



Strategie per lo sviluppo del crocierismo in Toscana

Alberto Peruzzini

Direttore Toscana Promozione Turistica

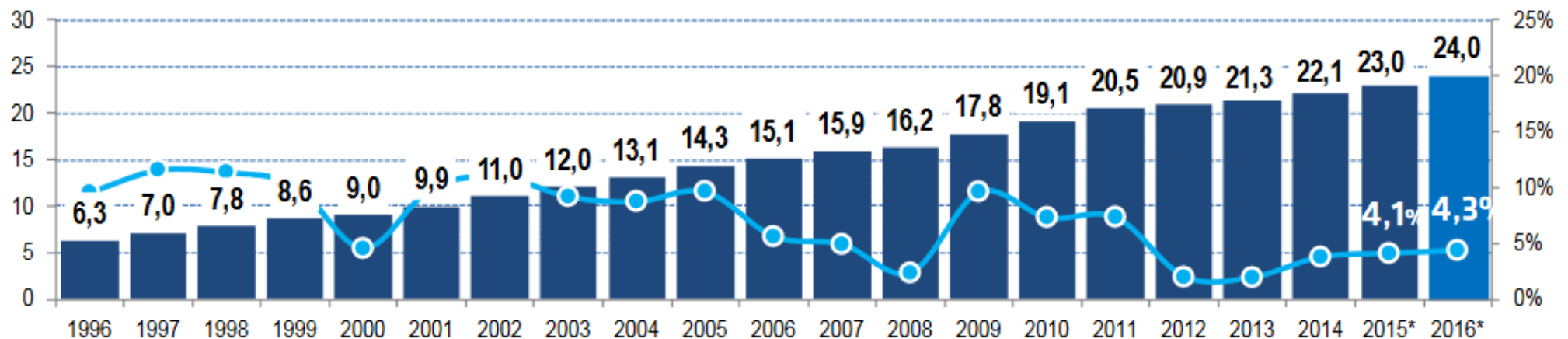
Livorno, Fortezza Vecchia – 13 Giugno 2016

Congiuntura e tendenze dei mercati:

- ✓ Gli arrivi in Toscana hanno avuto un incremento del 2,3% nel 2015 arrivando a quota 12,8 milioni di unità.
- ✓ Le stime per il 2016 confermano quindi la Toscana una destinazione attrattiva in particolare nei segmenti: Città d'arte, Campagna, Balneare
- ✓ Le prime quattro tipologie di prodotti per le quali è prevista una crescita sono: Cultura, Enogastronomia, Shopping e Lusso accessibile
- ✓ Per quanto riguarda i mercati i trend migliori sono attesi dai paesi extra europei quali nord America, Cina ed India e dai paesi Nord Europei.

