

Secondo Forum Nazionale sul Turismo Sostenibile

18 novembre 2024
CastelBrando, Treviso

PRESENTAZIONE DI BENEDETTA BRIOSCHI



Founding partner



REGIONE DEL VENETO



Main partner

Consorzio di Tutela



PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO

Nell'ambito di:



La 2ª edizione del Rapporto Turismo Sostenibile e Patrimoni dell'umanità

AMBITI DI APPROFONDIMENTO DEL RAPPORTO STRATEGICO 2024:

- Quale **scenario di riferimento** per il settore del turismo in Italia
- Quale **valore della filiera del turismo** per il sistema-Paese
- L'incontro tra **domanda e offerta di turismo sostenibile** nei territori italiani
- Dalle radici alle nuove tendenze: quale **Agenda per l'Italia**

The European House Ambrosetti

RAPPORTO STRATEGICO SUL TURISMO SOSTENIBILE E I PATRIMONI DELL'UMANITÀ
2ª edizione

Dalle radici alle nuove tendenze: l'evoluzione del Turismo Sostenibile nei territori italiani

Founding Partner: REGIONE del VENETO
Main Partner: CONEGLIANO VALDOBBIADENE
Esercizio appannato al programma culturale: CLEMENDE CULTURALE

IL TURISMO SOSTENIBILE E I PATRIMONI DELL'UMANITÀ
Dalle Radici alle nuove tendenze
L'evoluzione del turismo sostenibile nei territori italiani
MAPPA CONCETTUALE

QUALE SCENARIO DI RIFERIMENTO PER IL SETTORE DEL TURISMO IN ITALIA

LA FILIERA ESTESA DEL TURISMO PER IL SISTEMA-PAESE

L'INCONTRO TRA DOMANDA E OFFERTA DEL TURISMO SOSTENIBILE NEI TERRITORI ITALIANI

DALLE RADICI ALLE NUOVE TENDENZE: QUALE AGENDA PER L'ITALIA



Un ringraziamento ai Partner dell'iniziativa

REGIONE VENETO

Luca Zaia (Presidente)

Federico Caner (Assessore a Fondi UE, Turismo, Agricoltura e Commercio estero, Regione Veneto)

Federico Meneghesso (Direttore della Presidenza, Regione Veneto)

Mauro Giovanni Viti (Direzione Turismo, Regione Veneto)

ASSOCIAZIONE PER IL PATRIMONIO DELLE COLLINE DEL PROSECCO DI CONEGLIANO E VALDOBBIADENE

Marina Montedoro (Presidente)

Giuliano Vantaggi (Site Manager)

Monica Zoppas (Assistant)

Mattia Pepe (Assistant)

Veronica Civiero (Social media manager)

Alessia Marsigalia (Ufficio Stampa Joya PR)

CONSORZIO DI TUTELA DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG

Franco Adami (Presidente)

Filippo Polegato (Consigliere)

Diego Tomasi (Direttore Generale)

Renata Toninato (Public relations and Communications manager)

CONSORZIO DI TUTELA DEL PROSECCO DOC

Giancarlo Guidolin (Presidente)

Luca Giavi (Responsabile Direttore Generale)

Elena Maccatrozzo (Communications manager)



REGIONE DEL VENETO



Struttura metodologica e attività



Le principali metodologie utilizzate



Analisi dei principali **trend di cambiamento** dello scenario di riferimento tramite database nazionali e internazionali



Elaborazione di **indicatori socio-economici chiave** che descrivono il ruolo del turismo a livello Nazionale e Regionale



Ricostruzione del valore del settore del turismo in Italia e della **filiera allargata** che coinvolge **16 settori** e **62 sotto-settori** economici



Analisi della specializzazione regionale dell'offerta con la costruzione di **12 Key Performance Indicator** (KPI) per le **5 macro-tipologie di turismo sostenibile**: turismo culturale-paesaggistico, enogastronomico, balneare-costiero, sportivo-outdoor e turismo legato agli eventi sportivi-culturali



Sviluppo di un **modello di matching della specializzazione regionale dell'offerta** per le diverse macro-tipologie di turismo sostenibile e rispondenza alla domanda nei diversi territori italiani



Elaborazione di **raccomandazioni e indirizzi di azione** per il futuro del turismo sostenibile in Italia

I 10 messaggi chiave del Rapporto Strategico

1. Il settore del turismo italiano si inserisce in uno **scenario macroeconomico e geopolitico incerto** ed è chiamato ad affrontare **cinque principali sfide** nei prossimi anni
2. Con quasi **450 milioni di presenze** turistiche annuali, l'Italia è la **3^a meta più visitata in UE-27** ed è al **4° posto per arrivi**. Nonostante l'«annus horribilis» 2020, dovuto alla pandemia, il settore si è risollevato rapidamente e **nel 2023 ha superato i livelli pre-pandemici**
3. Nonostante l'incertezza dello scenario internazionale, il turismo si conferma **un asset strategico per la competitività dell'Italia**, in **crescita su tutte le dimensioni** dal 2015
4. Il turismo in Italia sottende una filiera industriale e di servizio complessa e articolata: **16 settori economici e 62 sotto-settori**, per un Valore Aggiunto complessivo di **110 miliardi di Euro**, pari al **5,8% del PIL** italiano e **oltre 2,5 milioni di occupati**
5. Sono state analizzate **cinque macro-tipologie di turismo**: culturale-paesaggistico, enogastronomico, balneare-costiero, sportivo-outdoor e degli eventi sportivi e culturali. L'Italia può vantare un **posizionamento distintivo** in tutte queste declinazioni
6. Per la prima volta TEHA ha sviluppato un **modello per l'analisi della specializzazione regionale dell'offerta** per le diverse tipologie di turismo e la **rispondenza alla domanda** nei diversi territori italiani
7. Dall'analisi della domanda, emerge che il turismo **balneare-costiero e culturale-paesaggistico** insieme rappresentano il **70%** degli arrivi turistici e costituiscono i principali fattori di attrazione per l'Italia
8. Lo sviluppo dell'**offerta turistica** per le macro-tipologie identificate è eterogeneo all'interno del Paese. Un'ampia **varietà dell'offerta** rinforza il settore turistico e **contribuisce al mantenimento dei flussi** nel corso dell'anno
9. **Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Basilicata e Sicilia** sono le 5 Regioni caratterizzate da un **buon livello di matching tra domanda e offerta**
10. Per guidare la **transizione sostenibile del settore** del turismo italiano nei prossimi anni è necessaria una **visione-Paese unificante**, con alcune **proposte di azione concrete**

MESSAGGIO 1

Il settore del turismo italiano si inserisce in uno **scenario macroeconomico e geopolitico incerto** ed è chiamato ad affrontare **cinque principali sfide** nei prossimi anni

Le principali sfide per il turismo italiano nei prossimi anni



CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il cambiamento climatico influenza la scelta della destinazione per il **51%** dei turisti internazionali

1



RICERCA DI METE MENO COSTOSE

Calo nella scelta di mete nazionali da parte degli italiani (-**21%**) a favore di mete internazionali meno costose (Portogallo, +**383%** e Malta, +**173%**)

5

CONFLITTI INTERNAZIONALI



La Russia era il **10°** Paese di provenienza dei turisti internazionali in Italia nel **2019** (vs. **28°** nel **2023**, -**18 posizioni** e -**72%** di turisti)

2

Le sfide per il settore turistico italiano

4



OVERTOURISM

75% dei turisti si concentra nell'**4%** del territorio italiano e la Città di Venezia con lo **0,1%** della superficie italiana accoglie il **12%** del totale nazionale

3

RIMBALZO INFLATTIVO DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE



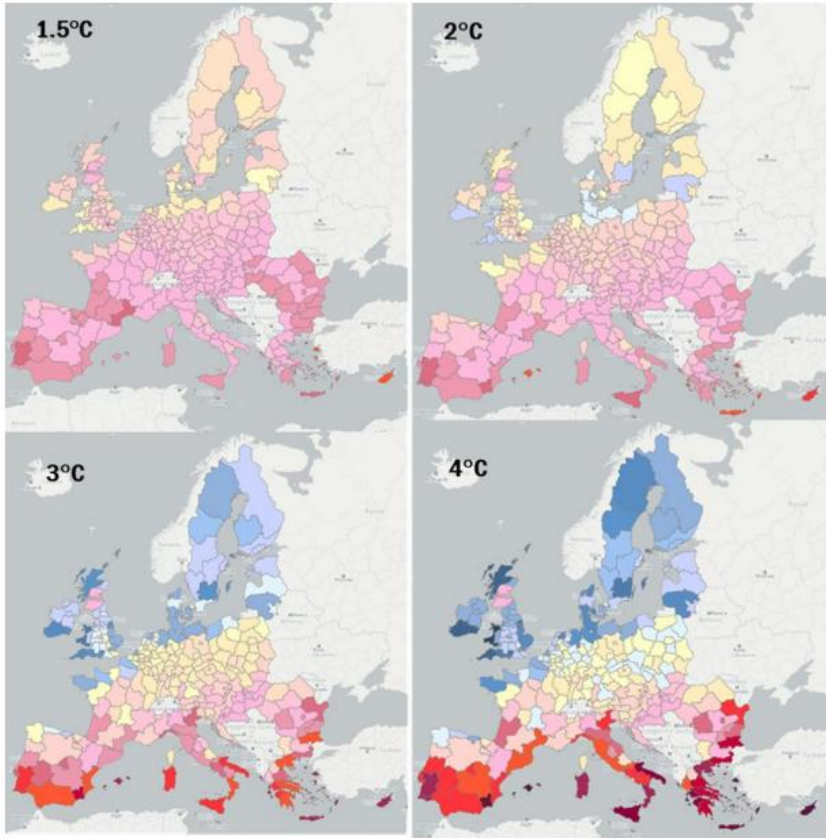
Dalla primavera del 2022 il tasso di crescita dei prezzi è superiore all'indice generale (**4,2%** vs. **1%** ad agosto 2024)

All'aumentare delle temperature i flussi turistici in Italia rischiano di contrarsi fino al 2%

1

CAMBIAMENTO CLIMATICO

Variazione dei flussi turistici in Europa a seconda dell'aumento delle temperature (var. % rispetto al 2019), 2024



Scenario climatico	Impatto sui flussi turistici italiani
+1,5°C	+0,03%
+2,0°C	+0,06%
+3,0°C	-0,54%
+4,0°C	-1,69%

- All'aumento delle **temperature di 4,0°C** i flussi turistici in Italia rischiano di **contrarsi** fino al **2%**, con variazioni tra le diverse Regioni
- Oltre il **51% dei turisti** è **influenzato dal cambiamento climatico** nelle proprie decisioni di vacanza
- I **turisti stranieri nei siti UNESCO** italiani diminuiscono del **-25%** nei **mesi estivi**

Legenda

TEHA



Fonte: elaborazione TEHA Group su su dati JRC Commissione Europea e ENIT, 2024

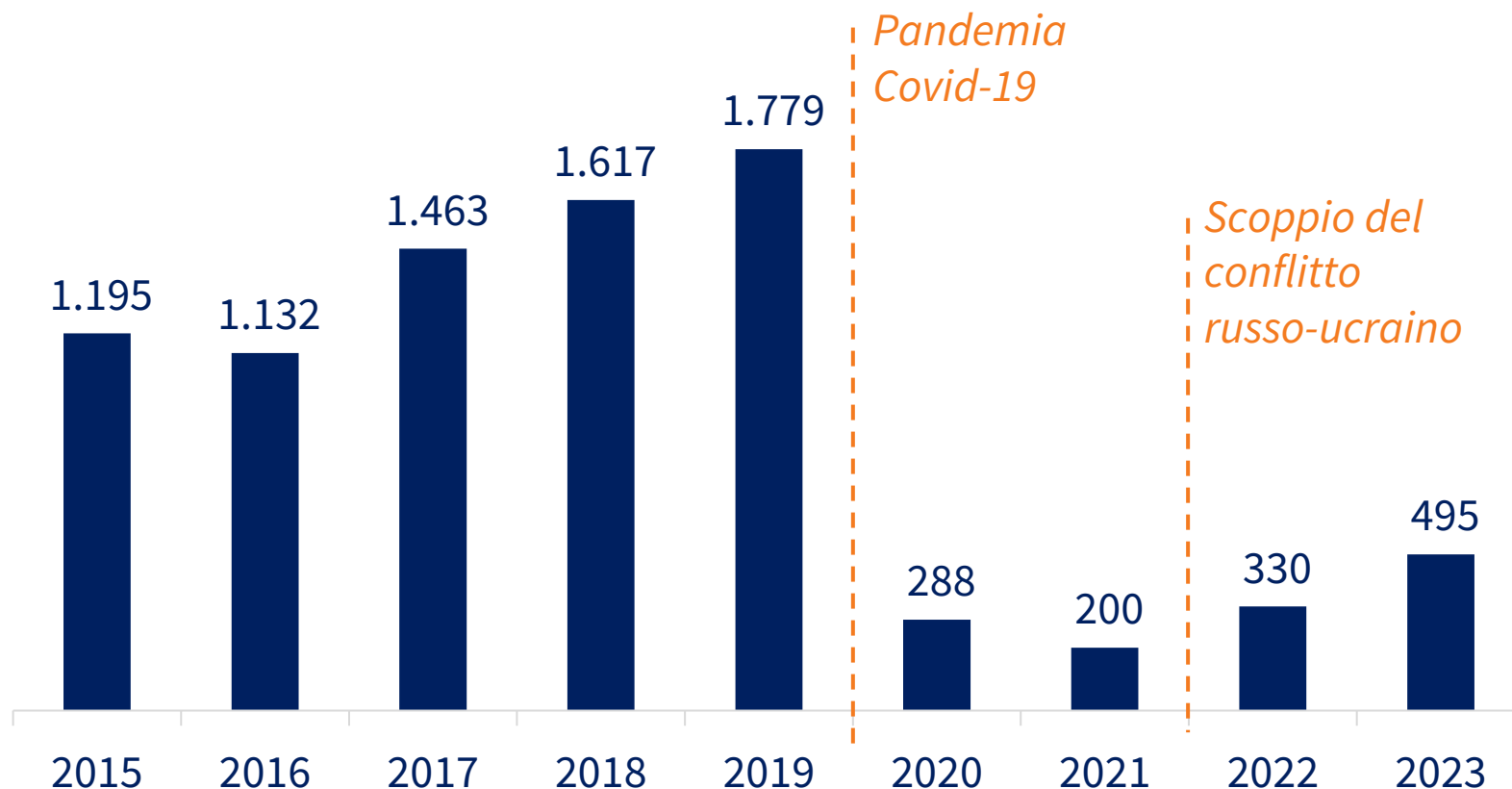


La situazione geopolitica internazionale ha portato ad una riduzione del 72% degli arrivi di turisti russi in Italia tra il 2019 e il 2023

