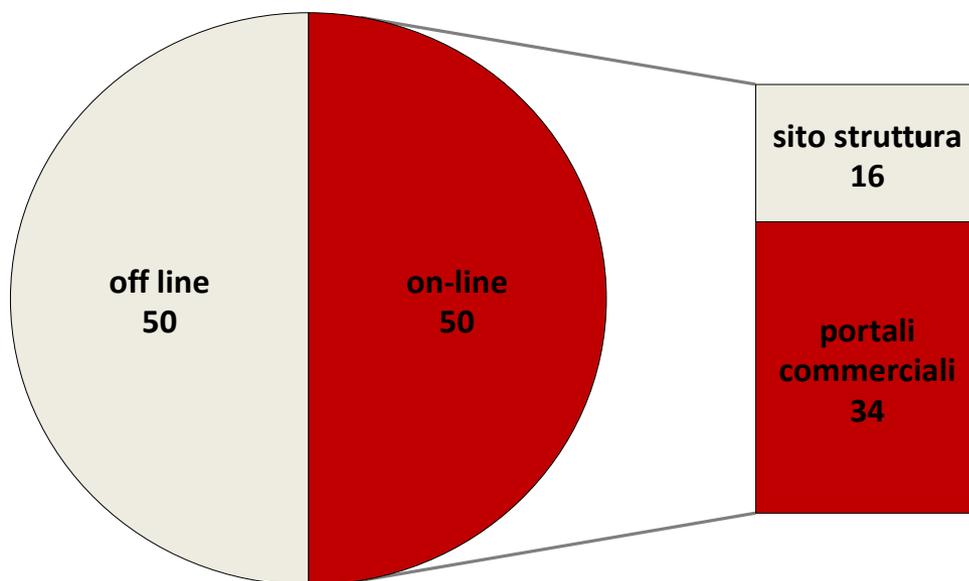


numero clienti
+ 1,5 %



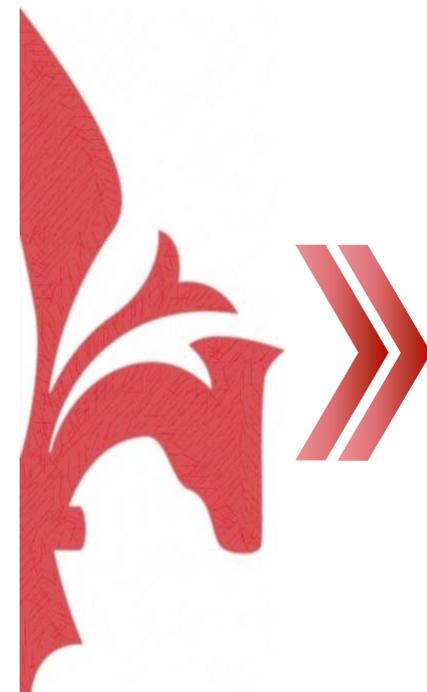
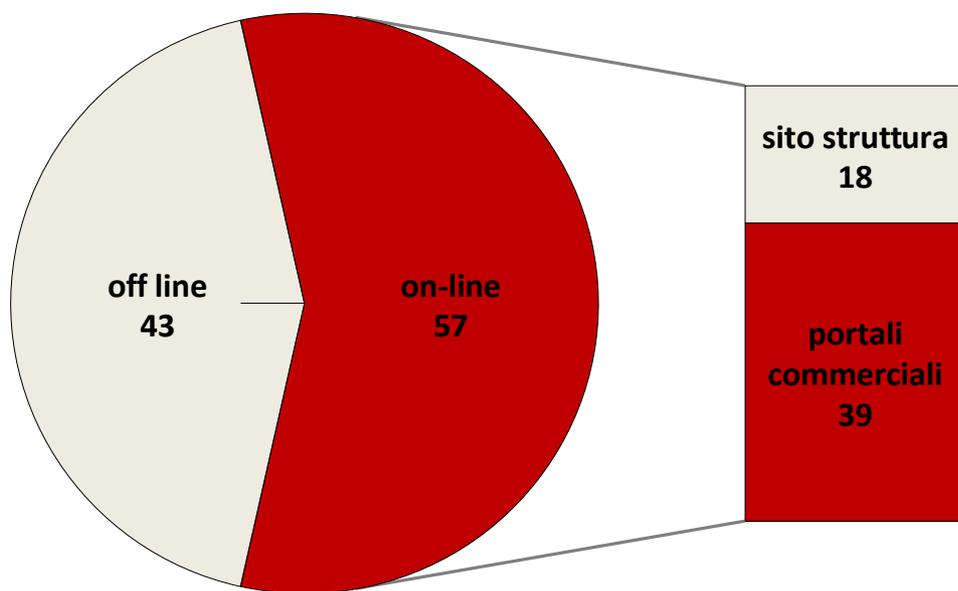
Cresce l'amore degli stranieri per la Toscana.
Si prenotano in anticipo terme e mare. Ma occhio agli italiani: hanno ripreso a viaggiare

