



Regione Toscana



#TuscanyTogether

ProductMix: conoscere le aree di prodotto
rilevanti per le destinazioni della Toscana
(*attività di studio per ricostruire il portafoglio prodotti e
la dinamica dei diversi turisti*)

Mara Manente
CISSET





Regione Toscana



STEP 1: ANALISI DESK

SINTESI TRA STUDI E PROCESSO BOTTOM UP

STEP 1:
ANALISI DESK

STEP 2:
INDAGINE
PRESSO GLI
OPERATORI

STEP 3:
ANALISI DEI
PRODOTTI E DEL
POSIZIONAMENTO

STEP 4:
CONFRONTO CON TREND
INTERNAZIONALI E
INDIVIDUAZIONE
OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



visittuscany.com

CISET





I PRODOTTI DELLA REGIONE A PARTIRE DALL'ANALISI DEI PIANI OPERATIVI

- ✓ **La diffusione** su scala regionale di aree di prodotto/prodotti individuati;
- ✓ **I diversi livelli di sviluppo** per aree di prodotto e per ambito territoriale;

1. CREAZIONE DI MAPPE PER LA RAPPRESENTAZIONE GRAFICA DEI RISULTATI

2. SINTESI DEL RAPPORTO TRA PRODOTTI CONSOLIDATI, IN SVILUPPO E IN INTRODUZIONE PER OGNI AMBITO TERRITORIALE

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana

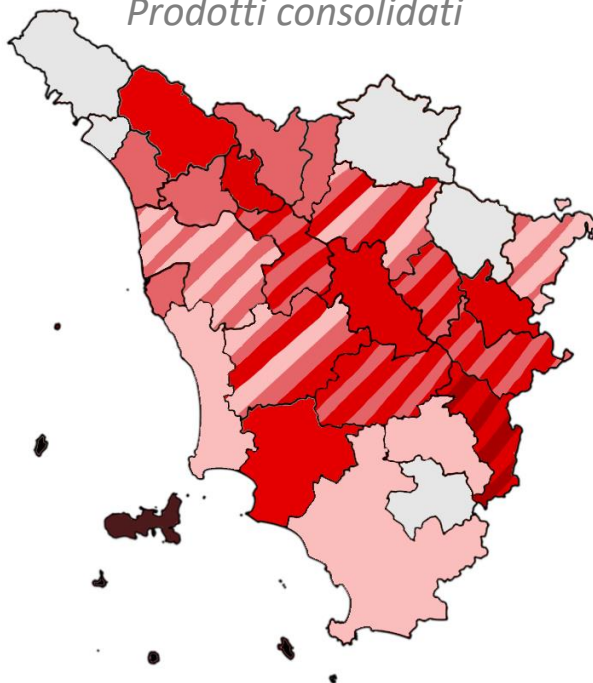


Regione Toscana

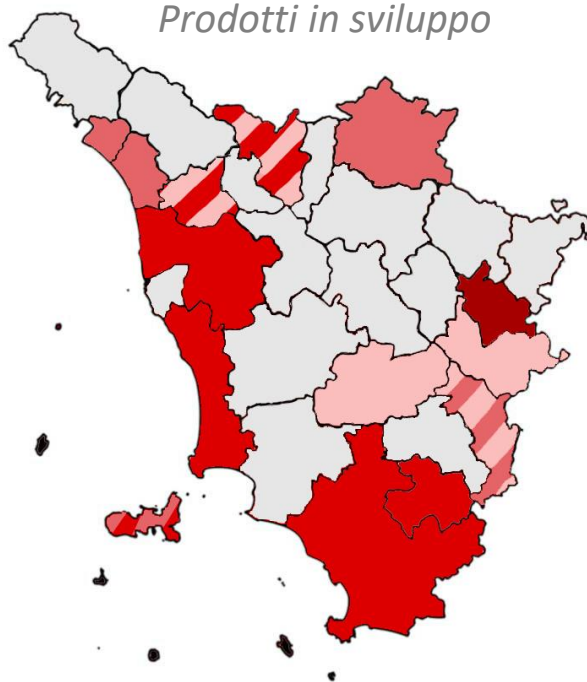