2

CONFLITTI
INTERNAZIONALI

Arrivi di turisti russi in Italia
(migliaia di turisti), 2015-2023



- La **situazione geopolitica internazionale** porta cambiamenti significativi nei flussi turistici
- Nel **2019** la **Russia** era **10° Paese** di provenienza per arrivi turistici in Italia
- Nel **2023**, il numero di arrivi si è ridotto del **-72%** rispetto al 2019, rendendo la Russia il **28° Paese** di provenienza per arrivi turistici in Italia

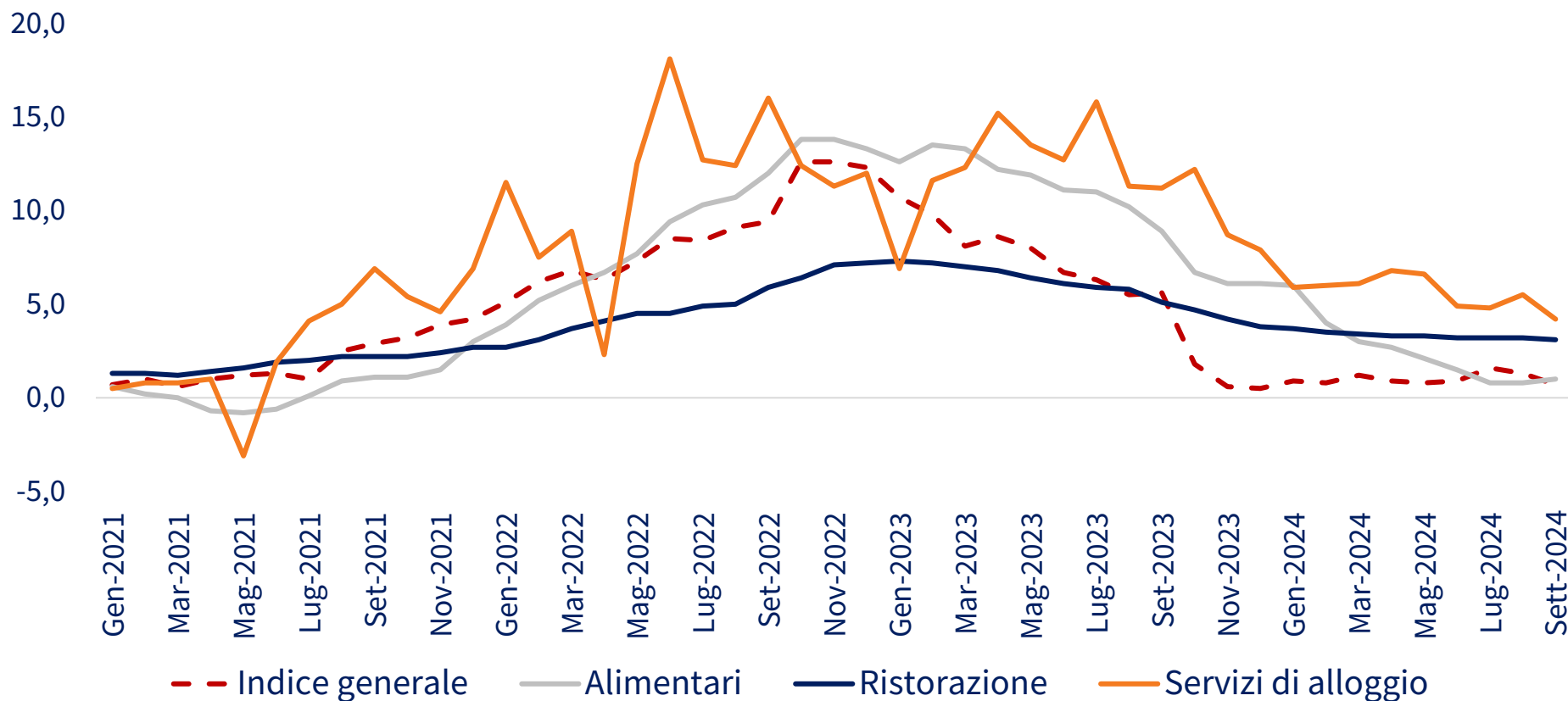
I servizi ricettivi e alberghieri hanno subito l'inflazione più alta registrata in Italia, raggiungendo +18,0% a giugno 2022 (vs. 8,5% medio)

3

RIMBALZO INFLATTIVO

Indice armonizzato dei prezzi al consumo in Italia per l'intera economia, per alimentazione, ristorazione e servizi ricettivi

(var. % tendenziali), gennaio 2021 - settembre 2024



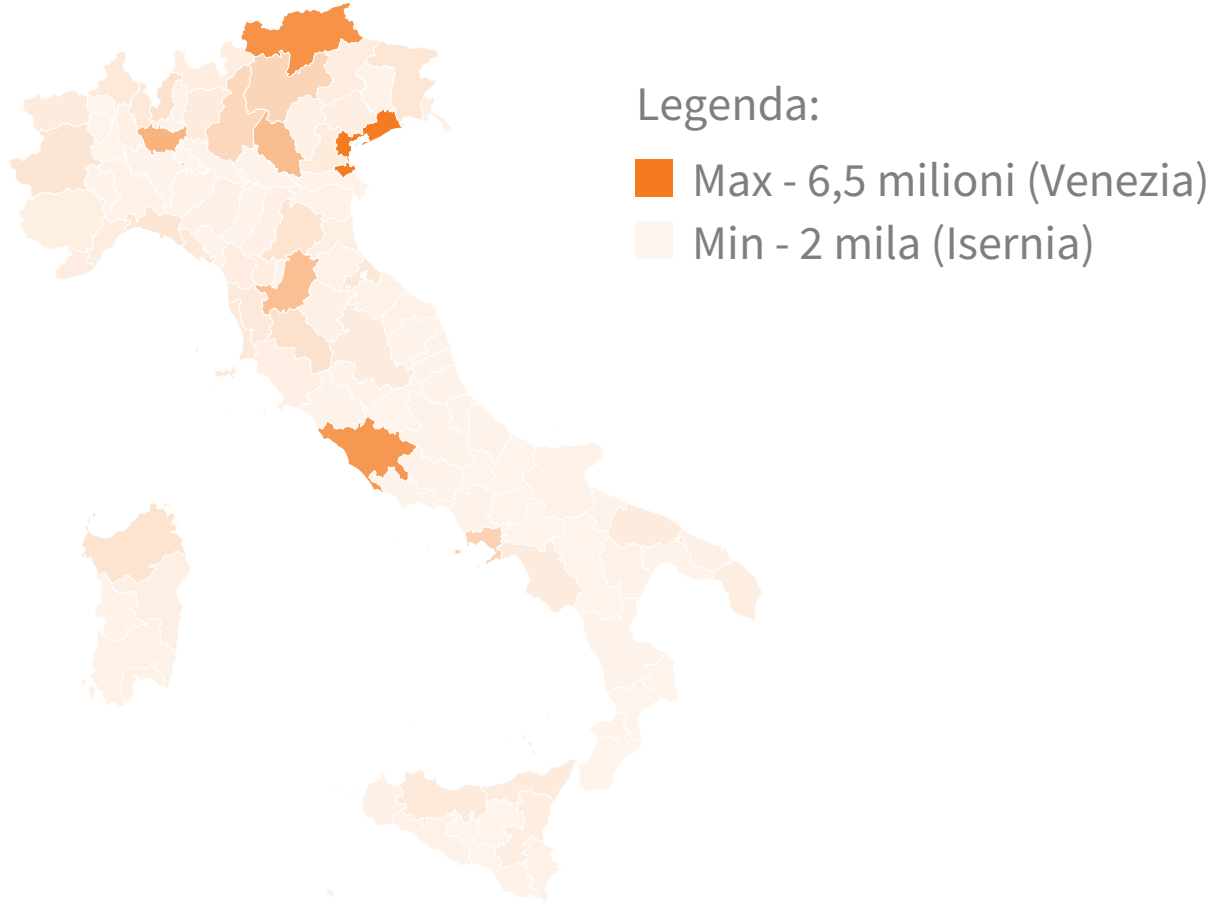
Le attività alberghiere sono state il settore a raggiungere **l'inflazione più alta** in Italia nell'estate del 2022 e mantengono ad oggi una crescita mensile **superiore all'indice generale**

Nel 2022 il 75% dei turisti in Italia si è concentrato nel 4% della superficie nazionale

4

OVERTOURISM

Arrivi turistici per Provincia italiana (milioni di turisti), 2022



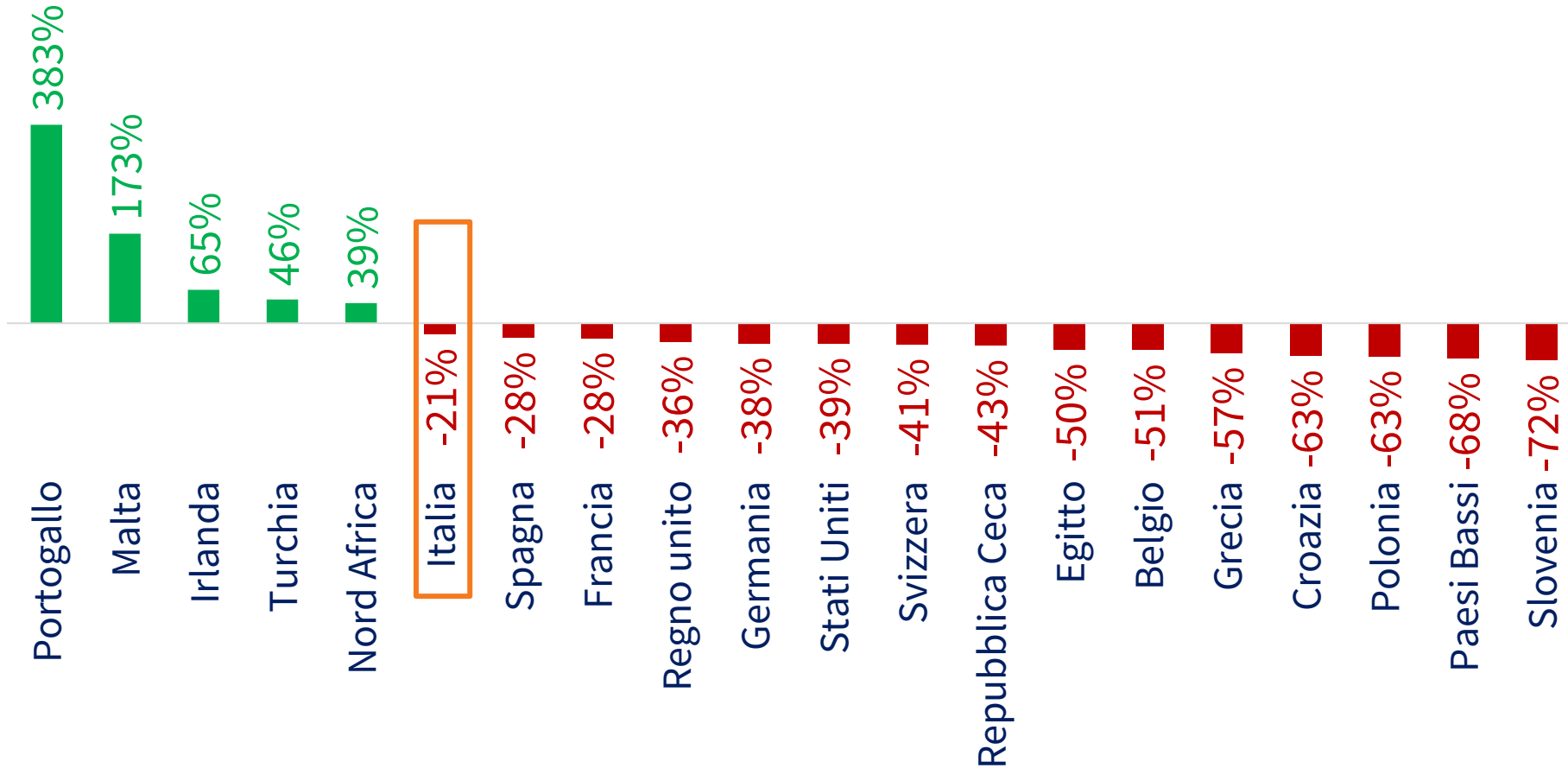
- Nel 2022 il **75% degli arrivi** turistici in Italia si è concentrato nel **4% della superficie**
- La Città di **Venezia** costituisce lo **0,1% della superficie italiana**, ma ha ospitato il **12% del totale degli arrivi** in Italia

Rispetto al periodo pre-Covid, i turisti italiani si sono orientati verso mete internazionali meno costose, a discapito di destinazioni nazionali

5

METE MENO COSTOSE

Variazione della scelte di mete turistiche da parte dei turisti italiani (var. %), 2023 vs. 2019



Rispetto al periodo pre-pandemico, i turisti italiani prediligono **mete estere meno costose** rispetto alle mete nazionali

