

L'OSSERVATORIO TURISTICO DI DESTINAZIONE

OTD DI ABBADIA SAN SALVATORE

Giugno 2015



PER UN
MODELLO
DI
SVILUPPO
TURISTICO
SOSTENIBILE
E
COMPETITIVO

La "governance" del settore

**Il turismo è un'attività economica che crea
crescita ed occupazione.**

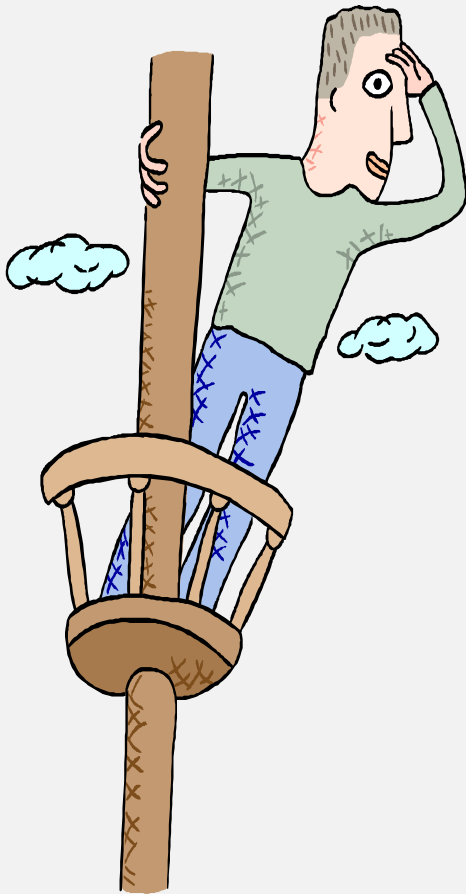
**Il contributo del turismo
il 10% del PIL dell'Unione Europea**

il 12% dell'occupazione totale

Negli ultimi dieci anni

**la crescita dell'occupazione nel settore del
turismo è stata quasi sempre superiore a quella
del resto dell'economia.**

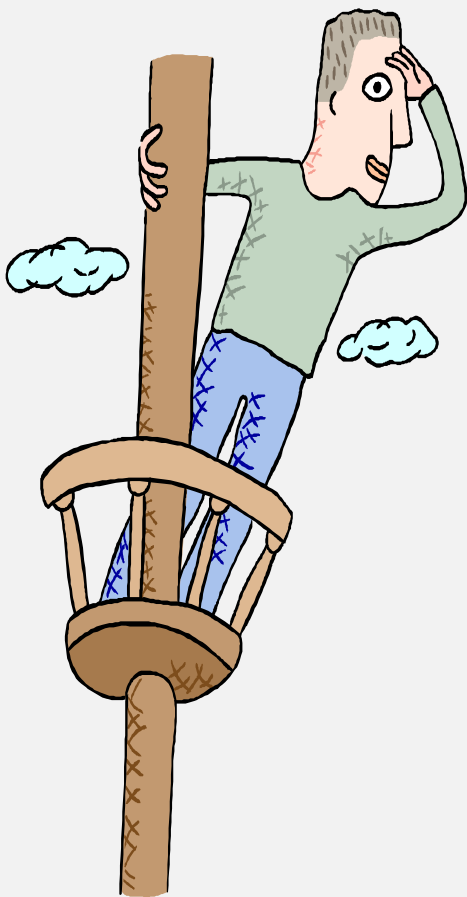
Anni 2000Il mercato turistico cambia.....



- LE COSE CAMBIANO
- CAMBIANO LE PERSONE
- CAMBIANO LE IDEE
- CAMBIANO GLI SCENARI

Comprendere e anticipare un cambiamento rappresenta uno dei fattori di successo delle imprese, delle destinazioni

*Anni 2000 I MEGA DRIVE PER IL FUTURO TURISTICO DEI NOSTRI
TERRITORI.....*



- **PRODOTTO / TERRITORIO**
- **ACCESSIBILITA' / MOBILITA'**
- **INTEGRAZIONE/CONDIVISIONE**
- **TECNOLOGIA/INNOVAZIONE**

Potenzialità e Fattori di sviluppo

GOVERNANCE TERRITORIALE

- Programmazione territoriale
- **Conoscenza**
- Informazione e accoglienza
- Organizzazione, coordinamento e valorizzazione del territorio

PRODOTTO TURISTICO

- Relax benessere e divertimento
- La cultura
- Il gusto
- La natura, lo sport.....
-

NUOVI MODELLI DI COMUNICAZIONE E DI COMMERCIALIZZAZIONE

Area Promozione e Marketing

Promozione Classica, Azioni di Fidelizzazione, **Marketing innovativo**, Co – Marketing, Web

Area Commercializzazione

Distribuzione multicanale, OLTA, TTOO e ADV, Low Cost, Propri canali web, Vendita diretta

