

# IL MERCATO TURISTICO NELLA COSTA DEGLI ETRUSCHI

## Analisi e Proiezioni sulle tendenze attuali e future



Regione Toscana



# **I FLUSSI TURISTICI DELL'ANNO 2023 -2024**

## **A LIVELLO ITALIA**

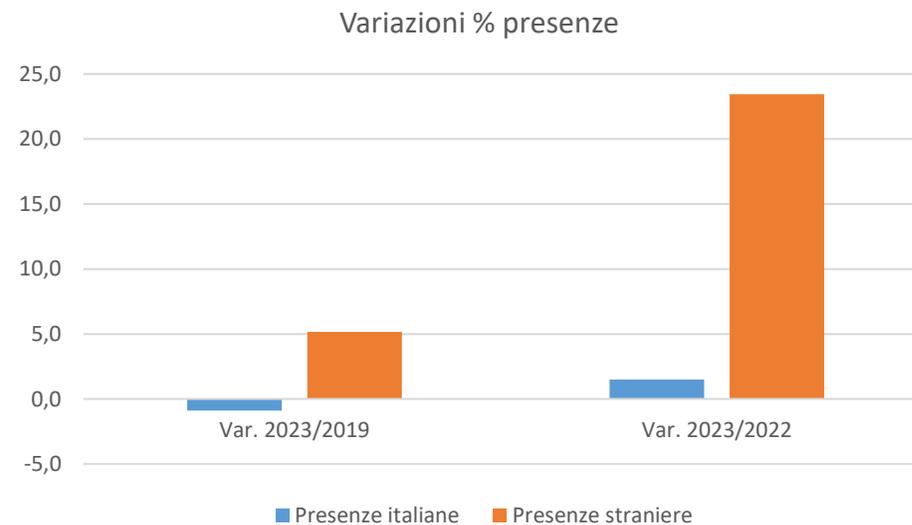
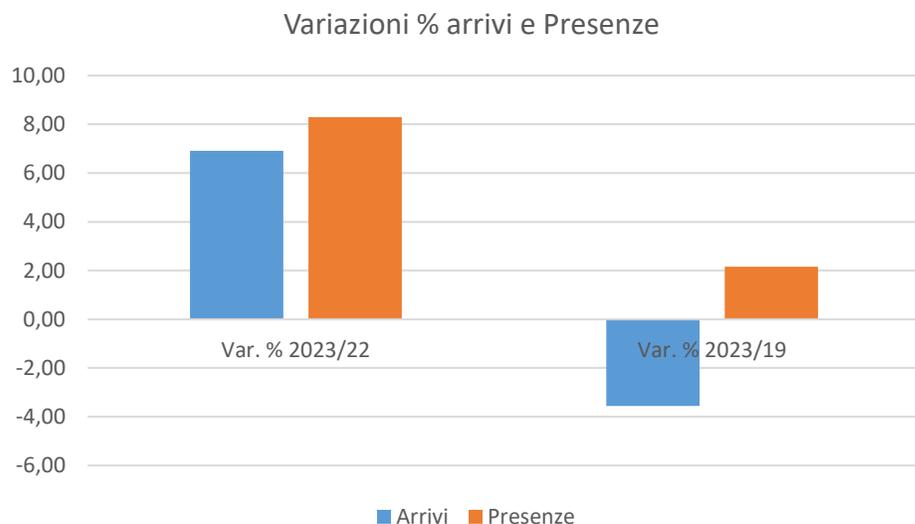
*(ELABORAZIONI CST SU DATI ISTAT)*

# TURISMO IN ITALIA: DATI PROVVISORI DELLA STAGIONE 2023

(FONTE: ISTAT)

	Arrivi	Presenze
2019	<b>131.381.653</b>	<b>436.739.271</b>
2022	<b>118.514.633</b>	<b>412.008.532</b>
2023	<b>126.711.534</b>	<b>446.145.985</b>

	Presenze Italiani	Presenze Stranieri
2019	<b>216.076.587</b>	<b>220.662.684</b>
2022	<b>210.939.098</b>	<b>187.968.416</b>
2023	<b>214.124.551</b>	<b>232.021.434</b>



# TURISMO IN ITALIA: DATI PROVVISORI DELLA STAGIONE 2024 GENNAIO – LUGLIO 2024

(FONTE: ISTAT)

	Arrivi	Presenze
2019	<b>75.754.313</b>	<b>245.644.270</b>
2023	<b>73.000.388</b>	<b>246.970.482</b>
2024	<b>74.753.776</b>	<b>252.606.836</b>
	Presenze Italiani	Presenze Stranieri
2019	<b>117.154.940</b>	<b>128.489.330</b>
2023	<b>114.415.855</b>	<b>132.554.627</b>
2024	<b>111.827.721</b>	<b>140.779.115</b>

	Var. % presenze – 2024 vs 2023		
	Italiani	Stranieri	Totale
Gennaio	-7,08	7,51	-1,06
Febbraio	3,92	11,88	8,02
Marzo	8,16	21,86	15,20
Aprile	-12,72	-9,69	-11,01
Maggio	8,57	20,72	16,59
Giugno	-1,73	-1,27	-1,48
Luglio	-5,16	4,44	-0,28
Agosto			
Settembre			
Ottobre			
Novembre			
Dicembre			
Totale Gen-Lug	-2,26	6,20	2,28

# I FLUSSI TURISTICI DELL'ANNO 2023 -2024

## REGIONE TOSCANA

*(I DATI 2023 DERIVANO DA ELABORAZIONI CST SU DATI ISTAT PUBBLICATI DAL "SETTORE SISTEMA INFORMATIVO DI SUPPORTO ALLE DECISIONI - UFFICIO REGIONALE DI STATISTICA"; I DATI ANALIZZATI COMPREDONO LE MOVIMENTAZIONI REGISTRATE PRESSO GLI ESERCIZI ALBERGHIERI ED EXTRALBERGHIERI AL NETTO DELLE LOCAZIONI TURISTICHE)*

*I DATI 2024 SONO ELABORAZIONI DI IRPET SU UN PANEL CHIUSO DI STRUTTURE RICETTIVE NEL QUINQUENNIO 2019- 2024, CORREDATO DI VARIABILI QUANTITATIVE E QUALITATIVE CHE PERMETTONO AD IRPET DI FORMULARE STIME A LIVELLO DI AMBITO TERRITORIALE*

# TURISMO IN TOSCANA:

## DATI PROVVISORI DELLA STAGIONE 2023

(FONTE: DATI ISTAT REGIONE TOSCANA)

	Arrivi	Presenze	PM
2019	14.503.132	48.413.256	3,3 notti
2022	13.020.688	42.729.673	3,3 notti
2023	14.668.826	45.853.198	3,1 notti
<i>Var. % 2023 vs 2022</i>	<i>+12,7%</i>	<i>+7,3%</i>	
<i>Var. % 2023 vs 2019</i>	<i>+1,1%</i>	<i>-5,3%</i>	

- Secondo i dati provvisori ISTAT relativi all'anno 2023, il **turismo in Toscana è cresciuto** sia come **arrivi (+12,7%)** sia come **presenze (+7,3%)**.
- Ha superato il 2019 in termini di arrivi (+1,1%) ma registra ancora un calo di presenze (-5,3%) rispetto al periodo pre-pandemico a causa di una calo della PM. **Se consideriamo anche le locazioni turistiche la differenza fra 2019 e 2023 diminuisce a -0,03%**

Le principali tendenze:

- I **turisti stranieri** hanno generato il 54,9% delle presenze complessive, gli **italiani** il 45,1%
- Rispetto allo stesso periodo del 2022, la **componente internazionale è cresciuta del 15,6%**, il **turismo domestico è diminuito del -1,3%**
- Le **strutture alberghiere** hanno intercettato il 45,8% della domanda complessiva, quelle **complementari** il 54,2%
- Le richieste di soggiorno **sono aumentate** sia per le **prime (+10,7%)** sia per le **seconde (+4,6%)**
- I **risultati migliori** sono quelli relativi alle città d'arte e affari e del termale che crescono rispettivamente del 14% e del 17%. In crescita anche le località montane e collinari: Sostanzialmente stabili le località balneare

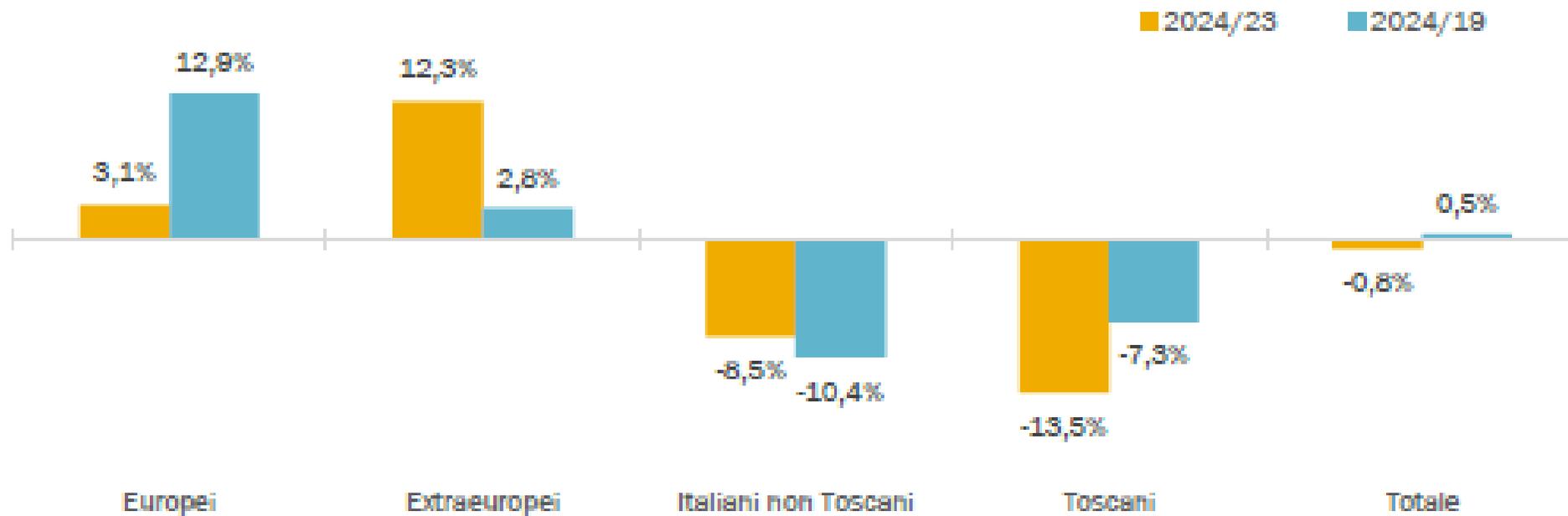
# TURISMO IN TOSCANA:

## DATI PROVVISORI DEI PRIMI 7 MESI DEL 2024

(FONTE: ELABORAZIONE IRPET SU DATI ISTAT REGIONE TOSCANA)

Grafico 1.