LE MAPPE: ARTE E CULTURA

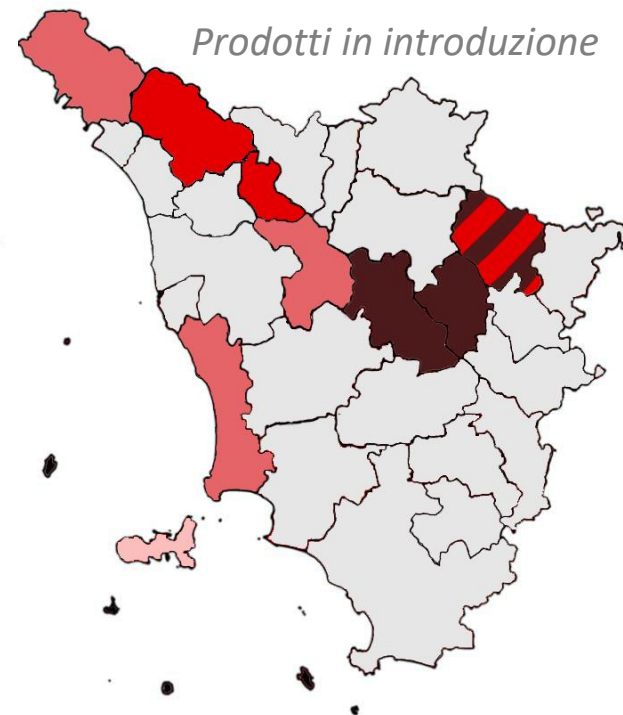
Prodotti consolidati



Prodotti in sviluppo



Prodotti in introduzione



FONTE: elaborazioni Ciset su PO ambito e TPT



SHORT BREAK

EVENTI

VIAGGI D'ARTE

CINETURISMO

BORGHİ

NESSUN PRODOTTO

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



visittuscany.com

Ciset



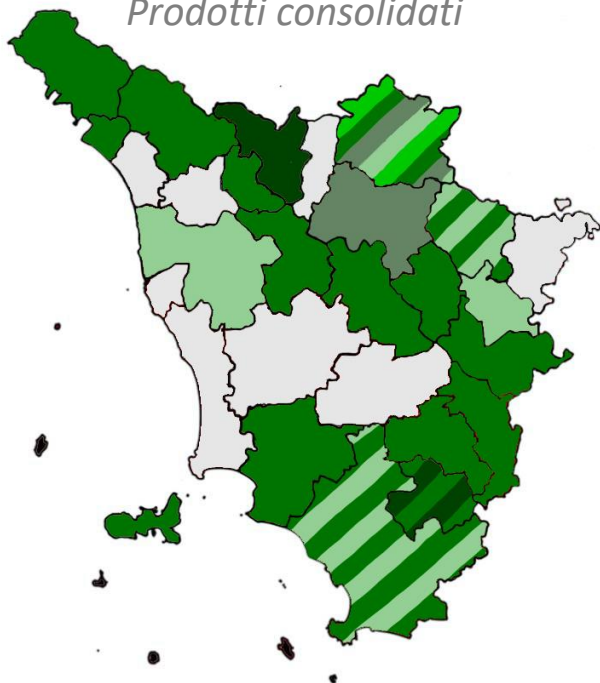


Regione Toscana

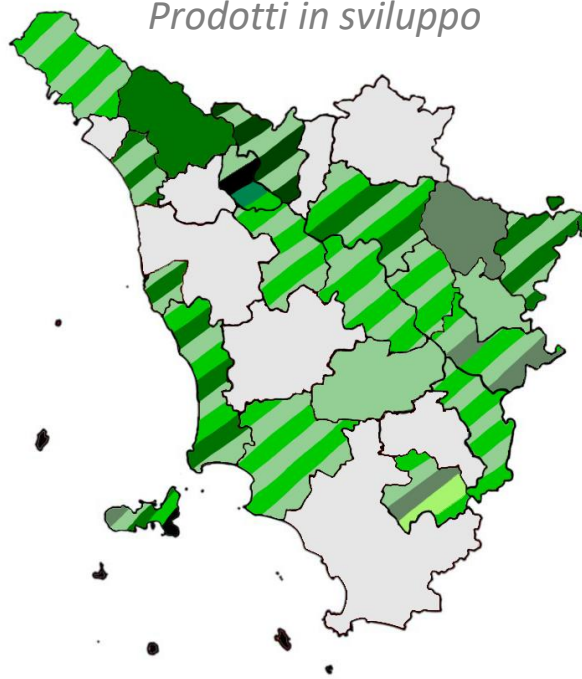


LE MAPPE: TURISMO ATTIVO

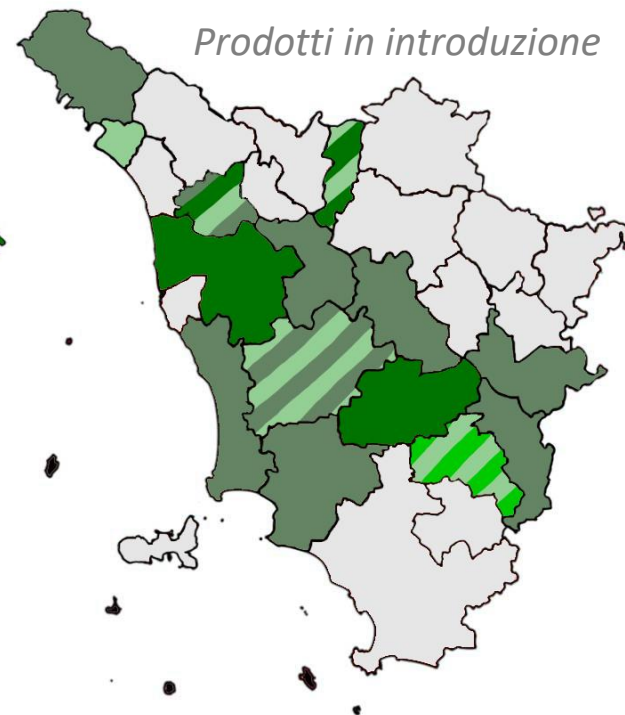
Prodotti consolidati



Prodotti in sviluppo



Prodotti in introduzione



