

AMBITO TURISTICO VERSILIA

Il Patentino dell'Ospitalità



Versilia

Forte dei Marmi, 18 ottobre 2023

CENTRO
STUDI
TURISTICI

OBIETTIVI del PERCORSO

- Attività di supporto agli operatori ed alle amministrazioni nella organizzazione turistica dell'ambito
- Migliorare la conoscenza del mercato turistico e delle nuove esigenze della domanda turistica
- Supporto al Sistema turistico Versiliense nei cambiamenti organizzativi e nello sviluppo di competenze
- Coinvolgimento di tutto il sistema turistico (operatori turistici, Stakeholders turistici, uffici informazione turistica, amministrazioni locali, Associazioni di categoria.....)
- Occasioni per avviare collaborazioni e attivare un confronto fra gli operatori e stakeholders della filiera turistica dell'ambito

ATTIVITA' PROPOSTE

PROGRAMMA IN-FORMATIVO ...

- su tematiche e competenze necessarie alla gestione delle destinazioni turistiche
- sulle tendenze, strategie e azioni finalizzate al miglioramento della stagione turistica
- Attività di networking e di costruzione di progetti comuni fra operatori e stakeholders territoriali
- finalizzati al dialogo partecipativo (Istituzioni/Imprese) come previsto dalla Legge Regionale



IL PATENTINO DELL'OSPITALITA'

Date incontri

18 Ottobre - *"Il mercato di oggi e le attese per il domani: lo scenario nazionale ed internazionale dei mercati"*:

- analisi della stagione turistica 2023;
- analisi del "sentiment" della Versilia nel 2023;
- Scenari, tendenze di consumo, strategie e mercati dal 2024.

8 Novembre - *"Attrattori e prodotti: esperienze per ogni stagione in Versilia"*:

- il Green Deal Europeo: un processo virtuoso verso la sostenibilità condivisa;
- trasformare prodotti in esperienze: bike, enogastronomia, cammini, cultura diffusa, balneare, wedding;
- trasformare prodotti in esperienze: canoa, kayak, sup, vela e altre attività sull' acqua.

22 Novembre - *"Conoscere e far conoscere: le strategie regionali per la comunicazione"*:

- il progetto dell' Ambito turistico Versilia per il 2024;
- il Piano operativo di Toscana Promozione Turistica.

12 Dicembre - In questa giornata si svolgerà l'**Ambitour** in collaborazione con Anci turismo Toscana con un programma dettagliato che verrà comunicato in seguito.

“Il mercato di oggi e le attese per il domani: lo scenario nazionale ed internazionale dei mercati”

- analisi della stagione turistica 2023 e profilazione della domanda turistica;
- analisi del "sentiment" della Versilia nel 2023;
- Scenari, tendenze di consumo, strategie e mercati dal 2024



Ambito Versilia

***PROFILO E CARATTERISTICHE
DEI FLUSSI TURISTICI 2022
DELL'AMBITO TURISTICO VERSILIA***

PREMESSA

È ormai evidente come il settore turistico, e non solo, sia costantemente interessato da profondi cambiamenti che inevitabilmente avranno ripercussioni anche sul complesso sistema di offerta. Ad oggi, le conseguenze più evidenti della pandemia hanno provocato riflessi sulla geografia dei flussi turistici; di conseguenza cambieranno i modelli organizzativi, le tipologie di prodotti richiesti, le esigenze dei turisti, le stesse modalità di acquisto e di consumo dei beni e dei servizi. È proprio la dinamicità e la velocità dei cambiamenti che impongono una maggior conoscenza del mercato per facilitare l'adattamento e il riposizionamento di tutto il sistema di offerta.

Questo lavoro attraverso l'analisi dei dati ufficiali sui movimenti turistici della stagione 2022 (*dati provvisori*) registrati nei sette comuni dell'Ambito Versilia (*fonte: Ufficio di Statistica della Regione Toscana*), rappresenta un ulteriore tentativo di analisi della domanda turistica con l'obiettivo di evidenziarne alcuni comportamenti nella preferenza delle strutture ricettive e nella durata dei soggiorni; inoltre il confronto con i dati del 2019 e del 2021 ha permesso di delineare i trend tra la situazione attuale e l'ultimo periodo pre-pandemia, ma soprattutto come si è modificato il posizionamento dell'area rispetto ai principali bacini di provenienza della domanda.



Ambito Versilia

Il profilo della domanda nelle strutture alberghiere ed extralberghiere

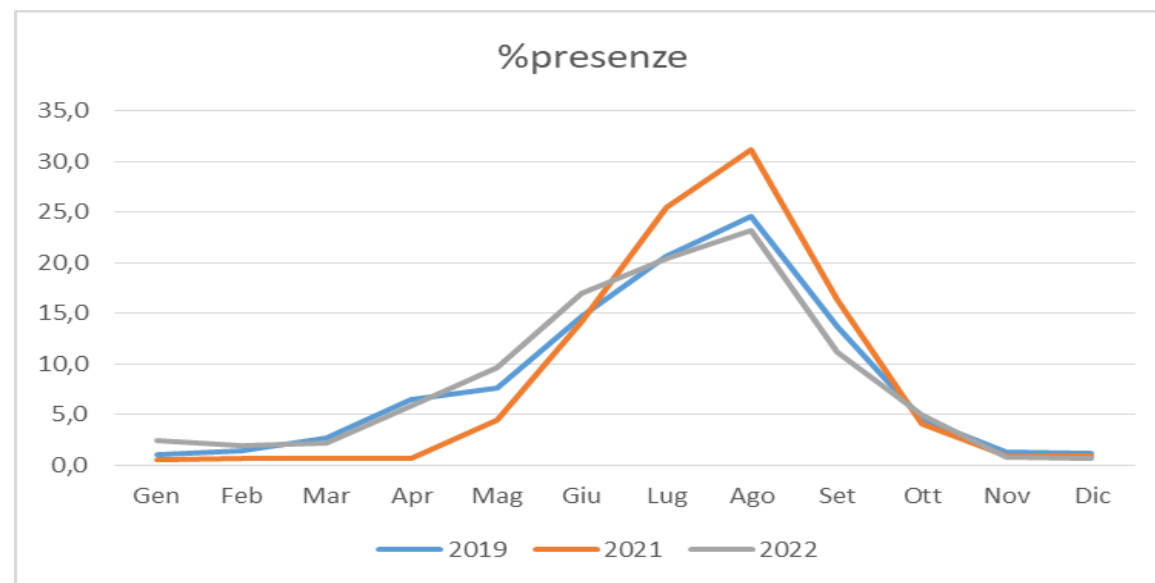
Nota sui dati: Il confronto tra il 2019, 2021 e il 2022 è stato effettuato sulla base dei dati sui movimenti delle strutture ricettive al netto delle locazioni turistiche

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" NEL 2022 DELL'AMBITO VERSILIA

	Arrivi	Presenze
Anno 2019	641.809	2.558.553
Anno 2021	445.434	2.008.047
Anno 2022	611.898	2.333.551
Var. % 2022/2019	-4,7%	-8,8%
Var. % 2022/2021	+37,4%	+16,2%

I dati del 2022 fanno emergere un nuovo profilo di visitatore :

- La quota dei turisti italiani passa dal 56,8% al 60,3% (=2021)
- Si ridimensiona il segmento degli stranieri
- Diminuisce la durata della vacanza (dopo l'impennata del 2021)
- Aumenta l'interesse verso le sistemazioni extralberghiere anche se nel 2022 il recupero alberghiero è importante
- Al netto delle limitazioni per gli spostamenti, dal mercato emerge una nuova stagionalità dei flussi
- ***Sempre nel 2022 si sono registrati oltre 47 mila arrivi e 520 mila presenze nelle locazioni turistiche in forte aumento rispetto al 2021***



Alcune caratteristiche del mercato nel corso della stagione 2022

	Anno 2019	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	4,0 notti	4,5 notti	3,8 notti
• % presenze	Italiane	56,8%	60,4%
	Straniere	43,2%	39,6%
• % presenze	Alberghiere	71,5%	66,4%
	Extralberg.	28,5%	33,6%

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" NEL 2022 DELL'AMBITO VERSILIA