Variazioni tendenziali sugli stessi mesi del 2019 delle presenze turistiche nei primi 7 mesi dell'anno per origine: 2024/23, 2024/19



Fonte: stime da elaborazioni del flusso statistico ISTAT e del flusso amministrativo di Regione Toscana

# TURISMO IN TOSCANA:

## DATI PROVVISORI DEI PRIMI 7 MESI DEL 2024

(FONTE: ELABORAZIONE IRPET SU DATI ISTAT REGIONE TOSCANA)

### Var. % presenze – 2024 vs 2023

	Italiani	Stranieri	Totale
Gennaio	-15,7	9,0	-9,7
Febbraio	3,8	17,0	2,5
Marzo	12,7	36,8	22,3
Aprile	-22,0	-3,9	-13,2
Maggio	-2,5	25,2	15,3
Giugno	-9,2	-6,9	-8,1
Luglio	-9,9	2,2	-4,3

### Var. % presenze – 2024 vs 2023

	Arte	Campagna	Mare	Montagna
Gennaio	-1,4	-4,2	-20,5	2,0
Febbraio	9,4	12,4	-3,5	-11,3
Marzo	12,0	32,8	27,0	14,3
Aprile	-2,6	-9,9	-22,1	-10,1
Maggio	12,9	11,4	20,8	15,4
Giugno	1,4	-2,0	11,8	-7,0
Luglio	3,4	-4,2	-9,2	-0,8

# ***Costa degli Etruschi***

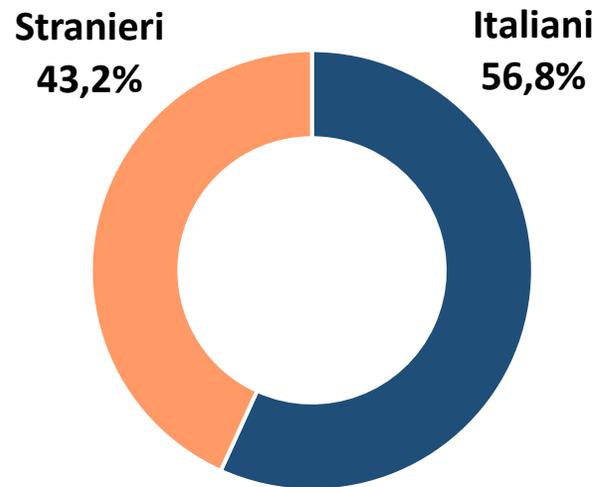
## **CARATTERISTICHE E TENDENZE DEI FLUSSI TURISTICI – ANNO 2023**

***(ELABORAZIONI CST SU DATI UFFICIALI DELLA REGIONE TOSCANA)***

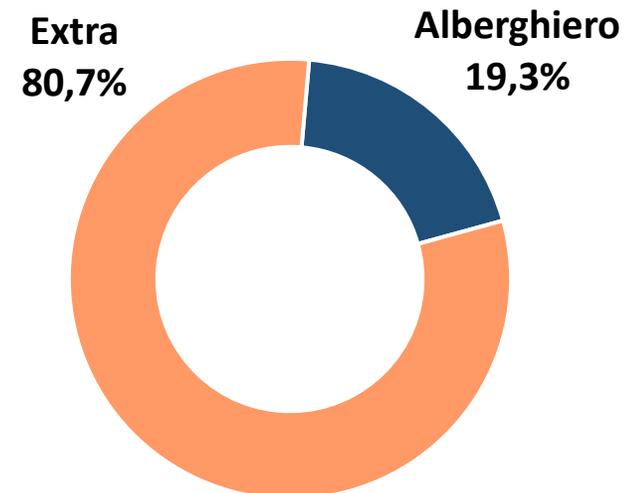
# IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE": CARATTERISTICHE PRINCIPALI

Anno 2023 ► 1,044 mln di arrivi  
6,359 mln di presenze

- Nel 2023, oltre **un milione di turisti** hanno scelto di soggiornare in una struttura ricettiva ufficiale della Costa degli Etruschi, trascorrendovi **più di 6,3 milioni di pernottamenti**
- La **durata media** dei soggiorni è stata di **6,1 notti**
- La domanda è stata prevalentemente **domestica**, ma gli **stranieri** hanno avuto un peso rilevante
- Le sistemazioni preferite sono state quelle **extralberghiere**
- Il **trend** rispetto al 2019 è **positivo**: il saldo è di 123 mila arrivi e 612 mila presenze in più



Quota presenze 2023



Var. % 2023 vs 2019

ARRIVI

▲ **+13,3%**

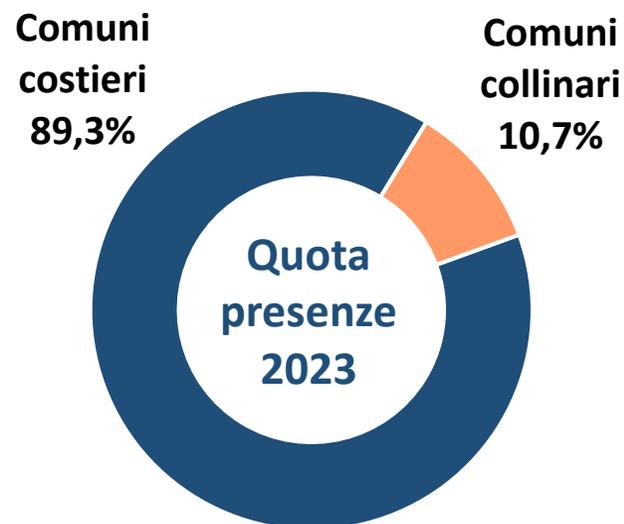
PRESENZE

▲ **+10,6%**

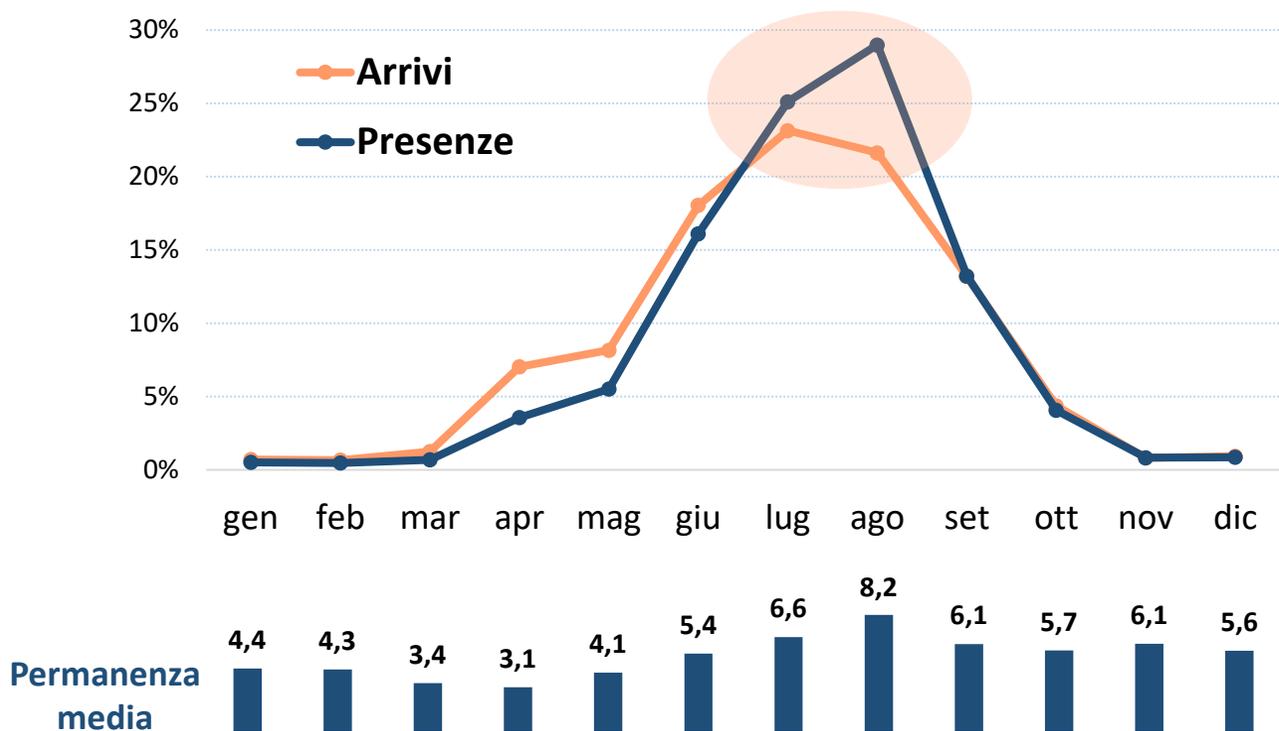
## IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE": DISTRIBUZIONE TERRITORIALE

	Presenze	PM
Bibbona	1,123 mln	6,4 notti
Castagneto Carducci	1,060 mln	6,9 notti
San Vincenzo	1,056 mln	6,2 notti
Piombino	1,016 mln	6,0 notti
Cecina	722 mila	6,2 notti
Rosignano Marittimo	700 mila	5,9 notti
Campiglia Marittima	181 mila	3,8 notti
Montescudaio	153 mila	7,9 notti
Riparbella	88 mila	5,3 notti
Suvereto	69 mila	4,8 notti
Casale Marittimo	68 mila	8,7 notti
Guardistallo	45 mila	5,6 notti
Sassetta	32 mila	2,6 notti
Santa Luce	30 mila	4,1 notti
Castellina Marittima	17 mila	2,6 notti

- **Quattro** comuni con oltre **un milione di presenze**
- L'**89%** dei pernottamenti concentrati nei sei **comuni costieri** dell'Ambito, solo l'**11%** nei rimanenti nove **comuni collinari**
- La permanenza media nelle località costiere varia tra le **sei e le sette notti**, mentre è **più variabile** nei comuni interni



# IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE": STAGIONALITÀ



- Il 76% degli arrivi e l'83% delle presenze di tutto l'anno tra **giugno e settembre**
- **Luglio** con 1,6 milioni di pernottamenti e **agosto** con oltre 1,8 milioni sono stati i **mesi preferiti** per i soggiorni
- Al contrario il movimento dei **primi tre** e degli **ultimi due** mesi dell'anno è stato **marginale** (poco più di 200 mila presenze complessive)
- La permanenza media ha superato le **8 notti ad agosto** ed è stata **più breve nella prima parte** dell'anno fino a maggio
- Non sono emerse significative differenze tra le distribuzioni dei flussi dei comuni costieri e dei comuni collinari

# IL PROFILO DEL TURISTA ITALIANO

## MERCATO NAZIONALE

- ▶ 646 mila arrivi
- ▶ 3,611 mln di presenze

- Nel 2023, 646 mila **turisti italiani** hanno scelto la Costa degli Etruschi, trascorrendo 3,6 milioni di pernottamenti
- **Toscana, Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna** le principali regioni di provenienza
- La **durata dei soggiorni** è stata di **5,6 notti**
- Il 78% delle presenze italiane in strutture **extralberghiere**, il 22% in esercizi **alberghieri**; la permanenza media è stata rispettivamente di 6,7 e 3,5 notti
- La domanda domestica è **cresciuta** rispetto al 2019: il bilancio è di +59 mila arrivi e +312 mila presenze

