



I NUMERI DEL TURISMO

POTENZIALITÀ DEL NORD OVEST E DINAMICHE EVOLUTIVE



338

MILA



ADDETTI

70

MILIONI



PRESENZE

14,5

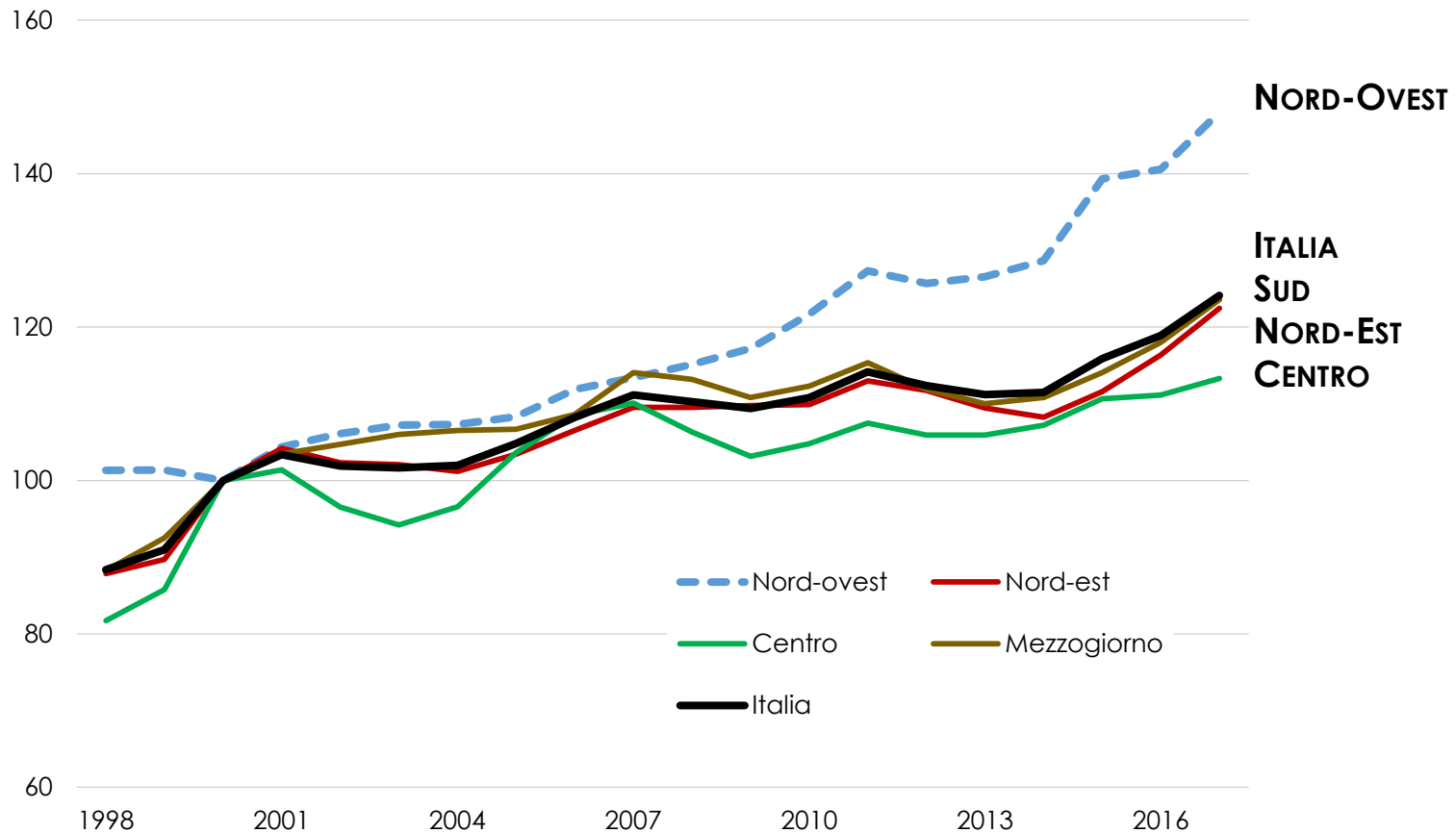
MILIARDI



**VALORE
AGGIUNTO**

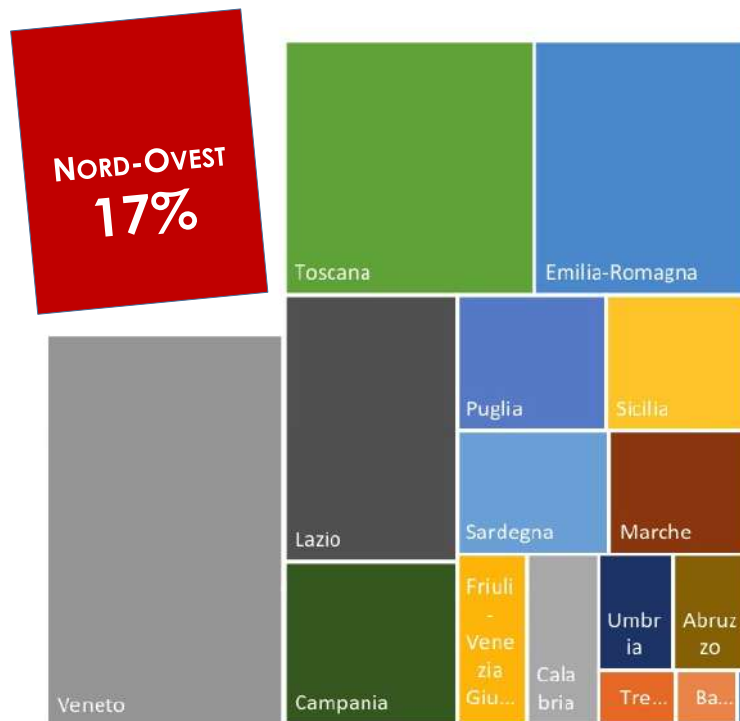
UN FENOMENO IN CRESCITA

Presenze (2000=100)