LA STAGIONE TURISTICA 2014 E LE NUOVE TENDENZE DEL MERCATO

Elaborazioni CST su dati Regione Toscana e Provincia di Grosseto

L'OFFERTA RICETTIVA NELL'AMIATA

AREA AMIATA

Anno 2014



382 esercizi



7.340 letti

Es. Alberghieri

- 58 esercizi
- 2.599 letti (35% del totale)
- 44,8 letti/es

	Num.	Letti
4 stelle	2	252
3 stelle	33	1.590
2 stelle	15	507
1 stella	6	143
RTA	2	107

**81% dei letti
alberghieri**

Es. Extralberghieri

- 324 esercizi
- Circa 4mila700 posti letto (65% del totale)

	Num.	Letti
Alloggi agrituristici	212	2.642
Affittacamere e alloggi privati	57	386
Case vacanza	46	712
Case per ferie	3	107
Campeggi	2	751
Ostelli		
Residence	3	123
Residenza d'epoca	1	20
Rifugi alpini		

EVOLUZIONE CAPACITÀ RICETTIVA NELL'AMIATA

Periodo 2009 - 2014

	Esercizi	PL	Var. %
Alberghiero	- 5	- 173	-6,2%
Extra	+ 55	+518	+12,2%
Totale	+ 50	+345	+4,9%





Crescono solamente i
posti letto nelle strutture
extralberghiere!
(+21% letti in agriturismo)

LA DOMANDA TURISTICA NELL'AMIATA

MOVIMENTI TURISTICI NELL'AMIATA

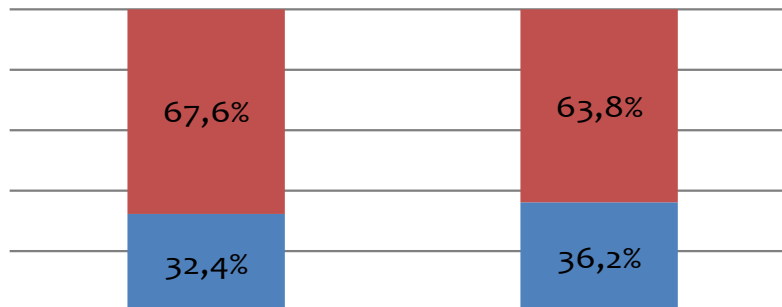
	<i>Anno 2014</i>	<i>Var. % 2014/2009</i>
➤ Arrivi	73.398	-0,5%
➤ Presenze	240.184	-13,7%
➤ Pm	3,3 notti	