LE PRENOTAZIONI ON LINE? LA TOSCANA SUPERA L'ITALIA



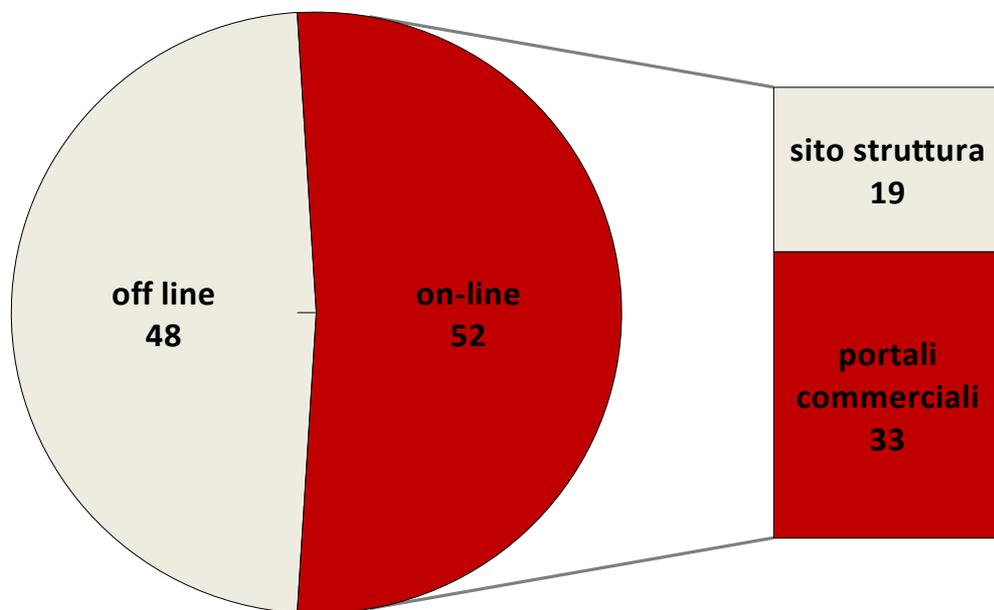
Siamo al sorpasso del web, non solo per l'informazione, ma anche per la vendita