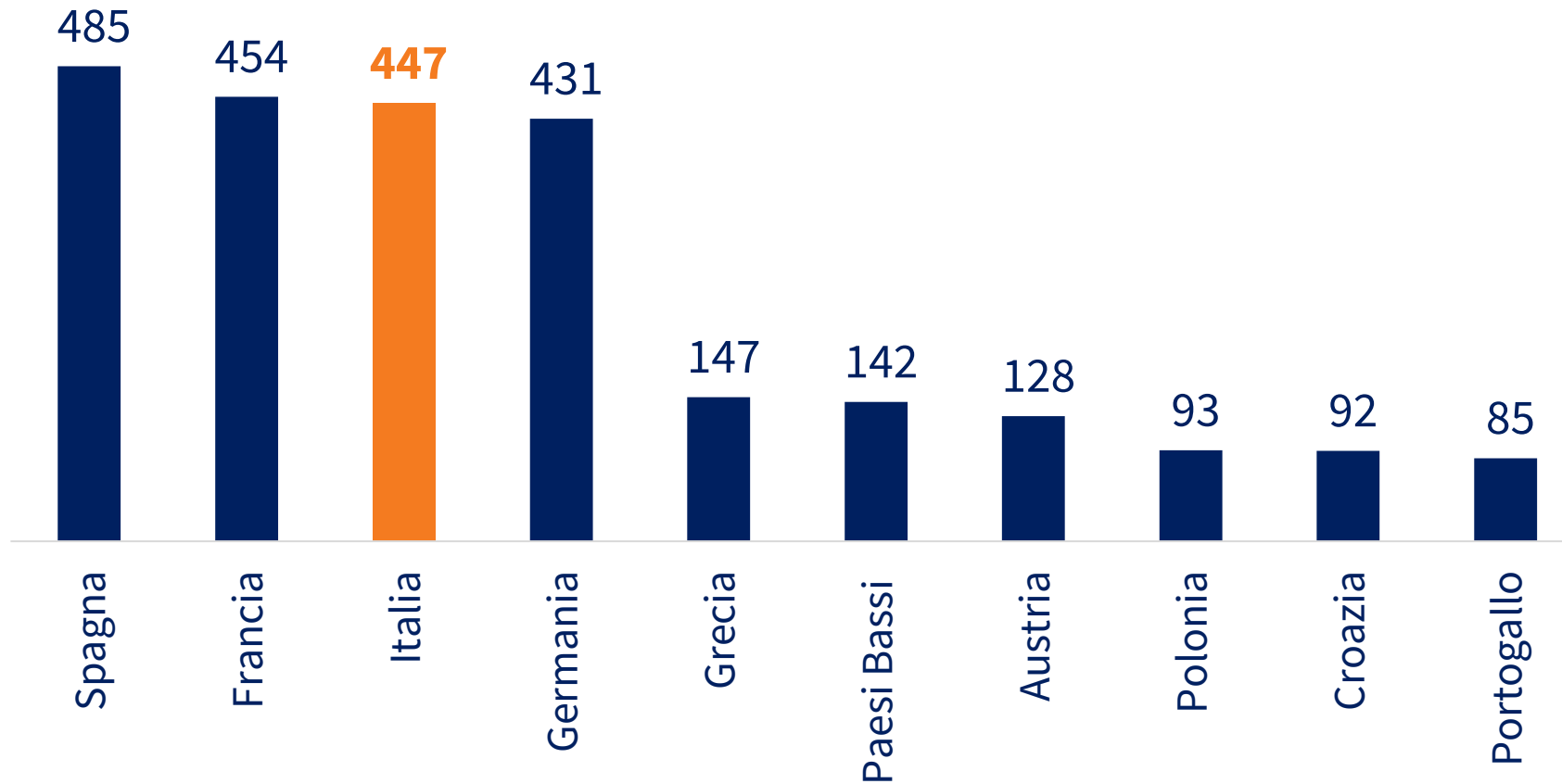
MESSAGGIO 2

Con quasi **450 milioni di presenze** turistiche annuali, l'Italia è la **3^a meta più visitata in UE-27** ed è al **4° posto per arrivi**.

Nonostante l'«annus horribilis» 2020, dovuto alla pandemia, il settore si è risollevato rapidamente e **nel 2023 ha superato i livelli pre-pandemici**

Con quasi 450 milioni di presenze turistiche annuali, l'Italia è la 3^a meta più visitata in UE-27...

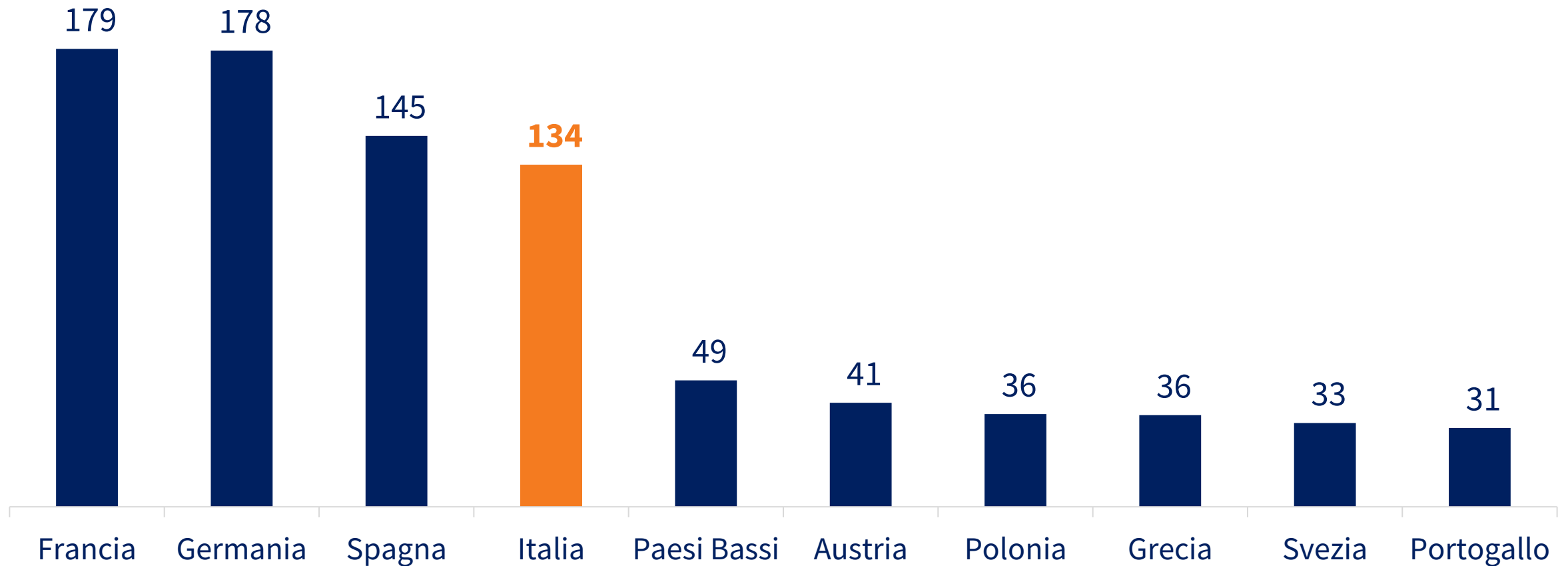
Primi 10 Paesi UE-27 per presenze turistiche
(milioni di presenze), 2023



Il turismo in crescita nei primi mesi* del 2024:
le presenze totali aumentano del **+3,4%** vs. 2023 e la crescita è trainata soprattutto dalle presenze estere (**+10%**), mentre quella italiana è in lieve calo (**-2,1%**)

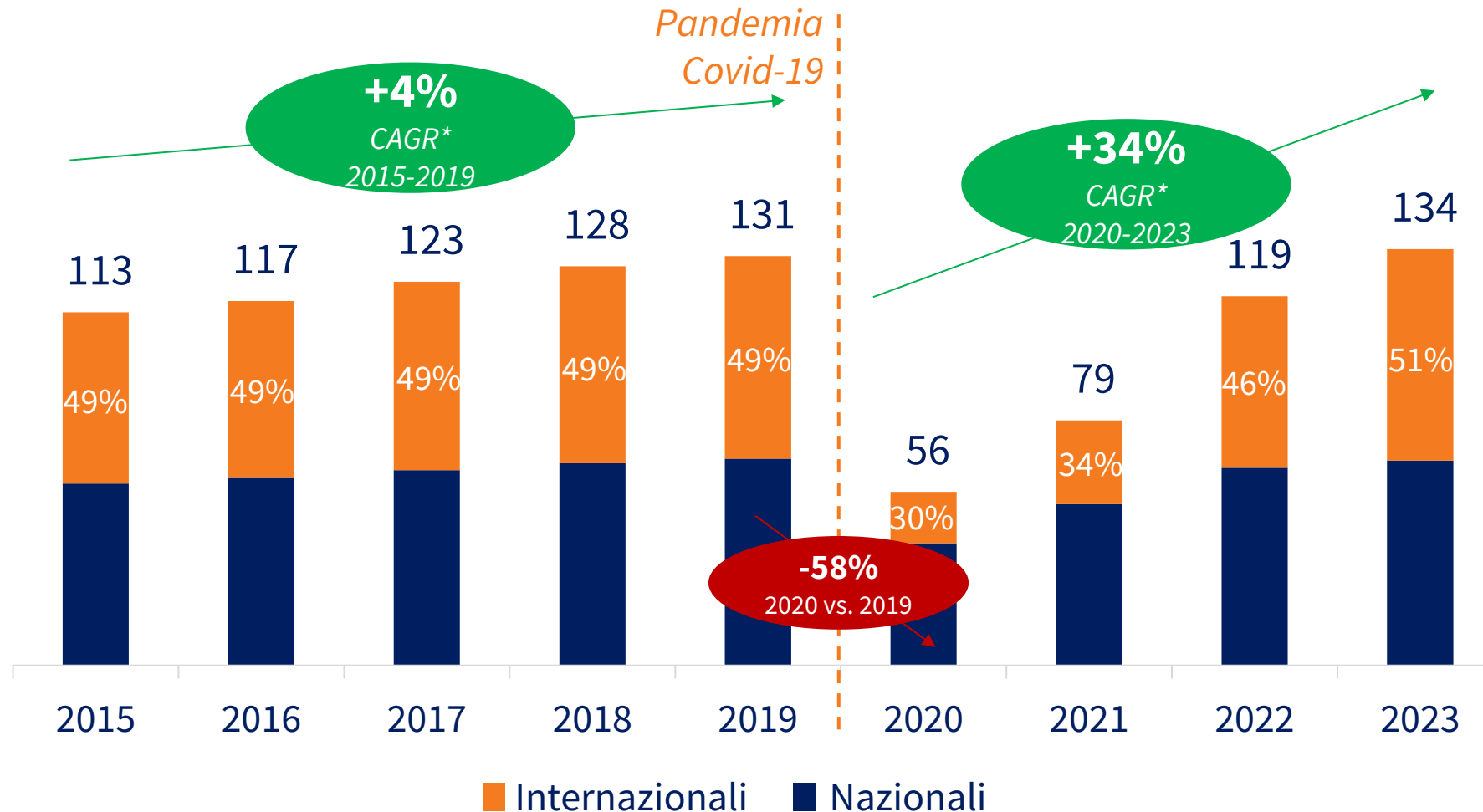
... ed è al 4° posto per arrivi turistici

Primi 10 Paesi UE-27 per arrivi turistici
(milioni di arrivi), 2023



La pandemia di Covid-19 ha interrotto un importante trend di crescita nel settore turistico provocando una contrazione del 58% degli arrivi

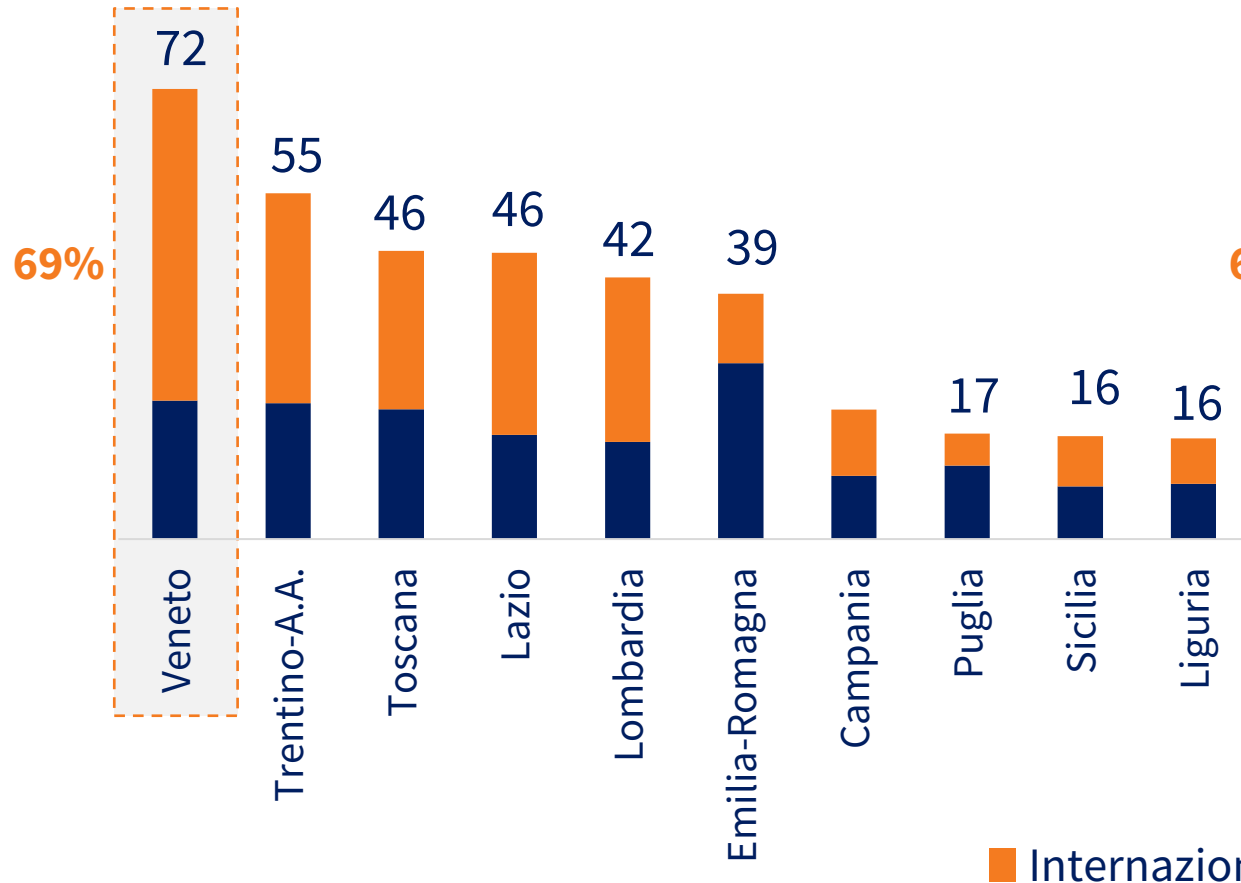
Totale arrivi in Italia (milioni di turisti e % su totale), 2015-2023