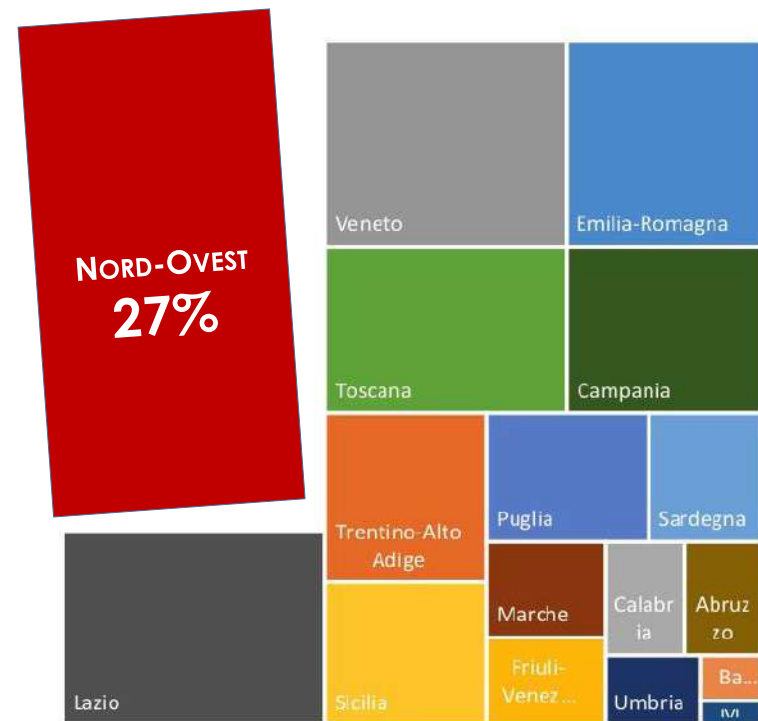


UN TURISMO AD ALTO VALORE AGGIUNTO

Presenze su totale Italia

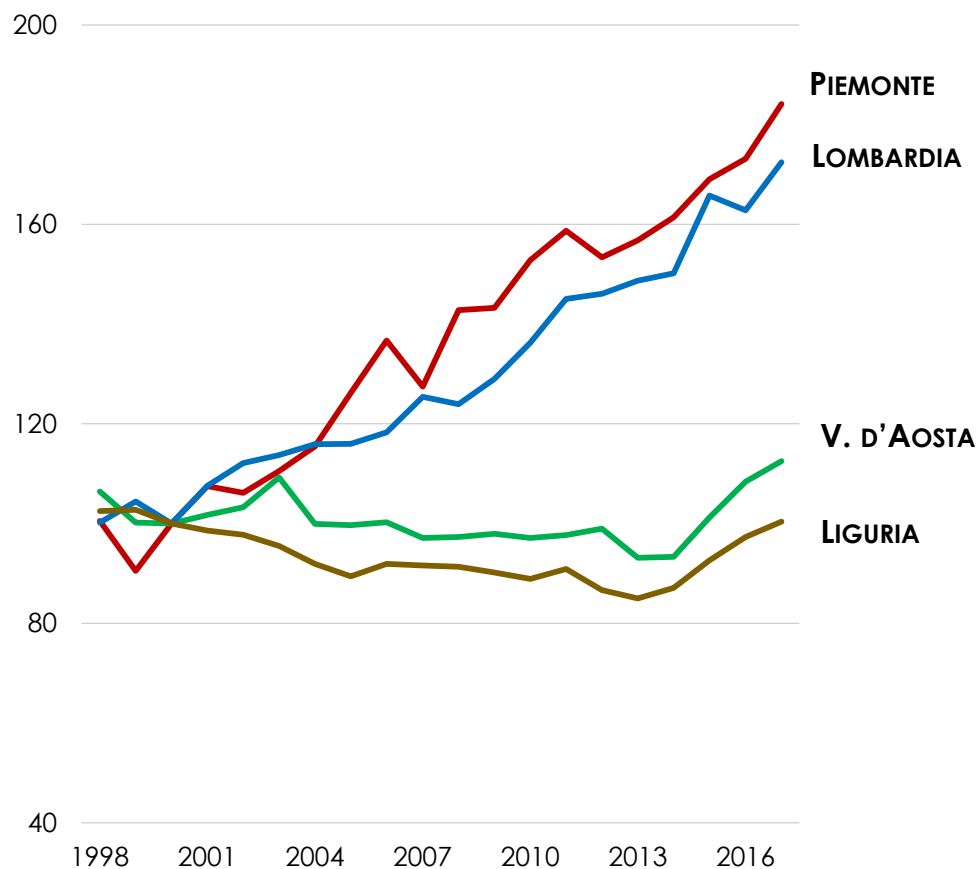


Valore aggiunto su totale Italia



UN NORD-OVEST DIVERSIFICATO

Presenze (2000=100)



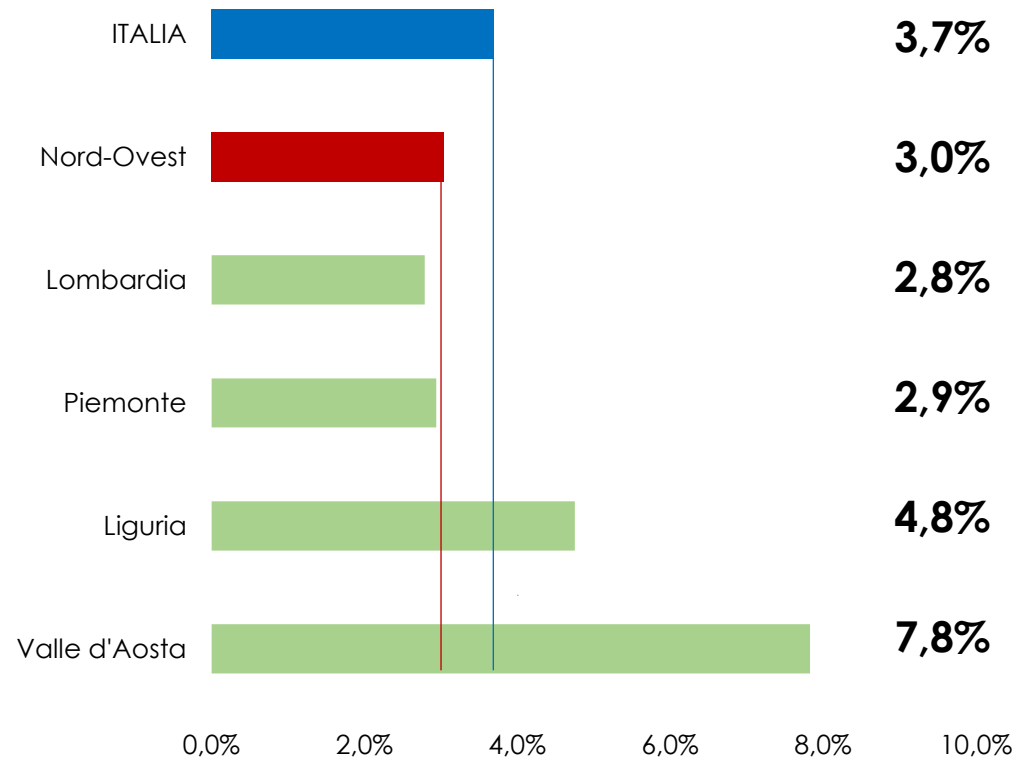
Crescita delle presenze più dinamica in Piemonte e Lombardia (con segnali positivi recenti anche in Liguria e Valle d'Aosta).

