



IL VALORE DELLE FILIERE DEL TURISMO

E DEL LEGNO-ARREDO IN ITALIA

Il ruolo del made in Italy per la competitività dei settori

A cura di
Domenico Sturabotti
Roma, 3 ottobre 2018

TURISMO NEL MONDO

Nel corso dei decenni, il turismo ha registrato una continua crescita e profonda diversificazione diventando uno dei settori economici in più rapida crescita al mondo e fattore chiave per il progresso socioeconomico.

Nel 2017

Gli arrivi turistici internazionali sono cresciuti del 7% arrivando a 1.323 milioni

PROSPETTIVE DI CRESCITA

La UNWTO prevede una crescita degli arrivi turistici internazionali tra il 4% e il 5% nel 2018

Turismo come fenomeno economico e sociale

+ 7%

1.323 milioni

Totale arrivi turistici internazionali

+ 5%

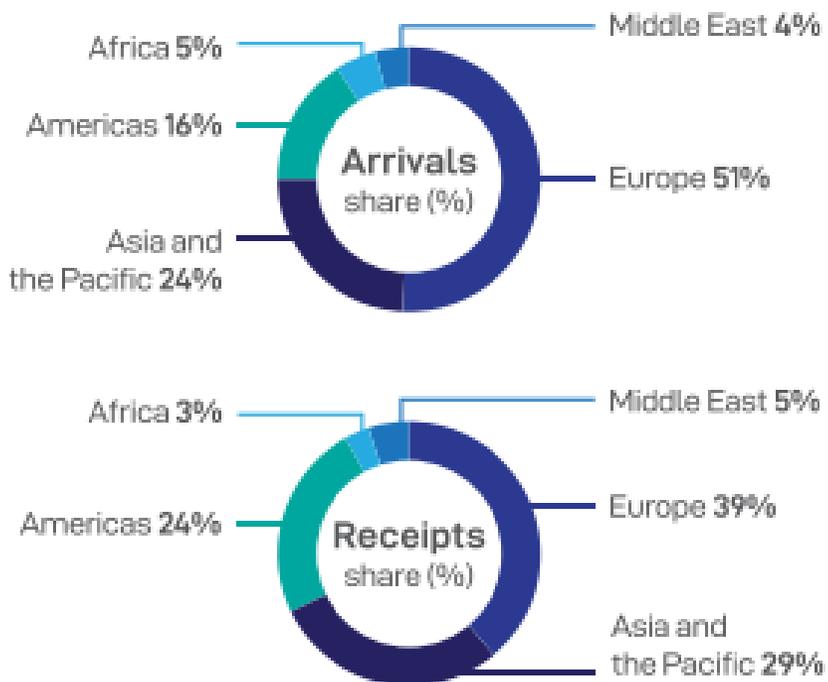
1.340 miliardi \$

Totale entrate turistiche internazionali

NUMERI DEL FENOMENO

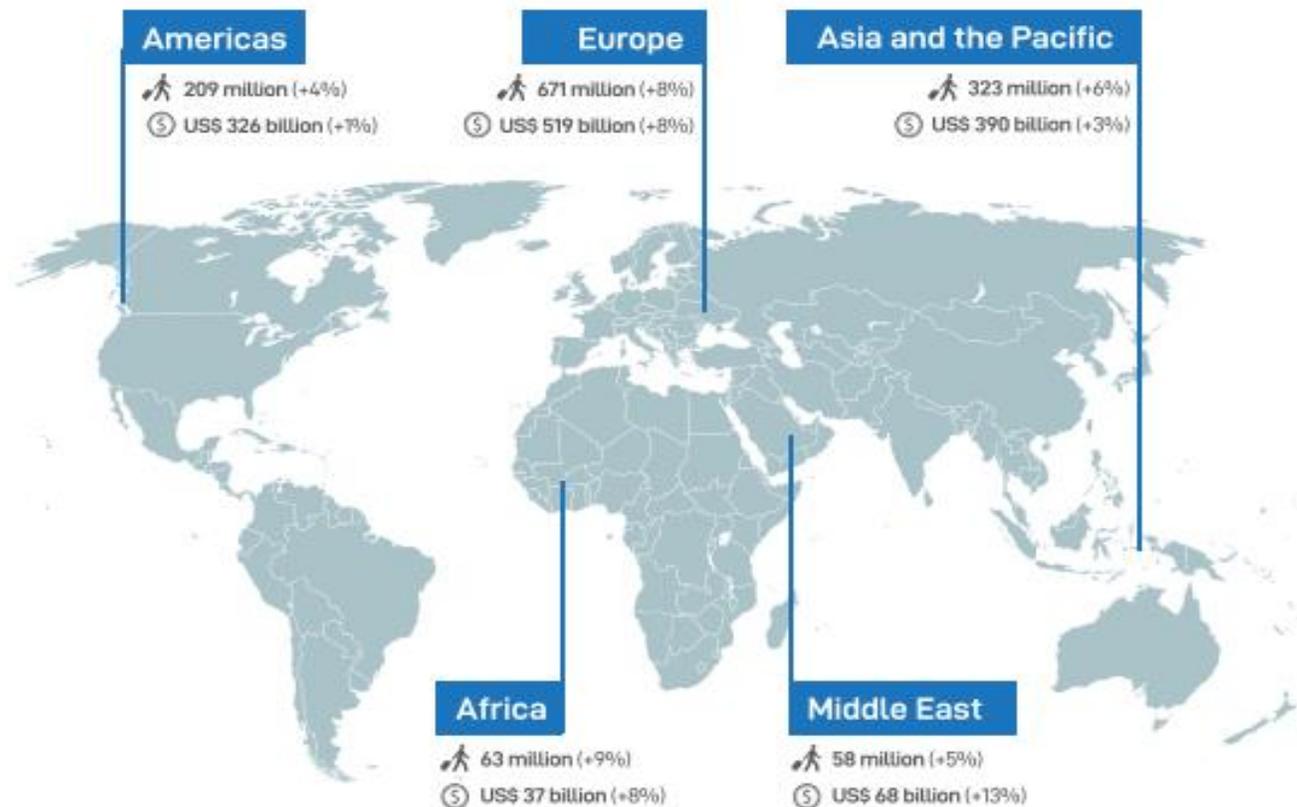
Arrivi e Entrate turistiche

Quote percentuali sul totale mondo (2017)



Arrivi e Entrate turistiche

Quote percentuali (2016/2017*)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

VALORE DEL TURISMO IN ITALIA (2017)

CONTRIBUTO DIRETTO

Il contributo diretto del settore turistico nel 2017 in Italia è stato di **94,1 mld €** nel 2017 (5,5% del PIL).

CONTRIBUTO TOTALE

Il contributo totale sul Pil è stato inoltre del 13% nel 2017, pari a **223,2 mld €**.

OCCUPAZIONE

Il settore turistico ha fatto contare tra diretto e indiretto **3.394.500 posti di lavoro** nel 2017 (14,7% della forza lavoro totale).