FONTE: elaborazioni Ciset su PO ambito e TPT



MONTAGNA D'INVERNO



TURISMO SPORTIVO
O SPORT OUTDOOR



BIKE



GOLF



NATURA



EVENTI SPORTIVI



ALLENAMENTI



AVVENTURA

#TuscanyTogether

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



visittuscany.com

Ciset

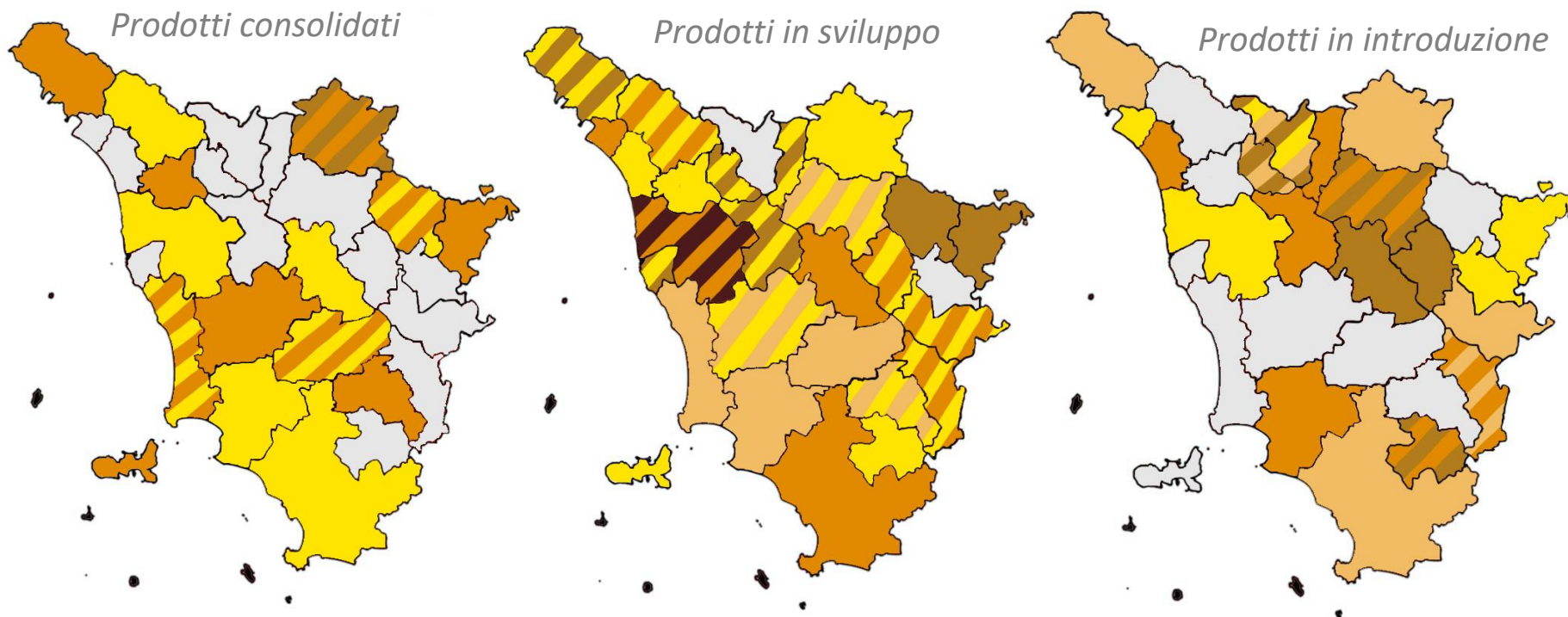




Regione Toscana



LE MAPPE: SLOW TOURISM



FONTE: elaborazioni Ciset su PO ambito e TPT



SCOPERTA DEL TERRITORIO



CAMMINI



BORGHI



PASSIONE ENOGASTRONOMICA



RELAX E BENESSERE



NESSUN PRODOTTO

#TuscanyTogether

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