Variazione % presenze 2014/2009

 Italiani	-18,6%	 Alberghiero	-17,0%
 Stranieri	-3,5%	 Extra	-11,0%

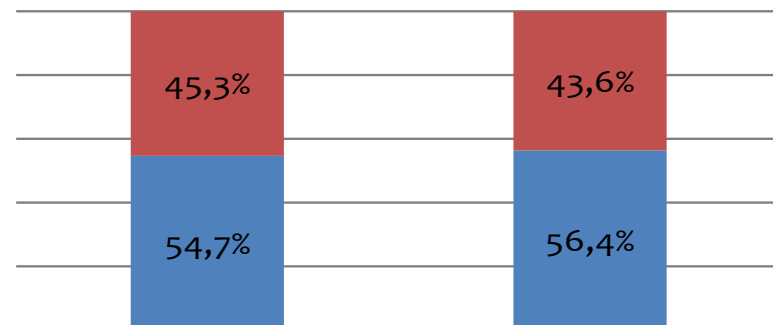
MOVIMENTI TURISTICI NELL'AMIATA

Composizione delle presenze



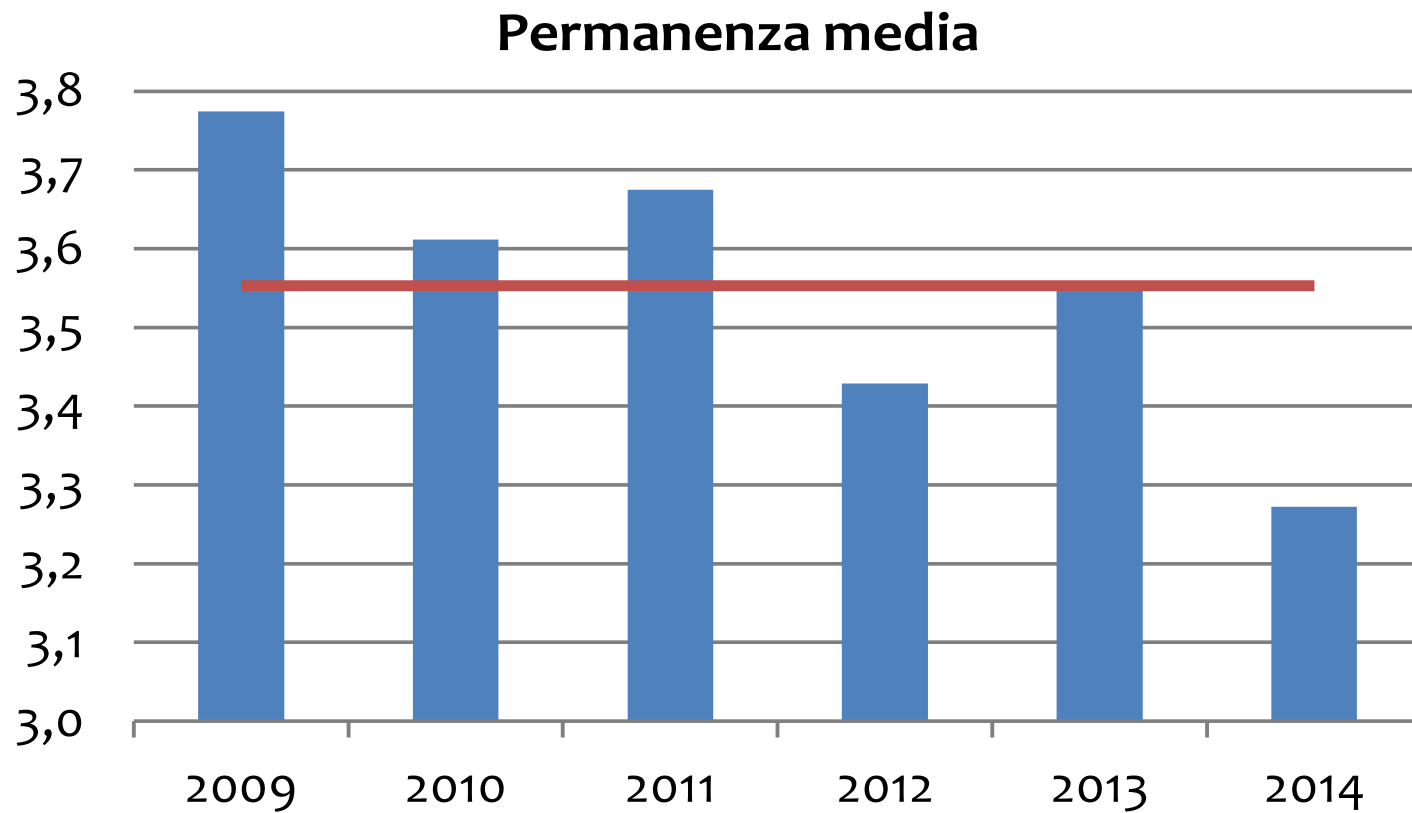
	2009	2014
■ Italiani	188.291	153.267
■ Stranieri	90.084	86.917

Composizione delle presenze



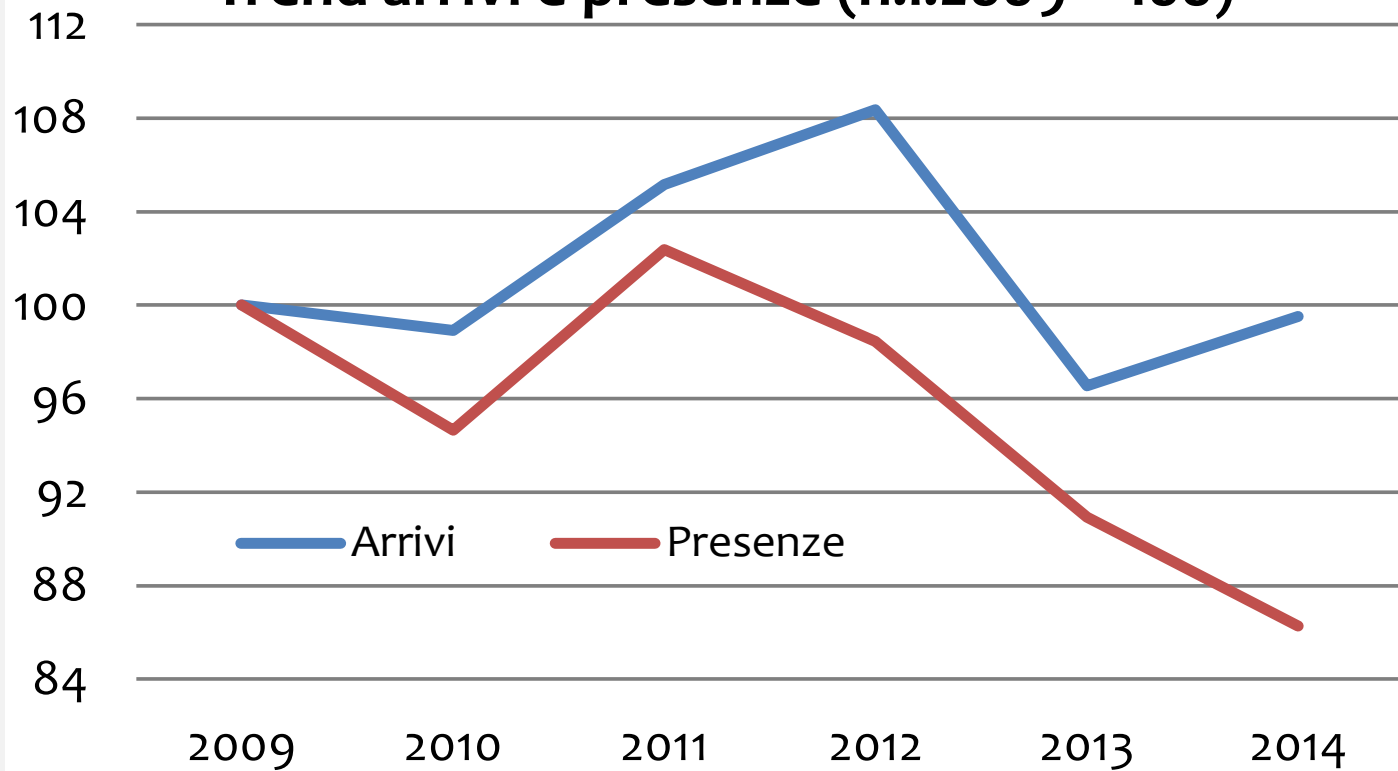
	2009	2014
■ Alberghiero	126.207	104.779
■ Extra	152.168	135.405