I NUMERI

223,2 mld €
Contributo diretto e indiretto

13%
PIL nazionale

+14,7%
Forza lavoro nazionale

LA SPINTA DEL TURISMO INTERNAZIONALE IN ITALIA

L'Italia è 5^a meta turistica nel mondo (preceduta da Francia, Stati Uniti, Spagna e Cina) e 3^a in Europa. Negli ultimi dieci anni (2008-2017), registrata la crescita degli arrivi internazionali da 43 a 60 milioni (+39,3%), mentre le presenze da 163 a 212 milioni (+29,7%).

Le nazionalità dei turisti stranieri (ordine per numero - anno 2017)

1. Germania
2. Svizzera
3. Francia
4. Austria
5. UK
6. USA
7. Spagna
8. Paesi Bassi
9. Canada
10. Australia

BIG SPENDER PER TURISMO IN ITALIA E NEL MONDO

Spesa per viaggi all'estero (per spesa – mld € -2017)

1.	Cina	228,1
2.	Usa	119,7
3.	Germania	74,1
4.	UK	56,1
5.	Francia	36,7
6.	Australia	30,1
7.	Canada	28,3
8.	Russia	27,5
9.	Corea (Rep. Di)	27,1
10.	Italia	24,6

La spesa turistica degli stranieri in Italia (ordine per spesa – mld € - 2017)

1.	Germania	6,56
2.	Usa	4,48
3.	Francia	3,90
4.	UK	3,03
5.	Svizzera	2,50
6.	Austria	1,73
7.	Spagna	1,32
8.	Canada	1,24
9.	Paesi Bassi	1,16
10.	Australia	1,16

Spesa giornaliera in Italia (per nazionalità)

1.	Cina	328 €
2.	USA	265 €
3.	Giappone	180 €
4.	Russia	118 €
5.	Germania	100 €
6.	UK	87 €
7.	Francia	84 €

ASPETTATIVE E PREFERENZE SPESE DEI TURISTI

Il 95% dei turisti è soddisfatto dell'intero percorso esperienziale fatto durante il soggiorno in Italia.