Tale tendenza è confermata anche nel settore del crocierismo

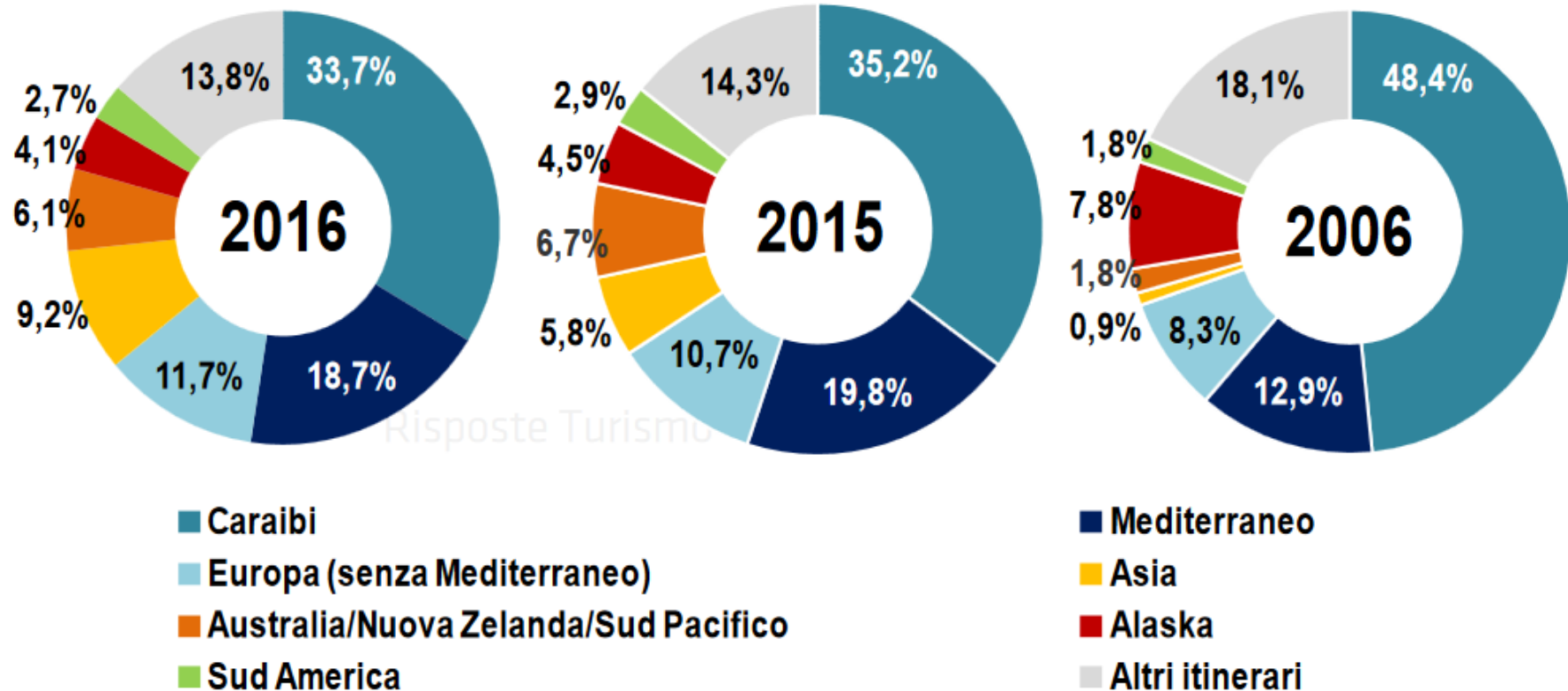
Evoluzione domanda crocieristica, totale clientela a bordo e variazione su anno precedente (1996-2016)



Fonte: elaborazioni Risposte Turismo su dati CLIA (2016), State of the industry 2016 ed edizioni precedenti.

Nota: valori in milioni. Il dato si riferisce ai passeggeri delle compagnie appartenenti a CLIA. (*) I dati 2015 e 2016 sono stime.

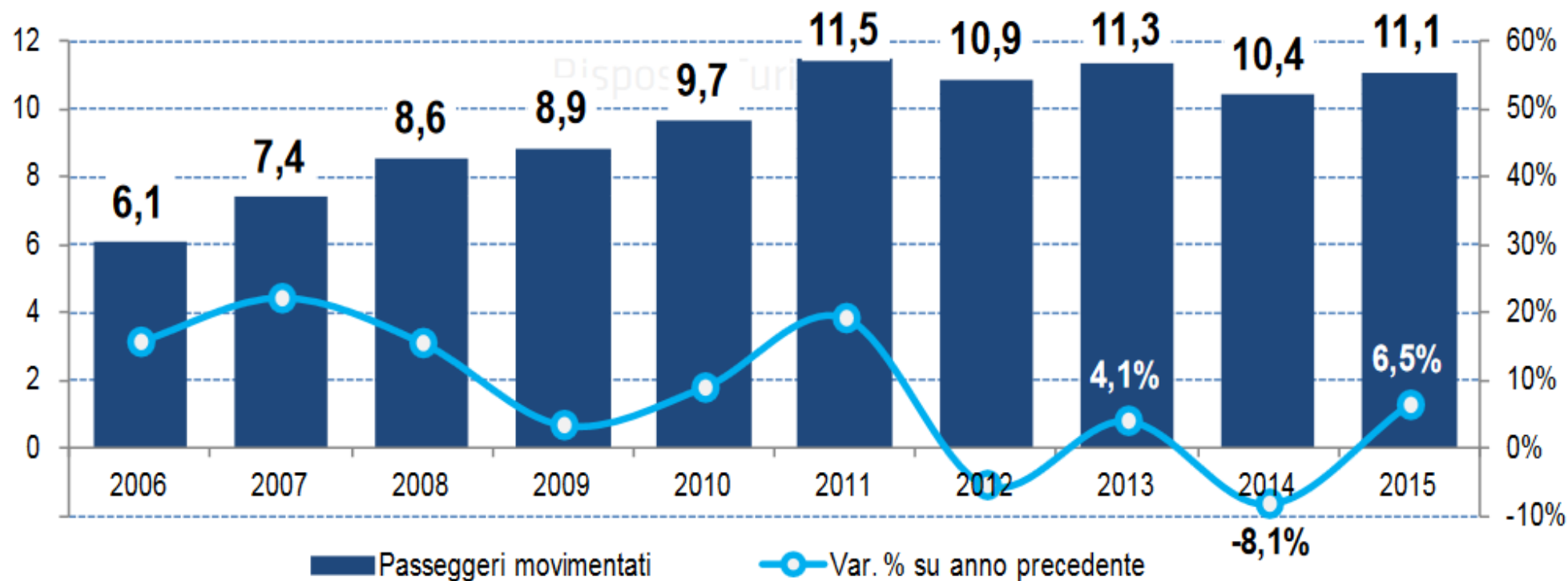
Capacità schierata di posti letto per area di destinazione, quote 2016, 2015 e 2006