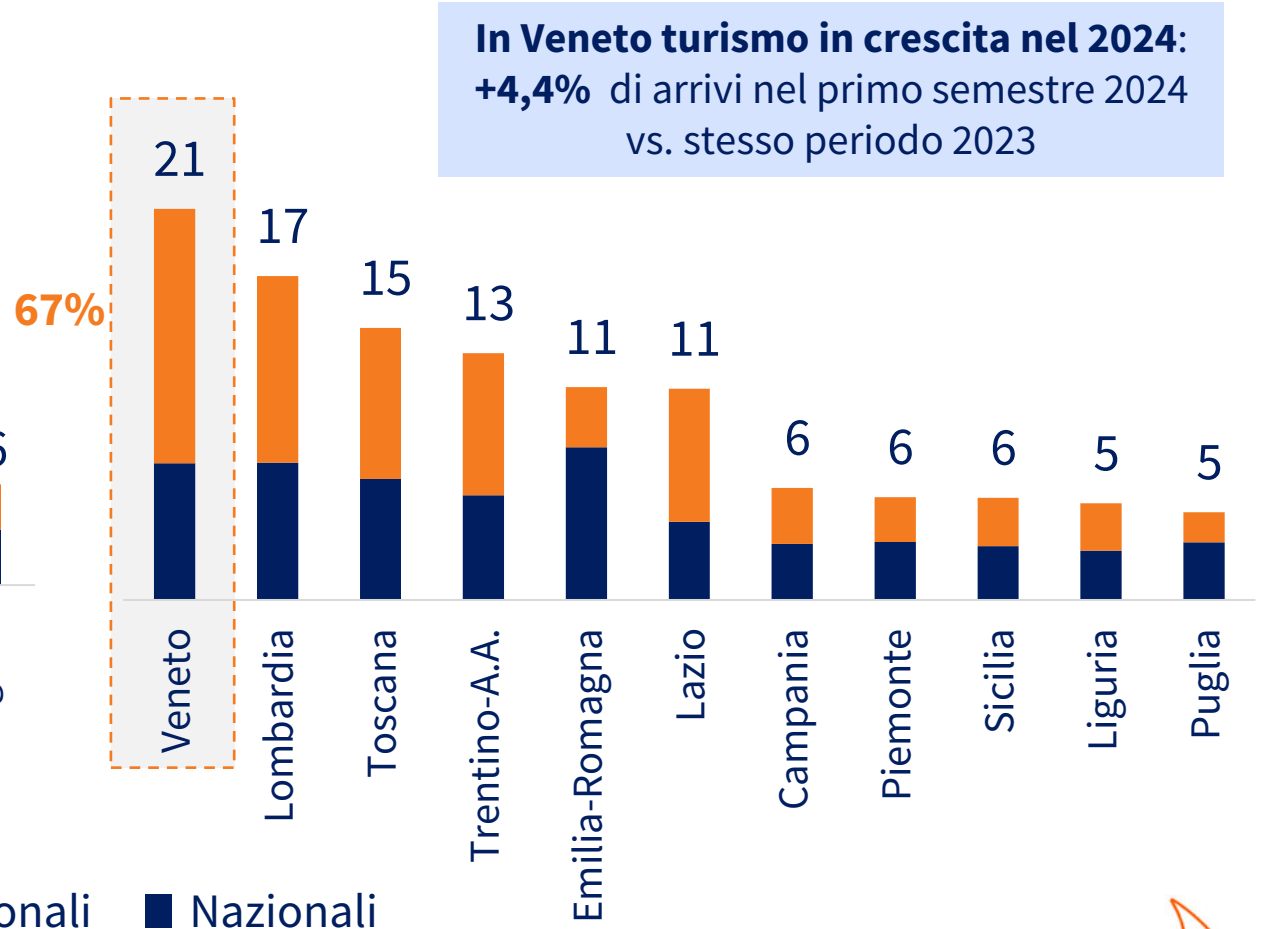
Nel 2020 la pandemia di **Covid-19** ha provocato una **contrazione di arrivi in Italia** pari al **-58%** rispetto al 2019. La riduzione è stata maggiormente accentuata per gli **arrivi internazionali: -75%**

Nel 2023 il Veneto è la 1^a Regione italiana per presenze e arrivi turistici, con quasi il 70% dall'estero

Prime 10 Regioni italiane per presenze turistiche (milioni di presenze), 2023



Prime 10 Regioni italiane per arrivi turistici (milioni di arrivi), 2023



In Veneto turismo in crescita nel 2024:
+4,4% di arrivi nel primo semestre 2024
vs. stesso periodo 2023

MESSAGGIO 3

Nonostante l'incertezza dello scenario internazionale,
il turismo si conferma **un asset strategico per la competitività dell'Italia,**
in **crescita su tutte le dimensioni** dal 2015

Il turismo si conferma un asset strategico per la competitività del Paese, in crescita su tutte le dimensioni dal 2015



€23,9 mld

Fatturato

+6% vs. 2015



€11,2 mld

Valore Aggiunto

+12% vs. 2015



298.000

Occupati

+15% vs. 2015



54.400

Imprese*

+13% vs. 2015



€2,6 mld

Investimenti

+56% vs 2015

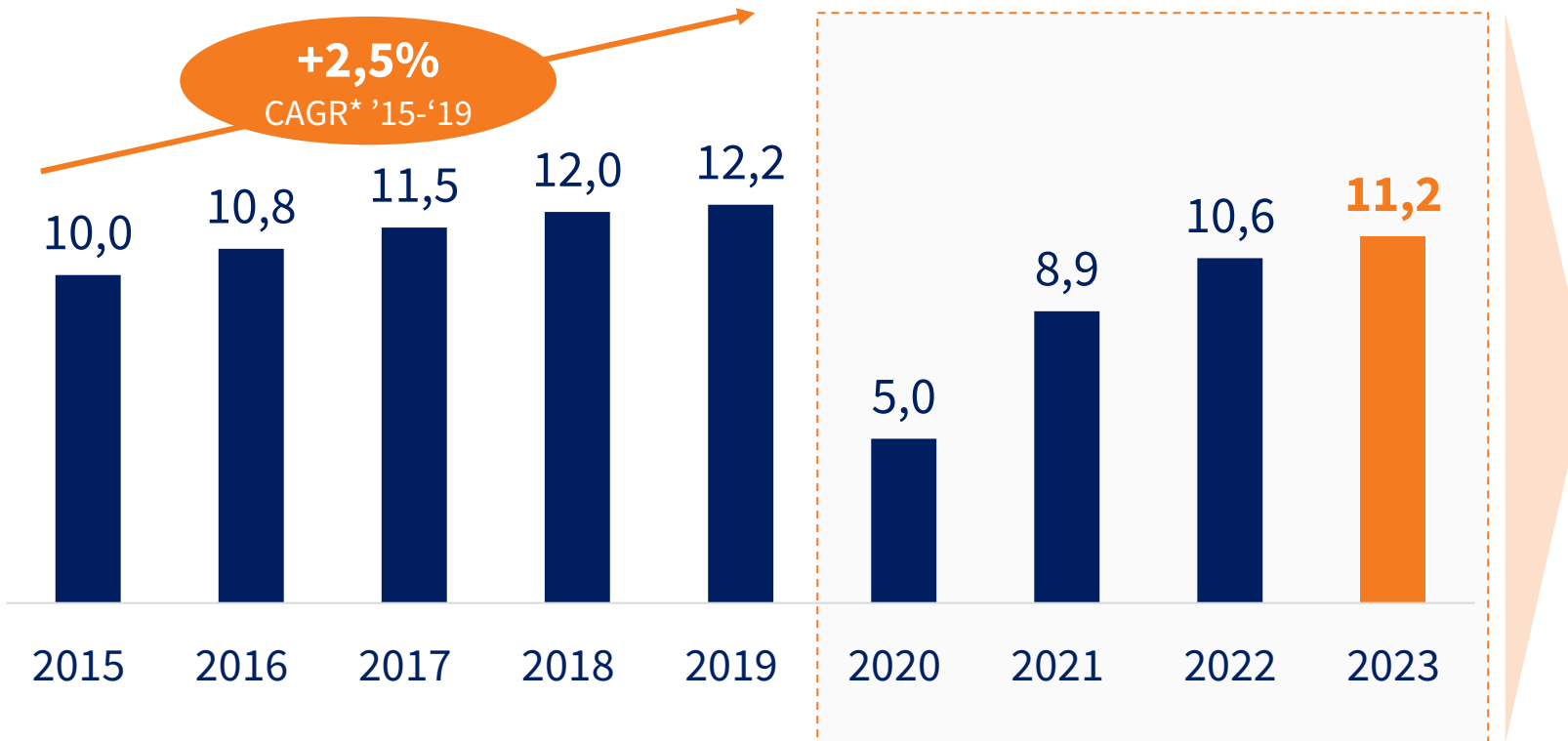
N.B. I dati fanno riferimento al 2023 o all'ultimo anno disponibile

(*) Il numero di imprese comprende anche le micro imprese che ammontano a 25.325 nel 2022.

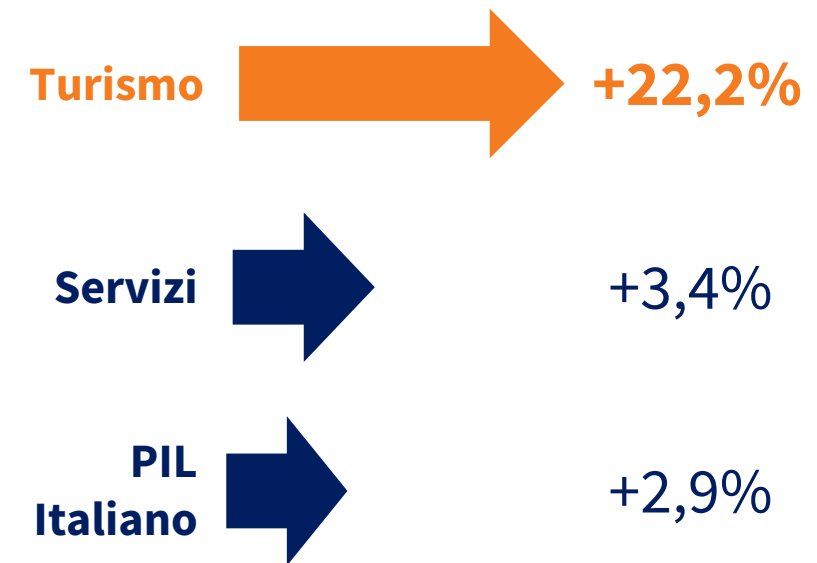
Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat e Eurostat, 2024

Con 11,2 miliardi di Valore Aggiunto, il settore registra una crescita annua nel post-pandemia del 22%, 6 volte i servizi e 7,5 volte il PIL

Valore Aggiunto nel settore del turismo (miliardi di Euro), 2015-2023

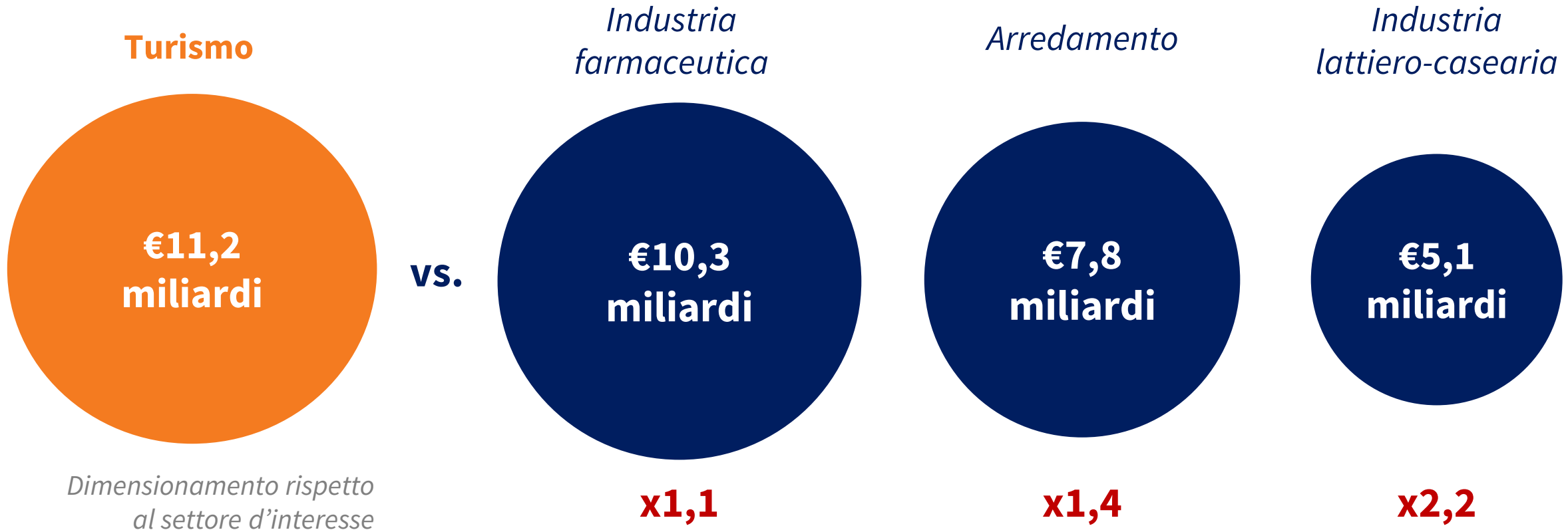


Benchmarking tra il turismo e i comparti nazionali (CAGR*), 2020-2023



Il turismo ha un Valore Aggiunto comparabile a quello dell'industria farmaceutica, 1,4 volte l'arredo e oltre 2 volte il lattiero-caseario

Valore Aggiunto del turismo e confronto con altri settori italiani (miliardi di Euro), 2023



MESSAGGIO 4

Il turismo in Italia sottende una filiera industriale e di servizio complessa e articolata: **16 settori economici e 62 sotto-settori**, per un Valore Aggiunto complessivo di **110 miliardi di Euro**, pari al **5,8% del PIL** italiano e **oltre 2,5 milioni di occupati**