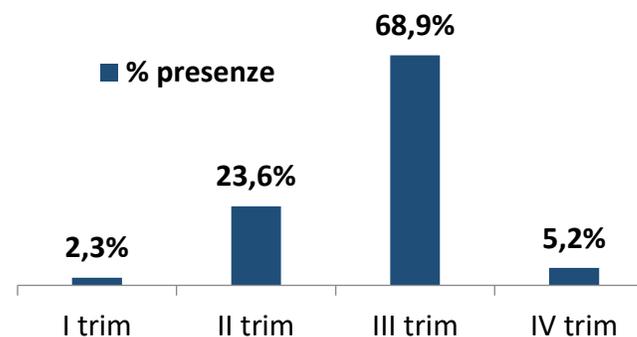
### Var. % 2023 vs 2019

ARRIVI

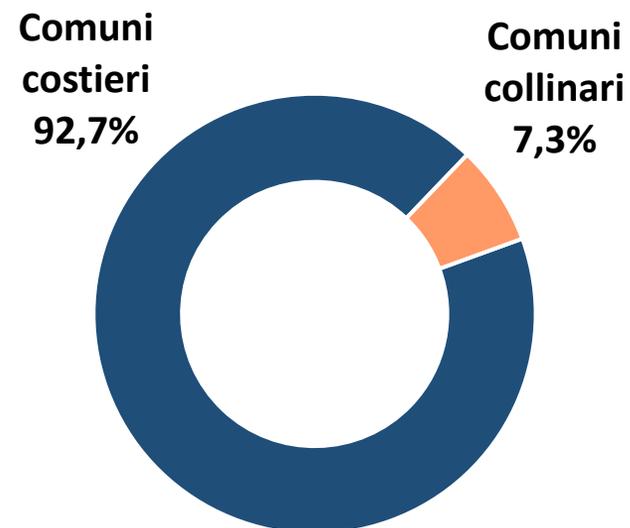
▲ **+10,0%**

PRESENZE

▲ **+9,5%**



- ▶ **Forte concentrazione** nei mesi più caldi dell'anno, in particolare nel mese di **agosto**



- ▶ Aumenta tra gli italiani la propensione a scegliere le **aree costiere**
- ▶ **Piombino** con 809 mila presenze è il comune preferito, seguono **Bibbona** e **Castagneto Carducci**

# IL PROFILO DEL TURISTA STRANIERO

## MERCATO INTERNAZIONALE

- ▶ 398 mila arrivi
- ▶ 2,748 mln di presenze

- Nel 2023, gli arrivi di **turisti stranieri** sono stati 398 mila, le presenze 2,748 milioni
- La **durata dei soggiorni** è stata di **6,9 notti**
- L'84% delle presenze straniere in attività **extralberghiere**, il 16% in alberghi e Rta; la **permanenza media** è stata rispettivamente di 7,5 e di 4,8 notti
- La domanda internazionale è **cresciuta** rispetto al 2019: il bilancio è di +64 mila arrivi e +300 mila presenze

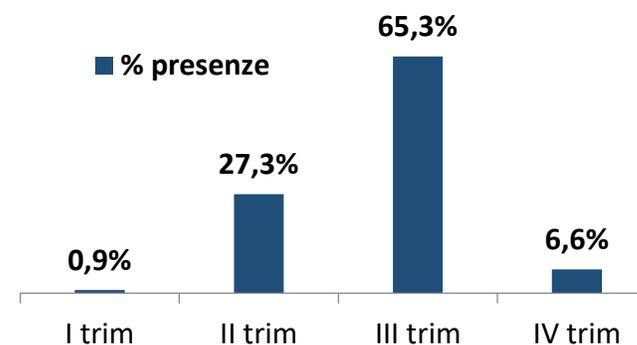
Var. % 2023 vs 2019

ARRIVI

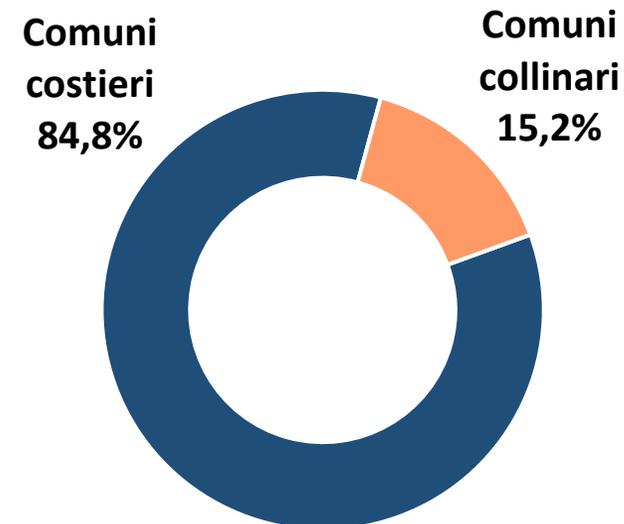
▲ **+19,1%**

PRESENZE

▲ **+12,2%**

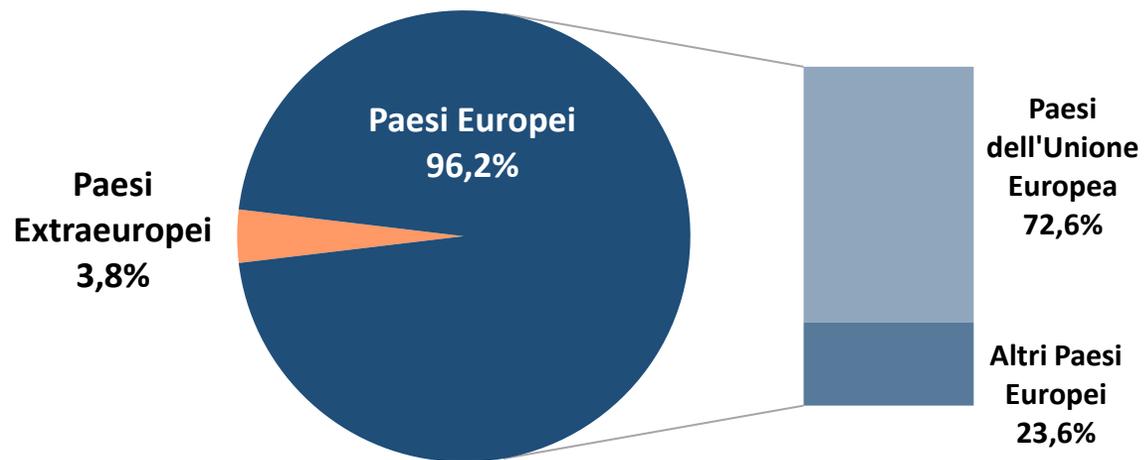


- ▶ Anche gli stranieri tendono a concentrarsi nei mesi più caldi, ma la loro **stagionalità** appare leggermente **più ampia** a partire **da maggio fino a settembre/ottobre**



- ▶ Più alta la quota di stranieri che sceglie una **località collinare**
- ▶ **San Vincenzo** è la destinazione preferita con quasi 600 mila pernottamenti, a seguire **Castagneto Carducci** e **Bibbona**

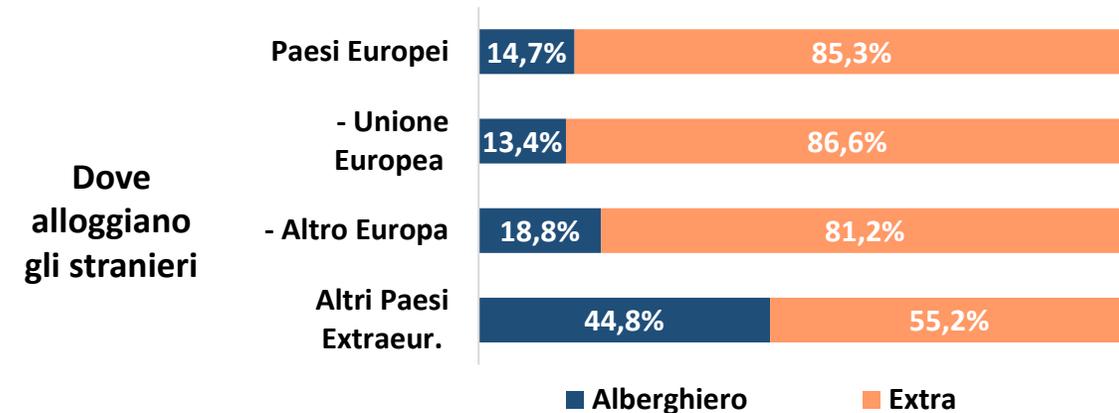
# IL PROFILO DEL TURISTA STRANIERO



- La domanda turistica internazionale della Costa degli Etruschi è per tradizione di **matrice europea**
- Nel 2023, il 96,2% delle presenze straniere ha avuto origine da soggiorni di turisti **europei**, in particolare il 72,6% da provenienze **comunitarie** e il 23,6% dagli **altri paesi europei**
- Il peso dei **mercati extracontinentali** è stato piuttosto **contenuto** (3,8%)
- **Germania, Paesi Bassi e Svizzera** sono i principali bacini di provenienza
- Rispetto al 2019 si sono **rafforzati** tutti i segmenti di domanda straniera: +255 mila presenze europee (+202 mila dalla UE e +53 mila dagli altri paesi europei), +44 mila presenze extraeuropee

Var. % presenze 2023 vs 2019

PAESI EUROPEI	PAESI EXTRAEUROPEI
▲ <b>+10,7%</b>	▲ <b>+74,2%</b>



# IL PROFILO DEL TURISTA DEL COMPARTO ALBERGHIERO

## COMPARTO ALBERGHIERO

- ▶ 316 mila arrivi
- ▶ 1,230 mln di presenze
- Nel 2023, i turisti hanno soggiornato in un **esercizio alberghiero** sono stati 316 mila e vi hanno trascorso 1,230 milioni di pernottamenti
- La **durata dei soggiorni** è stata di **3,9 notti**
- Il 64% dei pernottamenti da parte della clientela **italiana**, il 36% da **stranieri**
- Il **trend** rispetto al 2019 è **positivo** con +19 mila presenze