Fonte: elaborazioni Risposte Turismo su dati CLIA (2016), State of the industry 2016 ed edizioni precedenti.
Nota: il dato considera la flotta mondiale di CLIA (471 navi, di cui 301 "ocean going" e 170 "river cruise").

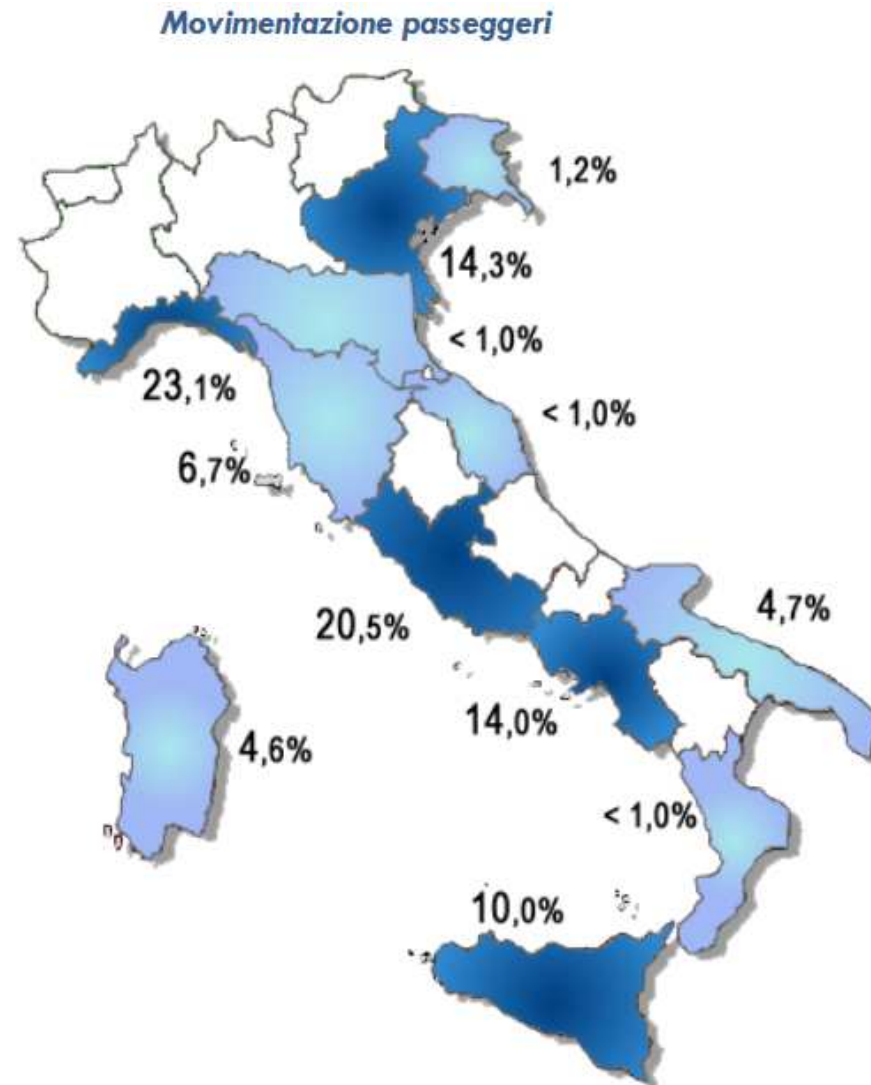
Il crocierismo ha nel mondo un trend crescente ed è una nicchia importante specialmente nella sponda nord del Mediterraneo, importanza sempre più rilevante anche alla luce della recente sempre maggiore instabilità dei quadranti meridionali dello stesso Mediterraneo