visittuscany.com

Ciset



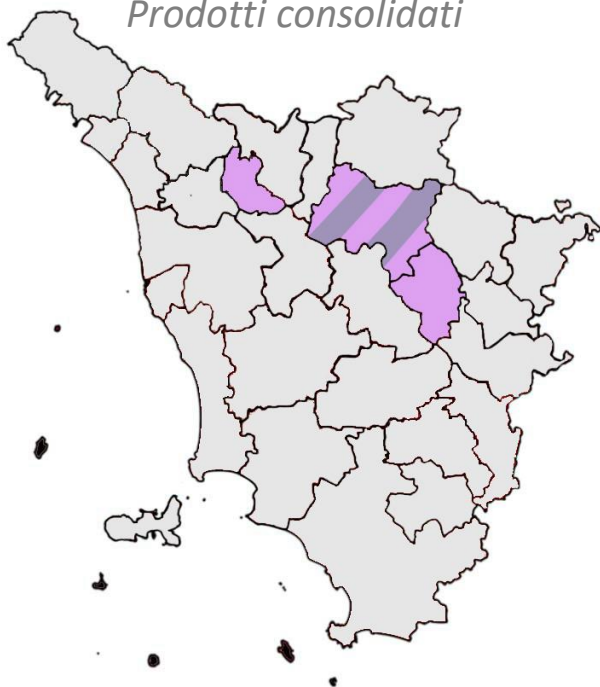


Regione Toscana

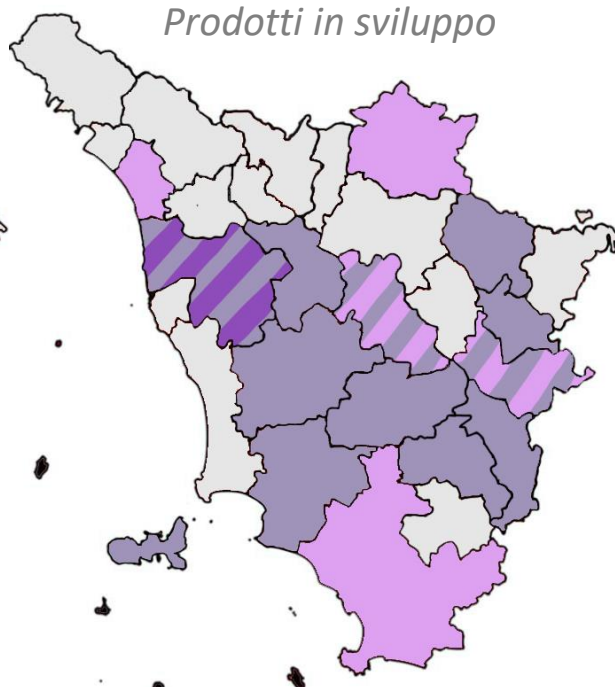


LE MAPPE: LUXURY

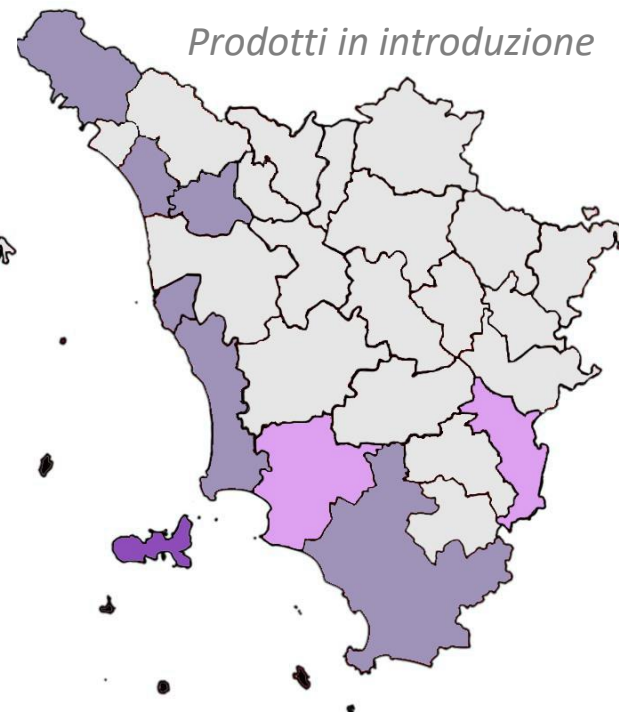
Prodotti consolidati



Prodotti in sviluppo



Prodotti in introduzione



FONTE: elaborazioni Ciset su PO ambito e TPT



CELEBRAZIONI



RELAX E BENESSERE



SHOPPING



NESSUN PRODOTTO

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



visittuscany.com

Ciset





Regione Toscana



LE MAPPE:

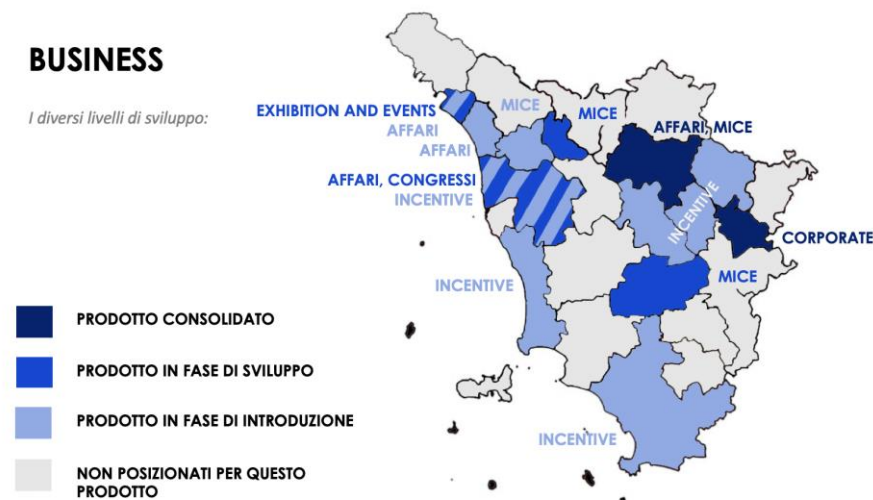
BALNEARE

I diversi livelli di sviluppo:



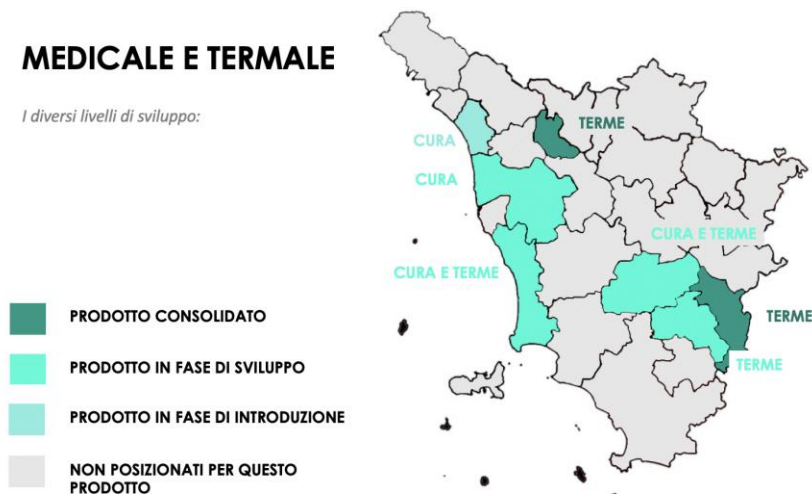
BUSINESS

I diversi livelli di sviluppo:



MEDICALE E TERMALE

I diversi livelli di sviluppo:



RELIGIOSO

I diversi livelli di sviluppo:



#TuscanyTogether

Il percorso Comune per il turismo in Toscana

FONTE: elaborazioni Ciset su PO ambito e TPT

Ciset



visittuscany.com





Regione Toscana

CONTIGUITÀ TERRITORIALI E PRODOTTI CONSOLIDATI

TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

	ARTE E CULTURA	TURISMO ATTIVO	SLOW	LUXURY	BALNEARE	MEDICALE TERMALE	BUSINESS	RELIGIOSO
DIFFUSIONE GEOGRAFICA	28/28	28/28	28/28	22/28	8/28	7/28	13/28	7/28
AMBITI CON PRODOTTI CONSOLIDATI	23	20	14	3	8	2	2	0
AMBITI CON PRODOTTI IN SVILUPPO	14	20	26	15	1	4	4	1
AMBITI CON PRODOTTI IN INTRODUZIONE	9	13	19	9	0	1	9	6
AREA DI PRODOTTO PREVALENTEMENTE:	CONSOLIDATA	CONSOLIDATA/ IN SVILUPPO	IN SVILUPPO	IN SVILUPPO	CONSOLIDATA	IN SVILUPPO	IN INTRODUZIONE	IN INTRODUZIONE
DIFFUSIONE:	In tutto il territorio toscano	Consolidato nelle zone interne e meridionali, in introduzione nelle zone costiere	Consolidato negli ambiti costieri ma in fase di sviluppo e/o introduzione nelle zone interne della regione	In fase di sviluppo nelle zone centrale e meridional e della regione	Consolidato nella zona costiera	Spot: assenza di contiguità territoriale, in concomitan za di specifiche e note aree termali	Fascia centrale	Spot: assenza di contiguità territoriale



Regione Toscana



I LIVELLI DI DIFFERENZIAZIONE DEGLI AMBITI:

AMBITO	C	S+I	INDICE*
Mugello	6	4	15,00
Maremma Toscana Area Sud	7	6	11,67
Firenze e Area Fiorentina	7	7	10,00
Maremma Toscana Area Nord	6	7	8,57
Terre di Volterra dell'Etruria Volterriana	4	5	8,00
Arezzo	3	4	7,50
Valtiberina Toscana	3	4	7,50
Garfagnana e Media Valle del Serchio	3	5	6,00
Casentino	4	7	5,71
Costa degli etruschi	6	11	5,45
Val d'Orcia	3	6	5,00
Livorno	3	6	5,00
Terre di Pisa	5	10	5,00
Terre di Siena	4	9	4,44