Liguria e Valle d'Aosta più vocate nel turismo (presenze e v.a. per abitante)

Piemonte e Lombardia più v.a. per presenza.

MARGINI DI CRESCITA PER TUTTE LE REGIONI

Valore aggiunto turismo in %



Il Nord-Ovest non è turistico quanto il resto d'Italia

ma questo può essere visto come

- un handicap
- un divario colmabile

3 SFIDE

A

CLIMA

PIÙ CALDO CON EVENTI ESTREMI

B

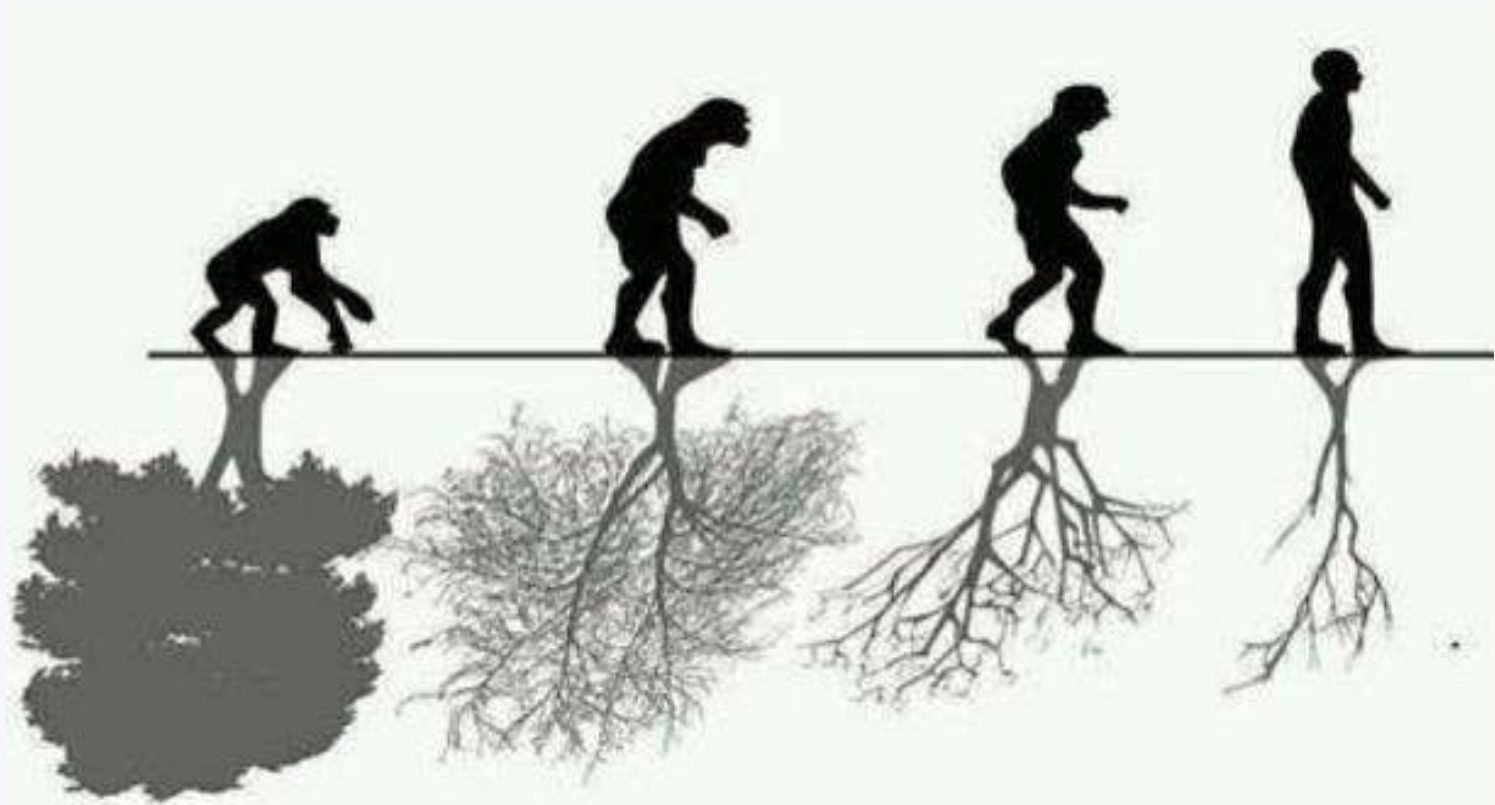
POPOLAZIONE

PIÙ GRANDE, PIÙ ANZIANA, PIÙ MISTA

C

TECNOLOGIA

5G, INTERNET DELLE COSE, ...