Passeggeri movimentati e variazioni su anno precedente nel periodo 2006-2015

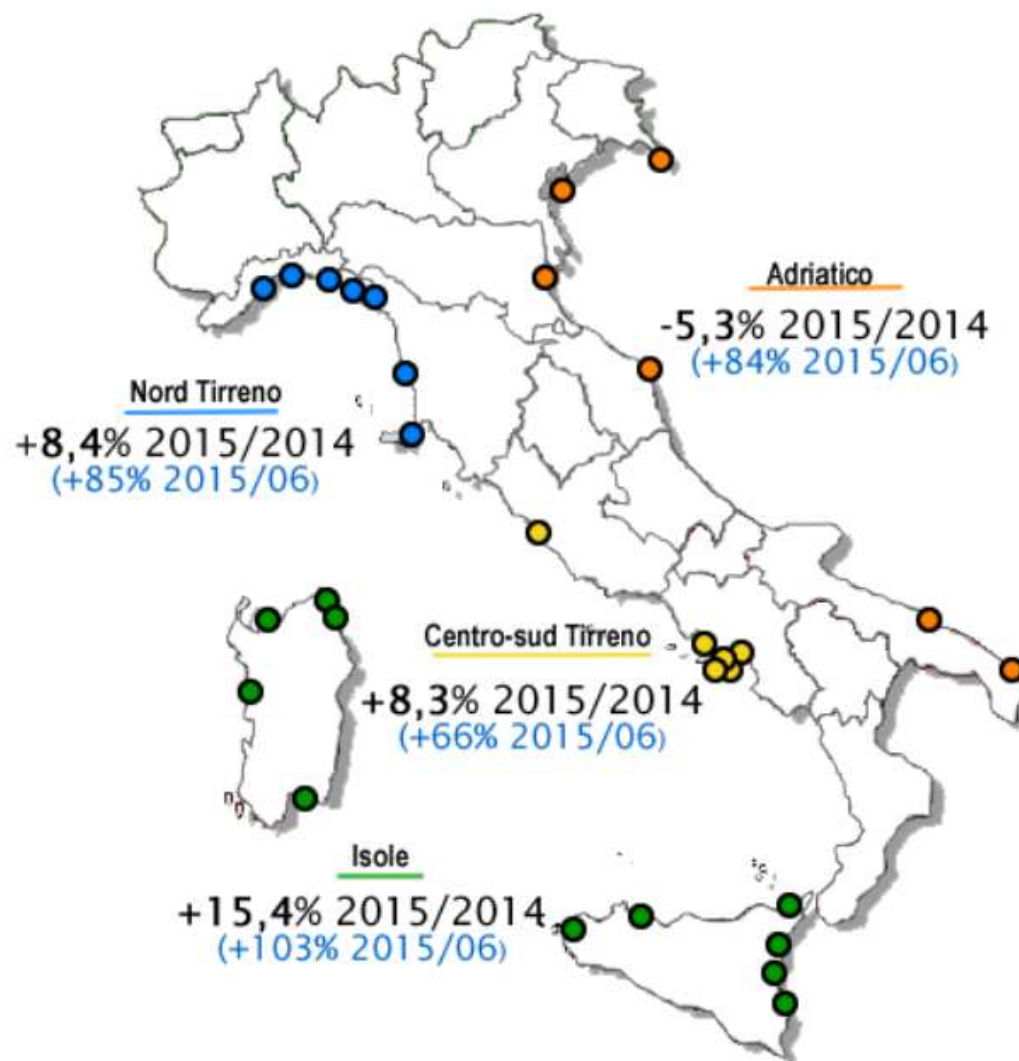


Fonte: Risposte Turismo (2016), Speciale Crociere. Nota: valori in milioni.