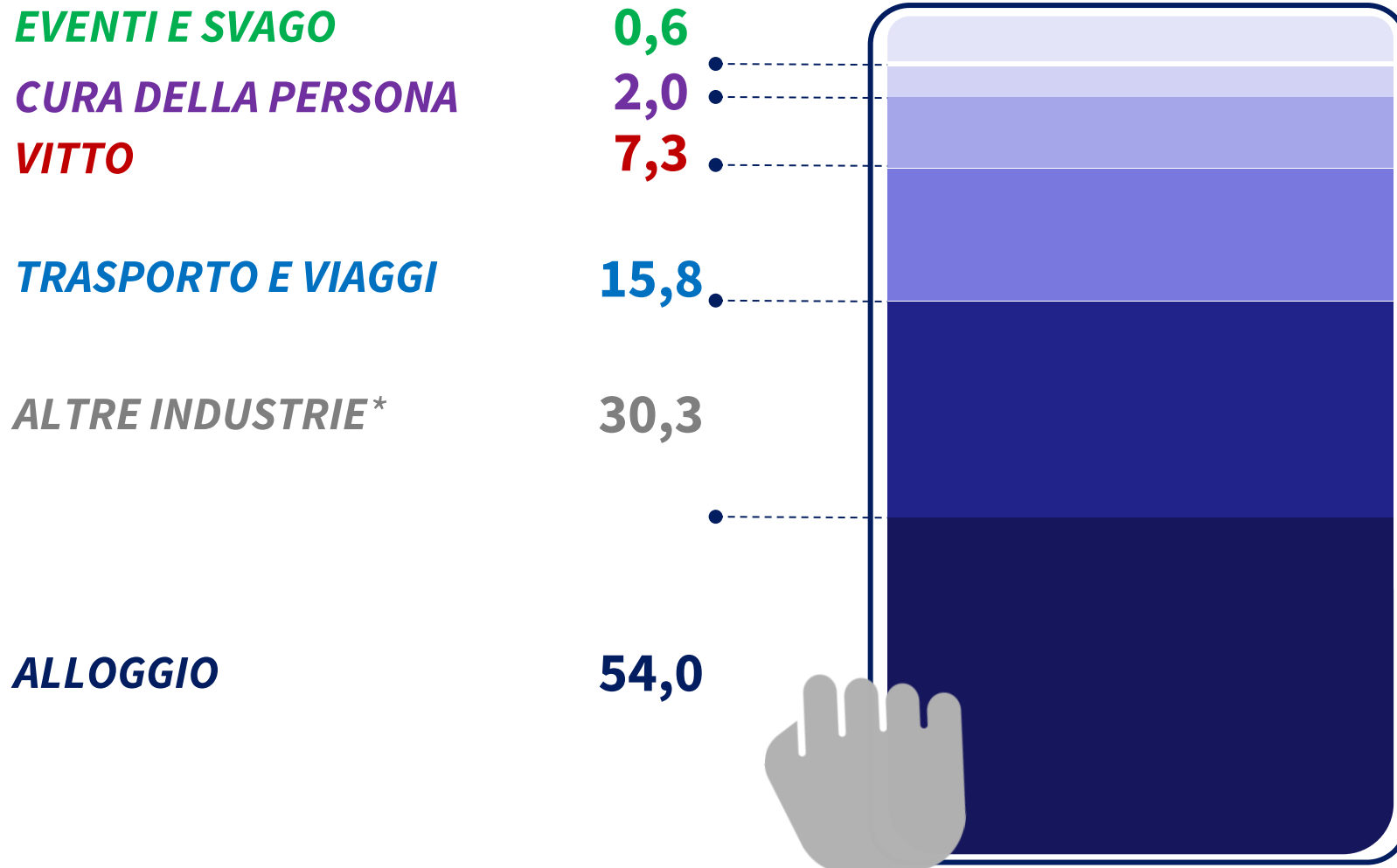
Il turismo sostiene quote rilevanti, sia nel settore alberghiero sia in quello dei trasporti

Quota di turismo all'interno dei settori della filiera (valori %), 2024



La filiera estesa del turismo attiva 110 miliardi di Euro di Valore Aggiunto, pari al 5,8% del PIL italiano

Valore Aggiunto della filiera estesa del turismo in Italia (miliardi di Euro), 2023

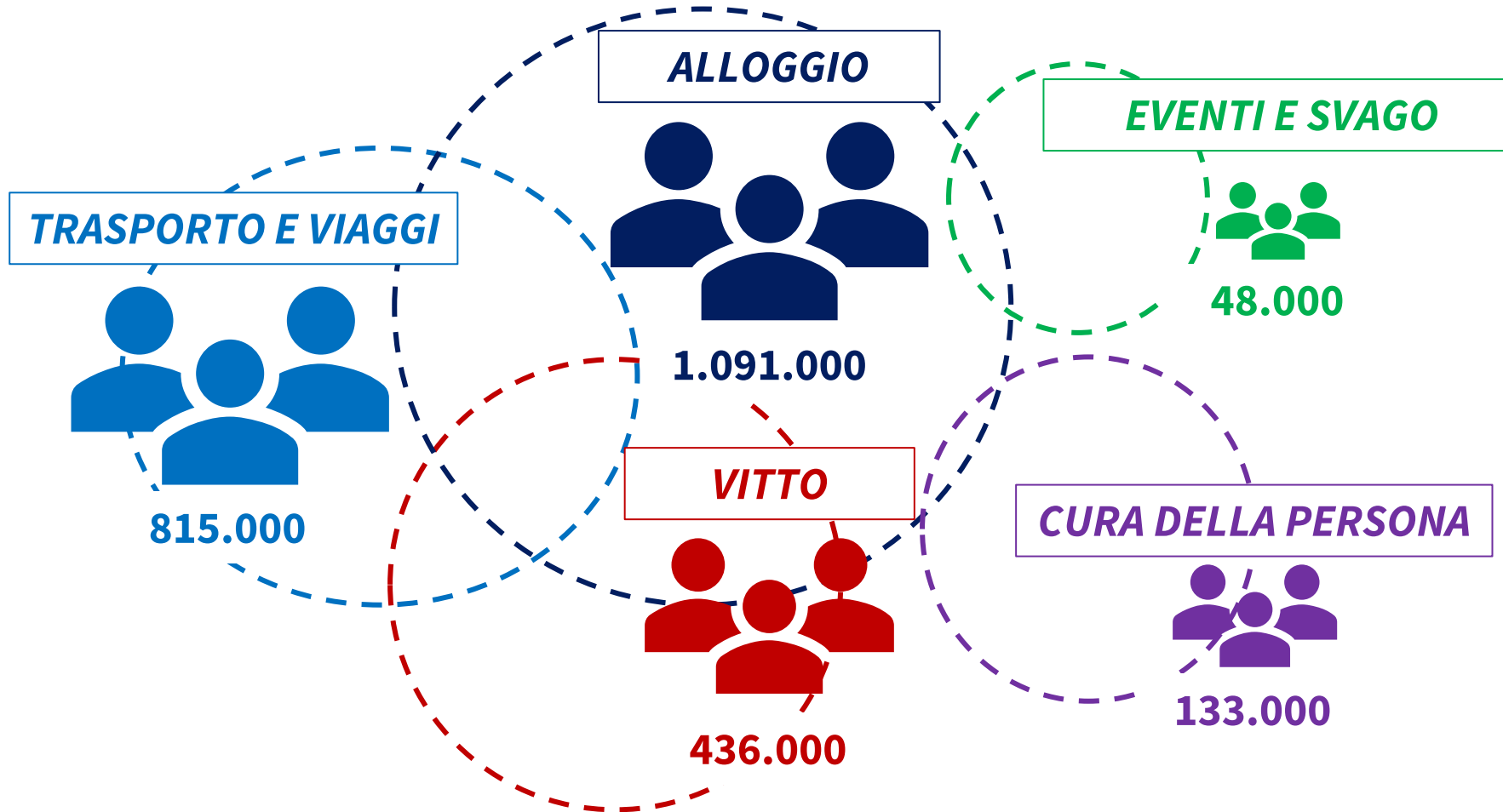


Il perimetro esteso del turismo sostiene la generazione di **€110,0 miliardi** di Valore Aggiunto in Italia...

... il **5,8%** del PIL italiano

La filiera estesa del turismo coinvolge oltre 2,5 milioni di lavoratori in Italia, il 10,6% del totale nazionale

Occupazione nella filiera estesa del turismo in Italia (val. assoluto), 2023



Il perimetro esteso del turismo genera lavoro per oltre

2,5 milioni

di occupati in Italia...

... **10,6%** del totale italiano

Per 1 Euro di Valore Aggiunto nel settore del turismo, si generano 1,36 Euro aggiuntivi nell'economia

Valore Aggiunto totale generato dal settore del turismo in Italia (milioni di Euro), 2023



Grazie all'attivazione di filiere sul territorio nazionale, per **ogni Euro di Valore Aggiunto diretto** generato dal turismo, si generano **€1,36 aggiuntivi** nell'intera economia italiana

Focus: il Turismo delle Radici potrebbe generare 65,8 miliardi di Euro aggiuntivi in Italia

Il **Turismo delle Radici** è un settore in crescita all'interno dell'industria turistica. La diaspora offre **un'opportunità significativa** per il turismo in cui i discendenti visitano la loro patria di origine

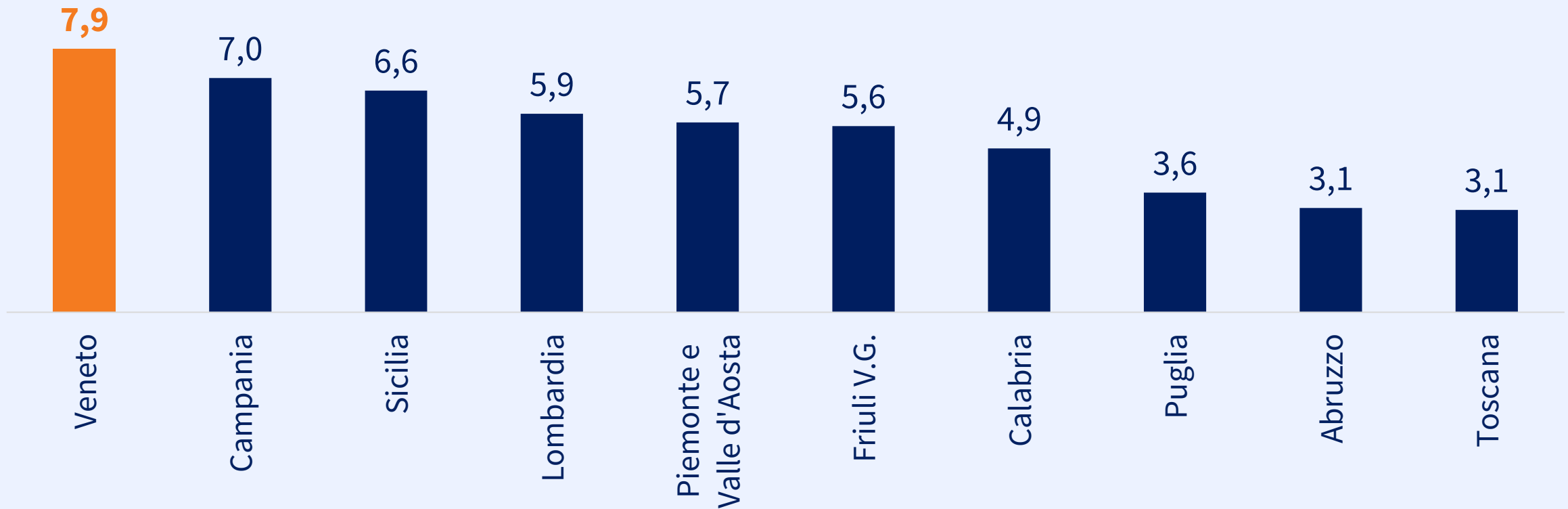
Attualmente il Turismo delle Radici rappresenta circa il **15%** delle **presenze turistiche totali** in Italia

65,8 miliardi
di potenziale del Turismo delle Radici in Italia (principalmente da Brasile, Argentina e Stati Uniti)



Focus: il Turismo delle Radici potrebbe generare quasi 8 miliardi di Euro aggiuntivi in Veneto

Stima dei potenziali benefici economici generati dal Turismo delle Radici per le prime 10 Regioni italiane (miliardi di Euro), 2023



MESSAGGIO 5

Sono state analizzate **cinque macro-tipologie di turismo:** culturale-paesaggistico, enogastronomico, balneare-costiero, sportivo-outdoor e degli eventi sportivi e culturali.