MERCATO NAZIONALE

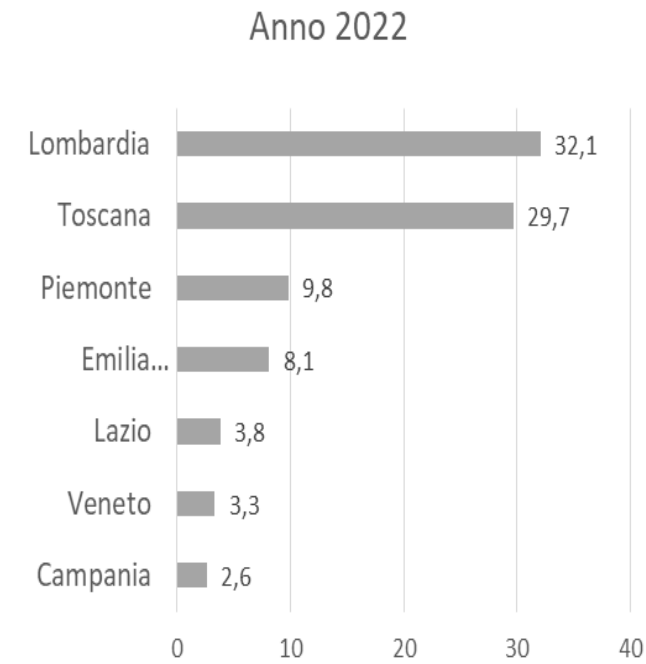
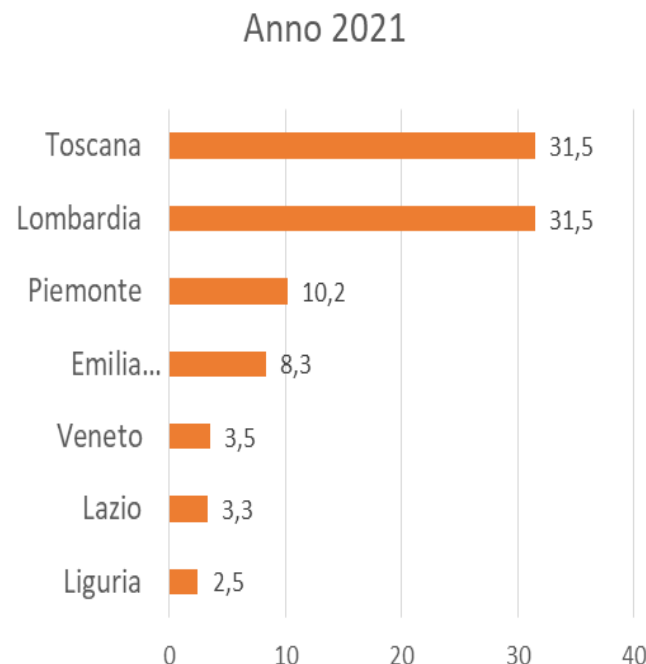
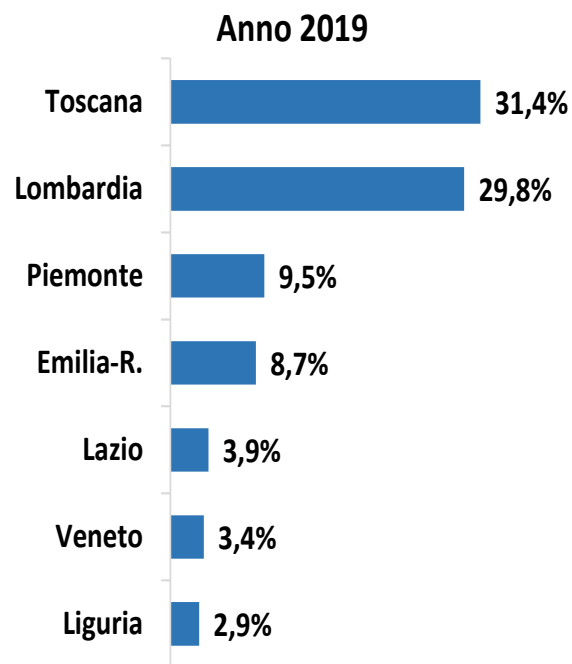
Variazione % 2022/2019 - Arr. + 2,8% Pres.-3,1%

Variazione % 2022/2021 - Arr. +22,3% Pres.-2,6%

- In calo la durata del soggiorno
- Aumenta l'attenzione verso le sistemazioni extralberghiere anche se nel 2022 l'alberghiero recupera

		Anno 2019	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media		3,9 notti	4,6 notti	3,6 notti
• % presenze	Alberghiere	66,3%	61,1%	64,6%
	Extra	33,7%	38,9%	35,4%

Rimane pressoché invariato l'ordine dei primi mercati regionali, sebbene con intensità leggermente diverse. La Lombardia supera il mercato interno regionale come quota di mercato. La Campania supera la Liguria come settima regione



IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" NEL 2022 DELL'AMBITO VERSILIA

MERCATO INTERNAZIONALE

Variazione % 2022/2019 - arr.-15,3% pres. -16,3%

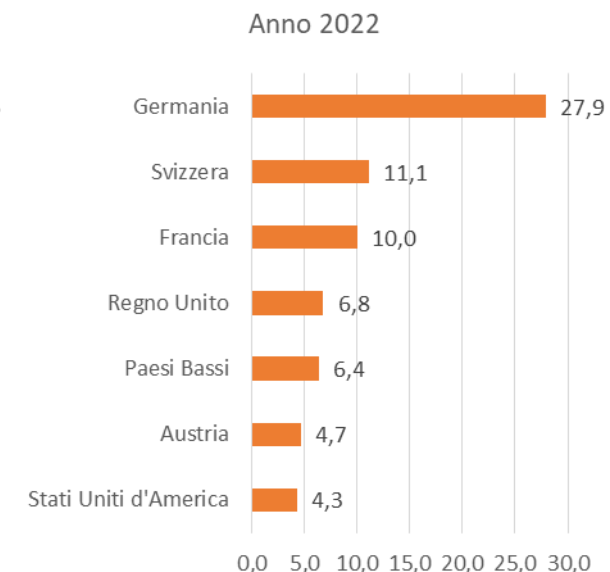
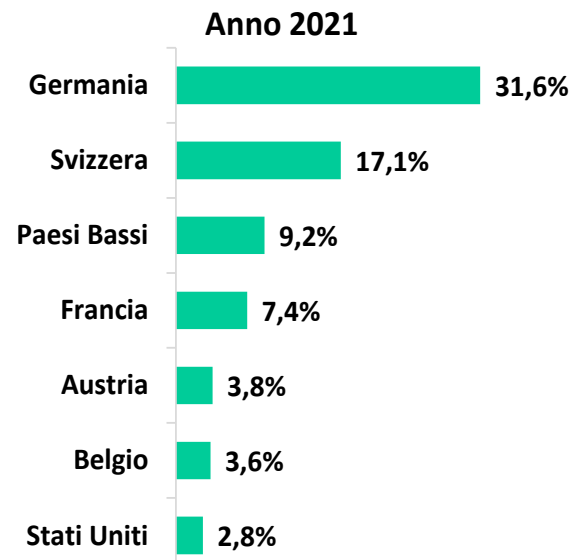
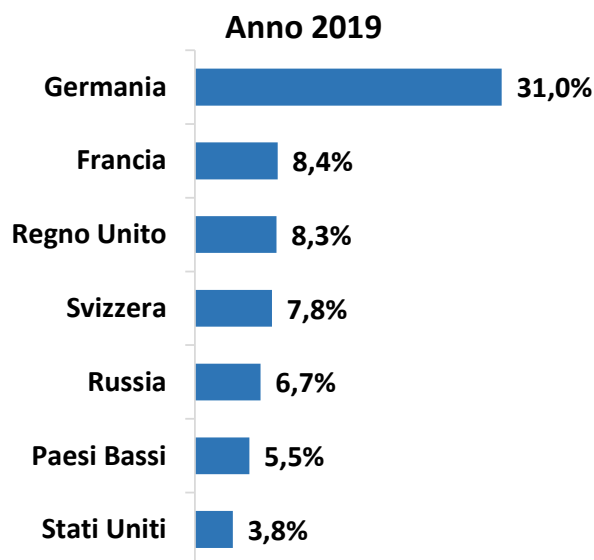
Variazione % 2022/2021 - arr.+74,2% pres. +64,7%

- In leggero calo la durata del soggiorno
- Tra gli stranieri aumenta l'interesse per il settore alberghiero ha superato la quota del 2019

		Anno 2019	Anno 2021	Anno 2022
•	Permanenza media	4,2 notti	4,3 notti	4,1 notti
•	% presenze Alberghiere	78,2%	71,7%	78,5%
	Extra	21,8%	28,3%	21,5%

La Germania si conferma primo mercato estero, seguita da Svizzera e Francia.

Cresce nel 2022 il peso dei mercati francesi e austriaci, mentre esce dalle prime posizioni il mercato russo. Recupero del mercato inglese e Americano.



IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" DELL'AMBITO VERSILIA

In assoluto il **turista Italiano dell'Ambito Versilia** preferisce pernottare in strutture alberghiere a tre stelle in crescita rispetto al 2019(**44,5%**). A seguire i pernottamenti in campeggi e villaggi turistici (28,3- anche questi in lieve crescita).

Invece, il turista straniero opta per le sistemazioni **alberghiere a 4/5 stelle** (38,9% - **in lieve calo rispetto al 2019**) si appoggia di frequente alle strutture alberghiere a 3 stelle (37,7% - in crescita rispetto al 2019) e a seguire campeggi e villaggi turistici (13,8% - in calo rispetto al 2019).

Tipo ricettività	Italiani		
	2019	2021	2022
4/5 stelle	16,9	14,0	15,9
3 stelle e RTA	43,9	42,6	44,5
1/2stelle	5,6	4,4	4,2
Agriturismi	0,2	0,2	0,4
Campeggi e Villaggi turistici	28,0	33,4	28,3
Altre forme extralberghiere	5,4	5,1	6,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Tipo ricettività	Stranieri		
	2019	2021	2022
4/5 stelle	40,0	41,3	38,9
3 stelle e RTA	36,0	28,8	37,7
1/2stelle	2,1	1,6	1,9
Agriturismi	0,7	0,8	1,0
Campeggi e Villaggi turistici	15,5	22,6	13,8
Altre forme extralberghiere	5,7	4,8	6,7
Totale	100,0	100,0	100,0

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" IN PRIMAVERA «NELL'AMBITO VERSILIA

Mese di Aprile

• Permanenza media		2,8 notti
• % presenze	Italiani	59,7%
	Stranieri	40,3%

• Principali mercati

- i. Lombardia
- ii. Toscana
- iii. **Germania**
- iv. **Svizzera**
- v. **Francia**

Mese di Giugno

• Permanenza media		4,1 notti
• % presenze	Italiani	65,0%
	Stranieri	35,0%

• Principali mercati

- i. Toscana
- ii. Lombardia
- iii. **Germania**
- iv. Emilia -R.
- v. Piemonte

Mese di Maggio

• Permanenza media		3,5 notti
• % presenze	Italiani	49,0%
	Stranieri	51,0%

• Principali mercati

- i. Toscana
- ii. **Germania**
- iii. Lombardia
- iv. **Francia**
- v. **Svizzera**

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" IN ESTATE NELL'AMBITO VERSILIA

Mese di Luglio

• Permanenza media **4,4 notti**

• % presenze

Italiani	59,1%
Stranieri	40,9%

• Principali mercati

- i. Lombardia
- ii. Toscana
- iii. **Germania**
- iv. **Svizzera**
- v. Emilia -R.