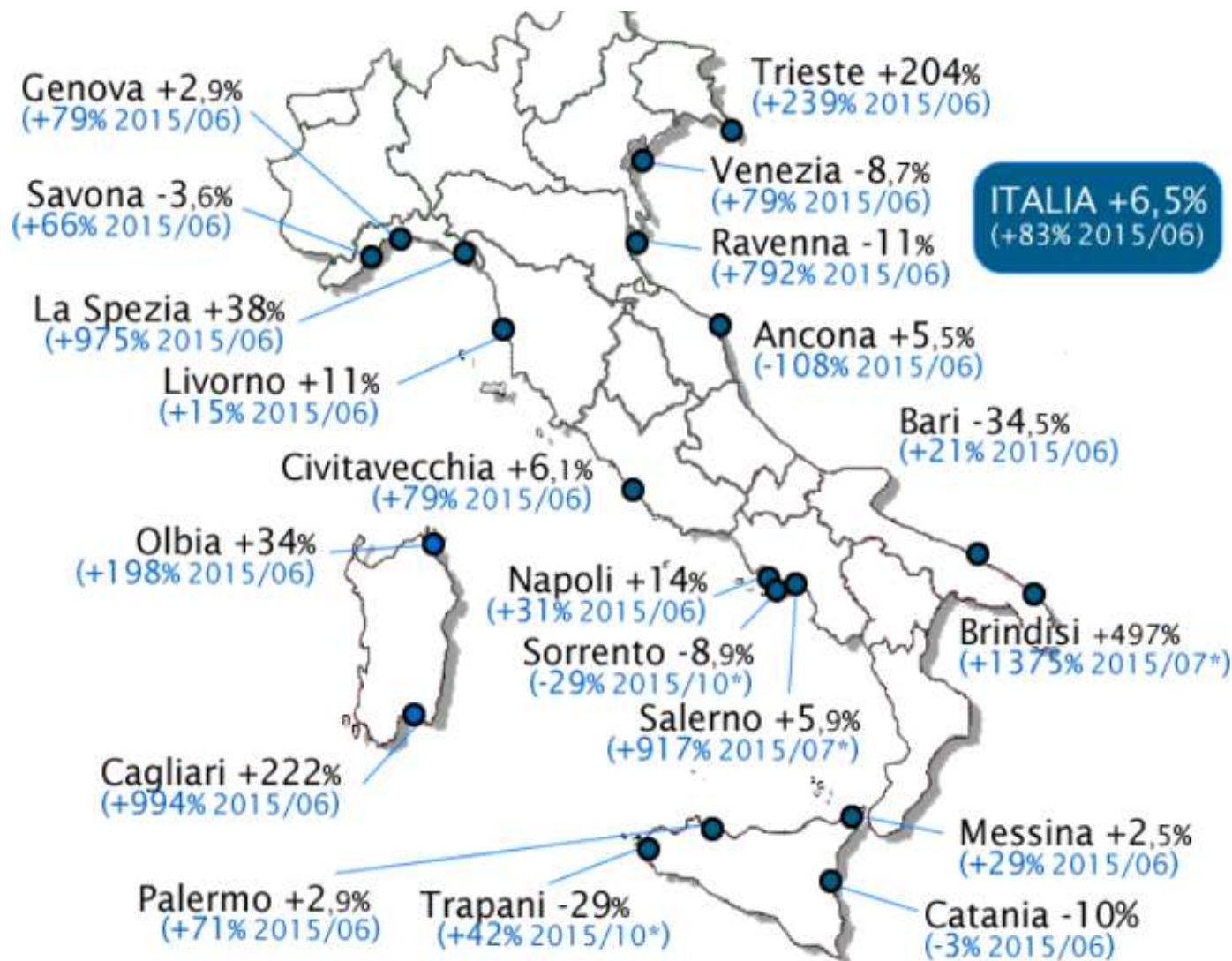
Ripartizione per regione del traffico crocieristico italiano, 2015