L'Italia può vantare un **posizionamento distintivo** in tutte queste declinazioni

Sono state analizzate cinque macro-tipologie di turismo, nelle quali l'Italia ha delle eccellenze distintive

TURISMO CULTURALE-PAESAGGISTICO

1° Paese al mondo per siti patrimonio UNESCO, con **60** siti al 2024

TURISMO ENOGRASTRONOMICICO

1° Paese in UE per prodotti DOP/IGP, con **892** prodotti al 2024

TURISMO BALNEARE-COSTIERO

3° Paese in UE per Spiagge Bandiera blu, con **485** spiagge al 2024

TURISMO SPORTIVO-OUTDOOR

x5 la crescita di presenze sportive rispetto alla crescita media del turismo in Italia, **+11,5%** 2022 vs. 2019

TURISMO DEGLI EVENTI SPORTIVI-CULTURALI

> 2 milioni di eventi offerti nel 2024

MESSAGGIO 6

Per la prima volta TEHA ha sviluppato un **modello per l'analisi della specializzazione regionale dell'offerta** per le diverse tipologie di turismo e la **rispondenza alla domanda** nei diversi territori italiani

La mappatura TEHA di domanda e offerta nelle Regioni italiane per macro-tipologia di turismo identificata

Per **ognuna delle 5 macro-tipologie** di turismo identificate, TEHA ha mappato lo stato dell'arte del turismo nelle Regioni italiane, attraverso un'**analisi della specializzazione regionale dell'offerta** per le diverse tipologie di turismo sostenibile e **rispondenza alla domanda** nei diversi territori italiani

DOMANDA

Misurata attraverso gli arrivi turistici suddivisi per macro-tipologia di turismo

(fonte: Istat)



OFFERTA

Misurata attraverso 12 indicatori specifici suddivisi nelle 5 macro-tipologie di turismo

I KPI utilizzati da TEHA Group per mappare l'offerta delle Regioni italiane per le 5 macro-tipologie di turismo identificate

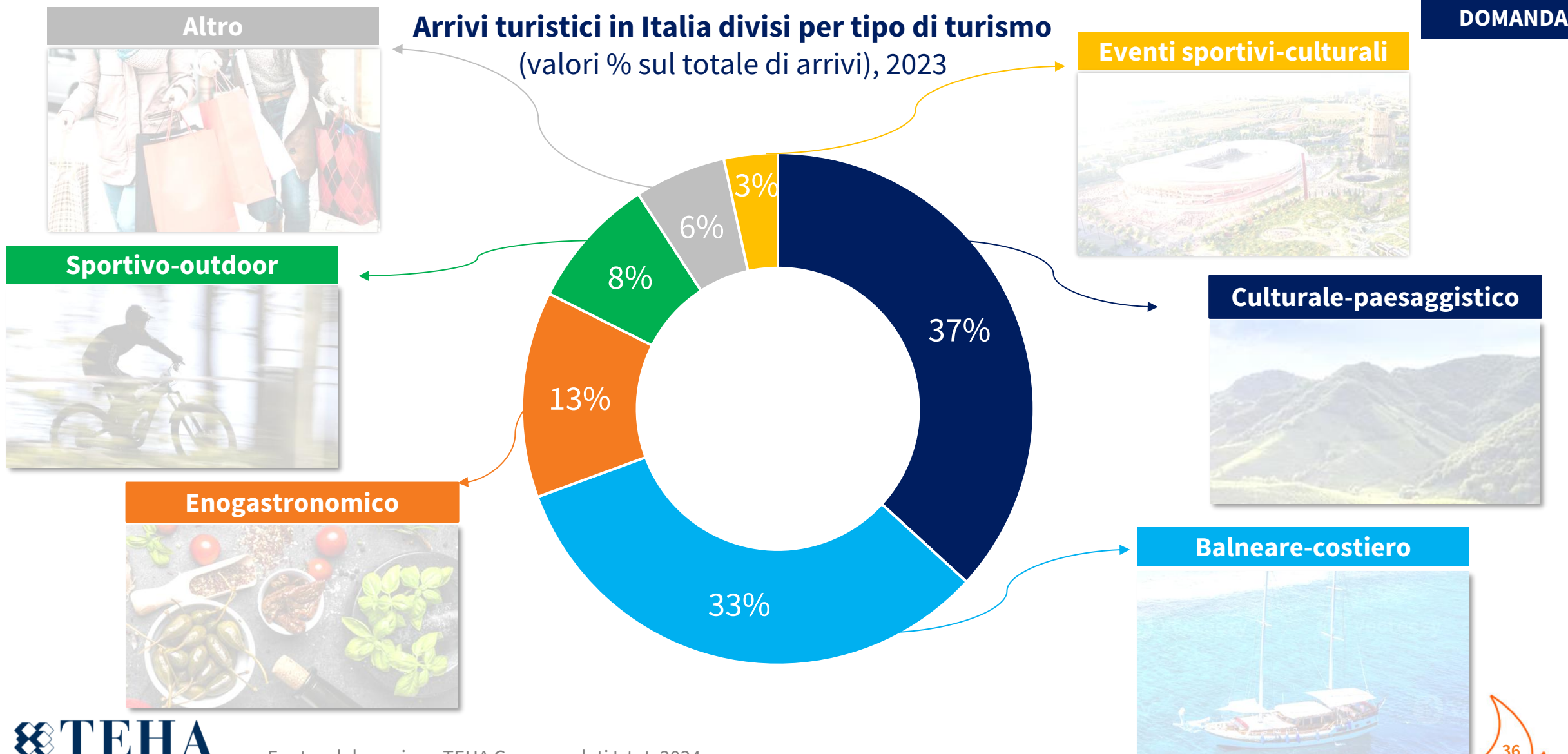
OFFERTA

Culturale-paesaggistico	Enogastronomico	Balneare-costiero	Sportivo-outdoor	Eventi sportivi-culturali
<ul style="list-style-type: none">• Densità di musei (numero di musei su area, ISTAT, 2015)• Densità di siti UNESCO (numero di siti UNESCO su area, UNESCO, 2024)	<ul style="list-style-type: none">• Densità di agriturismi (% imprese agricole regionali che offre servizi di ristorazione o degustazione, ISTAT, 2021)• Prodotti DOP/IGP (% su totale nazionale, Fondazione Qualivita, 2023)	<ul style="list-style-type: none">• Densità di spiagge bandiera blu (numero di spiagge bandiera blu su Km di costa, Legambiente, 2023)• Densità di concessioni del demanio marittimo (numero di concessioni su Km di costa, Legambiente, 2023)	<ul style="list-style-type: none">• Densità di cammini (Km di cammini area, fonti varie, 2023)• Densità di piste ciclabili (numero di piste ciclabili per 100 km ISTAT, 2021)• Concentrazione di maestri di sci (val. assoluto su comprensori sciistici, Albo Nazionale Maestri di Sci, 2024)	<ul style="list-style-type: none">• Capienza degli stadi (capienza su popolazione, fonti varie, 2024)• Concentrazione di eventi sportivi (eventi sportivi su area, cicloturismo.it e fonti varie, 2024)• Concentrazione di eventi culturali (eventi culturali su area, Ministero della Cultura, 2024)

MESSAGGIO 7

Dall'analisi della domanda, emerge che il turismo **balneare-costiero e culturale-paesaggistico** insieme rappresentano il **70%** degli arrivi turistici e costituiscono i principali fattori di attrazione per l'Italia

Il turismo balneare-costiero e culturale-paesaggistico insieme rappresentano il 70% degli arrivi turistici



I turisti al Nord e al Centro vengono al 40% per motivi culturali, mentre il Sud registra una prevalenza di turismo balneare con il 57% degli arrivi

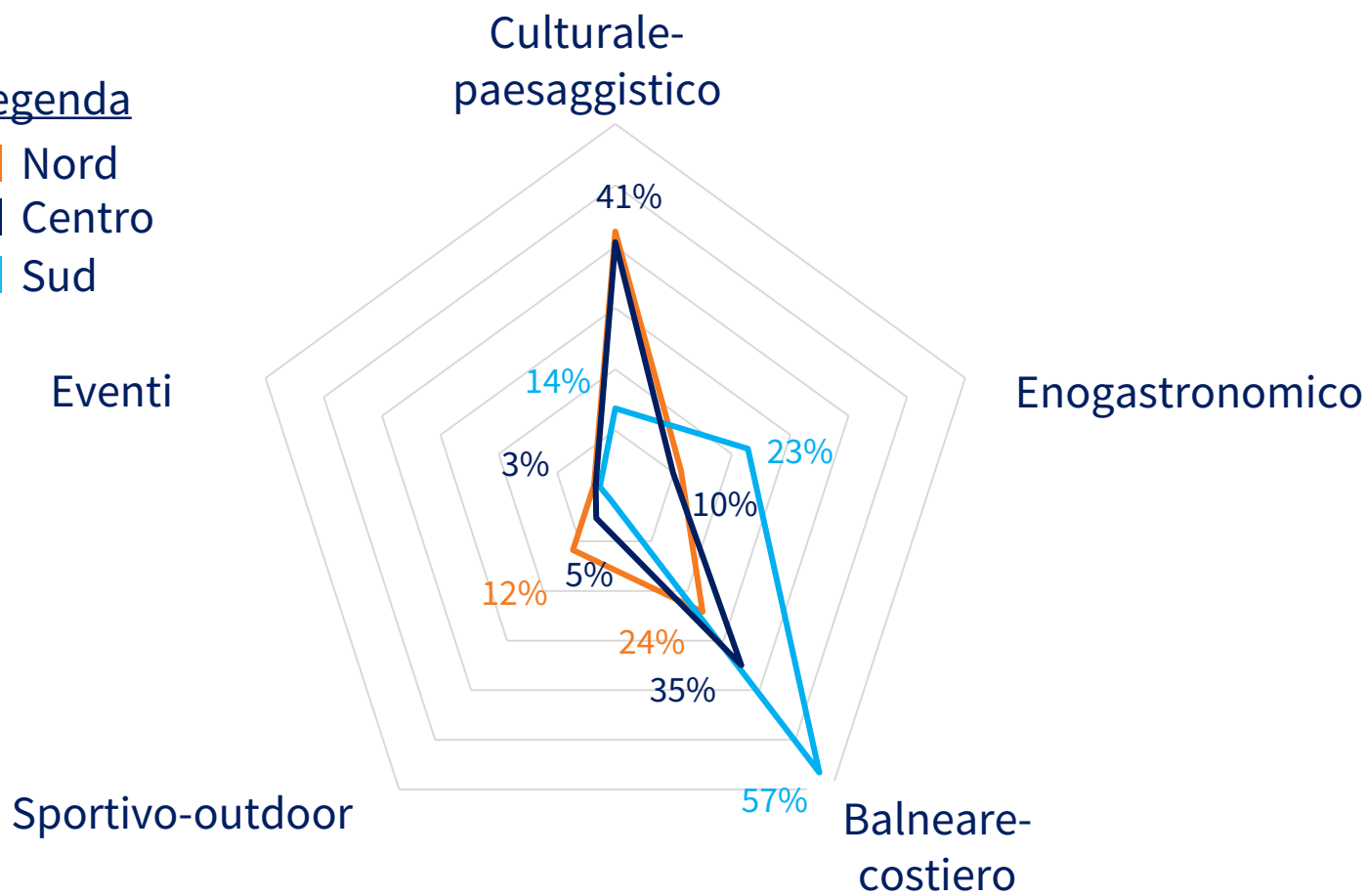
DOMANDA

Incidenza di ogni tipologia di turismo per macro-Regione

(valori % sul totale per macro-Regione), 2023

Legenda

- Nord
- Centro
- Sud



I turisti al **Nord** e al **Centro** vengono al **40% per motivi culturali**

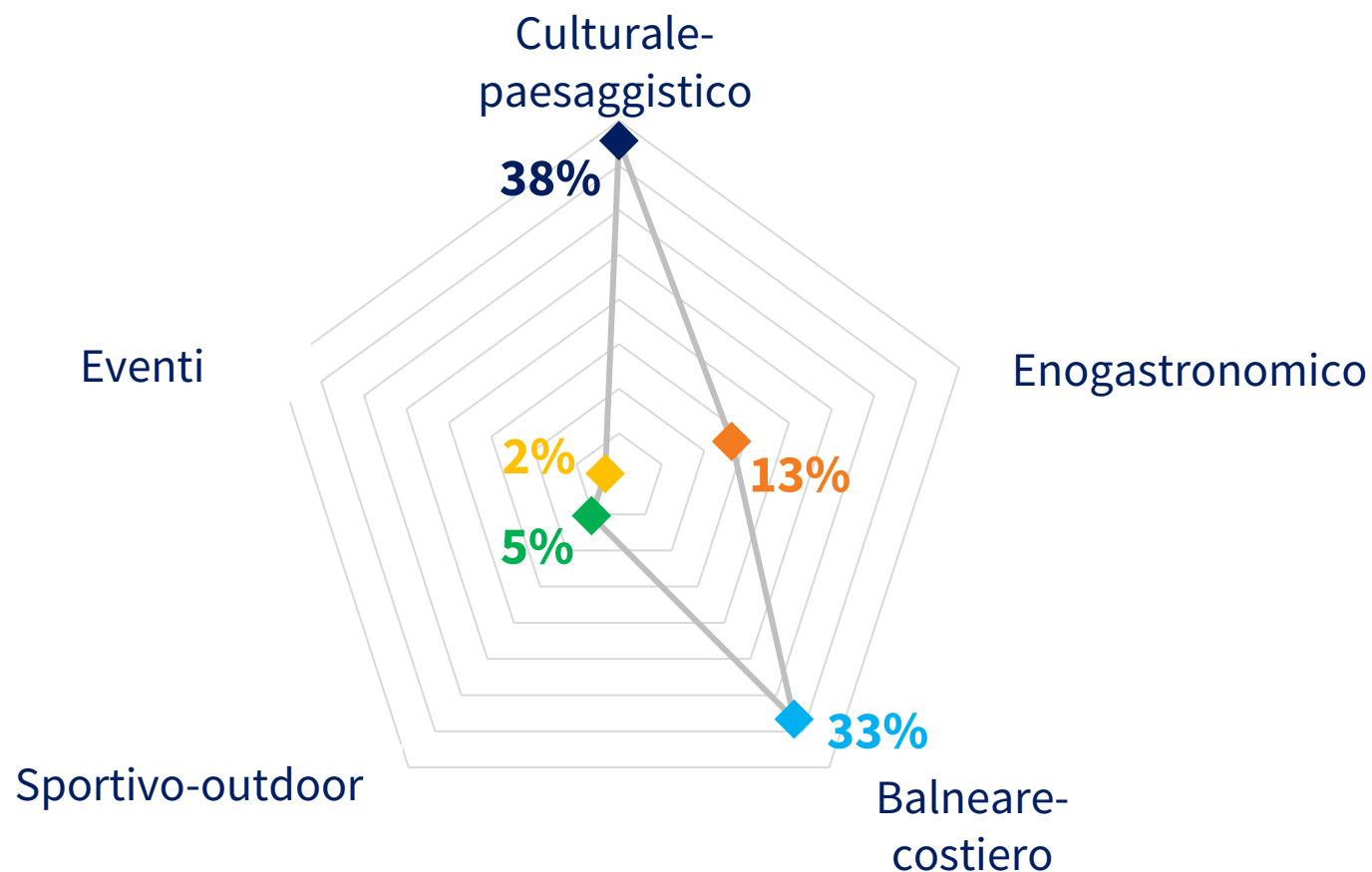
Il **Sud** registra una prevalenza di **turismo balneare-costiero** con il **57%** degli arrivi

Una visione di sintesi sulla domanda turistica in Veneto: i turisti scelgono la Regione principalmente per la cultura e i paesaggi e per le sue coste