Mese di Agosto

• Permanenza media **5,7 notti**

• % presenze

Italiani	69,0%
Stranieri	31,0%

• Principali mercati

- i. Lombardia
- ii. Toscana
- iii. **Piemonte**
- iv. **Germania**
- v. Emilia -R.

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" IN AUTUNNO NELL'AMBITO VERSILIA

Mese di Settembre

• Permanenza media **3,7 notti**

• % presenze Italiani **45,7%**
Stranieri **54,3%**

• Principali mercati

- i. Germania
- ii. Lombardia
- iii. Toscana
- iv. Regno Unito
- v. Piemonte

Mese di Ottobre

• Permanenza media **2,7 notti**

• % presenze Italiani **36,7%**
Stranieri **63,3%**

• Principali mercati

- i. Germania
- ii. Lombardia
- iii. Francia
- iv. Svizzera
- v. Austria

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" DELL'AMBITO VERSILIA

- **Viareggio** con circa 948 mila presenze, intercetta il 40,6% della domanda turistica dell'Ambito, seguono **Camaio** con 527 mila, **Pietrasanta** con 436 mila e **Forte dei Marmi** con 376 mila presenze
- Sia per i turisti **italiani** sia per gli **stranieri**, la località preferita per il soggiorno è stata Viareggio: i primi vi hanno trascorso il 45,2% dei loro pernottamenti, i secondi il 33,6%
- La domanda italiana ha scelto non di rado Camaio e Pietrasanta, gli stranieri hanno optato per Camaio e Forte dei Marmi
- La **durata media dei soggiorni** è stata è stato inferiore alle 4 notti in tutti i comuni dell'ambito

Comune	% Italiani	% Stranieri	% Totale
Camaio	21,8	23,9	22,6
Forte dei Marmi	12,6	21,5	16,1
Massarosa	1,2	1,6	1,4
Pietrasanta	18,3	19,2	18,7
Seravezza	0,5	0,1	0,3
Stazzema	0,3	0,1	0,2
Viareggio	45,2	33,6	40,6
Totale Ambito	100	100	100

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" NEI DIVERSI COMUNI DELL'AMBITO

Comune di Camaiore

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	4,2 notti	3,8 notti
• % presenze Alberghiere Extra	88,3% 11,7%	86,2% 13,8%
• % presenze Italiani Stranieri	61,1% 38,9%	58,1% 41,9%
• Principali mercati	i. Lombardia ii. Toscana iii. Piemonte iv. Germania v. Svizzera	i. Lombardia ii. Toscana iii. Germania iv. Piemonte v. Svizzera

Comune di Forte dei Marmi

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	3,5 notti	3,6 notti
• % presenze Alberghiere Extra	95,0% 5,0%	90,2% 9,8%
• % presenze Italiani Stranieri	55,1% 44,9%	47,1% 52,9%
• Principali mercati	i. Lombardia ii. Germania iii. Svizzera iv. Emilia-R. v. Piemonte	i. Lombardia ii. Germania iii. Svizzera iv. USA v. Emilia-R.

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" NEI DIVERSI COMUNI DELL'AMBITO

Comune di Pietrasanta

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	4,1 notti	3,9 notti
• % presenze Alberghiere	91,4%	92,8%
Extra	8,6%	7,2%
• % presenze Italiani	63,5%	59,2%
Stranieri	36,5%	40,8%
• Principali mercati	I. Lombardia II. Toscana III. Emilia-R. IV. Germania V. Piemonte	I. Lombardia II. Germania III. Toscana IV. Emilia-R. V. Piemonte

Comune di Seravezza

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	3,6 notti	3,3 notti
• % presenze Alberghiere	65,9%	70,8%
Extra	34,1%	29,2%
• % presenze Italiani	85,1%	85,0%
Stranieri	14,9%	15,0%
• Principali mercati (% su totale presenze)	I. Lombardia II. Toscana III. Piemonte IV. Emilia-R. V. Lazio	I. Lombardia II. Toscana III. Emilia-R. IV. Veneto V. Lazio

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" NEI DIVERSI COMUNI DELL'AMBITO

Comune di Stazzema

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	6,6 notti	2,5 notti
• % presenze Alberghiere Extra	56,6% 43,4%	51,5% 48,5%
• % presenze Italiani Stranieri	89,0% 11,0%	86,2% 13,8%
• Principali mercati	I. Lazio II. Toscana III. Trento IV. Veneto V. Lombardia	I. Toscana II. Lombardia III. Lazio IV. Emilia-R. V. Germania

Comune di Viareggio

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	5,5 notti	3,9 notti
• % presenze Alberghiere Extra	70,1% 29,9%	43,9% 56,1%
• % presenze Italiani Stranieri	67,0% 33,0%	67,2% 32,8%
• Principali mercati	I. Toscana II. Lombardia III. Germania IV. Piemonte V. Emilia-R.	I. Toscana II. Lombardia III. Germania IV. Piemonte V. Emilia-R.

IL PROFILO DEL TURISTA "UFFICIALE" NEI DIVERSI COMUNI DELL'AMBITO

Comune di Massarosa		
	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	3,8 notti	3,1 notti
• % presenze Alberghiere	50,3%	37,5%
Extra	49,7%	62,5%
• % presenze Italiani	68,4%	54,0%
Stranieri	31,6%	46,0%
• Principali mercati	I. Germania II. Lombardia III. Emilia-R. IV. Piemonte V. Veneto	I. Germania II. Lombardia III. Veneto IV. Paesi Bassi V. USA

IL PROFILO DEI PRINCIPALI MERCATI TURISTICI DELL'AMBITO VERSILIA

Mercato Toscana

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	7,8 notti	5,9 notti
• % presenze Alberghiere	34,6%	37,7%
- 3 stelle	26,0%	27,2%
- 4/5 stelle	4,3%	6,3%
• % presenze Extralberghiere	65,4%	62,3%
- Campeggi	61,0%	56,7%
- Altro	4,4%	5,6%

Per i primi tre mercati nazionali sono riportati alcuni indicatori relativi alla stagione 2021 - 2022. Si tratta nel dettaglio della permanenza media, della percentuale di presenze alberghiere ed extralberghiere e delle tipologie di esercizio maggiormente scelte

Mercato Lombardia

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	3,9 notti	3,4 notti
• % presenze Alberghiere	76,9%	78,9%
- 3 stelle	53,4%	55,2%
- 4/5 stelle	19,8%	20,0%
• % presenze Extralberghiere	23,1%	21,1%
- Campeggi	16,8%	13,0%
- Altro	6,3%	8,1%

Mercato Piemonte

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	4,4 notti	3,5 notti
• % presenze Alberghiere	64,2%	68,5%
- 3 stelle	46,7%	48,8%
- 4/5 stelle	13,5%	15,2%
• % presenze Extralberghiere	35,8%	31,5%
- Campeggi	31,8%	26,4%
- Altro	4,0%	5,1%

IL PROFILO DEI PRINCIPALI MERCATI TURISTICI DELL'AMBITO VERSILIA

Mercato Germania

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	4,7 notti	4,8 notti
• % presenze Alberghiere	63,4%	70,8%
- 3 stelle	27,4%	40,3%
- 4/5 stelle	34,2%	28,4%
• % presenze Extralberghiere	36,6%	29,2%
- Campeggi	29,7%	19,7%
- Altro	6,9%	9,5%

Per i primi tre mercati internazionali sono riportati alcuni indicatori relativi alla stagione 2021 - 2022. Si tratta nel dettaglio della permanenza media, della percentuale di presenze alberghiere ed extralberghiere e delle tipologie di esercizio maggiormente scelte

Mercato Svizzera

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	4,2 notti	3,9 notti
• % presenze Alberghiere	80,1%	84,1%
- 3 stelle	30,2%	38,1%
- 4/5 stelle	48,4%	44,5%
• % presenze Extralberghiere	19,9%	15,9%
- Campeggi	15,2%	9,2%
- Altro	4,7%	6,7%

Mercato Francia

	Anno 2021	Anno 2022
• Permanenza media	3,5 notti	3,5 notti
• % presenze Alberghiere	76,6%	82,2%
- 3 stelle	38,2%	49,7%
- 4/5 stelle	37,1%	31,3%
• % presenze Extralberghiere	23,4%	17,8%
- Campeggi	19,2%	13,2%
- Altro	4,2%	4,6%



Ambito Versilia

*Il profilo della domanda 2022 nelle
locazioni turistiche registrate*

IL PROFILO DEI PRINCIPALI MERCATI TURISTICI PER LE LOCAZIONI TURISTICHE

	Arrivi	Presenze
Anno 2021	27.307	373.380
Anno 2022 (GEN-OTT)	46.604	526.108
Var. % 2022/2021	+70,7%	+40,9%

MERCATO INTERNAZIONALE

Variazione % 2022/2021 -arr.+119,4%pres. +93,8%

- In calo la durata del soggiorno
- Aumento Incidenza

	Anno 2021	Anno 2022
• PM	9,9 notti	8,7 notti
• % Inc.za	31,6%	43,5%

MERCATO NAZIONALE

Variazione % 2022/2021 Arr. +32,8% Pres.+16,4%

	Anno 2021	Anno 2022
- In calo la durata del soggiorno		
- Diminuzione incidenza		
• PM	16,6 notti	14,6 notti
• % Inc.za	68,4%	56,5%