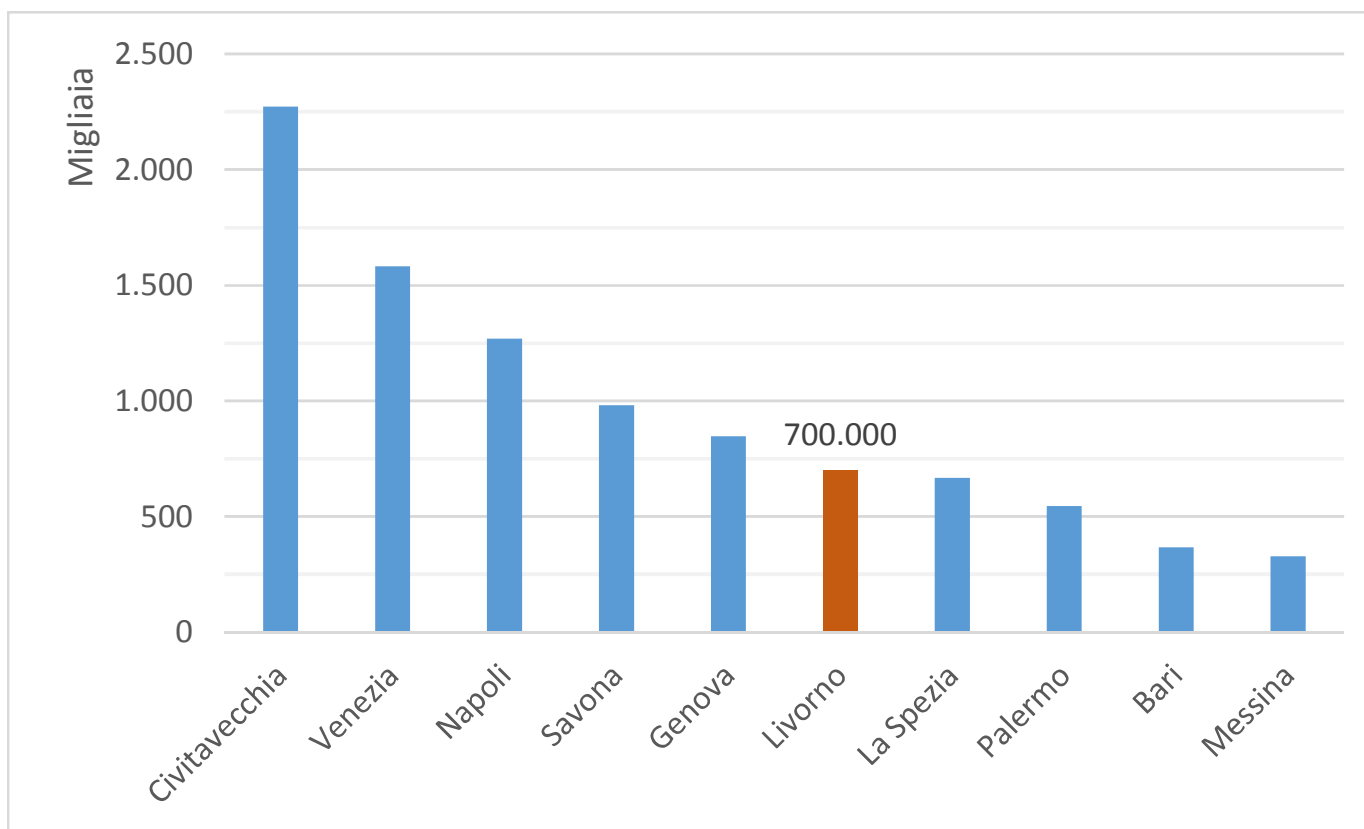
Il traffico crocieristico per macroarea, variazioni 2015-2014 (e 2015-2006)