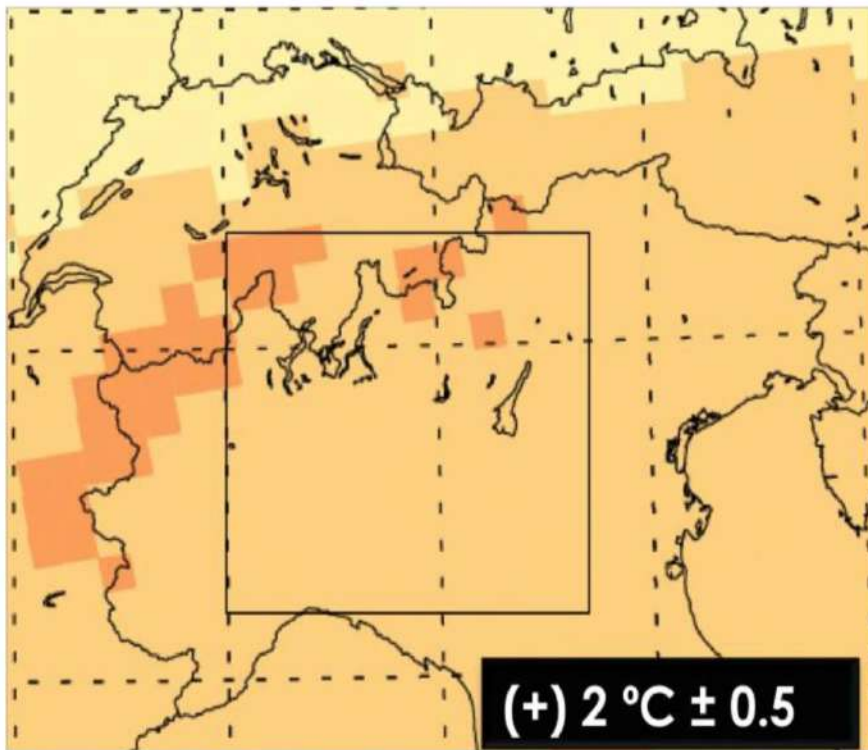


IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

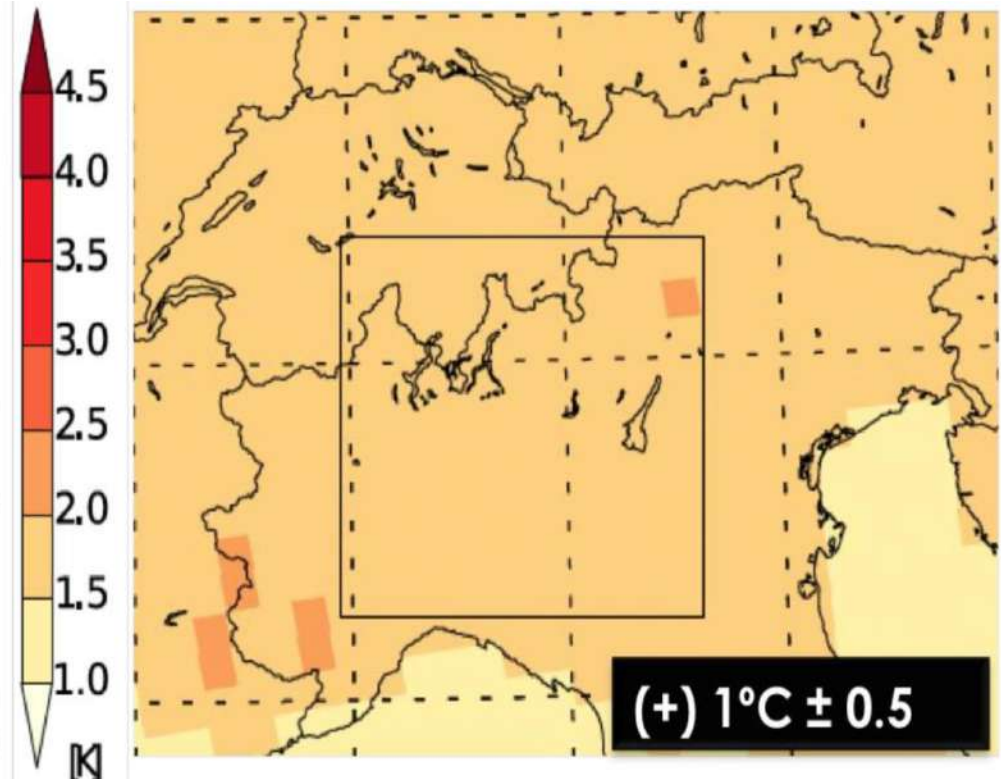
CLIMA PIÙ CALDO ED ESTREMO

Anomalie termometriche 2021-2050 rispetto alla media del periodo 1971-2000

Estate



Inverno



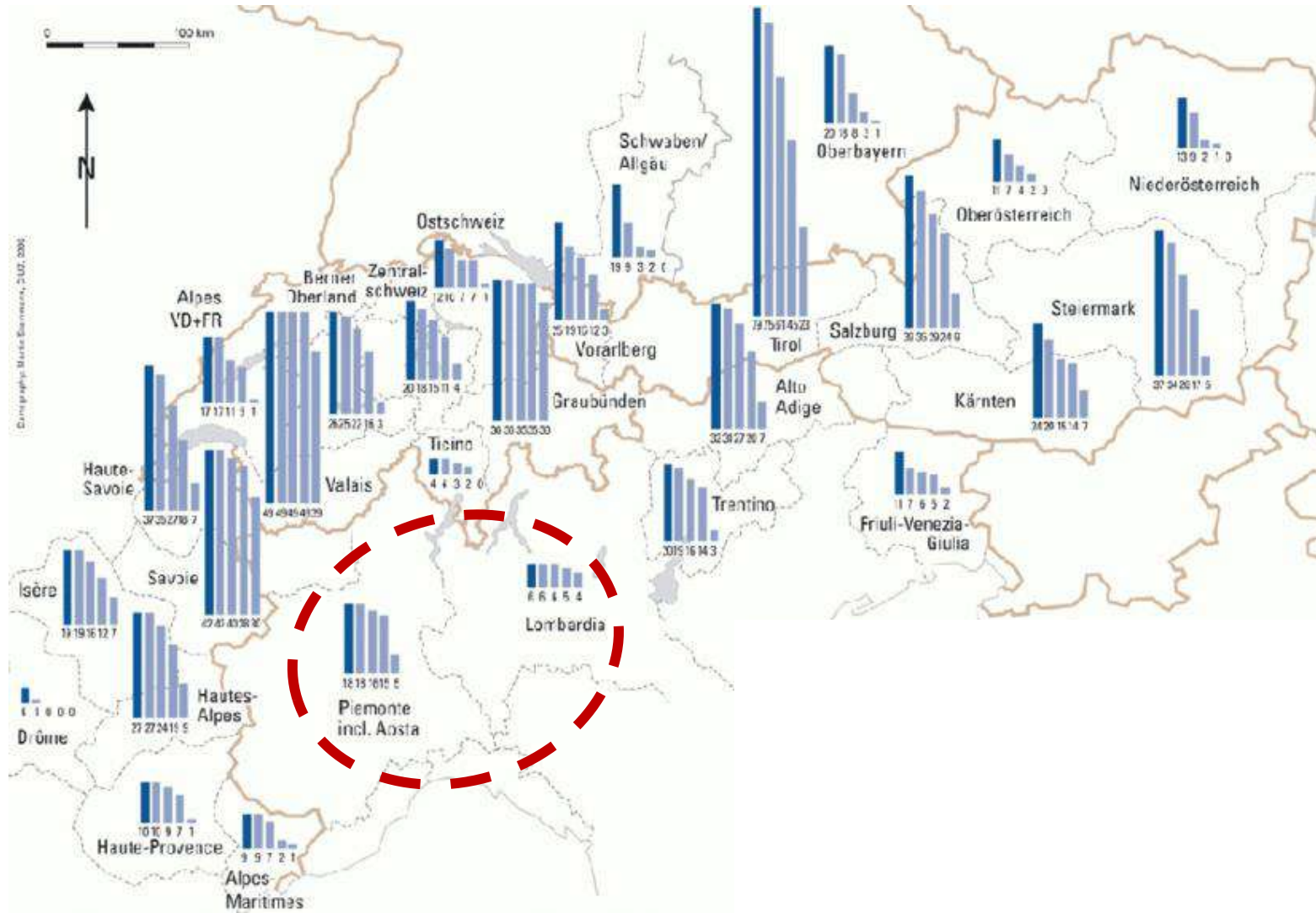
TURISMO INVERNALE A RISCHIO

Comprensori sciistici con certezza di innevamento naturale nelle condizioni climatiche attuali e future