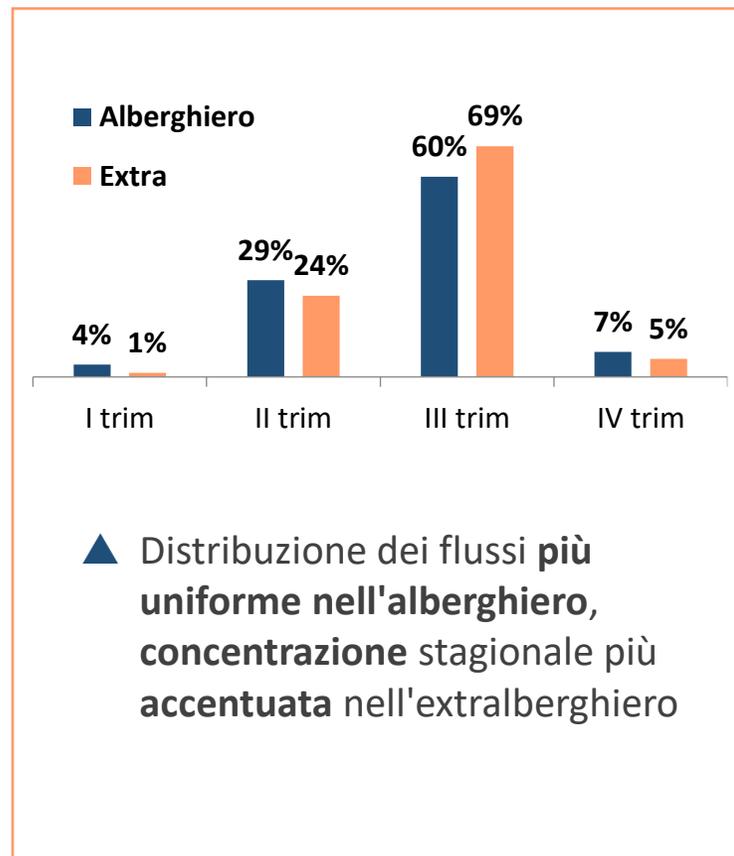
Var. % 2023 vs 2019

ARRIVI

▲ **+3,5%**

PRESENZE

▲ **+1,6%**



## COMPARTO EXTRALBERGHIERO

- ▶ 728 mila arrivi
- ▶ 5,129 mln di presenze
- 728 mila turisti hanno invece scelto una **struttura extralberghiera** con 5,129 milioni di pernottamenti
- La **permanenza media** è stata di **7,0 notti**
- Gli **italiani** hanno inciso per il 55% delle presenze, i turisti **stranieri** per il 45%
- **Forte ripresa** della clientela straniera rispetto al 2019 con +592 mila presenze

Var. % 2023 vs 2019

ARRIVI

▲ **+18,2%**

PRESENZE

▲ **+13,1%**

## L'Offerta Ricettiva 2023 negli Ambiti Costieri della Toscana

Alberghiero	Esercizi	Posti letto		Var. PL % 2018-2023	PL totali
Costa degli Etruschi	165	14.448		2,6	92.747
Elba e Isole di Toscana	189	15.218		0,4	36.354
Livorno	35	1.874		-9,9	5.580
Maremma Area Nord	95	8.241		6,6	41.044
Maremma Area Sud	185	10.718		-4,9	56.026
Riviera Apuana	95	4.951		-7,1	29.218
Terre di Pisa	129	9.057		-2,0	29.253
Versilia	311	18.207		-2,2	32.399
<b>Incidenza Extralberghiero</b>					
Costa degli Etruschi	771	78.299		6,8	
Elba e Isole di Toscana	340	21.136		3,5	
Livorno	153	3.705		32,2	
Maremma Area Nord	534	32.803		-2,2	
Maremma Area Sud	1.229	45.308		1,2	
Riviera Apuana	178	24.268		0,8	
Terre di Pisa	1.112	20.196		6,1	
Versilia	320	14.191		-6,7	

La Costa degli Etruschi è quello che offre il maggior numero di posti letto.

Si colloca al 1<sup>^</sup> posto come posti letto extralberghieri ed al 3<sup>^</sup> per l'alberghiero

I campeggi e villaggi rappresentano il 62% del totale dei PL

La crescita dei PL totali dal 2018 al 2023 è del +6,1%

## I dati dei flussi turistici 2023 negli Ambiti Costieri della Toscana

Ambiti	Arrivi	Presenze		Var. % 2018-2023		P.M.
Costa degli Etruschi	1.044.402	6.359.096		10,2		6,1
Elba e Isole di Toscana	480.592	2.762.708		-0,6		5,7
Livorno	224.703	493.755		23,1		2,2
Maremma Area Nord	497.255	2.688.120		4,6		5,4
Maremma Area Sud	733.737	3.026.090		-4,8		4,1
Riviera Apuana	243.548	1.009.997		2,2		4,1
Terre di Pisa	1.033.075	2.715.787		-7,2		2,6
Versilia	614.234	2.445.282		-5,8		4,0

La Costa degli Etruschi è quello che registra il maggior numero di presenze nel 2023.

Si colloca al secondo posto come variazione % delle presenze dal 2018 al 2023

La permanenza media totale lo pone al 1^ posto (6,1 notti).

## I dati dei flussi turistici 2023 negli Ambiti Costieri della Toscana

<b>Italiani</b>	<b>Arrivi</b>	<b>Presenze</b>	<b>% inc.</b>	<b>Var. % presenze 2018-2023</b>	<b>P.M.</b>
<b>Costa degli Etruschi</b>	<b>646.126</b>	<b>3.610.673</b>	<b>56,8</b>	<b>13,2</b>	<b>5,6</b>
Elba e Isole di Toscana	308.638	1.653.775	59,9	-4,7	5,4
Livorno	131.513	290.382	58,8	26,5	2,2
Maremma Area Nord	330.795	1.646.589	61,3	1,4	5,0
Maremma Area Sud	573.433	2.393.751	79,1	-5,6	4,2
Riviera Apuana	176.661	766.172	75,9	-2,1	4,3
Terre di Pisa	389.450	1.305.085	48,1	-10,9	3,4
Versilia	364.031	1.504.456	61,5	3,0	4,1
<b>Stranieri</b>	<b>Arrivi</b>	<b>Presenze</b>	<b>% inc.</b>	<b>Var. % presenze 2018-2023</b>	<b>P.M.</b>
<b>Costa degli Etruschi</b>	<b>398.276</b>	<b>2.748.423</b>	<b>43,2</b>	<b>6,5</b>	<b>6,9</b>
Elba e Isole di Toscana	171.954	1.108.933	40,1	6,3	6,4
Livorno	93.190	203.373	41,2	18,5	2,2
Maremma Area Nord	166.460	1.041.531	38,7	10,2	6,3
Maremma Area Sud	160.304	632.339	20,9	-1,5	3,9
Riviera Apuana	66.887	243.825	24,1	18,5	3,6
Terre di Pisa	643.625	1.410.702	51,9	-3,4	2,2
Versilia	250.203	940.826	38,5	-17,2	3,8

La Costa degli Etruschi registra una % incidenza turismo estero del 43,2% (2^).

Ha una variazione positiva italiani del +13,2% (2^)

Ha una variazione positiva stranieri del +6,5% (4^)

Ha la permanenza media + alta sia per gli italiani (5,6) sia per gli stranieri (6,9)

## I dati dei flussi turistici 2023 negli Ambiti Costieri della Toscana

<b>Alberghiero</b>	<b>Arrivi</b>	<b>Presenze</b>	<b>% Inc.</b>	<b>Var. % presenze 2018-2023</b>	<b>P.M.</b>
<b>Costa degli Etruschi</b>	<b>316.032</b>	<b>1.229.679</b>	<b>19,3</b>	<b>2,8</b>	<b>3,9</b>
Elba e Isole di Toscana	270.982	1.277.125	46,2	-8,3	4,7
Livorno	168.051	282.598	57,2	2,5	1,7
Maremma Area Nord	150.413	648.947	24,1	3,0	4,3
Maremma Area Sud	299.778	835.303	27,6	-18,5	2,8
Riviera Apuana	111.227	409.473	40,5	4,4	3,7
Terre di Pisa	618.333	1.165.486	42,9	-9,1	1,9
Versilia	503.261	1.590.269	65,0	-16,3	3,2
<b>Extralberghiero</b>	<b>Arrivi</b>	<b>Presenze</b>	<b>% Inc.</b>	<b>Var. % presenze 2018-2023</b>	<b>P.M.</b>
<b>Costa degli Etruschi</b>	<b>728.370</b>	<b>5.129.417</b>	<b>80,7</b>	<b>12,1</b>	<b>7,0</b>
Elba e Isole di Toscana	209.610	1.485.583	53,8	7,2	7,1
Livorno	56.652	211.157	42,8	68,3	3,7
Maremma Area Nord	346.842	2.039.173	75,9	5,2	5,9
Maremma Area Sud	433.959	2.190.787	72,4	1,7	5,0
Riviera Apuana	132.321	600.524	59,5	0,8	4,5
Terre di Pisa	414.742	1.550.301	57,1	-5,6	3,7
Versilia	110.973	855.013	35,0	22,7	7,7

La Costa degli Etruschi registra una % incidenza turismo extralberghiero dell'80,7% (1^).

Ha una variazione positiva alberghiero del +2,8% (3^)

Ha una variazione positiva extralberghiero del +12,1% (3^)

Ha una permanenza media alberghiera di giorni 3,9 ed extralberghiera di giorni 7,0