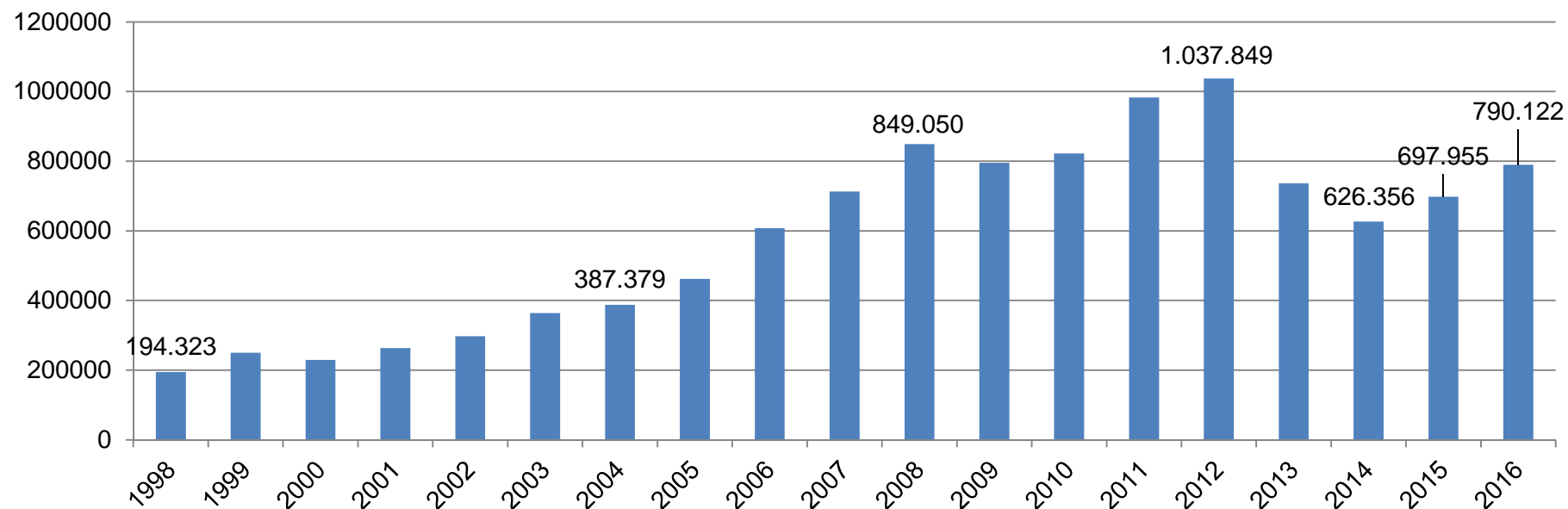
La crescita dei primi 20 porti crocieristici italiani per passeggeri movimentati, variazioni 2015-2014 (e 2015-2006)



Livorno risulta il 6° porto italiano per passeggeri crocieristi movimentati nel 2015 (circa 700.000)