Arte, cibo, moda, musei e shopping sono i punti di forza. Punti critici trasporti e infrastrutture.

Tra i Paesi coinvolti (Francia, Inghilterra, Germania, Russia, Cina, Giappone e Usa) nella più recente indagine sul grado di soddisfazione dei turisti i più critici sono i giapponesi, i più entusiastici gli americani.

% per Paese di provenienza

Gli acquisti effettuati	Totale	Germania	Francia	UK	USA	Russia	Cina	Giappone
Cibo	62	64	60	48	68	87	62	76
Abbigliamento e accessori	48	52	41	39	58	74	59	51
Abbigliamento e accessori di lusso	11	5	10	9	34	18	38	27
Arredo	12	5	18	7	21	12	18	16
Opere d'arte	8	4	2	7	33	6	29	10
Artigianato locale	25	18	27	22	37	34	35	25
Souvenir	50	49	49	49	51	85	52	51
Altro	3	4	3	3	2	4	1	5
Non ho acquistato	10	10	11	14	5	1	9	4

ATTRATTIVITÀ DELL'ITALIA NEL MONDO

L'Italia è la meta più desiderata al mondo: il 37% della popolazione sceglierebbe il nostro Paese per una vacanza "premio" all'estero, seguono Stati Uniti (32%) e Australia (31%).

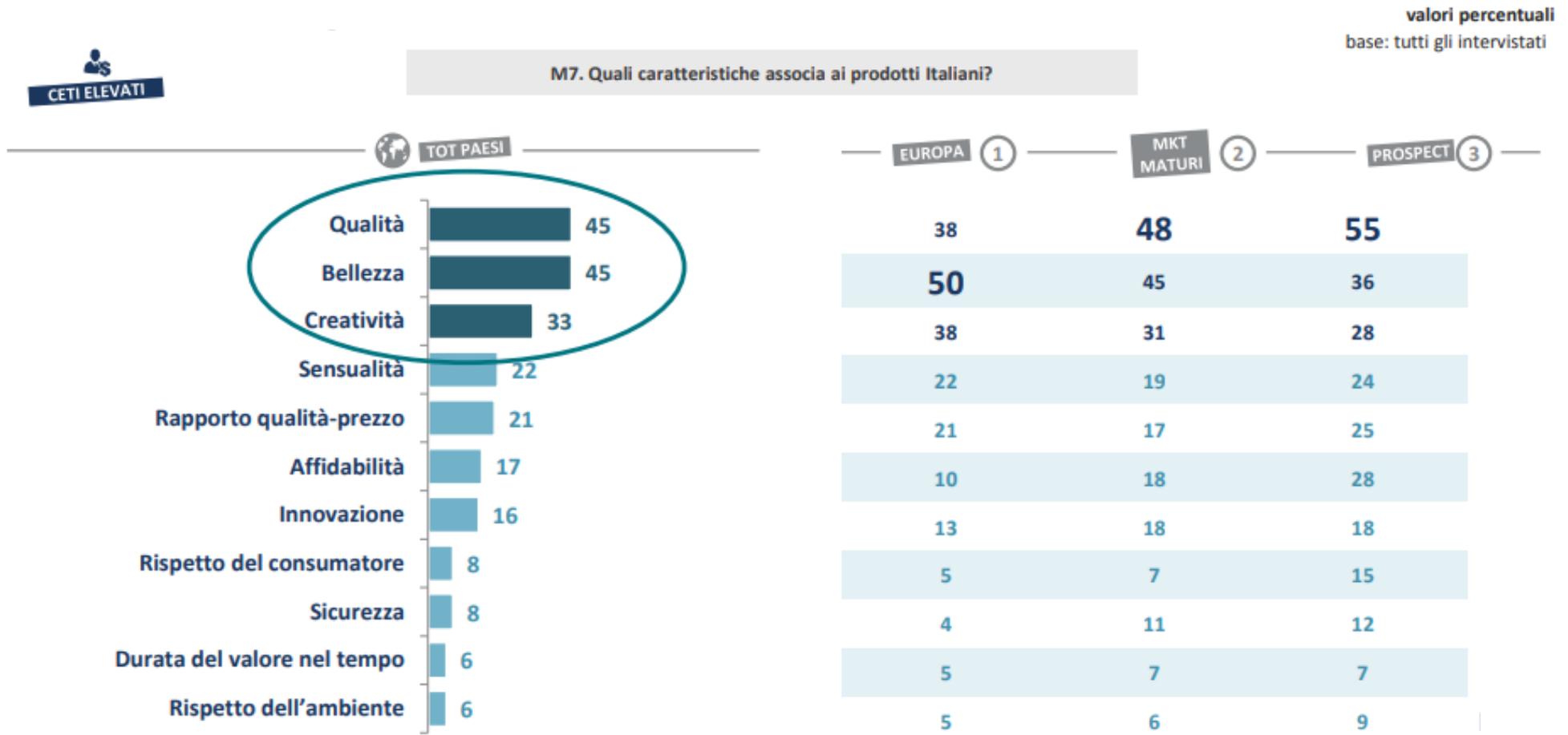
Il 29% della popolazione mondiale dichiara di avere pianificato un viaggio in Italia nei prossimi 5 anni.