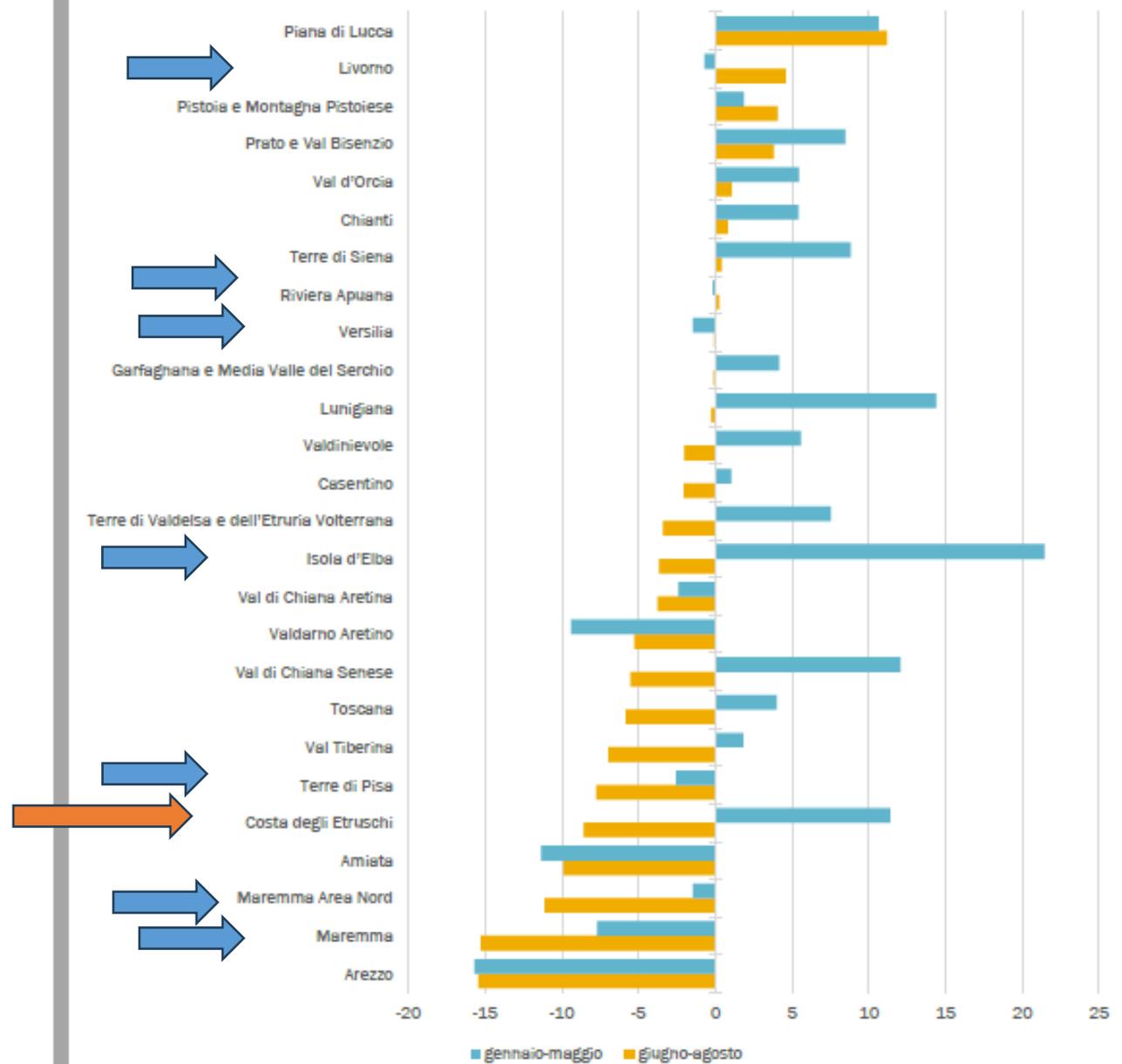
# ***Costa degli Etruschi***

**LA STAGIONE 2024**

**PRIME INDICAZIONI**

***(ELABORAZIONI CST SU DATI IRPET E OSSERVATORIO CENTRO STUDI TURISTICI)***

Grafico 9.  
 Variazione % tendenziale 2024/23 delle presenze turistiche per Ambito omogeneo di destinazione dei turisti: mesi gennaio-agosto e giugno-agosto



Fonte: stime da elaborazioni del flusso statistico ISTAT e del flusso amministrativo di Regione Toscana

## Prime indicazioni su estate 2024\*

In calo la domanda italiana, compreso i turisti provenienti dalla nostra regione i turisti stranieri continuano a crescere anche se con % ridotte rispetto al 2023

*Mercati esteri in aumento: a livello europeo francesi, polacchi, cechi, scandinavi, ungheresi e belgi. A livello extraeuropeo statunitensi.*

*Comparti ricettivi:  
strutture extralberghiere in diminuzione.  
Stabilità/lieve calo per le strutture alberghiere.*

*Settembre – Ottobre negativo (situazione climatica difficile)  
nonostante una buona presenza di flussi provenienti dai mercati esteri (Svizzeri, olandesi,  
Tedeschi)*

# TURISMO NEL MONDO (FONTE: UNWTO)

## International tourist arrivals by region

% change from 2019

### World

2022: -33%  
2023: -11%  
Jan-Jul 2024: -4%

Source: UN Tourism (Sep. 2024)



UN Tourism



### Americas

2022: -28%  
2023: -9%  
Jan-Jul 2024: -3%

### Europe

2022: -18%  
2023: -5%  
Jan-Jul 2024: -1%

### Africa

-32%  
-4%  
+7%

### Middle East

-5%  
+31%  
+26%

### Asia Pacific

-74%  
-35%  
-18%

The designations and images in this map do not imply the expression of opinions whatsoever on the part of the Secretariat of the World Tourism Organization (UN Tourism) concerning the legal status of any country, territory, or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers.

# TURISMO NEL MONDO (FONTE: UNWTO)

## Large\* best-performing destinations, January-July 2024

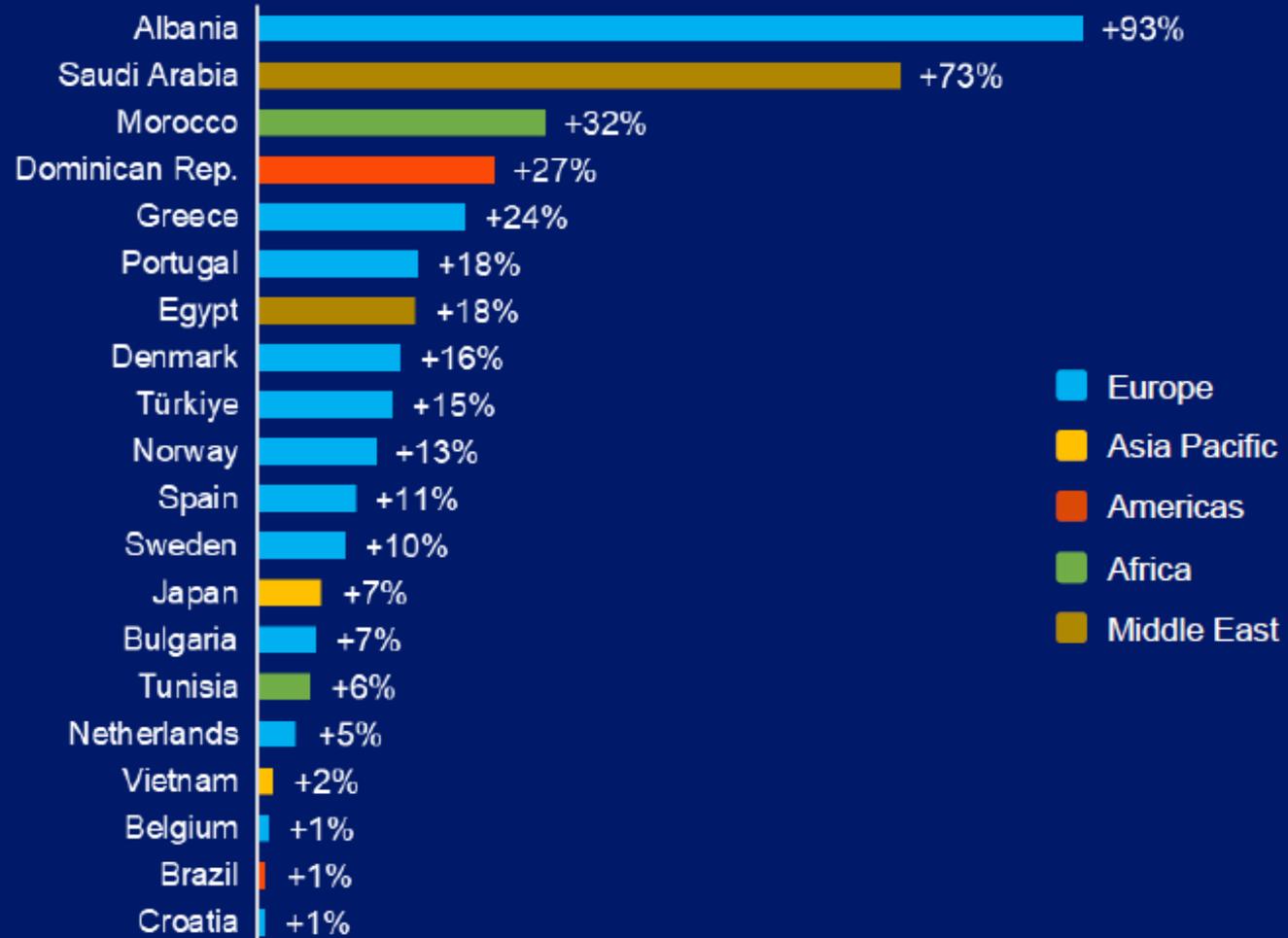
International tourist arrivals  
% change over 2019

Source: UN Tourism (September 2024)

\* Based on destinations with 5 million arrivals or more in 2019 and reporting data through June or July 2024.



UN Tourism



# TURISMO IN EUROPA (FONTE: EUROSTAT)

Nel primo trimestre del 2024 i pernottamenti nelle strutture ricettive turistiche in tutta l'UE sono stati 452,6 milioni, segnando un aumento del 7% rispetto allo stesso trimestre del 2023. Gennaio ha registrato 133,9 milioni di pernottamenti (+3% rispetto a gennaio 2023), febbraio 149,2 milioni (+6%) e marzo 169,5 milioni (+9%).

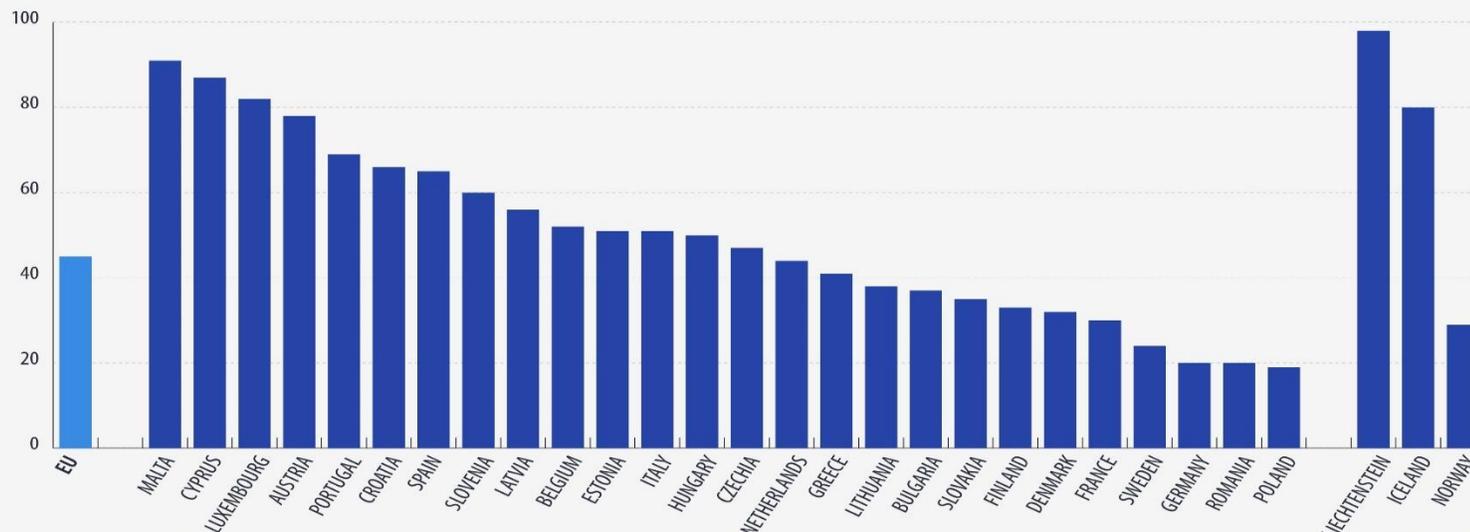
I visitatori stranieri hanno rappresentato circa il 45% di tutti i pernottamenti nei primi tre mesi del 2024, con grandi differenze tra i paesi dell'UE

Nel secondo trimestre del 2024 i pernottamenti sono stati 780,1 milioni, in leggero aumento dello 0,2% rispetto 2023. Aprile ha registrato un calo del -8,7% rispetto 2023, Maggio +7,9% e giugno -0,1%).