	2022	2021	Var. %
TOSCANA	124.940	98.387	27,0
LOMBARDIA	104.948	90.928	15,4
EMILIA-ROMAGNA	27.812	27.631	0,7
PIEMONTE	13.137	14.320	-8,3
VENETO	5.838	5.422	7,7

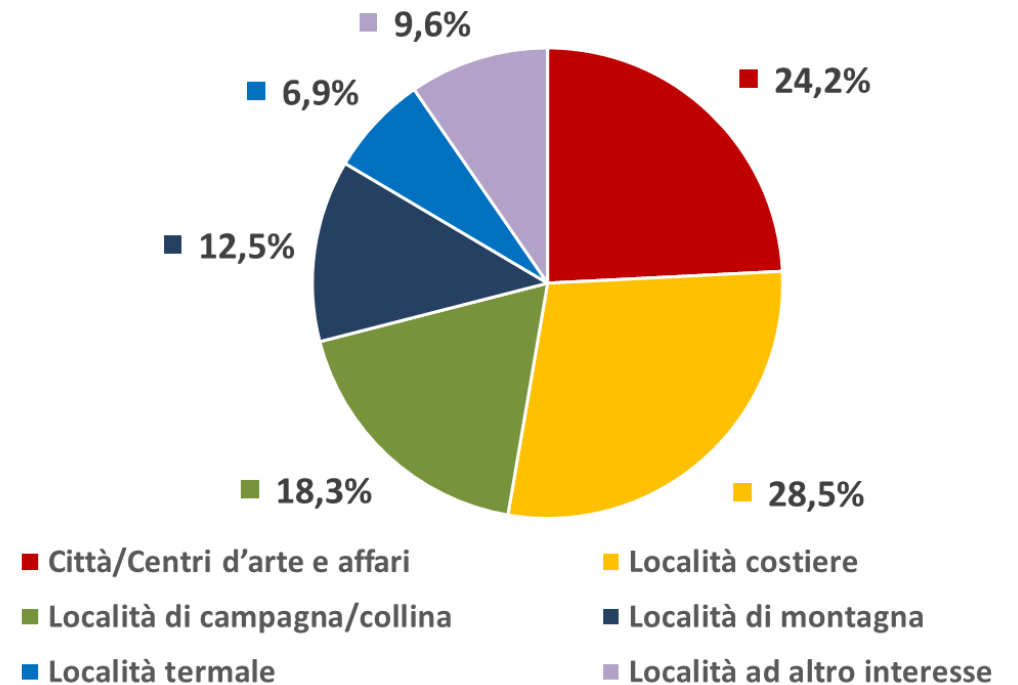
	2022	2021	Var. %
GERMANIA	80.859	52.306	54,6
SVIZZERA	21.301	19.320	10,3
FRANCIA	13.807	4.717	192,7
OLANDA	13.559	6.040	124,5
UCRAINA	12.918	3.288	292,9
USA	10.543	2.354	347,9
GRAN BRETAGNA	10.408	2.696	286,1

Estate 2023:—

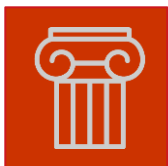
buone aspettative per le imprese turistiche
della Toscana

Il campione dell'indagine

L'indagine è stata realizzata dal 22 maggio al 1 giugno. 564 gli imprenditori che hanno messo a disposizione le loro informazioni aziendali. Il 24,2% dei questionari sono stati compilati da imprese localizzate nelle città e centri d'arte, mentre il 28,5% di risposte è stato fornito da imprenditori delle diverse località costiere. Sufficientemente rappresentati anche gli altri segmenti di offerta della regione.



Il trend atteso per il trimestre estivo 2023



+9,2%

CITTÀ E CENTRI D'ARTE

Il trend atteso è di una crescita sostenuta della domanda straniera, stimata al +10,1%. Aumenti più contenuti, ma comunque significativi, sono attesi anche per la componente italiana: +6,7%.



+2,3%

LOCALITÀ COSTIERE

Le previsioni indicherebbero un aumento dei pernottamenti stranieri del +3,7%, mentre per la domanda italiana è atteso un assestamento del +1,7%.

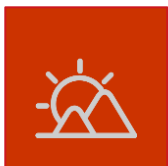


+2,5%

LOCALITÀ RURALI E DI COLLINA

Il trend di crescita del mercato straniero è del +3,2%. Una sostanziale stabilità è attesa, invece, per il mercato italiano (+0,4%).

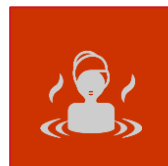
Il trend atteso per il trimestre estivo 2023



+6,7%

LOCALITÀ MONTANE

È prevista un'ulteriore crescita del mercato italiano del +5%, ma più sostenuta appare la tendenza del mercato estero che si attesterebbe al +9%.



+2,9%

LOCALITÀ TERMALI

Anche per questa tipologia le stime di crescita dei flussi stranieri salgono al +9,4%, mentre le stime indicherebbero una flessione della domanda italiana (-4,7%).



+2,1%

LOCALITÀ AD ALTRO INTERESSE

Rilevante il trend dei turisti stranieri segnalato dalle imprese attive nelle località che non hanno un'offerta turistica prevalente: +2,8% di presenze. Per il movimento degli italiani le indicazioni sono di assoluta stabilità (-0,1%).

Il trend atteso per il trimestre estivo 2023 delle nazionalità straniere

Anche per l'estate 2023 i flussi turistici numericamente più consistenti saranno prevalentemente europei. Tra i mercati extraeuropei si distinguono ancora gli statunitensi, ma segnali di crescita sono stati registrati anche per il mercato canadese e brasiliano.

Nazionalità in forte crescita	Nazionalità in crescita	Nazionalità in leggera crescita
Statunitensi	Belgi	Scandinavi
Francesi	Polacchi	Cinesi
Olandesi	Tedeschi	Giapponesi
Britannici	Spagnoli	Indiani
Svizzeri	Canadesi	Australiani
Austriaci	Brasiliani	

In assoluto le segnalazioni maggiori di aumento sono state per il mercato statunitense

IL MERCATO TURISTICO DA GENNAIO A AGOSTO 2023 PER L'AMBITO TURISTICO VERSILIA

ELABORAZIONI CST SU DATI DELL'U. O. TURISMO E SPORT DEL COMUNE DI LUCCA

I DATI ANALIZZATI (PROVVISORI) COMPRENDONO LE MOVIMENTAZIONI REGISTRATE

PRESSO GLI ESERCIZI ALBERGHIERI, EXTRALBERGHIERI E LOCAZIONI TURISTICHE

- *Elaborazione **dati provvisori** Movimento turistico 2023*

Obiettivo di questo documento è l'**analisi delle statistiche ufficiali** sulle movimentazioni turistiche registrate nei **primi otto mesi del 2023** nei 7 comuni **dell'Ambito Turistico Versilia**. Oltre a definire le principali caratteristiche della domanda nel corso di questo periodo, sono stati analizzati i trend rispetto alla stagione precedente.

(**) I dati sono PROVVISORI e NON CONSOLIDATI, suscettibili di variazioni fino al termine della rilevazione in corso.

Esistono ancora situazioni in cui la % di inadempienti in termini di posti letto è \geq al 30%.

I DATI DEI PRIMI 8 MESI 2023 PER L'AMBITO VERSILIA (senza locazioni)

	Arrivi	Presenze
Gen - Ago 2022	484.713	1.923.859
Gen - Ago 2023	457.660	1.954.164
Var. % 2023/2022	-5,6%	1,6%

- Nei primi otto mesi del 2023, le **strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere (al netto delle locazioni turistiche)** dell'**Ambito Versilia** hanno registrato una **flessione** del numero di **arrivi (-27 mila)** e un **incremento delle presenze (+30 mila)** rispetto allo stesso periodo del 2022
- La **durata media dei soggiorni** è cresciuta da 4,0 a 4,3 notti

Alcune caratteristiche del mercato nei primi 8 mesi 2023

		Gen-Ago 2022	Gen-Ago 2023
• Permanenza media		4,0 notti	4,3 notti
• % presenze	Italiane	63,5%	65,5%
	Straniere	36,5%	34,5%
• % presenze	Alberghiere	69,3%	63,0%
	Extralberg.	30,7%	37,0%

I PRIMI 8 MESI DEL 2023 PER LA DOMANDA ITALIANA E STRANIERA (senza locazioni)

DOMANDA NAZIONALE

- Nei primi otto mesi del 2023, il **mercato domestico, a fronte di un calo degli arrivi**, ha registrato un aumento dei **pernottamenti** rispetto allo stesso periodo del 2022
- La **permanenza media degli italiani è aumentata di oltre mezza giornata, passando da 3,9 a 4,6 notti**

- In **crescita** le presenze dei **turisti italiani** nei mesi di **aprile, giugno, Luglio e agosto (a fronte di un calo di arrivi)**
- In flessione gennaio, **febbraio, marzo e maggio**
- Le presenze degli **stranieri** sono **diminuite** solamente nel mese di **gennaio, luglio e agosto**
- Le **performance migliori** di sono avute ad **aprile e maggio**; positivi anche **febbraio, marzo e giugno** in termini di arrivi

DOMANDA INTERNAZIONALE

- Situazione diversa per la domanda straniera che, a fronte di un aumento degli arrivi, registra un leggero rallentamento **pernottamenti in meno** rispetto alla passata stagione
- La **durata del soggiorno per gli stranieri è stata più breve, passando da 4,2 a 3,8 notti a durata di media**

I FLUSSI DEI PRIMI 7 MESI DEL 2023 NELLE LOCAZIONI TURISTICHE

LOCAZIONI TURISTICHE		
	Arrivi	Presenze
Gen - Lug 2022	28.508	310.130
Gen - Lug 2023	36.847	329.468
<i>Var. % 2023/2022</i>	<i>+29,3%</i>	<i>+6,2%</i>