L'Italia è il terzo Paese più conosciuto al mondo.

Il Belpaese è al top per immagine associata a qualità della vita, creatività ed inventiva, superando Canada, Australia e Stati Uniti.



ATTRATTIVITÀ PRODOTTI MADE IN ITALY



PERCEZIONE DEL BRAND MADE IN ITALY

Il Made in Italy ... un brand non omnicomprensivo

La sensazione che si ricava è che il 'made in Italy' rischi di avere una definizione più limitativa rispetto alla vera sfera di influenza dell'Italianità nel mondo.

L'Italianità è data dalla presenza di 3 aree semantiche e valoriali, solo parzialmente sovrapposte:





SINERGIA TRA TURISMO E MADE IN ITALY



ATTRAZIONI PIÙ VISITATE IN ITALIA

TOP 10 PER NUMERO DI VISITATORI (2017)

1. Colosseo (7 mln) - Roma
2. Serravalle Design Outlet (5 mln) – Piemonte
3. Castel Romano (4,5 mln) - Roma
4. La Reggia Outlet (3,5 mln) - Caserta
5. Noventa di Piave (3,5 mln) - Venezia
6. Barberino del Mugello (3,3 mln) - Toscana
7. Scavi di Pompei (3,3 mln) - Campania
8. The Mall (3,2 mln) – Toscana
9. Galleria degli Uffizi (2,2 mln) - Firenze
10. David alla Galleria dell'Accademia – (1,6 mln) - Firenze



OUTLET: LE NUOVE METE DEL TURISMO

Gli outlet village negli ultimi 20 anni sono diventati meta turistica per shopping e divertimento.

Sono localizzati per lo più vicino a città d'arte e turistiche come Roma e Firenze, e facilmente raggiungibili grazie a servizi navetta.

Il numero di frequentatori è in costante crescita e sono diventati meta privilegiata di molti turisti in visita in Italia.

L'Italia è al secondo posto nel mercato europeo sia per fatturato che per superficie con 22 strutture che superano i 10.000 mq.



THE MALL

The Mall a Regello (FI) è l'evoluzione degli outlet village coniugando in sé il meglio del lusso e delle produzioni made in Italy in un paesaggio d'eccellenza.

Si presenta come una meta turistica alternativa nella rosa dell'offerta della regione Toscana, tra i principali musei e itinerari tra le città d'arte.



THE MALL
LUXURY OUTLETS
FIRENZE

LUXURY OUTLETS ▾ L'ESPERIENZA SHOPPING ▾ I MARCHI VISITA THE MALL FIRENZE ▾ RISTORANTE GUCCI CAFFÈ MY MALL MAGAZINE

ORARIO DI APERTURA
lunedì - domenica 10.00 - 19.00

I MARCHI
ALBERTA FERRETTI
ALEXANDER MACQUEEN
AQUAZZURA
ARMANI JEANS
BALENCIAGA
BILLIONAIRE
BOTTEGA VENETA
BRIONI
BURBERRY
CHLOÉ
CHOPARD
COACH
CORNELIANI
DOLCE&GABBANA
EMILIO PUCCI
ERMANNO SCERVINO
ERMENEGILDO ZEGNA
ETRO
FAY
FENDI
GODS
GIORGIO ARMANI
GIVENCHY
GUCCI
HOGAN
JIMMY CHOO
LORO PIANA
MOSCHINO
PASQUALE BRUNI
PHILIPP PLEIN
POMELLATO
ROBERTO CAVALLI
SAINT LAURENT
SALVATORE FERRAGAMO

Arte, cultura e paesaggi unici che tolgono il fiato

Città d'arte, colline, vigneti, borghi medievali, paesaggi unici e un patrimonio artistico e culturale dal valore inestimabile. La Toscana è tutto questo, una terra meravigliosa, una regione unica al mondo dove l'arte e la tradizione incontrano la natura incontaminata.