LA CAMPAGNA IN TOSCANA SI PRENOTA SUL WEB

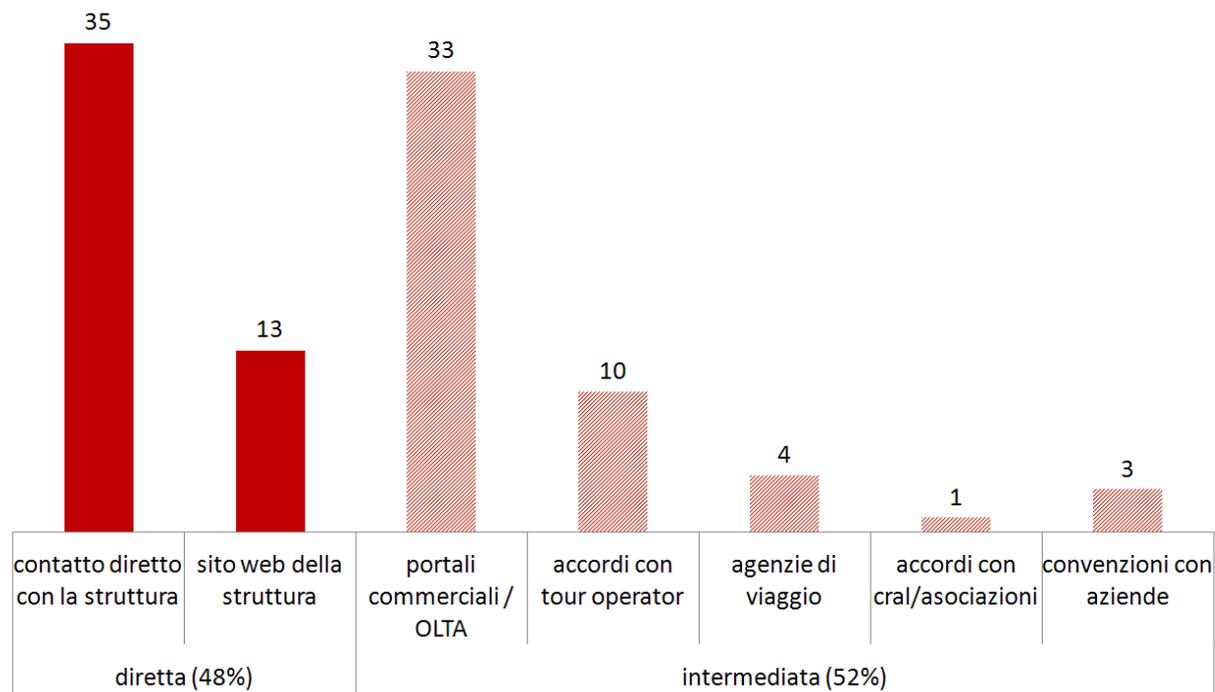


Agriturismi più contemporanei: la vendita si fa sui portali specializzati

B&B E APPARTAMENTI SPOPOLANO SULLA RETE



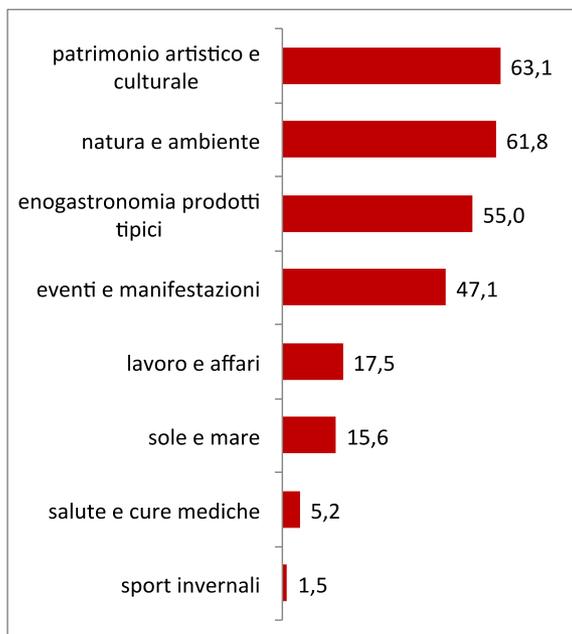
I CANALI DI VENDITA DEGLI ALBERGHI



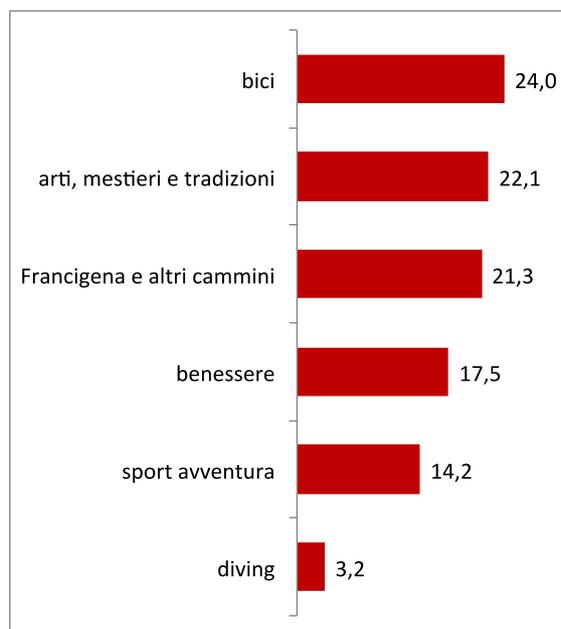
La rete e il telefono fanno oltre l'80%, ma tutto serve.

NON SI VENDONO SOLO STANZE, MA PASSIONI
“quali prodotti dovrebbero essere maggiormente promossi per aumentare i benefici del turismo nel suo territorio”

prodotti consolidati



prodotti emergenti



Gli operatori hanno le idee chiare. Bene i prodotti consolidati, ma in tanti ci dicono: promuovete quelli emergenti.

I PRODOTTI EMERGENTI: PASSIONI COMUNI!

| | alberghi | agriturismo | B&B, appartamenti, ... |
|---|-----------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| Prodotti emergenti (i preferiti) | bici | bici | bici |
| | ... | arti, mestieri e tradizioni | arti, mestieri e tradizioni |
| | ... | Francigena e altri cammini | Francigena e altri cammini |
| Prodotti consolidati (i preferiti) | eventi | natura ambiente | patrimonio artistico |



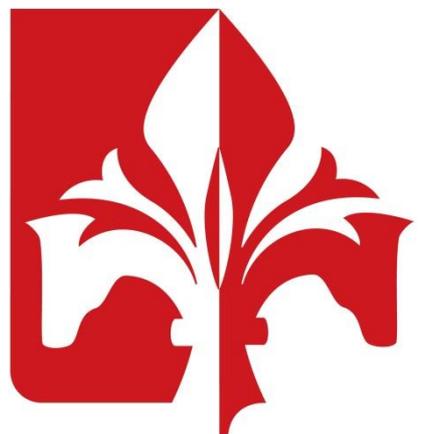
C'è un sentire comune: i prodotti turistici emergenti piacciono a tutto il ricettivo

I PRODOTTI EMERGENTI: TEMATICHE TRASVERSALI

| | mare | montagna | terme | città |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------------------|-----------------------------|
| Prodotti emergenti (i preferiti) | sport avventura | sport avventura | sport avventura | arti, mestieri e tradizioni |
| Prodotti consolidati (i preferiti) | sole e mare | natura ambiente | eventi e manifestazioni | patrimonio artistico |



I prodotti turistici emergenti accomunano mare, montagna, terme e città più di quanto non succeda per quelli consolidati



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

2017
FOTOGRAFIA DEL
TURISMO IN TOSCANA

*Grazie per l'attenzione, per la
collaborazione e per la condivisione*

Alberto Peruzzini
12 maggio 2017