- Nelle **locazioni turistiche** sono arrivati 37 mila arrivi per un totale di 329 mila pernottamenti e una permanenza media pari a 8,9 notti
- Rispetto ai primi sette mesi del 2022, tali strutture hanno registrato **19 mila pernottamenti in più**

DOMANDA NAZIONALE LOCAZIONI TURISTICHE

	Arrivi	Presenze
Gen - Lug 2022	12.369	175.718
Gen - Lug 2023	15.534	166.885
<i>Var. % 2023/2022</i>	<i>25,59%</i>	<i>-5,03%</i>

DOMANDA INTERNAZIONALE LOCAZIONI TURISTICHE

	Arrivi	Presenze
Gen - Lug 2022	16.139	134.412
Gen - Lug 2023	21.313	162.583
<i>Var. % 2023/2022</i>	<i>32,06%</i>	<i>20,96%</i>

Le locazioni turistiche registrate della Versilia:

al 31/12/2022 erano 2751
al 04/10/2023 sono 3033

Aumento del +10,2%

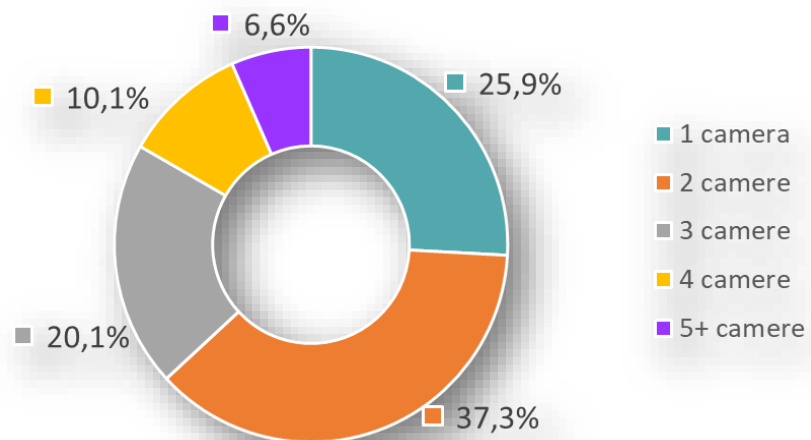
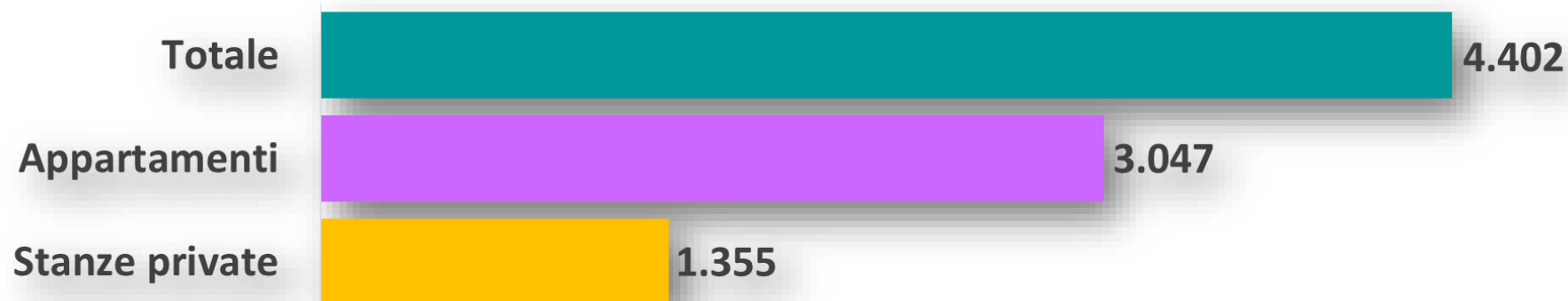


Le caratteristiche dell'offerta ricettiva
sulle piattaforme **Airbnb** e **Vrbo**
dell'Ambito Versilia



Gli affitti attivi nell'Ambito Versilia

A settembre 2023 il **numero di affitti** presenti sulle piattaforme Airbnb e VRBO è risultato essere **4.402**. Rispetto allo stesso mese del 2022 si registra una **crescita** pari al **+11%**.

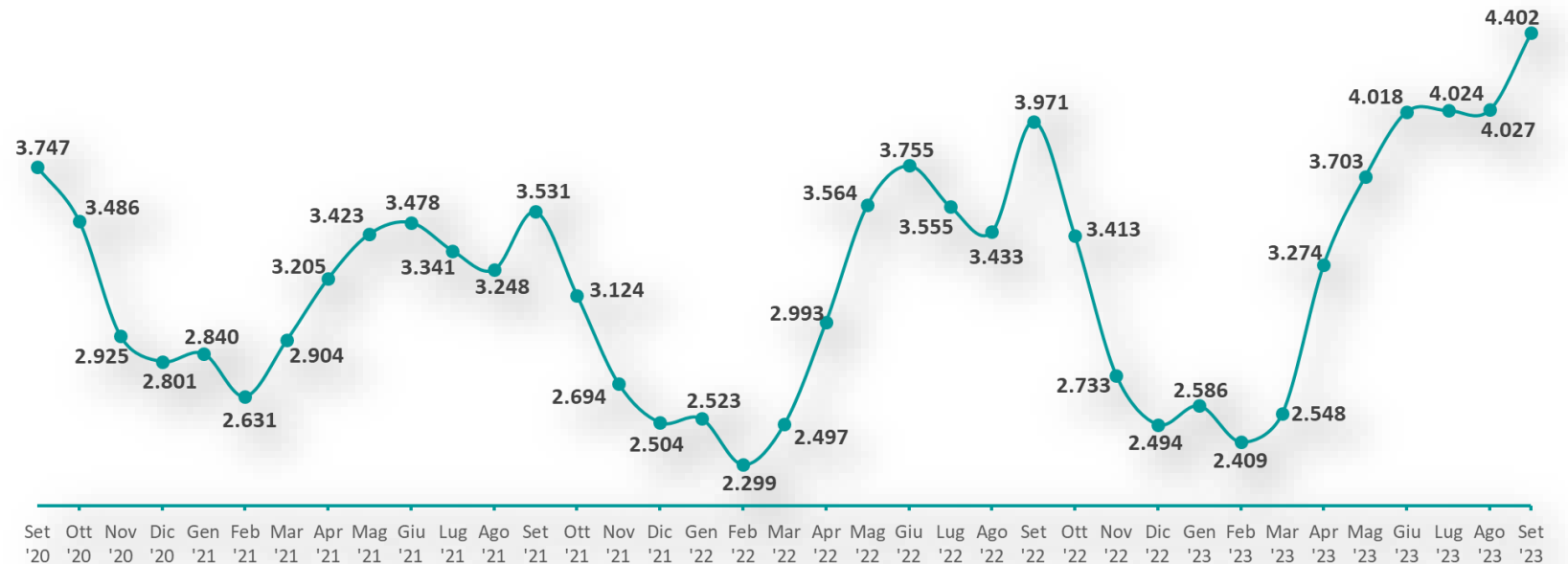


Il **37,3%** degli annunci si riferiscono ad alloggi con **2 camere**; (a Viareggio rappresentano il 49%). Gli **alloggi con 5 o più camere** risultano essere il **6,6%** dell'intera offerta dell'Ambito, percentuale che sale al 17% sul territorio comunale di Forte dei Marmi.

Gli affitti attivi dal 2020 al 2023

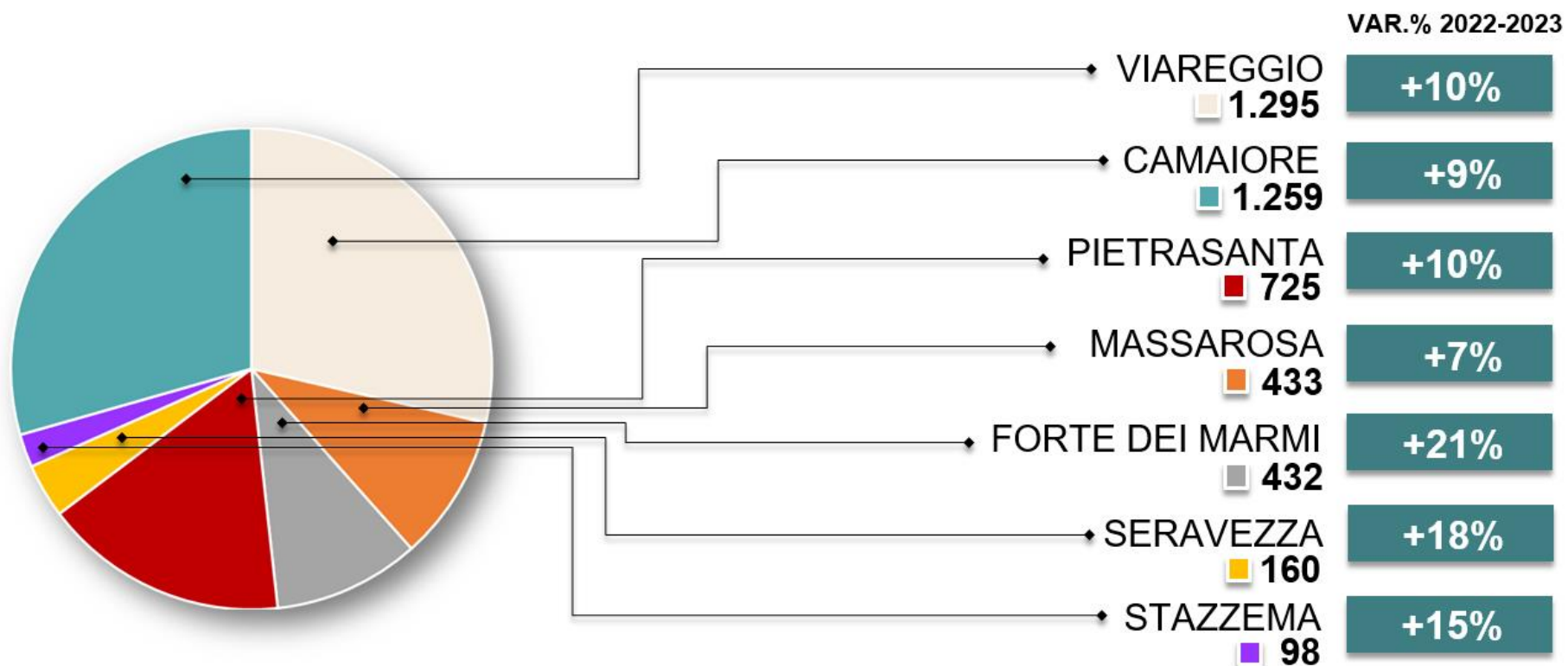
Pur con un andamento altalenante, osservando lo storico degli ultimi tre anni, oltre alla crescita del numero di affitti attivi, si registrano picchi nel mese di settembre di ogni anno analizzato (da settembre 2020 a settembre 2023 gli alloggi disponibili su Airbnb e Vrbo sono cresciuti del +17%), un calo fisiologico nei mesi autunno/invernali ed una graduale crescita nei mesi primaverili ed estivi (esclusa l'estate del 2021 a causa della pandemia).