La Toscana

Città d'arte, colline, vigneti, borghi medievali, paesaggi unici e un patrimonio artistico e culturale dal valore inestimabile. La Toscana è tutto questo, una terra meravigliosa, una regione unica al mondo dove l'arte e la tradizione incontrano la natura incontaminata.

Luoghi suggestivi e carichi di storia dove il Rinascimento ha lasciato in eredità numerosi tesori di altissimo valore artistico, storico e architettonico che rendono la Toscana una delle più

SITI UTILI PER IL TURISMO IN TOSCANA
WWW.TURISMO.INTOSCANA.IT
WWW.FIRENZE.TURISMO.IT

SCARICA LA BROCHURE



DESIGN WEEK IN ITALIA

IL FORMAT

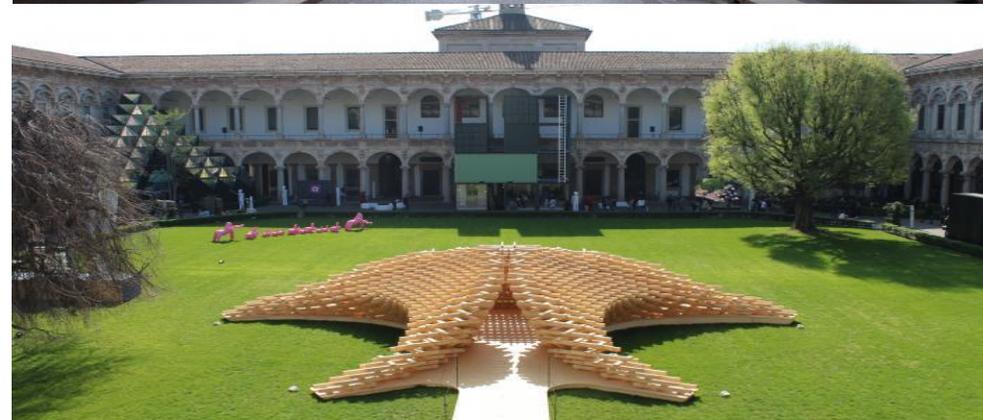
Design come strumento di marketing territoriale e di storytelling di impresa/innovazione settori. Non un evento fieristico ma un evento spontaneo.

QUANTE SONO IN ITALIA?

Bologna, Torino, Firenze, Palermo, Matera, Venezia, Matera, Forte dei Marmi, Ancona, Pordenone, Urbino. E ancora Varese, Monza, Brescia (sulla scia della settimana milanese), e infine Catanzaro.

LA MILANO DESIGN WEEK

Oltre 430mila visitatori in città (Edizione 2018)



MUSEI DEL MADE IN ITALY

Mettono in rete la memoria delle competenze, della creatività, dell'ingegno delle aziende italiane, che sono, ancora oggi, matrice del miglior made in Italy.

Ampliano l'offerta culturale e turistica del sistema museale italiano.

In Italia c'è una rete che associa oltre 70 tra musei e archivi di impresa, dislocati in tutto il territorio nazionale.



LAGO: NETWORK DEL DESIGN ITALIANO NEL MONDO

L'azienda Lago attiva una sinergia con i suoi clienti coinvolgendoli in un network internazionale del design

Cocoon Maldives è il primo resort di design nel mezzo dell'oceano indiano



Hotel e B&B

Uffici e spazi di lavoro

Bar, ristoranti e spazi pubblici

Appartamento Lago

LAGO WELCOME

ARREDA IL TUO HOTEL O B&B CON LAGO

Scopri LAGO WELCOME, il format dedicato all'ospitalità che rende straordinaria l'esperienza nei tuoi spazi.

SCOPRI DI PIÙ



GRAZIE

Domenico Sturabotti – Direttore Fondazione Symbola
domenico.sturabotti@symbola.net