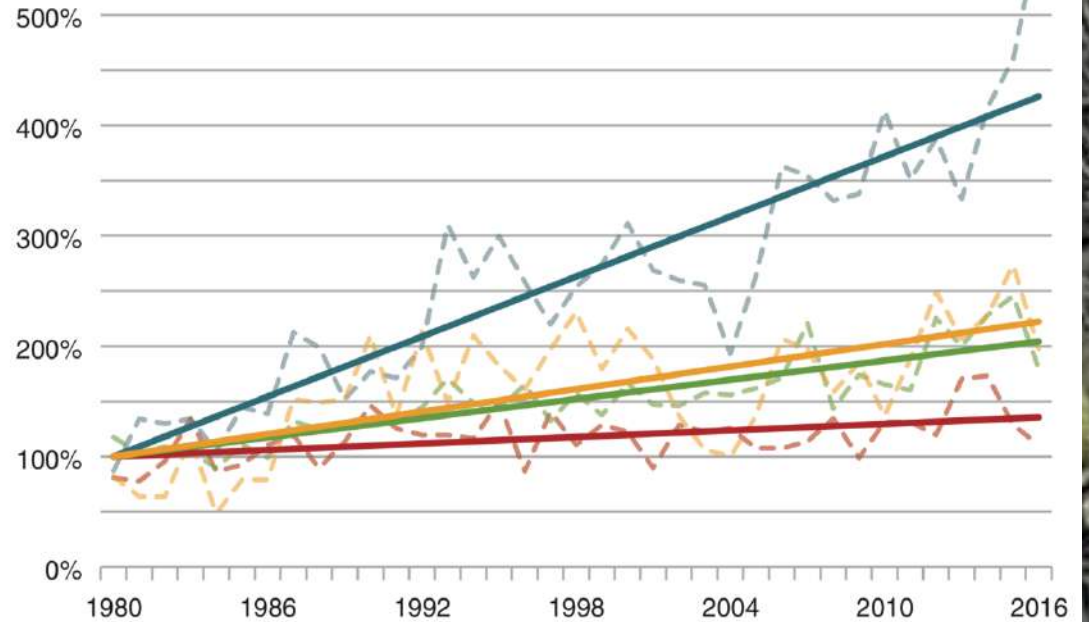
| Paese | Numero di comprensori | Certezza della neve oggi | +1 °C (≈2025) | +2 °C (≈2050) | +4 °C (≈2100) |
|----------|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Germania | 39 | 27 | 11 | 5 | 1 |
| Francia | 148 | 143 | 123 | 96 | 55 |
| Italia | 87 | 81 | 71 | 59 | 21 |
| Austria | 228 | 199 | 153 | 115 | 47 |
| Svizzera | 164 | 159 | 142 | 129 | 78 |
| Totale | 666 | 609 | 500 | 404 | 202 |

Fonte: Abegg et al. 2007, 32.

Numero di comprensori sciistici con certezza di innevamento naturale nelle condizioni climatiche attuali e future



AUMENTANO GLI EVENTI ESTREMI



- Geophysical events (earthquake, tsunami, volcanic eruption)
- Meteorological events (storm)
- Hydrological events (flood, mass movement)
- Climatological events (extreme temperature, drought, forest fire)

Trends in different types of natural catastrophe worldwide 1980–2016 (1980 levels set at 100%)
MunichRe NatCatSERVICE.

ADATTARSI AL CLIMA

Montagna

- Impianti e piste più in quota
- Innevamento artificiale
- Gestione della neve (snow farming-depositi, disegno pendenze, piste a nord)
- Estensione della stagione (climbing, trekking, biking con impianti di risalita)
- Diversificazione (formazione, fitness, eno-gastronomico, salute anche mentale)

Mare e fiumi

- Case e strade vicine all'acqua più adeguate e distanti
- Maggiore protezione dell'acqua (alghe)