Valdarno Aretino	4	9	4,44
Area pratese	2	5	4,00
Valdinievole	4	10	4,00
Versilia	4	10	4,00
Empolese, Val D'Elsa e Montalbano	3	8	3,75
Val di Chiana Senese	4	11	3,64
Val di Chiana Aretina	3	9	3,33
Riviera Apuana	2	6	3,33
Elba e Isole della Toscana	4	12	3,33
Chianti	3	9	3,33
Pistoia e Montagna Pistoiese	2	7	2,86
Piana di Lucca	2	8	2,50
Amiata	2	9	2,22
Lunigiana	2	9	2,22

* (prodotti consolidati/prodotti in sviluppo + introduzione)*10

FONTE: elaborazioni Ciset su PO ambito e TPT

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



visittuscany.com

Ciset





LE VARIABILI CHIAVE:



Popolazione più anziana (anche Usa, India)

- Ricerca di benessere – olistico e attivo
- Attivi, alla ricerca di avventura soft e comunque di elevato coinvolgimento e personalizzazione
- Buon livello di spesa



Viaggi per lavoro/MICE in evoluzione

- Forte ascesa del bleisure
- Crisi ricorrenti
- Ruolo preponderante extra-Europa
- Comportamento condizionato da soluzioni tipo sharing economy



Cambiamento climatico e sensibilità relativa

- Crescita consapevolezza su eco- friendly in generale, e nel lusso on particolare
- Ricerca di aree non inquinate
- Inevitabili impatti su alcuni prodotti

FONTE: elaborazioni Ciset su fonti varie

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



LE VARIABILI CHIAVE:

Middle class dei Paesi emergenti



- Alcune tipologie di turismo (montagna invernale, mare classico) sono estranee alla cultura e al momento sembrano generare relativo entusiasmo
- Presto autonomi in organizzazione e viaggio per educazione. e digitalizzazione

Instabilità continua



Crisi finanziarie , sanitarie, geo-politiche rimarranno una cifra costante, re-distribuendo i flussi a livello mondiale soprattutto per il leisure, più che risultando in contrazioni di lungo periodo

Generazione Y



- Ricerca di aree non frequentate/non turistiche e momenti memorabili e trasformativi
- Elevata personalizzazione e autonomia
- Circa il 50% del mercato nel 2025

FONTE: elaborazioni Ciset su fonti varie

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



QUALI SONO I MEGATREND?

Evoluzione prevista a 2025 a livello mondiale:
dinamica da tarare su specificità e competitività territoriale

	Volumi	Fatturato/Spesa
Balneare	*	*
Arte e cultura	****	***
Slow	***	***
Active	***	**
Business	**	***
Luxury	***	****
Religioso	**	*
Medicale-Termale	**	*

Fonte: Ciset su varie fonti

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



MA ATTENZIONE:

Business

- Fortemente differenziato per macro-area geografica
- Differenze pronunciate all'interno di MICE, con fiere in difficoltà e incentive in crescita
- Il **trend**, soprattutto su spesa, è prevalentemente trascinato dal **bleisure** e **incentive**

Attivo

- I segmenti alto spendenti sono le **nicchie delle nicchie**
- La montagna invernale è un turismo di prossimità e domestico
- Destinazioni europee non "top of mind" sul fronte natura, salvo qualche eccezione a nord

Arte e cultura

- Il turismo "urbano" **si sta differenziando molto dal concetto di "città d'arte"**
- Moltissime destinazioni urbane extra-europee in forte crescita
- Città e grandi attrattori ancora elementi da "lista" a livello internazionale, ma molti si differenziano

Lusso

- Estremamente differenziato al suo interno, ma i due segmenti leader sono **bluxury** e "cash rich-time poor"
- Spesa sempre più concentrata su **elementi immateriali** e attività da fare, piuttosto che sull'acquisto di beni

TURISMO ATTIVO:

- Montagna d'inverno;
- Natura;
- Sport;



LUXURY:

- Relax;
- Celebrazioni;
- Shopping;