Il numero più basso di affitti nel triennio si è avuto nel mese di febbraio 2022 (2.299) e quello più alto nel settembre 2023 (4.402).



Gli affitti attivi nei comuni dell'Ambito

In tutti i comuni dell'Ambito si registra una **crescita dell'offerta**; **Viareggio e Camaiore sono i comuni con il più alto numero alloggi**, anche se con percentuali di crescita diversi: il **+10%** a Viareggio che passa da 1.178 strutture nel mese di settembre del 2022 a 1.295 nello stesso mese del 2023 e Camaiore (da 1.150 a 1.259) dove si registra un **+9%**. A **Forte dei Marmi** rileviamo l'incremento più alto, pari al **+21%** (da 356 a 432 affitti attivi).



Tariffe e ricavi medi



La **tariffa media giornaliera** per notte + le spese di pulizia per tutti i giorni prenotati nelle strutture dell'Ambito nel corso degli ultimi 12 mesi, è stata di **€ 242**, in aumento rispetto al 2022 del **+30%**. A Forte dei Marmi si è registrato il prezzo medio più alto (€ 559) e a Stazzema quello più basso (€ 120).

	Tariffa media giornaliera	Var. % 2022-2023
Camaiore	€ 250	+42%
Forte dei Marmi	€ 559	+59%
Massarosa	€ 224	+20%
Pietrasanta	€ 225	+19%
Seravezza	€ 170	+19%
Stazzema	€ 120	+40%
Viareggio	€ 148	+14%
Totale Ambito Versilia	€ 242	+30%

In tutti i comuni si è registrata una **crescita delle tariffe**: dal +59% di Forte dei Marmi (che in termini assoluti equivale a 208 Euro in più rispetto allo stesso periodo del 2022) al +14% di Viareggio (da 130 Euro nel 2022 a 148 Euro nel 2023).

Il **ricavo medio generato negli ultimi dodici mesi** nei comuni dell'Ambito è stato di circa **€ 46.4mila**, con una **crescita del +28%** rispetto ai dodici mesi precedenti. Le più alte percentuali di incremento si registrano a Stazzema, il cui revenue è passato da circa € 15.5mila a € 25.0mila (+51%), Forte dei Marmi, il comune con il ricavo medio annuale più alto di tutto l'Ambito pari a circa € 96.0mila, la cui variazione è pari al +43% e Camaiore che con un +39%, passa da un revenue annuale di circa € 40.0mila a € 55.6mila.

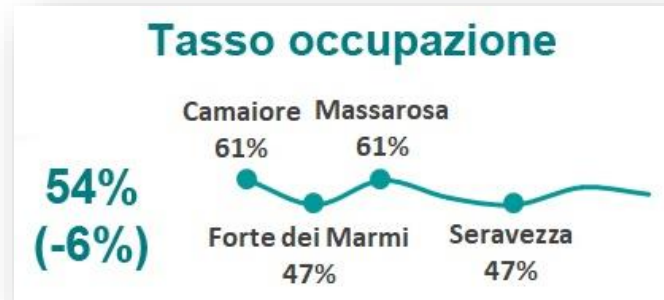
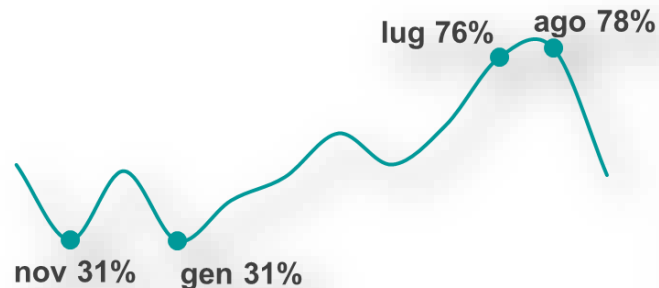


Tasso di occupazione

Il tasso di occupazione dell'intero Ambito, cioè il numero di giorni prenotati diviso il numero totale di giorni disponibili per l'affitto nell'ultimo anno è stato del **54%**.

Rispetto al 2022 si è registrata una decrescita del -6% (a fronte di una crescita in tutti i comuni del numero di affitti attivi).

Il comune dove la **variazione è stata più significativa è Camaiore** che è passato da un tasso di occupazione del 73% nel 2022 al **61% nel 2023**, con una variazione pari al **-16%** e Forte dei Marmi con una decrescita pari al **-9%** (dal 52% al 47%).



	Tasso di occupazione	Var. % 2022-2023
Camaiore	61%	-16%
Forte dei Marmi	47%	-9%
Massarosa	61%	-1%
Pietrasanta	51%	-7%
Seravezza	47%	-4%
Stazzema	57%	-3%
Viareggio	53%	-3%
Totale Ambito Versilia	54%	-6%

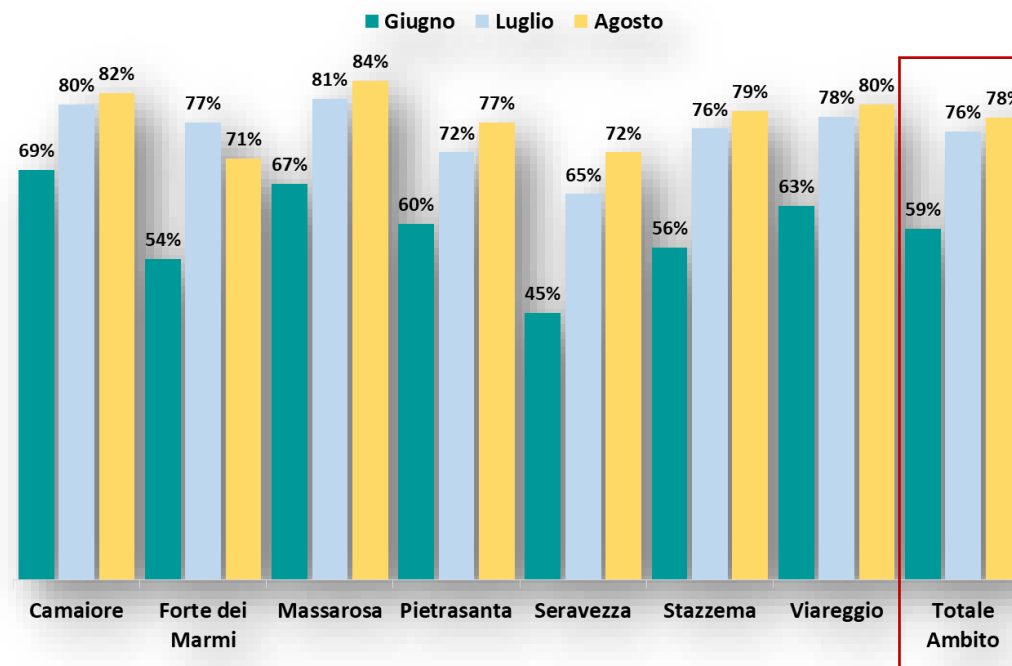
L'andamento del tasso di occupazione medio dell'intero Ambito, negli ultimi dodici mesi, mostra che **agosto e luglio** sono i mesi con la performance migliore (rispettivamente **78% e 76%**) e novembre 2022 e gennaio 2023 i mesi dove si registra il tasso di occupazione con la percentuale più bassa (31%).

Tasso di occupazione nei tre mesi estivi 2023

Analizzando i tre mesi dell'estate 2023, si evidenzia che per quanto riguarda il mese di **giugno Seravezza è il comune con il tasso di occupazione più basso (45%) e Camaiore quello con il tasso più alto pari al 69%** (la media del tasso di occupazione dell'intero Ambito è del 59%).

Nel mese di **luglio** tutti i comuni, ad eccezione di Seravezza con il 65%, registrano percentuali al di sopra del 72%, con picchi dell'**80% e oltre di Camaiore e Massarosa** (l'Ambito al 76%).

Ad agosto sono sempre i comuni di **Camaiore (82%) e Massarosa (84%)** che hanno registrato i tassi più alti, a cui si aggiunge **Viareggio** dove la percentuale di saturazione dell'offerta è stata dell'**80%** (78% per quanto riguarda l'intero Ambito).