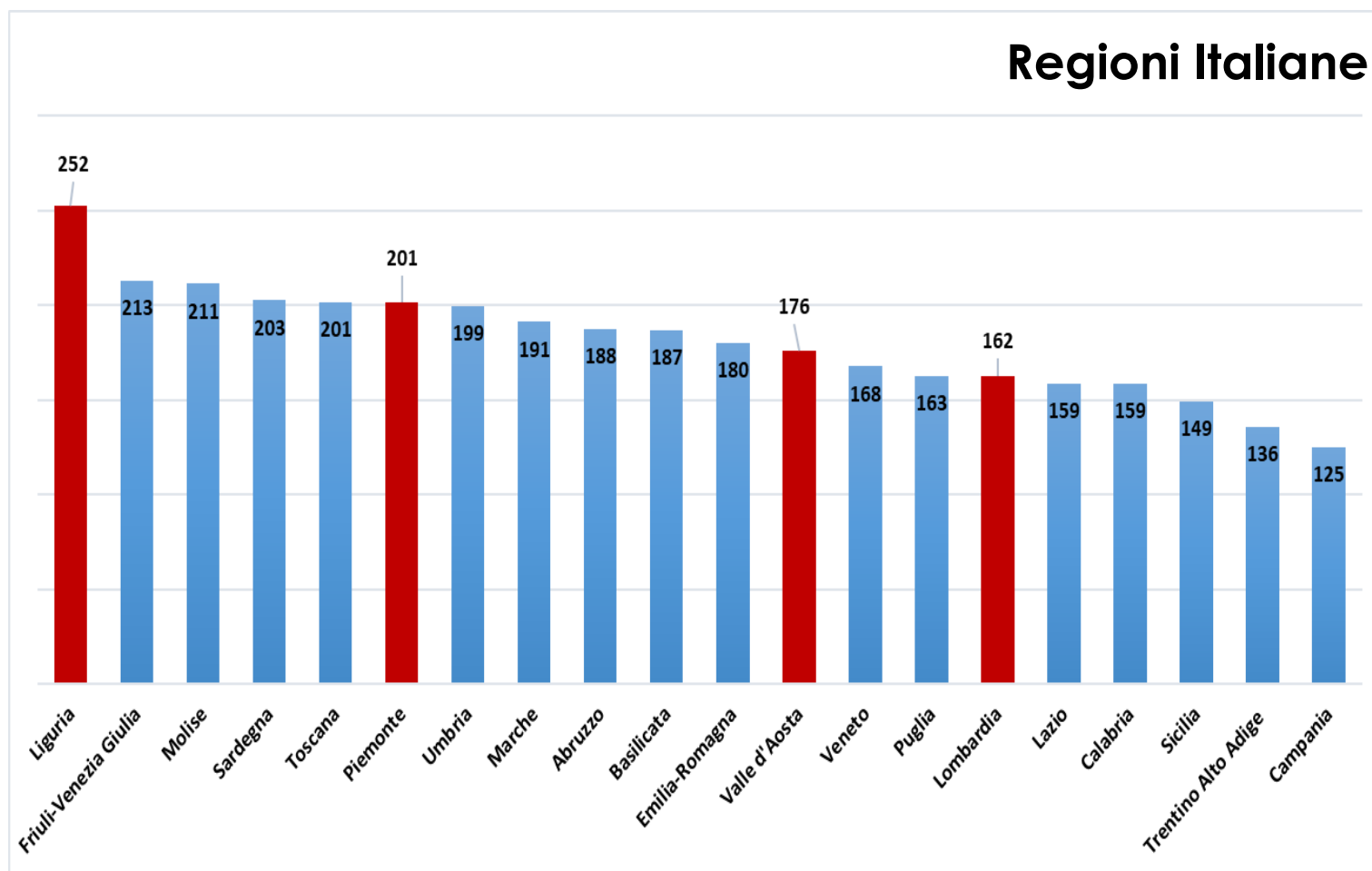
In generale

- Turisti più preparati (Raganello)
- Operatori più preparati (Rigopiano)
- Assicurazioni obbligatorie (in caso di evacuazione)
- Anti-incendio più capillare e tempestivo
- Edifici verdi (raffrescati)
- Certificazioni mirate

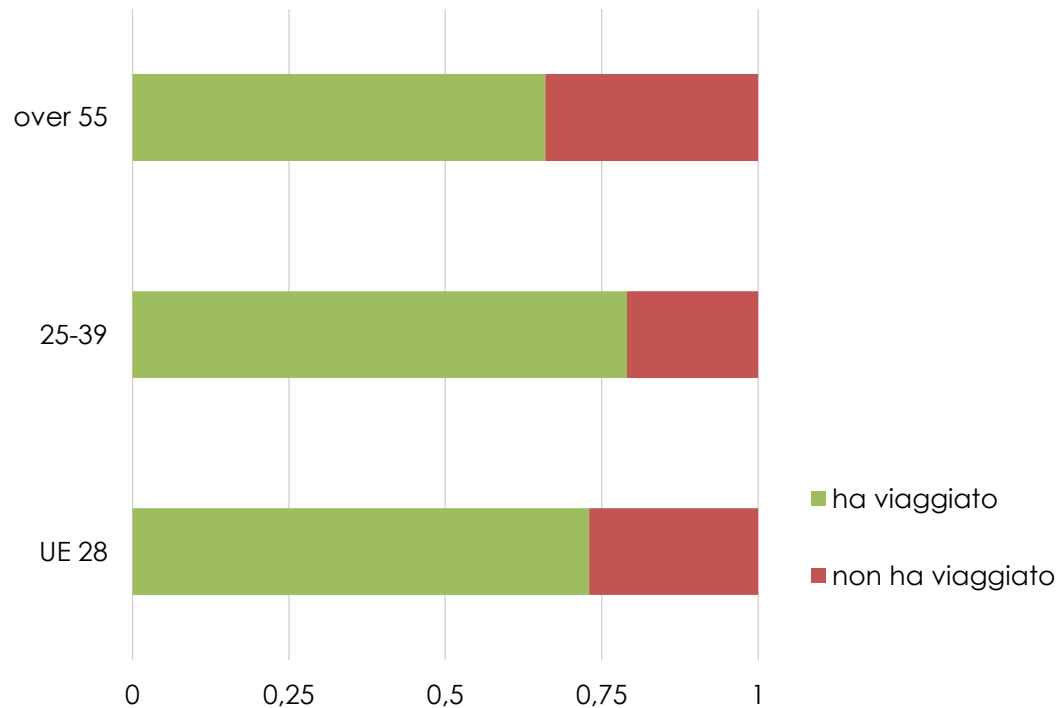


LA TRANSIZIONE DEMOGRAFICA

POPOLAZIONE CON CRESCENTE QUOTA DI ANZIANI



LA SILVER ECONOMY E IL TURISMO



Gli over 55 viaggiano meno dei giovani-adulti.

I giovani sono limitati da motivi economici

Gli over 55 dallo stato di salute, un aspetto sul quale ricettività, trasporti e molto altro possono fare la differenza.

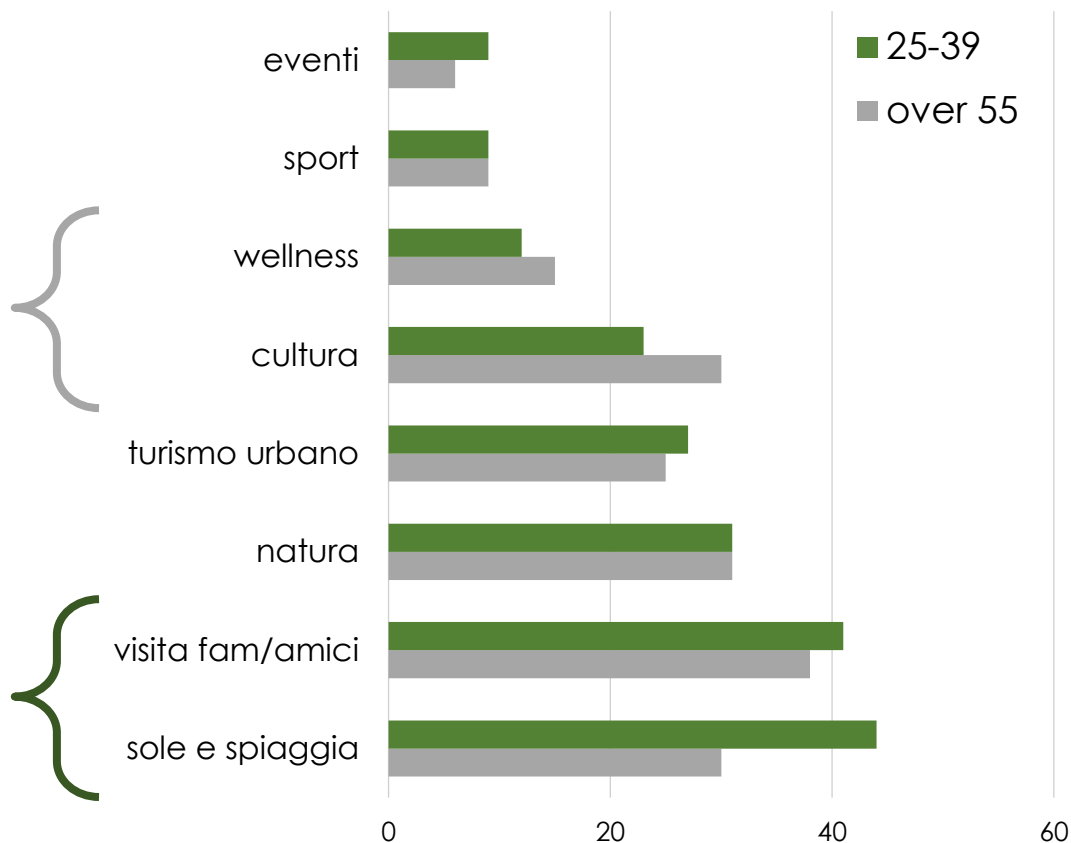
PERCHÉ VIAGGIANO GLI EUROPEI?