DOMANDA

Percentuale di arrivi per tipologia di turismo in Veneto

(valori %), 2023



Tipologia di turismo e Ranking sulle Regioni Italiane



MESSAGGIO 8

Lo sviluppo dell'**offerta turistica** per le macro-tipologie identificate è eterogeneo all'interno del Paese. Un'ampia **varietà dell'offerta** rinforza il settore turistico e **contribuisce al mantenimento dei flussi** nel corso dell'anno

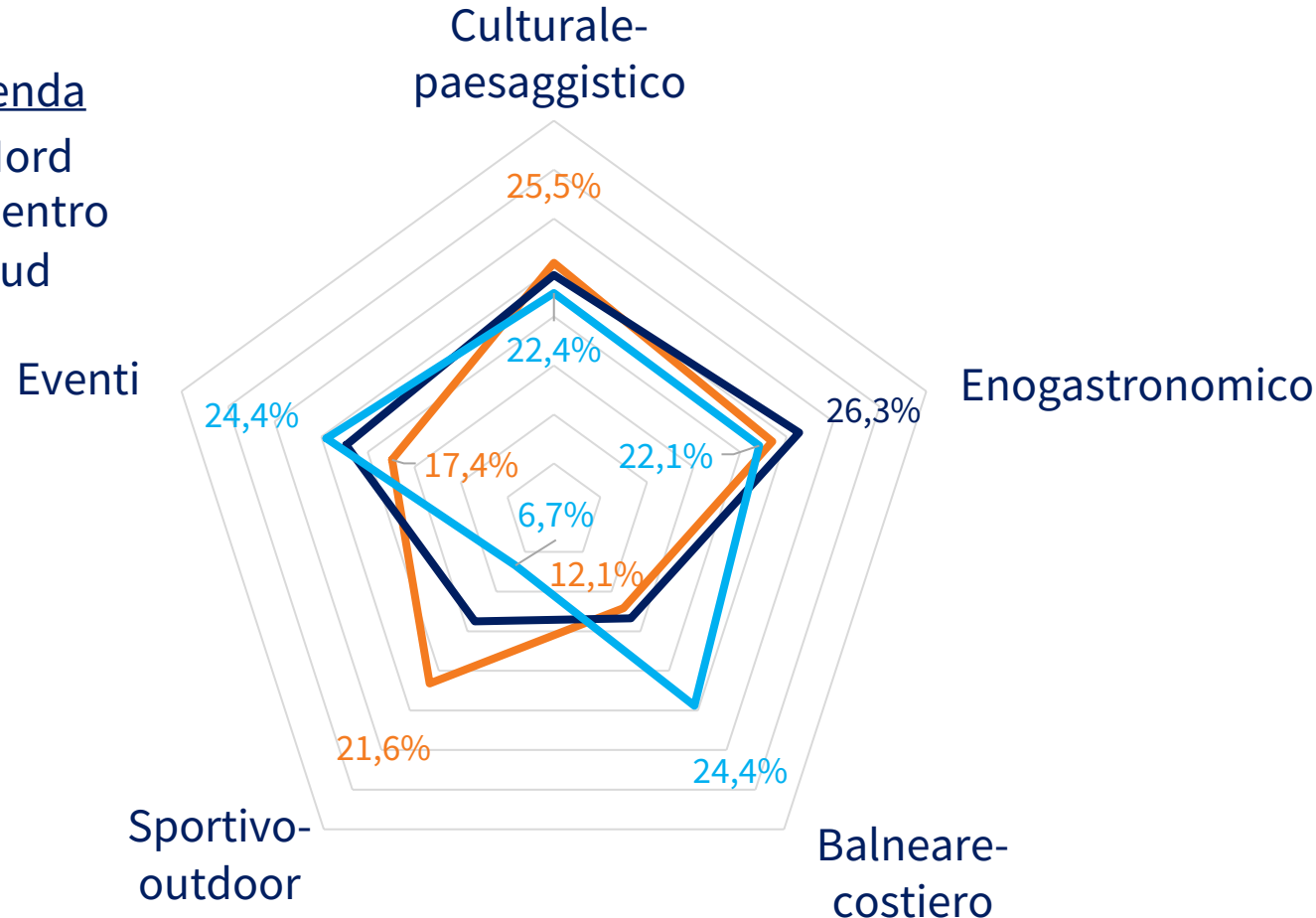
Dall'analisi di TEHA emerge una distinzione nella specializzazione delle macro-area del Paese per macro-tipologia di turismo

OFFERTA

Incidenza per macro-tipologia di turismo per Macro-area (valori % su totale), 2023 o ultimo anno disponibile

Legenda

- Nord
- Centro
- Sud

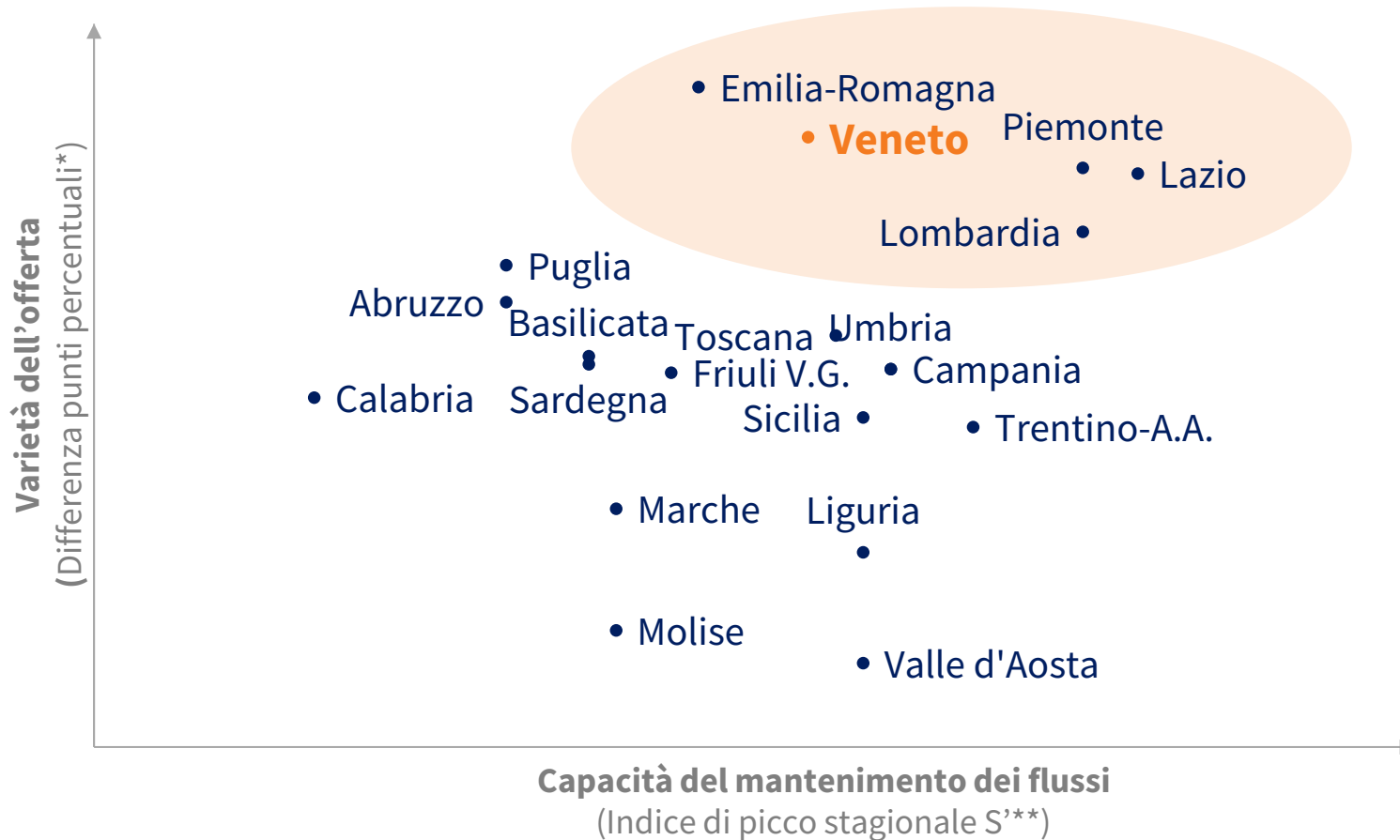


- L'offerta turistica del **Nord** d'Italia propende verso il turismo **paesaggistico e culturale (25,5%)**
- Il **Centro Italia** propende verso il turismo **enogastronomico (26,3%)**
- Nel **Sud** del Paese l'offerta turistica è più sviluppata per il **balneare (24,4%)**

Un'ampia varietà dell'offerta rinforza il settore turistico e contribuisce al mantenimento dei flussi nel corso dell'anno

OFFERTA

Correlazione tra stagionalità turistica e varietà dell'offerta (valori indice), 2024 o ultimo anno disponibile



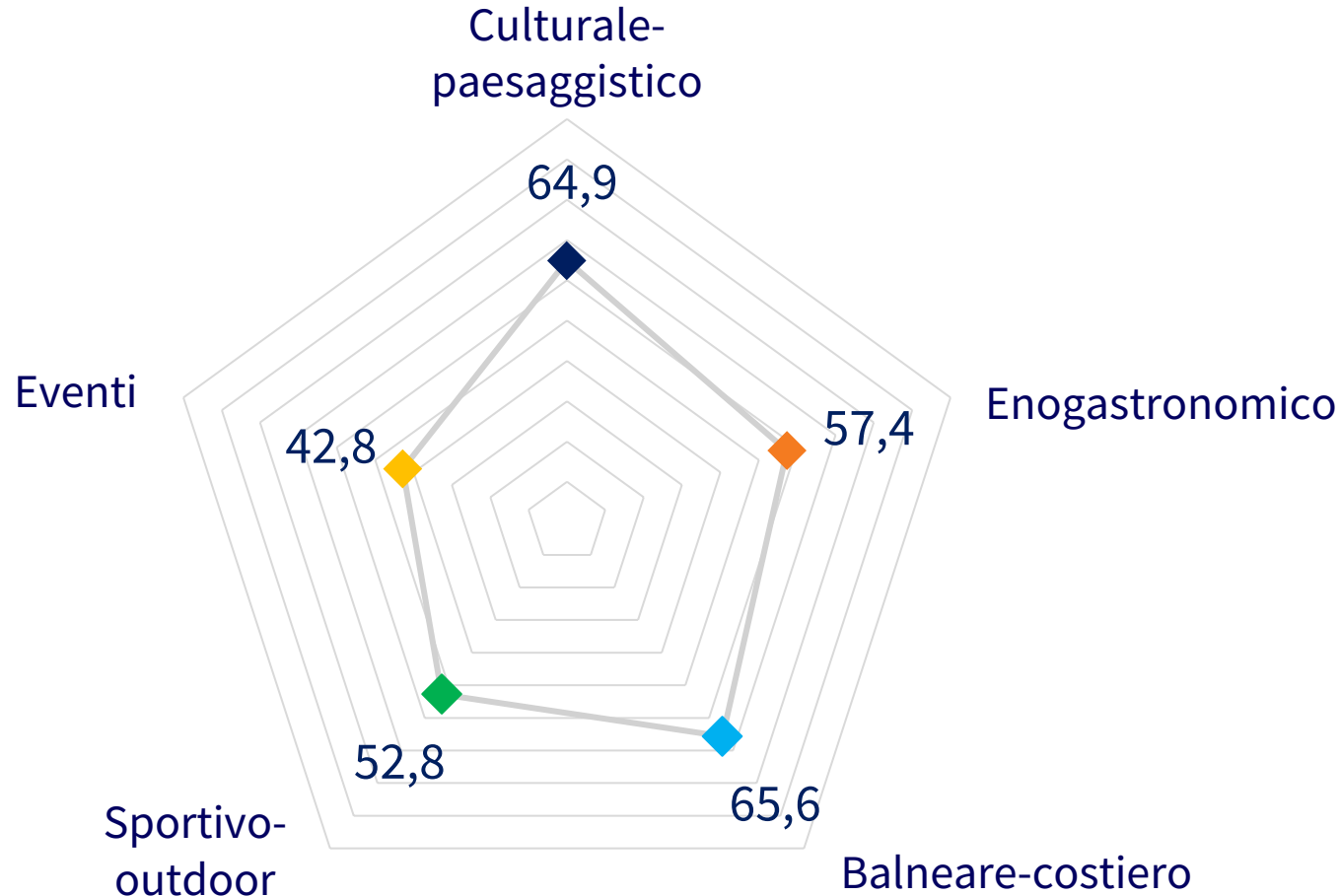
Veneto, Emilia-Romagna, Piemonte, Lazio e Lombardia sono le **Regioni best performer** a livello nazionale

Grazie alla forte varietà nell'offerta e ampia capacità di mantenimento dei flussi nel corso dell'anno, rimangono **più resilienti al problema della stagionalità turistica**

Nel complesso la Regione Veneto risulta ben bilanciata tra le cinque macro-tipologie di turismo

OFFERTA

Punteggio per macro-tipologia di turismo per la Regione Veneto (valori), 2023 o ultimo anno disponibile



Nel complesso la **Regione Veneto** risulta ben **bilanciata** tra le cinque macro-tipologie di turismo, anche se la macro-tipologia più sviluppata è quella del turismo balneare-costiero

La Regione Veneto è tra le prime 6 regioni italiane per tutte le macro-tipologie di turismo identificate

Il ranking della Regione Veneto per offerta e domanda per macro-tipologia di turismo identificata (ranking), 2023