MOVIMENTI TURISTICI NELL'AMIATA



MOVIMENTI TURISTICI NELL'AMIATA

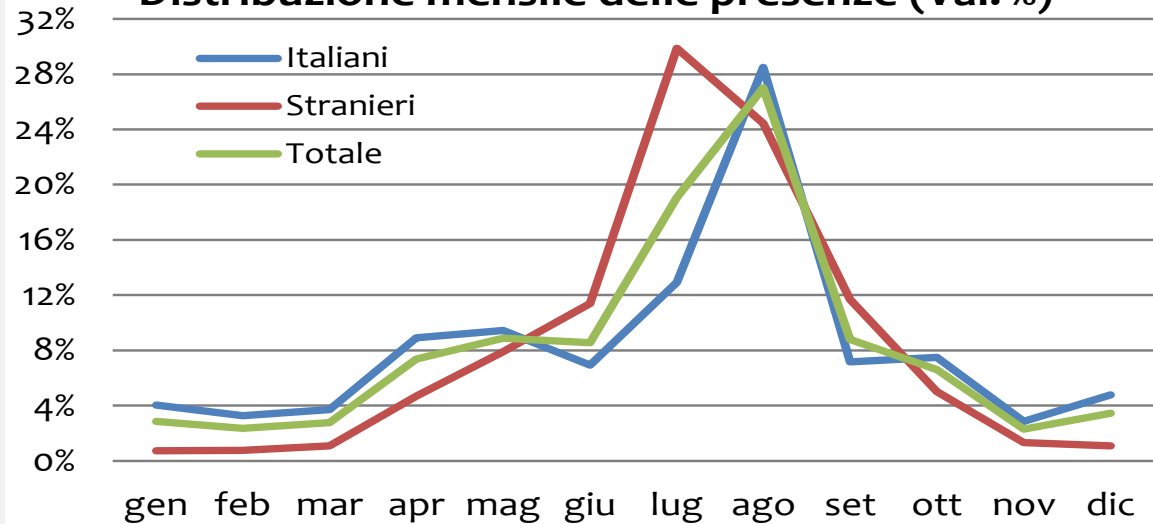
Trend arrivi e presenze (n.i.2009 = 100)



MOVIMENTI TURISTICI NELL'AMIATA

	% presenze		
	Italiani	Stranieri	Totale
I trim.	11,0%	2,6%	8,0%
II trim.	25,3%	24,0%	24,8%
III trim.	48,6%	66,0%	54,9%
IV trim.	15,1%	7,4%	12,3%
Anno 2014	100%	100%	100%

Distribuzione mensile delle presenze (Val. %)