#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



MA ATTENZIONE:

Slow

- Ricerca di maggiore personalizzazione e **resistenza ad attività standard (es. visita cantina)**
- Mercato di forte matrice europea per cammini e cicloturismo, con aperture in altri mercati occidentali
- L'elemento che trascina il mega trend è legato nello specifico alla **ricerca di momenti coinvolgenti e trasformativi**

Religioso

- Pellegrinaggio **differenziato** secondo religioni/confessioni
- **Sovrapposizioni** forti con altri segmenti
- Destinazioni europee

Balneare

- Comportamenti e segmentazioni molto differenziati
- Ci sono segmenti alto-spendenti ma sono nicchie specifiche
- **Nuove destinazioni** in continuo sviluppo, in Europa e fuori, anche come conseguenza dei cambiamenti climatici

Medicale e Termale

- **Termale** tradizionale curativo **in stallo**, crescita destinazioni termali, anche asiatiche, a scopo non curativo
- **Domanda medica** (turisti che visitano un Paese per risparmiare su cure mediche e fare vacanza) fortemente **volatile** e concorrenza destinazioni Est Europa, Asia e Sud-America
- Emergono i "vacationing patients", una nicchia che **viaggia per cure specialistiche di alto livello** e incidentalmente anche per turismo (Importanza accompagnatori)

SLOW:

Scoperta del territorio;
Relax, terme e benessere;
Enogastronomia;

BALNEARE:

- Famiglie;
- Nautica;
- Divertimento;

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



OBIETTIVI E PERCORSO:

VALUTARE L'ARTICOLAZIONE DEL PORTAFOGLIO PRODOTTI TURISTICI DELLA TOSCANA, *A PARTIRE DAL PUNTO DI VISTA DELLA DOMANDA** E QUINDI:

- ❖ IL LIVELLO DI SVILUPPO E LA DINAMICA DEI PRODOTTI INDIVIDUATI
- ❖ LA SEGMENTAZIONE DEI DIVERSI PRODOTTI TURISTICI
- ❖ LE OPPORTUNITÀ E LE PRIORITÀ DI SVILUPPO

STEP 1:
ANALISI DESK

STEP 2:
INDAGINE
PRESSO GLI
OPERATORI

STEP 3:
ANALISI DEI
PRODOTTI E DEL
POSIZIONAMENTO

STEP 4:
CONFRONTO CON TREND
INTERNAZIONALI E
INDIVIDUAZIONE
OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO

*Si sottolinea che il prodotto viene definito a partire dall'esperienza di vacanza effettivamente vissuta dal turista sul territorio, non a partire da attitudini e aspirazioni generiche o dal tipo di risorse presenti sul territorio.

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



STEP 1: ANALISI DESK

- Analisi di studi e schede di proposta elaborate dai diversi ambiti;
- Descrizione dei prodotti;
- Integrazione e confronto del materiale;
- Confronto con piano regionale e nazionale;

STEP 2: INDAGINE PRESSO GLI OPERATORI

- 1° wave di interviste telefoniche ad un campione di operatori (strutture ricettive e agenzie incoming...);
- 2° wave di interviste dopo aver rivalutato il campione;
- Elaborazione dei risultati ed integrazione delle informazioni;
- Individuazione dei prodotti, quote di mercato e andamento, a partire dal punto di vista della domanda;

STEP 3: ANALISI DEI PRODOTTI E DEL POSIZIONAMENTO

- Studio del valore economico delle linee di prodotto/segmento;
- Individuazione dei competitor e confronto;
- Individuazione del posizionamento della Toscana;

STEP 4: CONFRONTO CON TREND INTERNAZIONALI E OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO

- Analisi dei prodotti turistici e individuazione trend internazionali;
- Confronto dei trend con gli elementi chiave del territorio;
- Individuazione dei segmenti/prodotti prioritari;

#TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



Regione Toscana



#tuscanytogether

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Mara Manente

✉ mara.manente03@unive.it

📧 @manente03

📧 @ilCISSET

www.unive.it/ciset



visittuscany.com



fondazione
sistema toscana