Tipologia di turismo e ranking sulle Regioni italiane

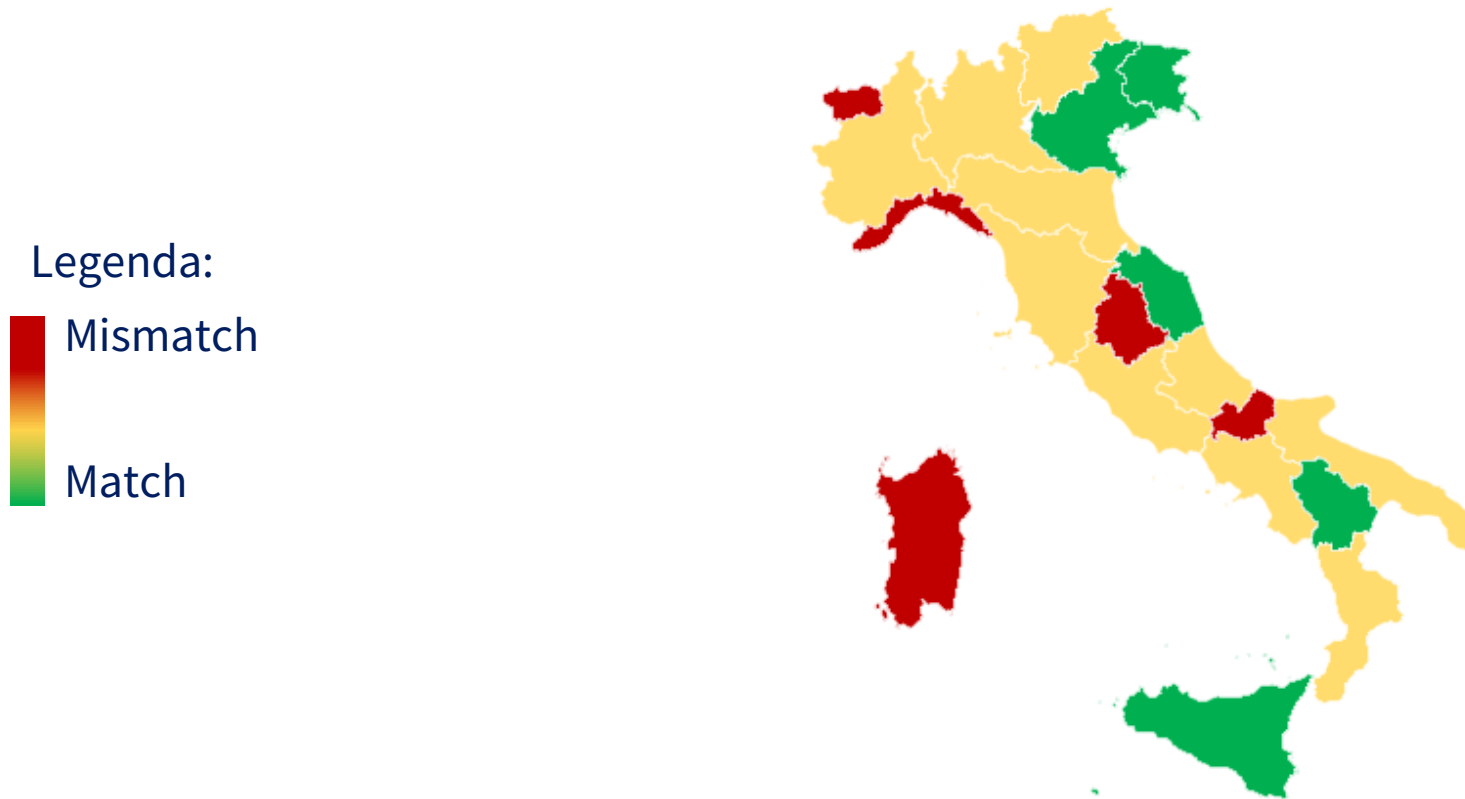


MESSAGGIO 9

Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Basilicata e Sicilia sono le 5 Regioni caratterizzate da un **buon livello di matching tra domanda e offerta**

Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Basilicata e Sicilia sono le 5 Regioni caratterizzate da un buon livello di matching tra domanda e offerta

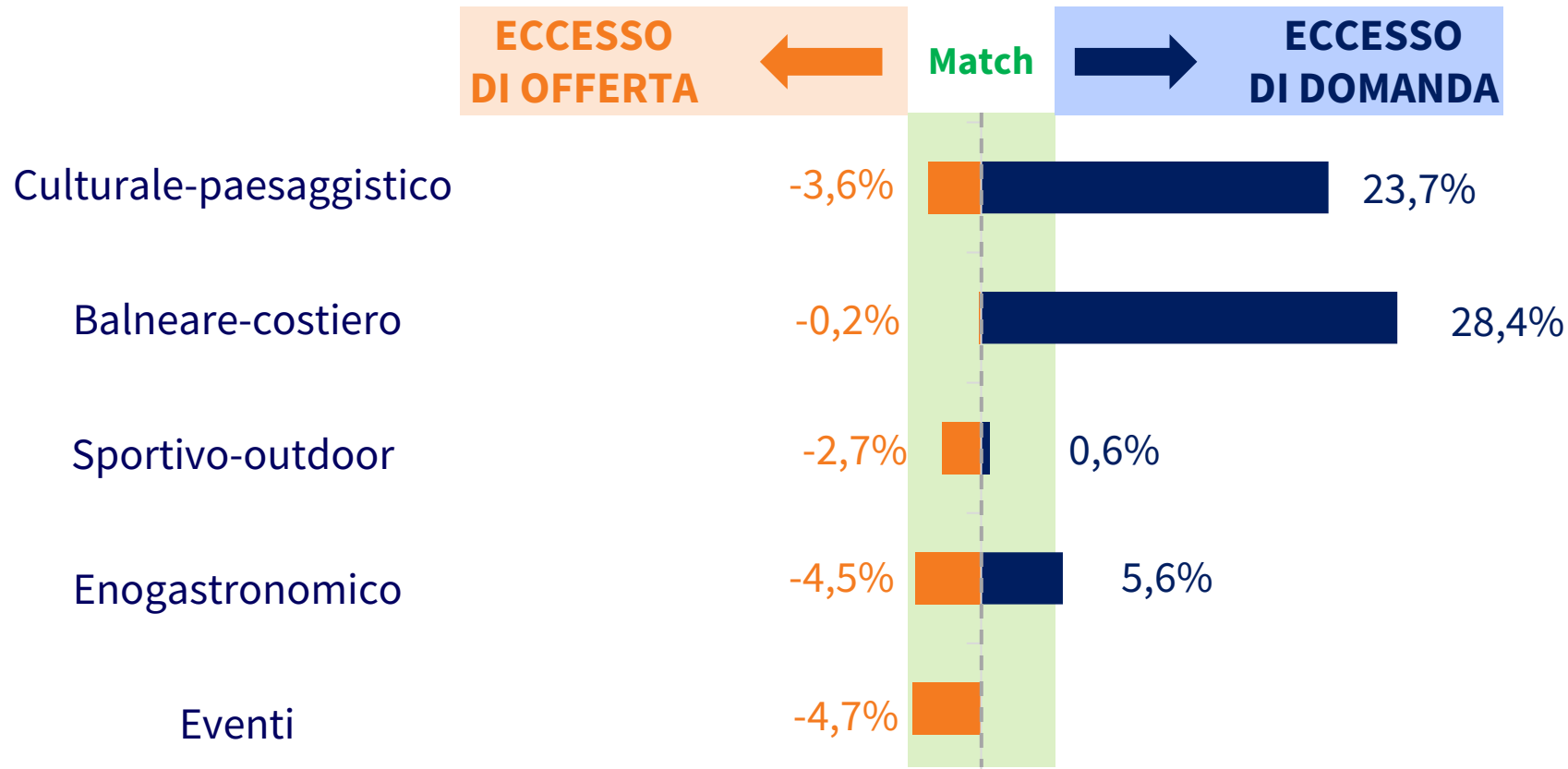
Livello di match tra domanda e offerta turistica per Regione italiana, 2024



Analizzando la domanda e l'offerta di turismo sostenibile, **Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Basilicata e Sicilia** sono le **5 Regioni** in cui la **domanda e l'offerta** regionale **si incontrano** (matching)

Il problema dell'eccesso di domanda è in media molto più significativo dell'eccesso di offerta nelle Regioni italiane

Livello di match e mismatch medio per macro-tipologia di turismo tra domanda e offerta turistica a livello nazionale (differenza di p.p. media), 2024

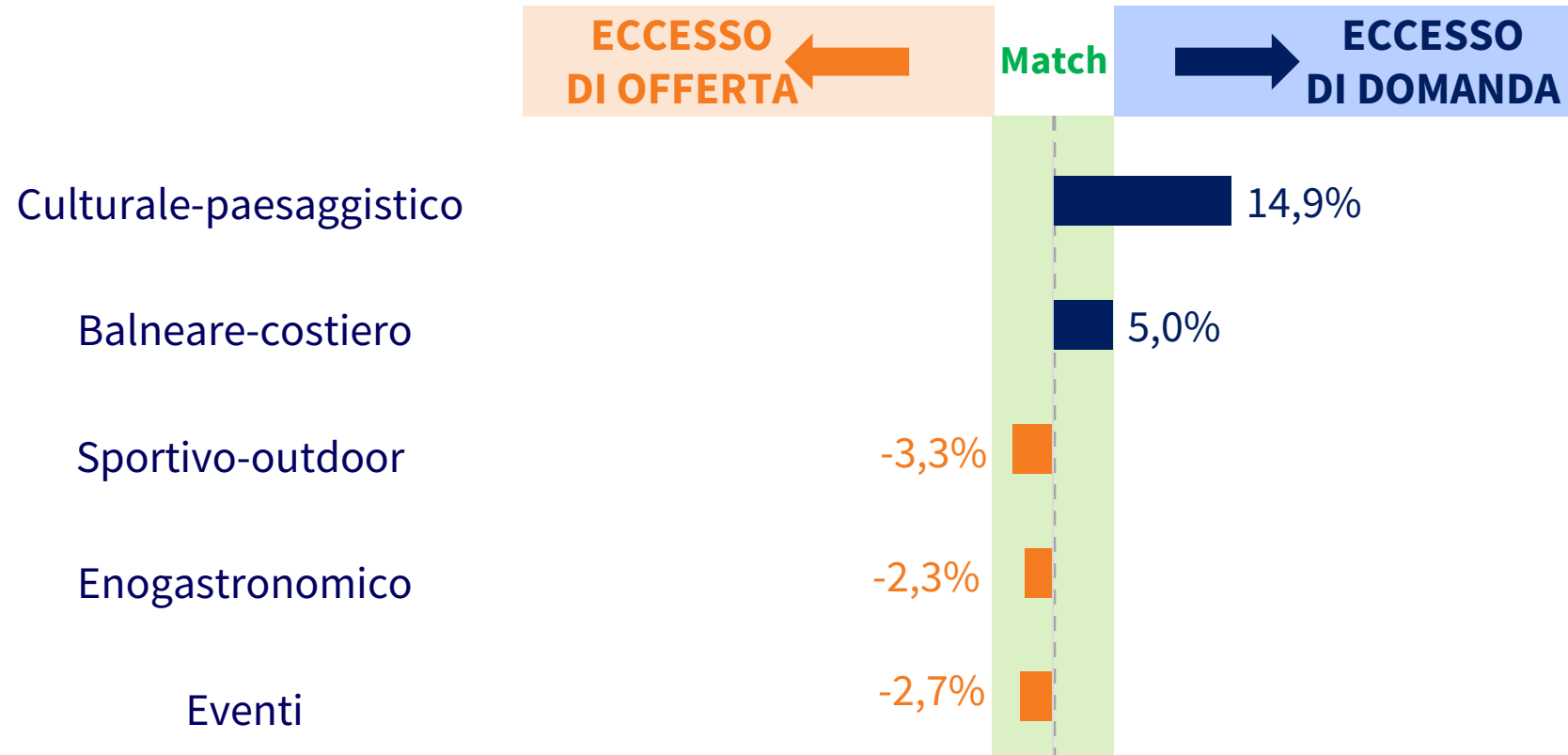


(*) Per tenere conto di trend temporali e le variazioni nella domanda turistica annuale, l'eccesso di domanda o di offerta è considerato all'interno di un intorno di 5 p.p.

Fonte: elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2024

Il rapporto tra domanda e offerta turistica nella Regione Veneto è equilibrato, ad eccezione del turismo culturale e paesaggistico

Livello di match e mismatch medio per macro-tipologia di turismo tra domanda e offerta turistica per la regione Veneto (differenza p.p.), 2024



(*) Per tenere conto di trend temporali e le variazioni nella domanda turistica annuale, l'eccesso di domanda o di offerta è considerato all'interno di un intorno di 5 p.p.

MESSAGGIO 10

Per guidare la **transizione sostenibile del settore** del turismo italiano nei prossimi anni è necessaria una **visione-Paese unificante**, con alcune **proposte di azione concrete**

La transizione verso un settore del turismo sempre più sostenibile deve interessare tutte le macro-tipologie di turismo

La **trasformazione verso un turismo sempre più sostenibile** è un percorso che ogni singola macro-tipologia di turismo (turismo culturale e paesaggistico, enogastronomico, balneare e costiero, sportivo e outdoor, degli eventi sportivi e culturali) è chiamato ad affrontare.
Il turismo sostenibile è da intendere come **percorso di sviluppo** che...

...**deve favorire** l'equilibrio tra le **3 dimensioni della sostenibilità** (economica, sociale e ambientale)



...**deve evitare** qualsiasi **perdita di valore** nei territori



...**deve garantire** la capacità di **perdurare nel tempo**



La visione-Paese «unificante» sul turismo sostenibile condivisa durante la 1° edizione del Forum 2023

Primati del patrimonio turistico italiano

*“Essere **IL** Paese di riferimento
a livello internazionale
per il Turismo Sostenibile”*

Tutti i settori di attività del Paese

Le proposte di azione per favorire la concretizzazione della visione per il futuro del settore turistico italiano

1

Essere IL Paese di riferimento a livello internazionale sul Turismo Sostenibile

2

Favorire una digitalizzazione capillare del settore turistico e del territorio per rendere il Paese un **ecosistema turistico smart**

3

Supportare le strutture turistiche **nell'adozione dei principi di sostenibilità e promuovere la visibilità** dei risultati raggiunti

4

Creare un programma sostenibile e duraturo per il turismo delle radici in Italia che ne valorizzi il ruolo abilitante per un turismo più capillare e destagionalizzato

5

Diversificare l'offerta turistica, promuovendo la creazione di **itinerari esperienziali tematici e modulari, accessibili tutto l'anno**

Grazie per l'attenzione

Benedetta Brioschi

Partner e Responsabile Food&Retail e Sustainability
TEHA Group

Email: benedetta.brioschi@ambrosetti.eu

Dal 2013 The European House - Ambrosetti è stata nominata nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale (fonte: "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania). The European House - Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute come una delle 147 realtà Top Employer 2024 in Italia.