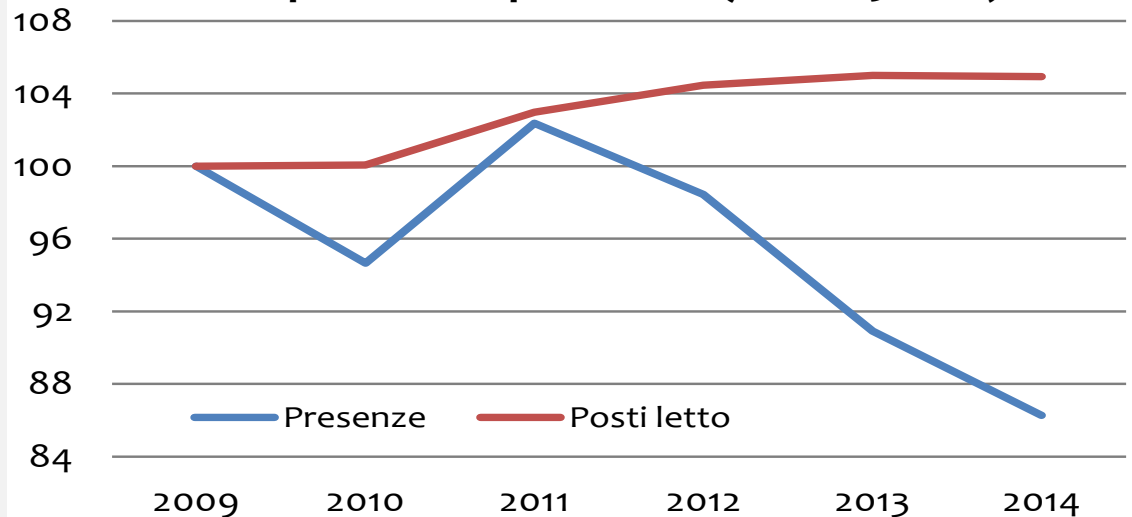
MOVIMENTI TURISTICI NELL'AMIATA

Giorni di occupazione per posto letto

	Anno 2009	Anno 2014
TOTALE	39,8	32,7
Alberghiero	45,5	40,3
Extra	36,0	28,6

	Var. % 2014/2009
Presenze	-13,7%
Letti	+4,9%

Trend presenze e posti letto (n.i.2009 =100)



ABBADIA SAN SALVATORE

Anno 2014



24 esercizi



976 letti

Es. Alberghieri

- 20 esercizi
- 930 letti (95% del totale)
- 38,8 letti/es

	Num.	Letti
4 stelle	0	0
3 stelle	19	900
2 stelle	0	0
1 stella	1	30
RTA		

**97% dei letti
alberghieri**

Es. Extralberghieri

- 4 esercizi
- Circa 46 posti letto (5% del totale)

	Num.	Letti
Alloggi agrituristici	2	14
Affittacamere e alloggi privati	1	8
Case vacanza	0	0
Case per ferie	1	24
Campeggi	0	0
Ostelli	0	0
Residence	0	0
Residenza d'epoca	0	0
Rifugi alpini	0	0

MOVIMENTI TURISTICI AD ABBADIA SAN SALVATORE

	<i>Anno 2014</i>	<i>Var. % 2014/2009</i>
➤ Arrivi	15.318	
➤ Presenze	47.514	-18,5%
➤ Pm	3,1 notti	

	<i>Var. % 2014/2009</i>
Presenze	-18,5%
Letti	- 7,6%

MOVIMENTI TURISTICI AD ABBADIA SAN SALVATORE

	<i>Anno 2014</i>	<i>% incidenza</i>
➤ Italiani	41.950	88 %
➤ Stranieri	5.564	12 %
➤ Totale	47.514	

	<i>Anno 2014</i>	<i>% incidenza</i>
➤ Alberghiero	46.005	96 %
➤ Extralberghiero	1.509	4 %
➤ Totale	47.514	

	Val . Ass. Presenze		
	Italiani	Stranieri	Totale
I trim.	7.314	834	8.148
II trim.	8.621	1.911	10.532
III trim.	17.479	1.653	19.132
IV trim.	8.536	1.166	9.702
Anno 2014	41.950	5.564	47.514

	% presenze		
	Italiani	Stranieri	Totale
I trim.	17,4%	15,0%	17,1%
II trim.	20,6%	34,3%	22,2%
III trim.	41,6%	29,7%	40,3%
IV trim.	20,4%	21,0%	20,4%
Anno 2014	100,0%	100,0%	100,0%