Le destinazioni che attraggono gli over 55 sono per lo più legate a wellness e cultura

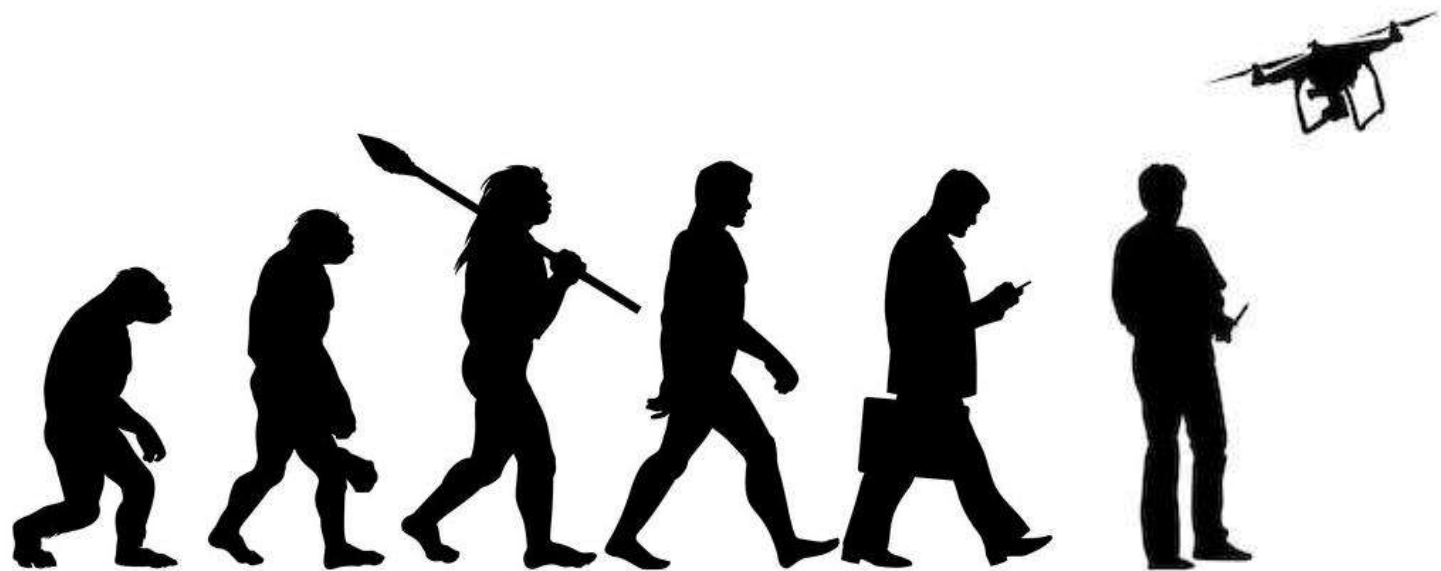
Giardini, siti naturali, parchi, pesca, enogastronomia, talassoterapia, camminate

Per i giovani contano di più divertimento e relazioni di gruppo


Sport, shopping, spiagge, parchi divertimento



Fonte Eurobarometer 2016



LE NUOVE TECNOLOGIE

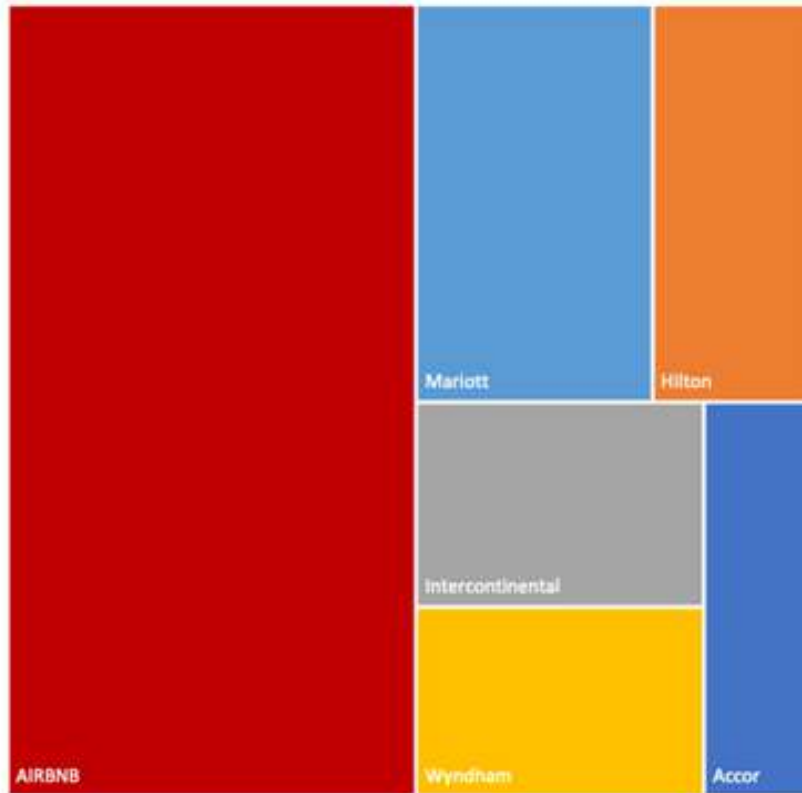


Internet delle cose, realtà aumentata, auto senza pilota: le novità in arrivo potrebbero sconvolgere gli scenari abituali del turismo.

Non si tratta solo di cambiare le forme di fruizione (come raggiungere i luoghi o come conoscerli): sono gli strumenti stessi di mediazione fra domanda e offerta che cambieranno, forse tanto profondamente come quando i computer e internet hanno quasi eliminato le agenzie di viaggio.

TRASFORMAZIONI PROFONDE MA SOPRATTUTTO VELOCI

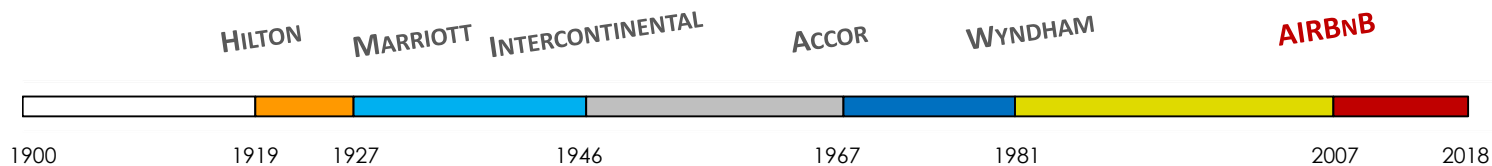
Numero di stanze (top 6 mondiali)



Uber ha superato per valore la General Motors.
Airbnb è nata nel 2007 e oggi è valutata 25 miliardi di dollari. Hilton, la catena alberghiera più importante al mondo, ne vale 19.