I visitatori stranieri (non residenti nel Paese, UE ed extra UE) hanno rappresentato circa la metà (49,0%) di tutti i pernottamenti

Overnight stays by guests from foreign country, January - March 2024

(% of all nights spent)

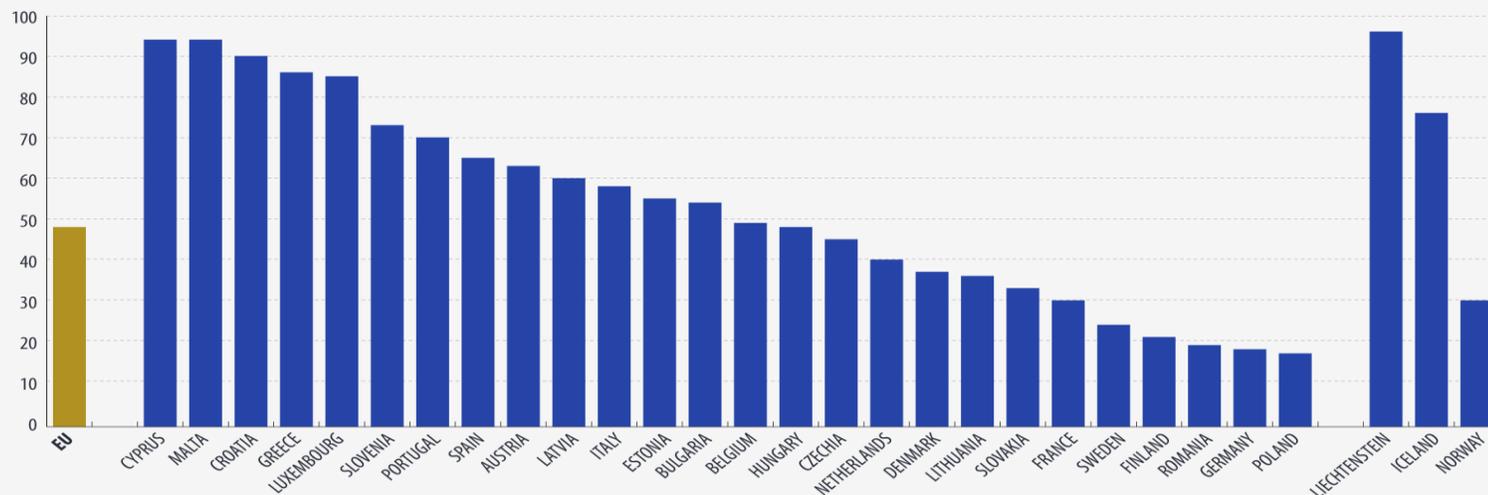


Ireland: data not available.

eurostat

Overnight stays by guests from foreign country, April - June 2024

(% of all nights spent)



Ireland: data not available.

eurostat

*Incidenza % Toscana su  
totale Italia*

**I Viaggiatori Stranieri in Toscana**

	<b>Anno 2022</b>	<b>Anno 2023</b>	<b>Var. % '23/'22</b>
Spesa (in mln di €)	<b>3.854</b>	5.025	<b>+30,4%</b>
Viaggiatori a destinazione (mgl)	<b>6.710</b>	8.561	<b>+27,6%</b>
Pernottamenti (mgl)	<b>31.963</b>	34.340	<b>+7,4%</b>

Spesa 2022	Spesa 2023	Viaggiatori 2022	Viaggiatori 2023	Pernottamenti 2022	Pernottamenti 2023
8,7	9,7	7,1	7,7	9,0	9,0

<b>GENNAIO – GIUGNO 2024</b>	<b>Anno 2023</b>	<b>Anno 2024</b>	<b>Var. % '24/'23</b>
Spesa (in mln di €)	<b>2.050</b>	2.531	<b>+23,5%</b>
Viaggiatori a destinazione (mgl)	<b>3.600</b>	3.942	<b>+9,5%</b>
Pernottamenti (mgl)	<b>14.618</b>	16.374	<b>+12,0%</b>

***ALCUNE LINEE DI TENDENZA  
INTERNAZIONALI e NAZIONALI  
anni 2024-2026***

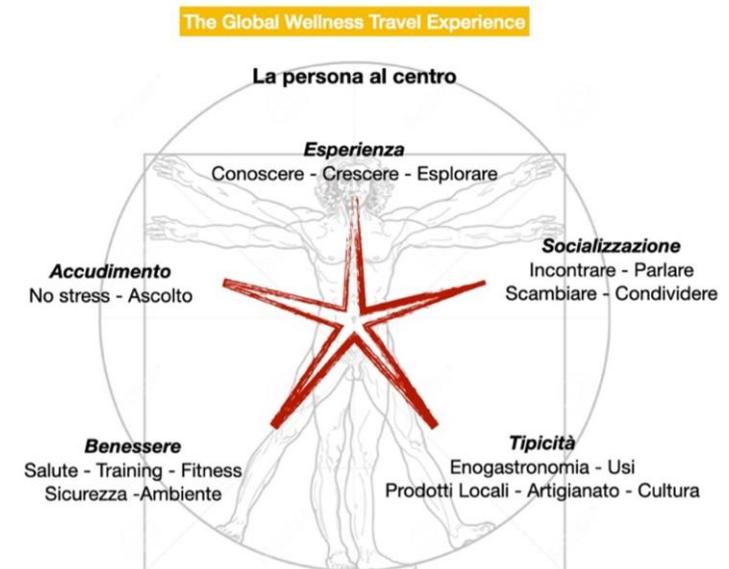
**Fonti analizzate:** Euromonitor, European Travel Commission, WTCC, Sabre, Amadeus, Booking.com, Regiondo, Hotel Beds, Mambrian, Airbnb, Data Appeal, EY Future Travel, Bit 2022, Sojern.....

# TURISMO & CAMBIAMENTI

## La crisi un acceleratore di cambiamenti

2020 - 2021 la pandemia di COVID19:

Persona, Wellness, Sostenibilità, Prossimità, Remoto



# Prodotti in crescita nel periodo 2020- 2023: quali

## 2020- 2021 – 2022

- Cammini, trekking, running
- Visite nei borghi, musei, cultura locale
- Tipicità e tradizioni enogastronomiche
  - Cicloturismo, mtb
- Turismo natura/birdwatching
  - Turismo Balneare
  - Turismo fluviale

## 2023

- Turismo Culturale
- Turismo degli eventi

***Pensare e viaggiare "slow"  
come filosofia e stile di vita***

### I tre pilastri del turismo Slow

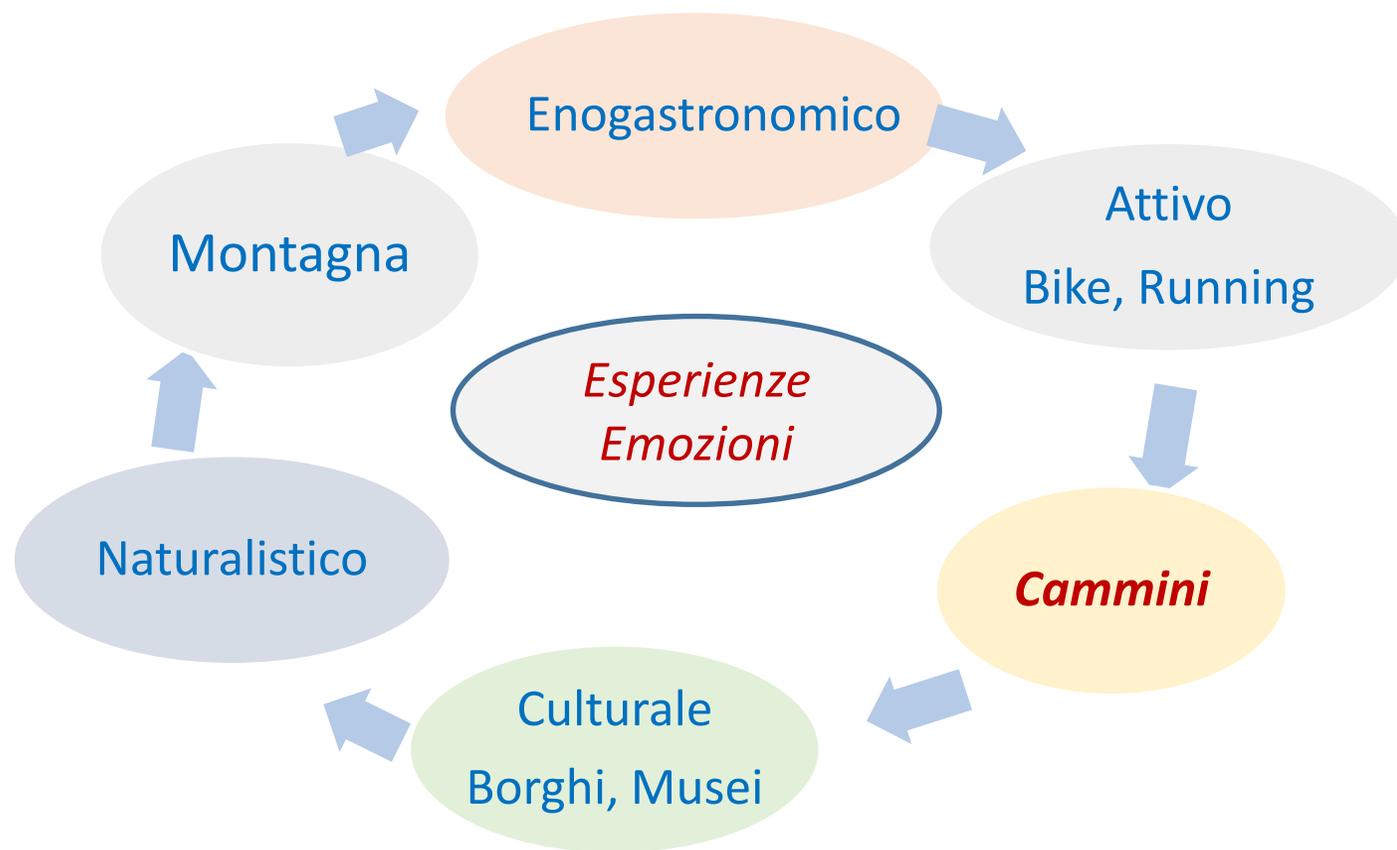
- 1- Fare le cose alla giusta velocità
- 2- Cambiare l'attitudine verso il tempo
- 3- Cercare qualità piuttosto che quantità

Janet Dickinson et al. Slow travel and Tourism (2010)

## DESTINAZIONI MULTI-PRODOTTO

(alla ricerca di destinazioni che offrono più tipologie di esperienze)

# Il valore aggiunto delle proposte integrabili



- Ricerca di **autenticità**
- Ricerca di **vere** esperienze
  - Attività **“personalizzate”**
- **Scoperta** di culture e tradizioni locali
- Attenzione all'**impatto ambientale**
  - Alta **qualità** della vacanza