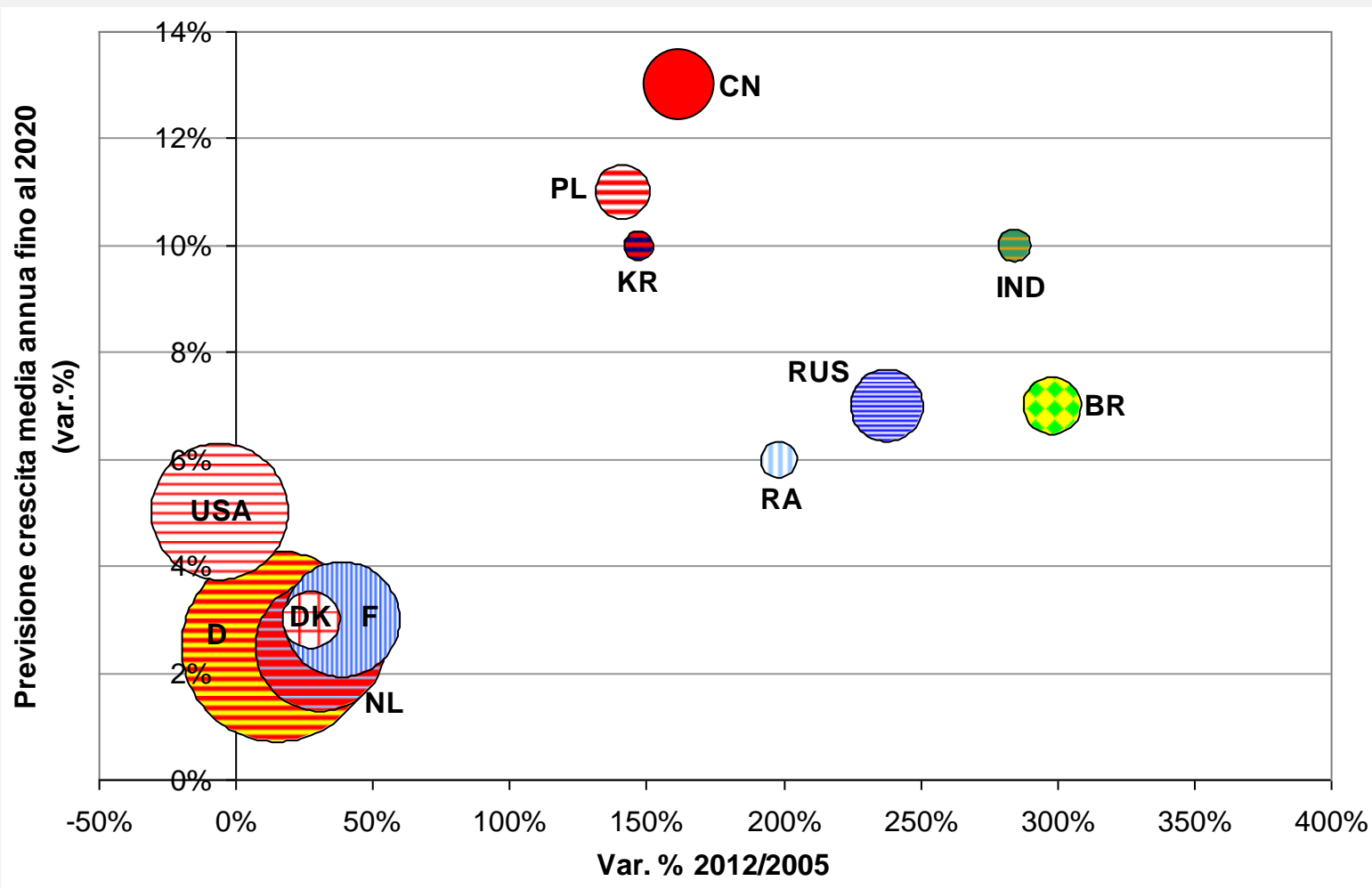
NUOVE TENDENZE

E

NUOVI COMPORTAMENTI DI CONSUMO

PER LA TOSCANA TURISTICA DEL 2020 – SINTESI MERCATI

SCENARI DI SVILUPPO OUTBOUND



Elaborazioni CST su fonti WTO, European Travel Commission, Oxford Economics, Focus Paese MAE-ENIT su mercati esteri

Tendenze e prospettive per il 2015 in Toscana

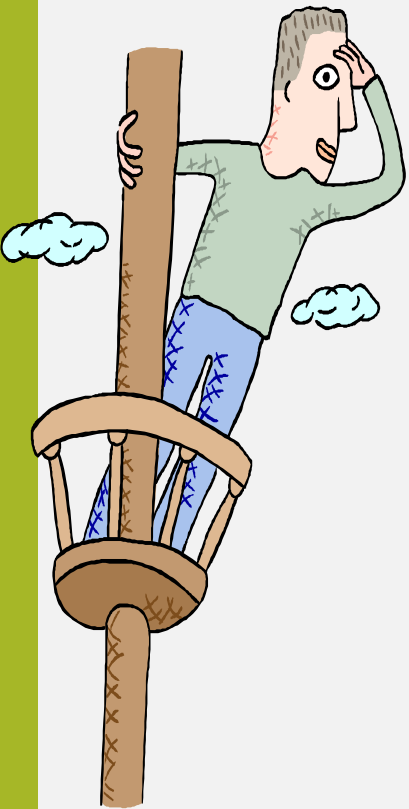
La crescente domanda proveniente dai mercati esteri si concentrerà su alcune tipologie di offerta



Le prime QUATTRO tipologie di prodotti per le quali è prevista una crescita sono:

- Enogastronomia
- Cultura
- Shopping
- Sport

e le tendenze qualitative dei prossimi anni



- Forte attenzione al budget di spesa

Attenzione al
Valore dei soldi

- **particolare attenzione alla qualità**

- capacità di utilizzo delle nuove tecnologie

- **aumento dell'organizzazione individuale**

- Forte attenzione ai contenuti delle proposte turistiche ...