Ambito Versilia

ANALISI DELLE RECENSIONI PUBBLICATE SU BOOKING, GOOGLE E
TRIPADVISOR

(ELABORAZIONI CST SU DATI AEFFECTIVE – PIATTAFORMA QTOURISM)

PREMESSA

- **Obiettivo dell'analisi**

L'analisi restituisce una fotografia del modo in cui i visitatori recepiscono e valutano online l'offerta turistica dell'ambito Versilia

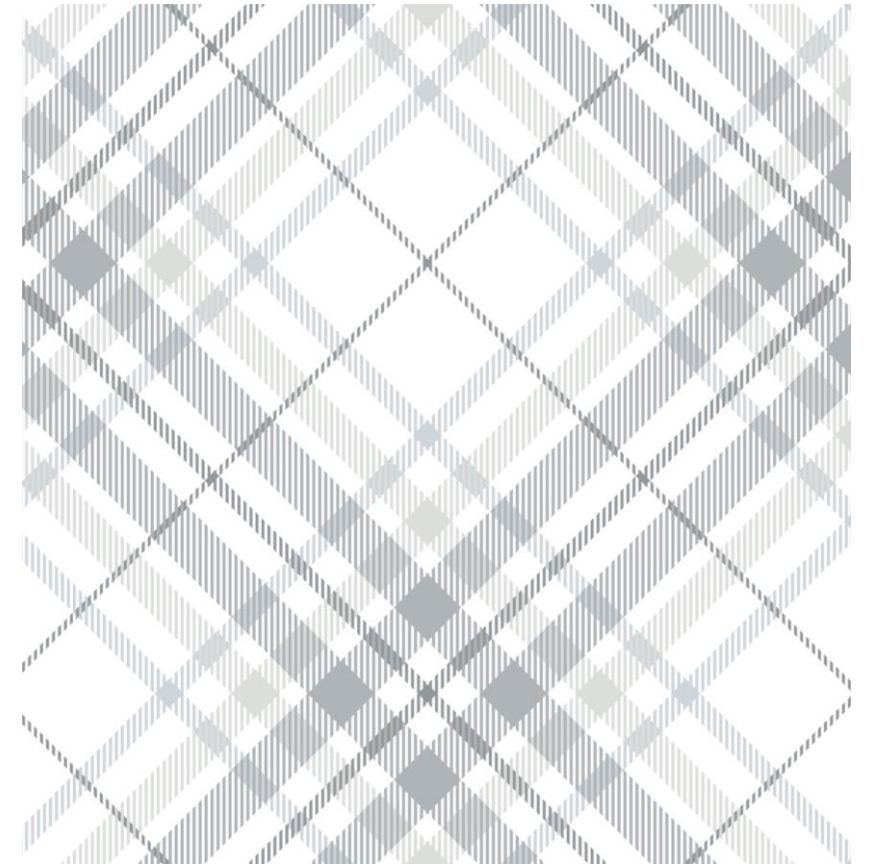
- **Oggetto dell'analisi**

Sono state raccolte le recensioni presenti su Booking, Google e TripAdvisor relative agli esercizi della ristorazione, agli esercizi dell'ospitalità e ai principali attrattori turistici pubblici e privati dell'ambito .

Si tratta complessivamente di 793.742 recensioni pubblicate tra Gennaio 2015 e Settembre 2023.

- Le recensioni sono relative a 4.923 posizioni, così suddivisi:
 - Categoria "cibo": 2.206
 - Categoria "alloggio": 2.171
 - Categoria "attrazioni": 546

L'analisi è stata effettuata sulle recensioni dell'ultimo anno (01/01/2023 – 30/08/2023) sono state analizzate e messe a confronto con quelle dello stesso periodo dell'anno precedente tenendo conto del comune di appartenenza dei POI e dell'origine dei visitatori



VOLUME DELLE RECENSIONI ANALIZZATE

Nell'ultimo anno (da gennaio 2023 a fine Agosto 2023) sono state pubblicate **98.725 recensioni** (+10% rispetto all'anno precedente 89.750).

L'andamento del volume riflette la stagionalità: i mesi estivi hanno più recensioni e il picco si raggiunge nel mese di Agosto sia nell'ultimo anno (23.220) sia nell'anno precedente (20.920).

Si nota che nel mese di Agosto 2023 sono state pubblicate l'11% di recensioni in più rispetto ad Agosto 2022.

Tutti i mesi dell'anno vedono un aumento di recensioni

VOLUME DELLE RECENSIONI PER COMUNE

- Il maggior numero di recensioni sono relative a Viareggio (39.785, pari al 40,3% dell'ambito con il +14,4% rispetto al 2022), a Camaiore (22.973, pari al 23,3% dell'ambito con il +6,3%), Pietrasanta (18.172 pari al 18,4% dell'ambito con il +8,0%) e a Forte dei Marmi (8.938 pari al 9,1% dell'ambito con il +7,0%) .
- Le altre destinazioni dell'ambito registrano complessivamente 8.857 recensioni pari al 8,9% dell'ambito con valori che vanno dai 4.145 di Massarosa ai 1.966 di Stazzema (Seravezza registra 2746 recensioni).
- Da evidenziare una crescita di recensioni anche nei comuni dell'entroterra Versiliese (Massarosa +9,8%, Seravezza +11,6% e Stazzema +4,75)



NPS E RATING DELLE RECENSIONI

Tutte le recensioni analizzate hanno un voto espresso dall'autore in una scala da 1 a 5 o, nel caso di Booking, da 1 a 10. Questo voto, ricondotto anche per Booking alla scala 1-5, e aggregato a più livelli è definito di seguito rating medio. La differenza in percentuale tra le recensioni positive (rating = 5) e quelle negative (rating = 1, 2, 3) a un dato livello di aggregazione è definita **net promoter score**, in breve nps. L'**NPS** aiuta a rendere più evidenti le differenze nelle performance ed è utile da monitorare in quanto è correlabile, quando è maggiore di 30, con la fedeltà dei visitatori.



Le recensioni pubblicate nell'ultimo anno hanno un NPS complessivo di 46,06 (42,08 in forte aumento pari al +9,5%) e un RATING medio di 4.29, (4,24 anche questo in crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente). Il risultato è da ritenersi più che buono.



L'andamento dell'nps è inversamente correlato all'andamento del volume e pertanto riflette anch'esso la stagionalità. Il dato non è sorprendente: è una tendenza nota che all'aumentare del volume delle recensioni aumenta anche l'incidenza delle recensioni negative

ALCUNI ELEMENTI DI SINTESI E RIFLESSIONI

+10% di recensioni rispetto all'anno precedente e crescono in tutti i mesi

Nei **primi 8 mesi del 2023** registriamo un aumento di **circa 9.000 recensioni**

Nel mese di **agosto 2023** si vede una **crescita di 2.300 recensioni (+11%)** rispetto a agosto 2022

Viareggio raccoglie il **40,3%** delle recensioni dell'ambito

Il **54,2%** delle recensioni sono pubblicate da **Italiani**

Nell'ultimo anno si registra un aumento del **+18% di recensioni** pubblicate da **stranieri**

NPS complessivo di **46,06** (42,08 **+9,5%**) e **RATING** medio di **4.29**, (4,24 **+1,2%**)

Le recensioni pubblicate da **stranieri** sono **più positive**

La categoria «**attrazioni**» ha il **rating migliore** che **supera il 4,4** (in lieve crescita)

La categoria «**cibo**» ha un rating di **4,26** in crescita rispetto allo stesso periodo del 2022



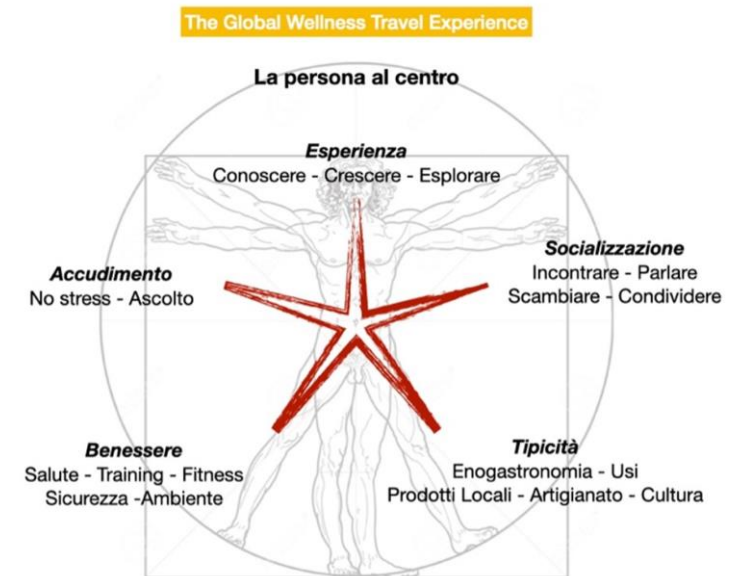
I principali trend turistici per l'anno 2024

TURISMO & CAMBIAMENTI

La crisi un acceleratore di cambiamenti

2020 – 2021 - 2022 la pandemia di COVID19:

Persona, Wellness, Sostenibilità, Prossimità, Remoto



*I grandi processi dell'economia turistica, attraversati tutti **dall'evoluzione digitale**, sui quali occorre riflettere e successivamente agire*

- la **trasformazione della domanda** e delle modalità di programmazione di viaggi e vacanze e la conseguente **modificazione dell'offerta** e dei **modelli organizzativi** di imprese e destinazioni
- L'obbligo di **fare destinazione** in senso compiuto, strutturato e contemporaneo
- la forte necessità di riconsiderare in modo importante il **fattore capitale umano** turistico
- Una forte attenzione **all'emergenza climatica ed alla qualificazione ambientale** delle nostre destinazioni

I PRINCIPALI TREND 2024



ALLA RICERCA DI NUOVE DESTINAZIONI

(alla scoperta di culture diverse, provare nuovo tipo di cucina, alla ricerca di novità, ricerca di destinazioni in base alle proprie passioni - eventi sportivi e/o concerti)

PARTENZE IN SOLITARIA

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

MAGGIORE PROGRAMMAZIONE DELLE VACANZE

(Ritorno alla programmazione anticipata anche se resiste una quota importante di prenotazioni «last minute»)

GRANDE ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

(crisi climatica, alla ricerca di prodotti turistici collegati alla sostenibilità ambientale, turismo rigenerativo, Ecoturismo, turismo basato sulle comunità locali, sistemazioni ecologiche e sostenibili)

STAGIONALITA' DIVERSE

(alla ricerca di nuovi prodotti per stagioni diverse)
Esperienze autentiche e benessere, Viaggio lento di lusso o slow luxury tourism, Turismo rurale, climate sensitive travel, Bespoke tourism, Roots Tourism, Wellness tourism, Ecotropic remote e digital nomads,

DESTINAZIONI MULTI-PRODOTTO

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

AUMENTO DEL TURISMO ORGANIZZATO

(Agenzie di viaggio e tour operator continuano a ricoprire un ruolo strategico e cruciale per l'economia turistica.)