# Trend Turismo

## Costi di viaggio

1<sup>^</sup> fattore di scelta per 65%

### Pianificazione

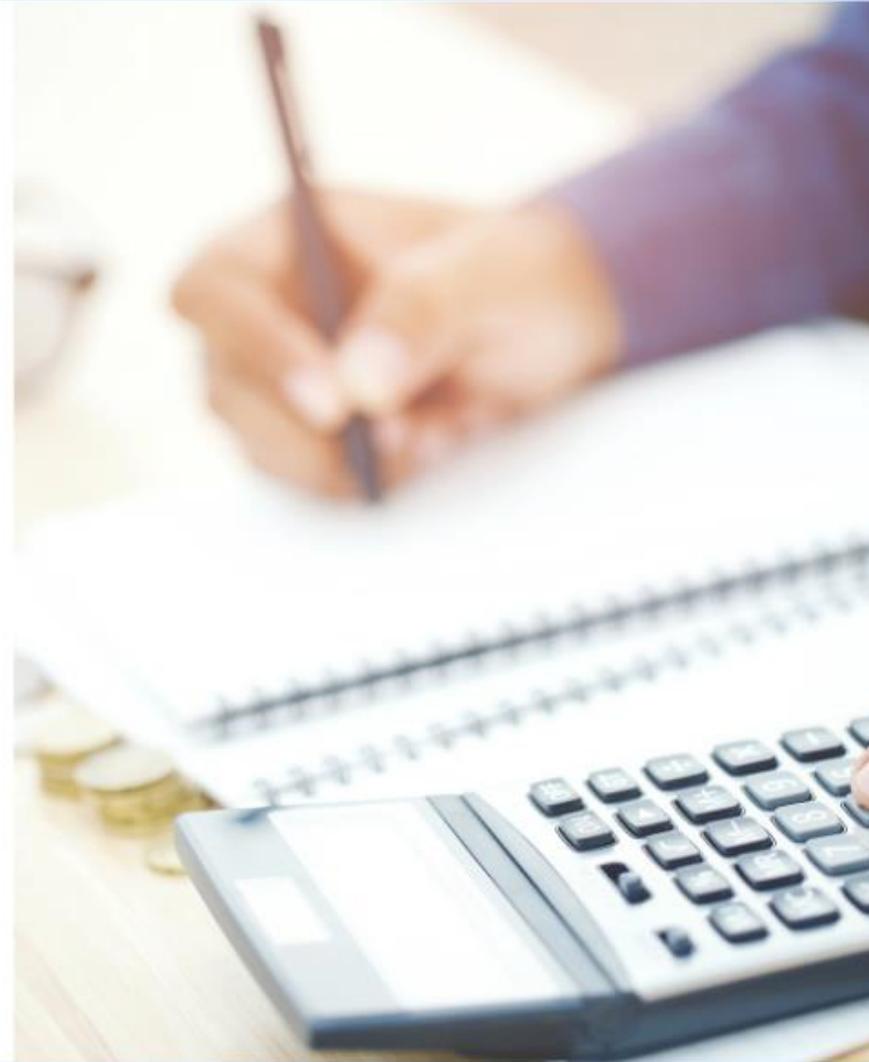
- 17% opta per bassa stagione
- 13% sceglie destinazioni più convenienti
- 12% prenota in anticipo voli ed esperienze



### Destinazione

- 19% riduce shopping
- 15% sceglie hotel e ristoranti più economici
- 11% sceglie trasporto pubblico

*Analisi CST Firenze su dati EY Future e ETC- Travel Commission*



# Trend Turismo

## Clima e sostenibilità

74% adatta scelte a crisi climatica  
50% tiene conto impatto ambientale

## Cambiamento climatico

- 15% cerca destinazioni con clima stabile
- 15% monitora meteo prima di prenotare



## Sostenibilità

- 20% fattore che influenza il viaggio
- 37% si aspetta offerte ed info eco-friendly da operatori

*Analisi CST Firenze su dati EY Future e ETC- Travel Commission*



# Trend Turismo

## Nuove tecnologie e IA

### Pianificazione

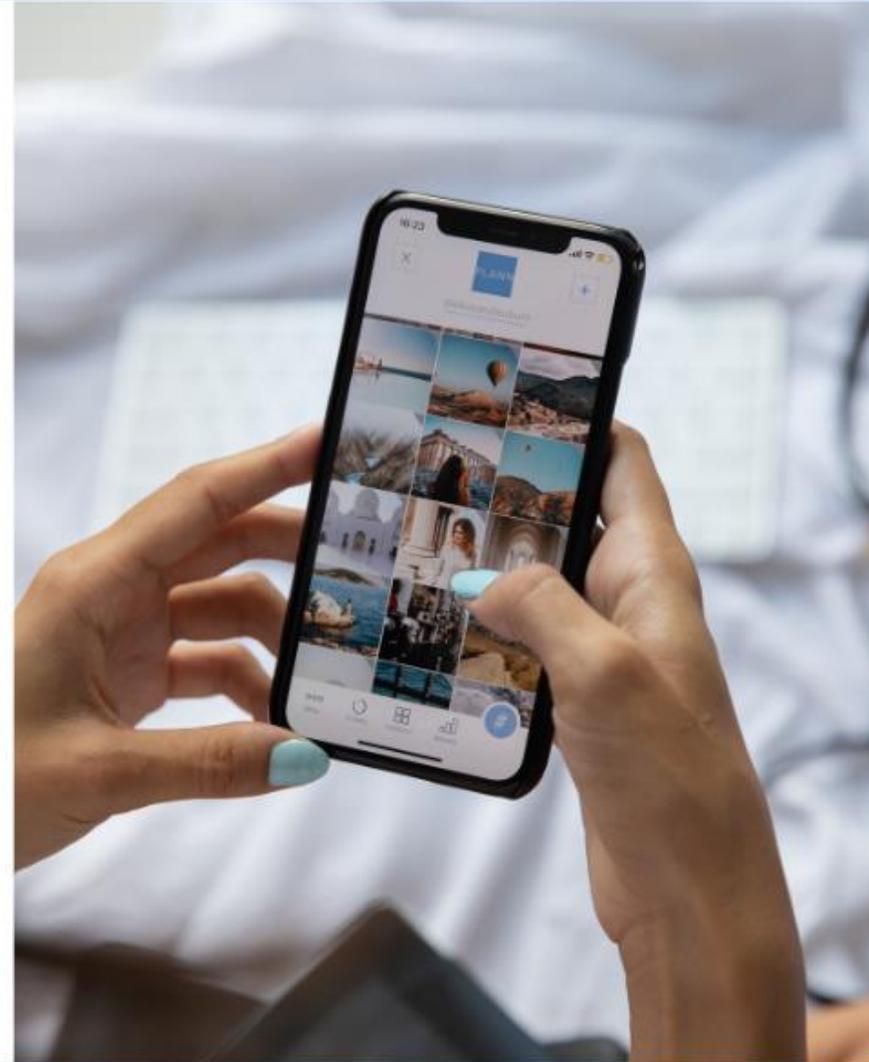
- 22,9% utilizza motori di ricerca
- 21,2% utilizza siti di viaggio
- 16% utilizza mappe online
- 12,8% utilizza portali di destinazione
- 4% utilizza app IA



### Nuove generazioni

- 51% utilizza social
- 23% utilizza serie TV
- 8% utilizza app o tool IA

*Analisi CST Firenze su dati EY Future e ETC- Travel Commission*



# Trend Turismo

## Esperienze

68% vuole esperienza personalizzata



Settori dove si investirà di più in esperienze nel 2024:

- 18,7% Natura
- 17,1% Enogastronomia
- 15,5% Cultura locale
- 14,7% Sightseeing
- 12,8% Cultura

*Analisi CST Firenze su dati EY Future, ETC- Travel Commission, Mastercard*



# Esperienze

Goat:  
Greatest of all  
trips  
«almeno una  
volta nella  
vita»

Possiamo raggruppare 7 esperienze che descrivono l'offerta turistica di un luogo :

- 1) cultura e riscoperta dei territory
- 2) BenEssere
- 3) enogastronomia
- 4) eventi
- 5) shopping dell'eccellenza italiana
- 6) natura e svago
- 7) spirituale

## APPROFONDIMENTO

Quando Joseph Pine e James Gilmore hanno elaborato il concetto di economia dell'esperienza hanno messo a punto alcune definizioni e specificato alcune differenze che è opportuno riproporre. Un'esperienza si verifica quando un'azienda utilizza intenzionalmente i servizi come palcoscenico e i beni come oggetti di scena per coinvolgere i singoli clienti in modo da creare un evento memorabile.

È opportuno sottolineare soprattutto la differenza fra servizio e esperienza: i servizi sono intangibili, le esperienze sono memorabili. In generale, mentre l'offerta di beni, merci e servizi è esterna all'acquirente, le esperienze sono intrinsecamente personali, esistono principalmente nella mente di colui che è stato coinvolto a livello emotivo, fisico, intellettuale o addirittura spirituale. Pertanto, non esistono due persone che abbiano la stessa esperienza, perché ogni esperienza deriva dall'interazione tra l'evento messo in scena (come uno spettacolo teatrale) e lo stato mentale dell'individuo.

# Esperienze

## Pensiero alla base dell'acquisto

*Un'esperienza irripetibile per portare a casa ricordi indimenticabili.*

*È questo, in estrema sintesi, il pensiero trasversale alla base del viaggiatore di oggi quando inizia a pianificare il suo viaggio e persino la singola escursione.*

*Dati economici qui a fianco, fonte BANCA IFIS - "IL TURISMO PILASTRO DELL'ECONOMIA DELL'ESPERIENZA" Maggio 2023*

### CONFRONTO ARRIVI ED ESPERIENZE

# arrivi e attività: stima 2022



IL CONCETTO DI ESPERIENZA NASCE DALL'APPROFONDIMENTO DEI MOTIVI DEL VIAGGIO E DELLE ATTIVITÀ SVOLTE IN VACANZA: IN QUEST'OTTICA OGNI ARRIVO VALE IL 38% IN PIÙ, PERCHÉ IL TURISTA PRENDE PARTE A PIÙ DI UN'ESPERIENZA NEL SINGOLO VIAGGIO

#### COME NASCONO LE ESPERIENZE

255 MILIONI DI ARRIVI  
(inclusi 90 milioni di escursionisti e 57 milioni di ospiti)

163 milioni di italiani  
Fonte: Istat

92 milioni di stranieri  
Fonte: Banca d'Italia

Motivo del viaggio

Attività svolte in vacanza

352 MILIONI DI ESPERIENZE

Le esperienze vissute dai turisti nel 2022 sono il 38% in più degli arrivi. Per stimarle siamo partiti dai 255 milioni di arrivi (inclusi 90 milioni di escursionisti) che viaggiano ogni anno in Italia. Ne abbiamo approfondito l'origine, domestica o internazionale, e le motivazioni del viaggio (per svago, per business, per motivi familiari ecc.). Abbiamo poi indagato, attraverso le indagini Istat (per gli italiani) e Banca d'Italia (per i turisti internazionali) le attività svolte in vacanza, ossia le nostre esperienze, che eccedono il numero degli arrivi complessivi.