+ attività
+ conoscenze

- **aumenta il turismo di relazione ed esperienziale**

dal turismo di destinazione al turismo di motivazione

Conoscere le esigenze dei visitatori è una continua sfida che il sistema turismo è chiamato ad affrontare

La prima fase del Progetto

IL PERCORSO DI COSTRUZIONE DEGLI OTD COMUNALI

REGIONE TOSCANA

PREMESSA

- **Abbadia** e altri Comuni dell'Amiata hanno aderito al progetto regionale sugli Osservatori Turistici di Destinazione (OTD)
- L'OTD è uno strumento di supporto per la **governance** dello sviluppo sostenibile e competitivo delle destinazioni turistiche della Toscana
- Il progetto regionale sperimenta tramite gli OTD una metodologia europea basata sul **dialogo sociale** e la **misurazione** dei fenomeni (tramite set di Indicatori relative a 10 tematiche)
- La Regione ha realizzato una **piattaforma informatica regionale** per la messa in rete di tutti gli OTD

OSSERVATORIO TURISTICO DI DESTINAZIONE

La piattaforma regionale è costituita da quattro aree di verifica:

1. DIALOGO SOCIALE

2. AUTOVALUTAZIONE

- INDICATORI DI PROFILO
- DOMANDE DI AUTOVALUTAZIONE

3. GESTIONE (COMPETITIVITÀ)

4. GESTIONE (SOSTENIBILITÀ)

OSSERVATORIO TURISTICO DI DESTINAZIONE

1. Dialogo sociale e Concertazione

1.1. Costituzione del COMITATO DI INDIRIZZO

- **Rappresentanti della Ricettività (30%)**
- **Componenti dei servizi (30%):** *commercio e ristorazione, concessionari (acqua, rifiuti, energia etc), mobilità, servizi pubblici, servizi culturali e ambientali.*
- **Componenti offerta turistica complementare (30%):** *Stabilimenti balneari, Aziende termali, Centri congressuali e fieristici, Impianti di risalita, Impianti sportivi, Porti, Nautica da diporto e servizi connessi, Aeroporti, Altri*
- **Rappresentati rilevanti rispetto alla destinazione (10%)**

1.2. Costituzione della STRUTTURA TECNICA

Si intende attivata con l'individuazione dei referenti tecnico/operativi, nominati dalle competenti Strutture comunali, espressamente riferiti a ciascuna delle 10 Tematiche NECSTouR e con la definizione del Documento relativo al Piano di Lavoro (DPL).

OSSERVATORIO TURISTICO DI DESTINAZIONE

2. Autovalutazione della destinazione

L'analisi dei punti di forza e dei punti di debolezza, delle opportunità e delle minacce della Destinazione va effettuata nell'ambito del Comitato di indirizzo

2.1. Gli INDICATORI DI PROFILO (IP)

Indicatori generali che servono a mettere in relazione la destinazione con le altre, da aggiornare annualmente :

- n. di arrivi per anno
- n. di presenze per anno
- Permanenza media
- n. di strutture ricettive
- n. di posti letto
- n. imprese ricettive
- n. di addetti direttamente impiegati nelle strutture ricettive
- n. di addetti impiegati nelle attività collegate al turismo
- Percentuali di addetti occupati nel settore turistico
- tipologia di turismo prevalente della Destinazione

2.2. Le Domande di base per l'AUTOVALUTAZIONE

Domande generate dai dieci "Presidi" NECSTouR. L'obiettivo è verificare se, rispetto al turismo, gli strumenti di programmazione/pianificazione vigenti sono adeguati. Questa analisi, in sostanza, punta ad "immaginare" come vorremmo che fosse tra cinque, dieci, venti anni la nostra destinazione turistica. Si tratta di un esercizio fondamentale.

OSSERVATORIO TURISTICO DI DESTINAZIONE

3. Gli Indicatori di Gestione della Competitività
4. Gli Indicatori di gestione della Sostenibilità

1. IMPATTO DEI TRASPORTI
2. QUALITÀ DELLA VITA DEI RESIDENTI
3. QUALITÀ DEL LAVORO
4. POLITICHE DI DESTAGIONALIZZAZIONE
5. TUTELA ATTIVA DEL PATRIMONIO CULTURALE
6. TUTELA ATTIVA DEL PATRIMONIO AMBIENTALE
7. TUTELA ATTIVA DELLE IDENTITÀ DELLE DESTINAZIONI
8. DIMINUZIONE E OTTIMIZZAZIONE UTILIZZO DELLE RISORSE NATURALI IN PARTICOLARE L'ACQUA
9. DIMINUZIONE E OTTIMIZZAZIONE CONSUMI DI ENERGIA
10. DIMINUZIONE E GESTIONE DEI RIFIUTI