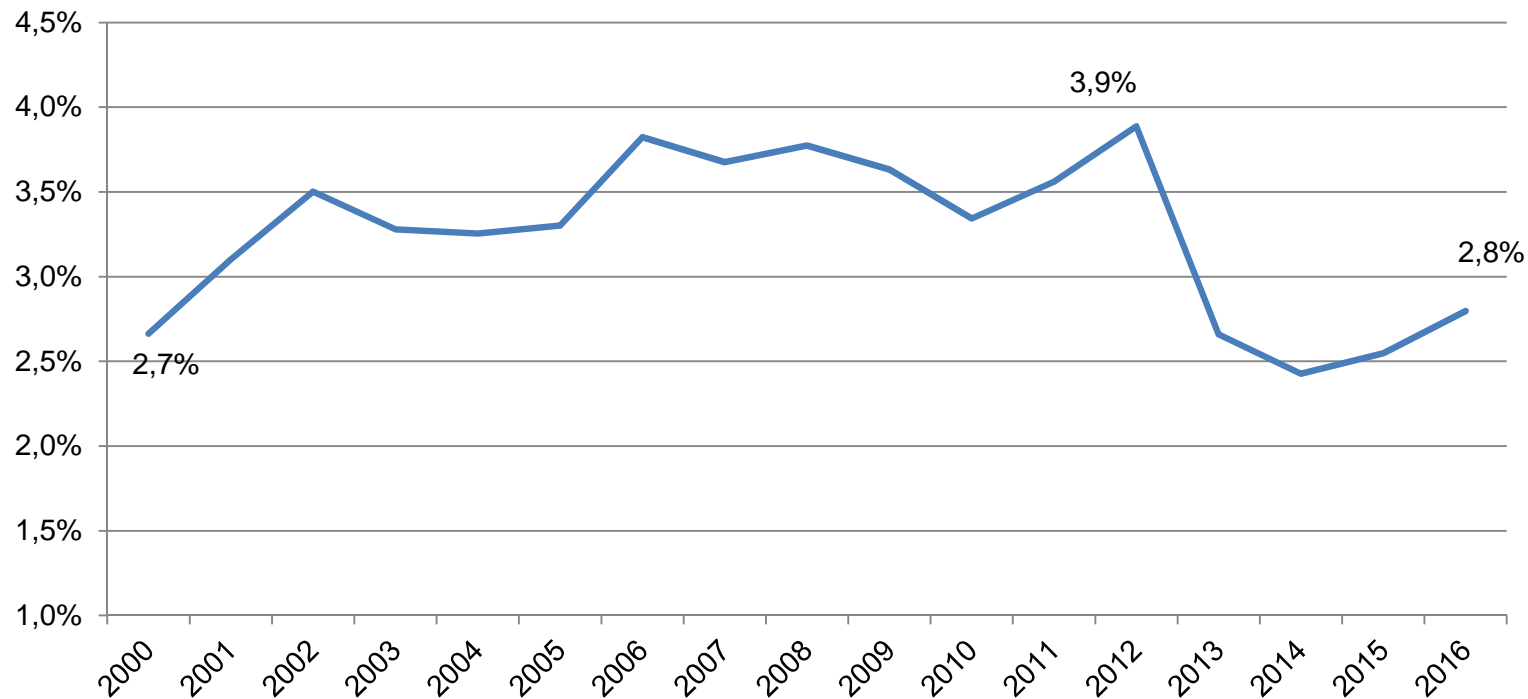


Numero di passeggeri su navi da crociera attraccate nel porto di Livorno



La tendenza generale di incremento del settore del crocierismo viene confermata anche dall'analisi degli sbarchi a Livorno, che nonostante la flessione dal 2012 al 2014, sono in netta risalita ed avranno nel 2016 un incremento di circa il 14% rispetto al 2015 arrivando a toccare quasi le 800.000 unità.

Quota globale di crocieristi che transitano dal porto di Livorno



Livorno è il principale porto per il Crocierismo in Toscana:

- ✓ Le principali compagnie che attraccano a Livorno sono: Gruppo Carnival, Gruppo Royal Caribbean, MSC, Gruppo Prestige, TUI Cruises, Disney Cruise Line, Viking etc.
- ✓ Permanenza media delle navi in porto è di 1 giorno (dalla mattina alla sera), alcune linee osservano una permanenza in overnight di 1 notte.
- ✓ Per ogni nave sbarcano dai 1.000 ai 7.000 passeggeri (a seconda della capienza della nave) di cui tra il 60 ed il 70% acquistano a bordo pacchetti escursionistici già organizzati e circa il 30% si organizzano in loco autonomamente. La percentuale dei passeggeri in escursione autonoma si sta ampliando ed è stimato che nel 2016 arrivi al 40%.
- ✓ Principali destinazioni e prodotti turistici venduti ai passeggeri: città d'arte toscane, tour enogastronomici e shopping.

Lo sviluppo del Polo Crocieristico di Livorno all'interno della crescita generale del turismo internazionale in Toscana

- ✓ Interventi di rilevanza strategica per rafforzamento immagine del porto di Livorno quale Gateway per la Toscana
- ✓ Strategie di marketing differenziate per il consolidamento della presenza toscana sui mercati target del settore crocierismo
- ✓ Aggregazione di soggetti locali e sviluppo di alleanze strategiche sul territorio livornese e toscano «stakeholder engagement»
- ✓ Sviluppo prodotti turistici emergenti per la valorizzazione del territorio locale e toscano

Progetti di sviluppo mercati emergenti e presidio dei mercati consolidati attraverso azioni di sviluppo e presidio dei prodotti turistici territoriali da presentare in occasione di:

- ✓ Fiere e workshop di settore (Sea Trade, Fort Lauderdale)
- ✓ Roadshow
- ✓ Azioni di comunicazione on e off-line
- ✓ Incoming media e tour operator (4 fam trip tour operator Carnival)

Percezione e studio della domanda al fine di valorizzare l'identità del territorio e crearne un brand attraverso:

- ✓ Creazione di un intreccio di servizi connessi all'interno di una rete locale di offerta efficace ed efficiente nell'ottica di un modello network o di integrazione

- ✓ Creazione di prodotti e offerte mirate per target differenziati che presentino il valore aggiunto della autenticità, unicità ed eccellenza

- ✓ Comunicazione dedicata



Grazie

Livorno, 13 Giugno 2016