# Lo scenario territoriale fra opportunita' e innovazione

## 21 marketplace mondiali

Nel mercato turistico internazionale i maggiori portali per acquisire delle esperienze sono 21, fra cui i più noti: EXPEDIA, TRIPADVISOR, CITY DISCOVERY, AGODA THINGS TO DO, GET YOUR GUIDE, MUSEMENT, TOUR BY LOCALS, hanno raggiunto 500 milioni di utenti nel mercato internazionale.

**Expedia: oltre 144 milioni di visitatori**

**Booking : 430 milioni di utenti annui**

**TripAdvisor sono collegati altri 24 siti tematici sul turismo che offrono servizi integrati, tra cui tour ed attività da proporre agli utenti**

**City Discovery propone ai suoi 12 milioni di visitatori online tour**

**Agoda – Things to Do utenza di 13 milioni di visitatori – App-**

**Orbitz – Activities- turisti dagli USA**

**Thrillophilia propone una lista di più di 10.000 attività diverse in 150 destinazioni nel mondo**

**La sfida : come farsi scegliere**

Entrare nei grandi marketplace stranieri  
Rafforzare le esperienze  
Narrare l'unicità

# Alla ricerca di nuove destinazioni

Alla scoperta di culture diverse, provare nuovi tipi di cucina, alla ricerca di novità, ricerca di destinazioni in base alle proprie passioni

I "**Destination Dupes**" sono luoghi di viaggio convenienti che sono altrettanto belli rispetto alle destinazioni famose, ma costano meno e offrono esperienze più particolari.

Nel gergo online, i dupes sono versioni più economiche di marchi di lusso.

1. **Stanchezza da viaggio:** Esplorare le destinazioni duplicate offre una fuga rinfrescante dalla monotonia e dalla folla.
2. **Convenienza:** queste alternative offrono esperienze simili a destinazioni note senza spendere una fortuna.
3. **Autenticità:** i viaggiatori moderni cercano più di semplici punti di riferimento popolari; bramano esperienze autentiche e significative.
4. **Sostenibilità:** i Destination Dupes spesso vantano un approccio più sostenibile al turismo, preservando il fascino di questi luoghi meno conosciuti.



# GIG TRIPPING *Concerti e turismo*

Con il ritorno dei grandi eventi, c'è una nuova tendenza emergente nel settore dei viaggi. Si tratta del "gig trip", ovvero viaggiare per assistere a spettacoli dal vivo come concerti o festival musicali

Questo termine accattivante indica un viaggio alimentato da un evento musicale con persone disposte a pianificare la loro prossima vacanza in base alle tappe del tour del loro artista preferito, anche se ciò significa viaggiare all'estero. Il gig-tripping è destinato a influenzare l'industria del turismo anche nei prossimi anni.

Il termine nasce sui social media ed è diventato virale, influenzando la sbalorditiva popolarità di Taylor Swift, con i suoi fan provenienti dagli Stati Uniti in Europa nel 2024, trovando prezzi dei biglietti e disponibilità migliori in città come Lione, Francia, e Gelsenkirchen rispetto agli Stati Uniti.

Skyscanner Travel Trends 2024. Quasi la metà (44%) dei viaggiatori negli Stati Uniti ha dichiarato che avrebbe volato per brevi distanze per vedere i propri artisti preferiti dal vivo e il 18% sta persino prendendo in considerazione voli per lunghe distanze per lo stesso motivo. L'attrattiva di unire l'esperienza di un concerto con la visita di una destinazione famosa aumenta le probabilità che le persone prenotino un viaggio



# GIG TRIPPING *Concerti e turismo*

Con il ritorno dei grandi eventi, c'è una nuova tendenza emergente nel settore dei viaggi. Si tratta del "gig trip", ovvero viaggiare per assistere a spettacoli dal vivo come concerti o festival musicali

Questo termine accattivante indica un viaggio alimentato da un evento musicale con persone disposte a pianificare la loro prossima vacanza in base alle tappe del tour del loro artista preferito, anche se ciò significa viaggiare all'estero. Il gig-tripping è destinato a influenzare l'industria del turismo anche nei prossimi anni.

Il termine nasce sui social media ed è diventato virale, influenzando la sbalorditiva popolarità di Taylor Swift, con i suoi fan provenienti dagli Stati Uniti in Europa nel 2024, trovando prezzi dei biglietti e disponibilità migliori in città come Lione, Francia, e Gelsenkirchen rispetto agli Stati Uniti.

Skyscanner Travel Trends 2024. Quasi la metà (44%) dei viaggiatori negli Stati Uniti ha dichiarato che avrebbe volato per brevi distanze per vedere i propri artisti preferiti dal vivo e il 18% sta persino prendendo in considerazione voli per lunghe distanze per lo stesso motivo. L'attrattiva di unire l'esperienza di un concerto con la visita di una destinazione famosa aumenta le probabilità che le persone prenotino un viaggio



## ***COOLCATIONING***

Aumento delle temperature che comporta la scelta di destinazioni più fresche per sfuggire al caldo estremo, sulla spinta della crisi climatica



## ***PARTENZE IN SOLITARIA***

In forte aumento il desiderio di autonomia, in particolare delle nuove generazioni

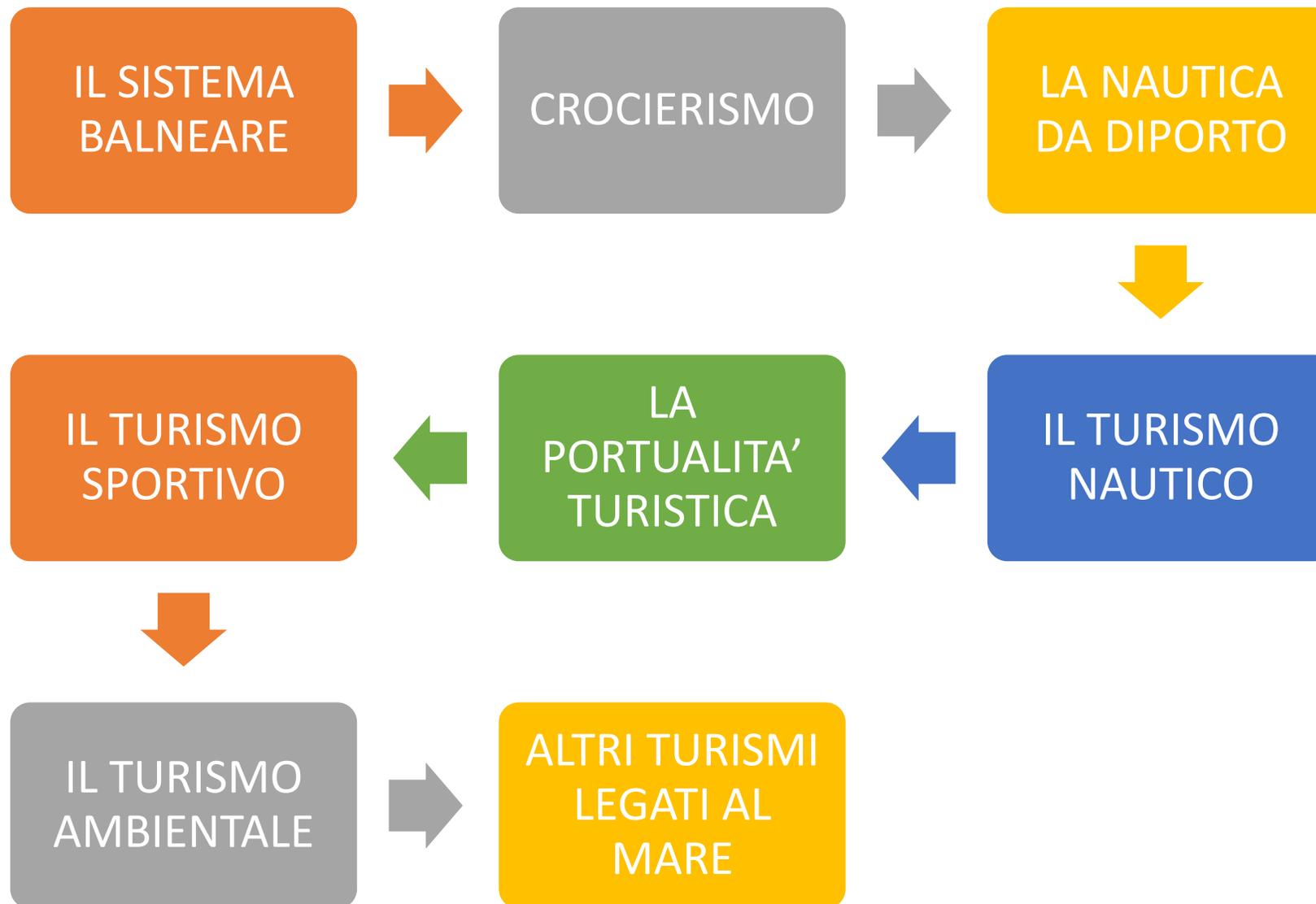
## ***New Wellness***

In aumento le vacanze che danno priorità al benessere personale, verso uno stile di vita più sano. Sempre più un turismo orientato alla cura personale, con un mercato valutato a 1,5 trilioni di dollari secondo dati MCKinsey.



*I Turismi del mare*  
**PRIME RIFLESSIONI**

## Dai turismi del mare.....



## .....a potenziali aree prodotto turistiche dell'Ambito

*TURISMO BALNEARE  
TURISMO NAUTICO*

*Rappresentano i  
PRODOTTI  
prioritario*

*ARTE E CULTURA*

*Altro  
PRODOTTO  
importante*

*TURISMO  
ATTIVO*

*PRODOTTO in  
forte espansione*

*TURISMO SLOW*

*Passione  
enogastronomica  
Altro prodotto in  
espansione*

*EVENTI*

*Possono  
rappresentare  
molteplici  
motivazioni di  
vacanza  
(sportivo,  
culturale..)*

*MICE  
LUXURY  
WEDDING*

*Possono  
rappresentare  
ulteriori  
motivazioni di  
vacanza*

---

.....IL TURISMO BALNEARE  
RIFLESSIONI

*Il turismo balneare  
Soggiorno in campeggio  
Villaggio Turistico*

*Il turismo balneare  
Soggiorno in Albergo*

*Il turismo balneare  
Soggiorno in  
Case/appartamenti*

*Il turismo balneare  
Soggiorno in  
Località non costiere*



## *Le sfide del settore balneare*

- Nuovi prodotti per nuove stagioni
- Collegarsi ad altre risorse locali
- Guidare e contrastare il cambiamento climatico
- Differenziare i mercati
- Far crescere sport e wellness
- Prevedere lo scaglionamento dei periodi delle vacanze
- Promozione e marketing nuovi prodotti
- Lavorare uniti

# Organizzare un sistema di partecipazione attiva





CENTRO  
STUDI  
TURISTICI

Via Piemonte, 7 – 50145 Firenze  
Tel. 055 3438733 Fax 055 301042  
Website: [centrostuditurismofirenze.it](http://centrostuditurismofirenze.it)  
e-mail: [info@cstfirenze.it](mailto:info@cstfirenze.it)



**GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE**

**FSC**

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



Regione Toscana



**TOSCANA**  
PROMOZIONE TURISTICA