COMPETITIVITA'

*Il livello di competitività della destinazione lo si misura rispetto agli indicatori di efficienza e di efficacia collegati agli esiti della fase di Autovalutazione Occorre fissare i **Valori di Partenza** e monitorare il percorso verso i **Valori Obiettivo**.*

SOSTENIBILITA'

*Indicatori che aiutano a non superare soglie di tolleranza che possano compromettere gli equilibri. Occorre fissare i **Valori di Partenza** e monitorare il percorso verso i **Valori Obiettivo***

OSSERVATORIO TURISTICO DI DESTINAZIONE

Le fasi per la costituzione della rete regionale

Fase 1: Attivazione del partenariato

Attivata con la sottoscrizione del Protocollo di intesa con gli stakeholder e con la sottoscrizione di un Protocollo di collaborazione con almeno una Università operante nel territorio regionale

Fase 2: Attivazione del Comitato di Indirizzo

Insediamiento del Comitato di Indirizzo e definizione del regolamento per l'operatività;

Fase 3: Definizione dell'autovalutazione

*Punti di forza e di debolezza del sistema locale: **DRAC** Documento di raccolta /analisi delle conoscenze - **DPSS** Documento di Programmazione degli interventi per lo Sviluppo Sostenibile*

Fase 4: Individuazione Responsabile OTD e relazioni con gli uffici comunali (DOC)

Fase 5: Attivazione Struttura Tecnica (ST) permanente e del piano di lavoro (DOC)

Fase 6: Definizione degli indicatori di competitività e sostenibilità

***DMIG**: Documento per la misurazione degli indicatori di gestione*

Fase 7: Definizione relazioni tra l'OTD e l'osservatorio regionale del turismo (DOC)

Fase 8: Collaudo e messa in Rete dell'OTD

- *Collaudo delle fasi del processo di costituzione dell'OTD (competenti uffici regionali)*
- *immissione nella piattaforma informatica dei dati e documenti dell'autovalutazione, e dei valori relativi agli indicatori di profilo, competitività e sostenibilità identificati nella fase 6.*

La nuova fase del Progetto

LO SVILUPPO DEGLI OTD COMUNALI

REGIONE TOSCANA

Le due funzioni dell'OTD

All'OTD vanno attribuite due funzioni fondamentali:

1. **L'Osservatorio**
2. **Il Laboratorio**

- **L'Osservatorio** - *Il ciclo virtuoso "Misura-Analizza-Agisci"*
La prima funzione è quella relativa all'impiego di indicatori per il monitoraggio degli effetti del turismo sul territorio, all'analisi dei dati e alla individuazione condivisa di Piani di Azione Locale
- **Il Laboratorio** - *Otd come strumento di governance del turismo*
La seconda funzione è quella di laboratorio di animazione territoriale, in grado di disseminare buone pratiche e di sperimentare nuove soluzioni ai problemi della competitività sostenibile del turismo.

UN OSSERVATORIO-LABORATORIO PER LO SVILUPPO TURISTICO

L' OSSERVATORIO

- Svolgere con l'ente, con gli operatori (turistici e commerciali) e gli altri gruppi d' interesse locale l' analisi dei punti di forza, delle criticità, delle opportunità e delle minacce legate allo sviluppo del turismo nella destinazione (ANALISI SWOT)
- Monitorare in modo continuativo l' impatto del turismo sul territorio (sostenibilità) e la qualità turistica della "destinazione" (competitività).

IL LABORATORIO

- Attivare percorsi di DIALOGO SOCIALE fra tutti i soggetti interessati dallo sviluppo turistico della destinazione
- SENSIBILIZZARE i turisti
- Promuovere con l'Ente, gli operatori dell'area ed altri soggetti interessati le opportune AZIONI DI MIGLIORAMENTO della sostenibilità e competitività della "destinazione"

Il Programma di lavoro per il 2015

Definizione di una strategia di valorizzazione turistica della Destinazione e realizzazione di workshop di animazione territoriale

Queste attività saranno condotte in parallelo alle prime. Vedranno il coinvolgimento, oltre che degli stakeholder organizzati anche degli operatori turistici locali. Le attività prevedono:

- *L'analisi del posizionamento della destinazione sui mercati turistici (compreso il Sentiment)*
- *L'analisi delle forme di turismo prevalenti e delle risorse di maggiore attrazione*
- *L'individuazione di attributi territoriali idonei a sviluppare strategie di innovazione di prodotto*

*L'output delle attività sarà un **Piano Strategico di Sviluppo Turistico della Destinazione**. Un aspetto importante del lavoro sarà quello di individuare i confini della destinazione percepita, ottimale sia rispetto alle strategie di marketing implementabili che al progetto regionale delle Destinazioni turistiche di eccellenza.*