Con 1.164.668 camere Marriott International è il primo brand al mondo. Fondata nel 1927, ha impiegato 90 anni per arrivarci.

Marriott per arrivare a un milione di camere ha impiegato 58 anni, Airbnb ce ne ha messi 7.
In 10 anni è arrivata a 4.000.000 di camere e 400 milioni di ospiti



Waynaut. B2B, aggrega informazioni sui mezzi di trasporto tradizionali e innovativi permettendo una ricerca multimodale.

Travel Appeal. B2B, analizza in tempo reale i dati online del settore travel e li trasforma in consigli pratici per gli operatori del turismo

Travel4Target. C2C, Tour Operator per community: non organizza vacanze, ma viaggi evento, esperienze per gruppi di persone con interessi o stili di vita affini.

You Are My Guide. C2C, Pianifica la visita in una città con consigli su luoghi da visitare incrociando le informazioni su orari e condizioni meteo.

Musement. C2C, Un'app per decisioni on-the-go durante la visita di una città con i suggerimenti degli esperti locali.

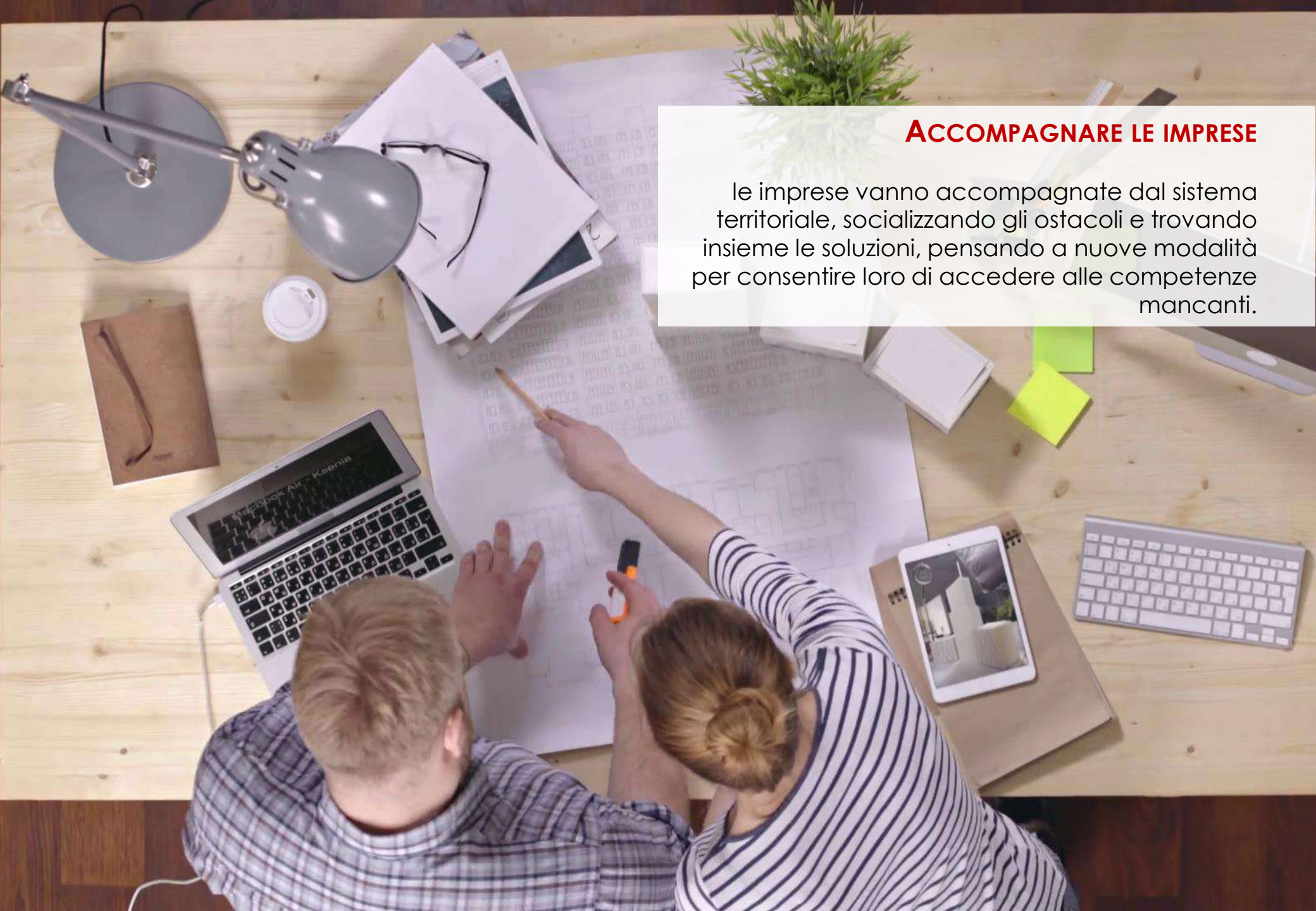
Monumeet. C2B, B2C. Crea il contatto tra guide turistiche certificate, direttori di musei e attrazioni con i turisti.

NUOVE NICCHIE DI SPECIALIZZAZIONE PER OPERATORI E TURISTI



ACCOMPAGNARE LE IMPRESE

Le imprese vanno accompagnate dal sistema territoriale, socializzando gli ostacoli e trovando insieme le soluzioni, pensando a nuove modalità per consentire loro di accedere alle competenze mancanti.





UNA CONCLUSIONE CHIAVE

A lungo si è considerato il turismo come un settore a sé

In realtà l'industria turistica riproduce al suo interno le chiavi interpretative dell'economia nel suo complesso

- Centralità del territorio
- Valorizzazione delle competenze
- Competitività
- Dotazione infrastrutturale



IERI: IMPRESE COMPETITIVE = TERRITORIO COMPETIVO
OGGI: TERRITORIO COMPETIVO = IMPRESE COMPETITIVE

**Tutto ciò che avete visto e molto altro
è scaricabile dal sito**

WWW. IRES.PIEMONTE.IT  **sezione NEWS**

Info

Maria Teresa Avato (ufficio stampa)

Cristina Bargerò (ricercatrice)

Carlo Alberto Dondona (ricercatore)

Maurizio Maggi (ricercatore)