PER UNA VALORIZZAZIONE DELLA DESTINAZIONE
VERSILIA

I PRINCIPALI PRODOTTI TURISTICI DELL'AMBITO

Innovazione e diversificazione dell'offerta turistica

*Sviluppo e innovazione dei
prodotti turistici*

Esperienze

*Miglioramento qualitativo dei
servizi turistici e delle
infrastrutture*



Sviluppo e innovazione dei prodotti turistici



IL GOVERNO DEL TERRITORIO

Cosa strutturare

Esperienze diverse:

sportive, culturali, fisiche, di benessere, esistenziali, ecc.

Fatte di:

Incontri, conoscenze, condivisione, emozioni, passioni

PER UNA VALORIZZAZIONE DELLA DESTINAZIONE
VERSILIA

I PRINCIPALI MERCATI TURISTICI DELL'AMBITO

MERCATI CON PRIORITA' ELEVATA PER ANNO 2024

LOMBARDIA - Milano , Bergamo

TOSCANA - Firenze

EMILIA ROMAGNA - Bologna, Parma

VENETO – Verona

PIEMONTE – Torino

LAZIO - Roma

da monitorare: Lazio (Roma) e Liguria (Genova)

GERMANIA

FRANCIA

SVIZZERA

REGNO UNITO

USA

POLONIA

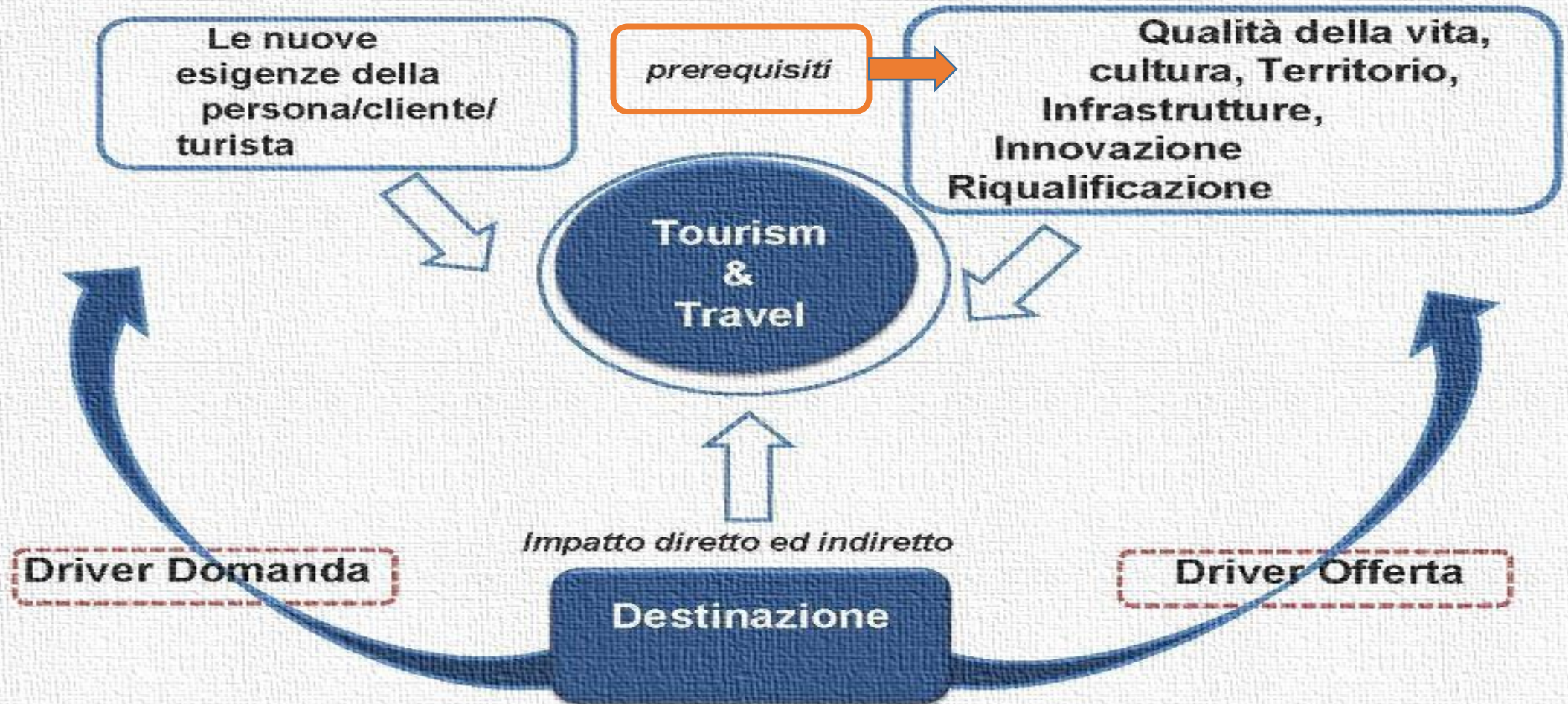
da monitorare: OLANDA, SCANDINAVIA, BELGIO, REP. CECA

AMMINISTRAZIONE E IMPRESE INSIEME



TURISMO & CAMBIAMENTI

Il turismo: è un motore per la crescita ... se si «guarda lontano»



La nuova promozione

Digitale?

Tradizionale?

*Il ruolo nella
promozione turistica
dei.....*

Travel Blogger

Influencer

I nuovi Ambassador



***Accoglienza come
segno distintivo
della destinazione***



WELCOME

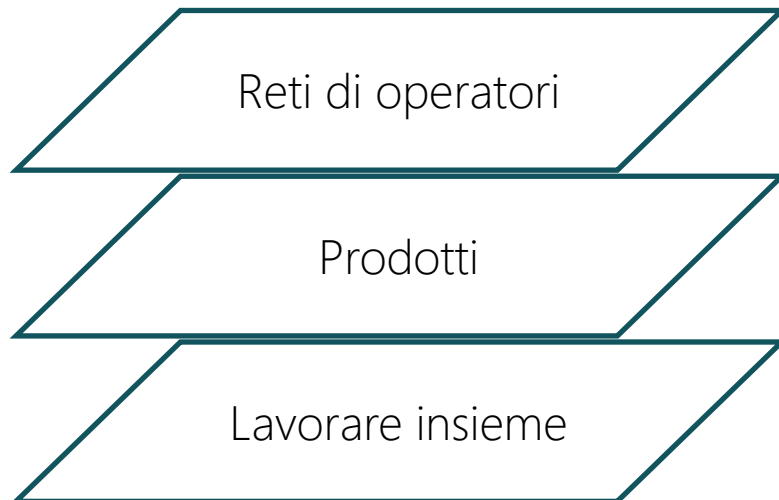
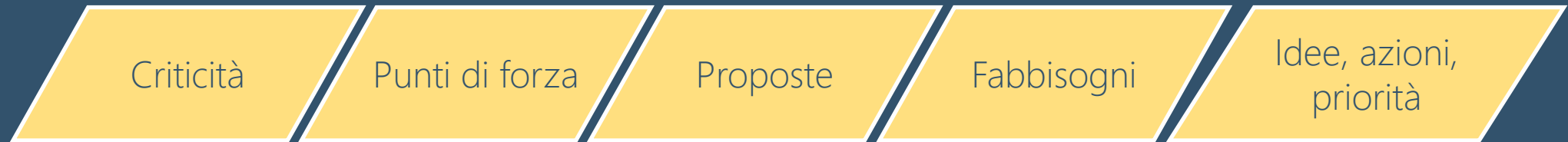
***Promuovere la cultura
dell'accoglienza presso
cittadini e operatori
turistici***

***Migliorare i servizi di
informazione e accoglienza
turistica***

***Migliorare la segnaletica
urbana***

***Migliorare l'esperienza di
visita dei turisti***

Organizzare un sistema di partecipazione attiva



La capacità di lavorare insieme per uno sviluppo turistico del nostro territorio, attraverso il raggiungimento di accordi tra i vari attori, pubblici e privati, imprenditori e non, **rappresenta un elemento fondamentale** per una visione condivisa della strategia di sviluppo turistico della nostra area

Forme, strumenti, durata nel tempo sono conseguenti alle scelte operative che i soggetti protagonisti assumeranno

Il valore forte deve essere **l'integrazione, tra iniziative e risorse pubbliche e private, tra politiche di prodotto e politiche di territorio**

Il **«riconoscimento»** da parte del **«mercato»** non può che avvenire in relazione ai programmi, ai progetti alla cui realizzazione **il sistema** è indirizzato

Prof. Alessandro Tortelli

Direttore Scientifico
a.tortelli@cstfirenze.it



Via Piemonte, 7 - 50145 Firenze
Tel. 055 3438733 Fax 055 301042
Website: centrostuditurismofirenze.it
e-mail: info@cstfirenze.it

