FOCUS on

L'incoming in Italia: scenario, numeri e prospettive (reali)

Milano, Palazzo Francesco Turati
Camera di Commercio di Milano
4 febbraio 2016

il CLUB delle TESTE PENSANTI

CAMERA DI COMMERCIO MILANO

i numeri del Club

- ✓ **5 anni e mezzo di vita**: il Club è stato fondato a Milano il 13 maggio 2010
- ✓ **da 4 anni a Roma**: la community capitolina si è riunita per la prima volta il 15 marzo 2012
- ✓ **94 i membri attivi**: **49** a Milano, **45** a Roma
- ✓ **70 colleghi in black-list** (ma nessuno dei membri…)
- ✓ **14 donne presenti** (il 15% del totale)
- ✓ **28** imprenditori, **56** top manager, **10** docenti universitari e professionisti
- ✓ **68 i Focus organizzati** in 5 anni e mezzo (40 a Milano, 28 a Roma),
- ✓ **22,5 presenze in media** per meeting
- ✓ **153 speaker**
- ✓ **1.511 partecipanti**

dati aggiornati al 5.02.2016

Palazzo Francesco Turati, Via Meravigli 7, Milano

Cenni storici

Milano ritrova un Palazzo interamente riportato al suo originale splendore grazie a un sapiente restauro.

Palazzo Turati, in Via Meravigli 7, è stato costruito tra il 1873 e il 1876 su iniziativa del conte Francesco Turati, esponente dell'industria cotoniera ottocentesca lombarda. Egli si rivolse all'ingegnere e architetto Enrico Combi per avere questo palazzo in stile Neorinascimentale.

A due passi dal Duomo di Milano, sono state recentemente completate le operazioni di restauro di alcuni Spazi di Palazzo Francesco Turati.

***La Camera di Commercio di Milano**, istituzione da sempre al fianco di imprese e cittadini, **concede in locazione tali Spazi a persone giuridiche, pubbliche o private**, desiderose di realizzare showroom di prodotti e collezioni, esposizioni e mostre, shooting fotografici, set cinematografici e pubblicitari. Gli ambienti sono suggestivi e particolarmente adatti ad ospitare presentazioni e lancio di nuovi prodotti, performance teatrali e musicali, presentazioni di libri, workshop e business meeting.*

Cortile Interno e Sottoportico

Una corte interna con pavimento a mosaico, tranquilla e silenziosa, ottima location per presentazioni di libri, performance teatrali e musicali, esposizioni e mostre d'arte.

Sale Nobili

*Recentemente ristrutturate, le Sale Nobili sono tra le più affascinanti sale del Palazzo. La **Sala della Musica**, la **Sala del Prometeo** e il **Salotto Azzurro** sono internamente comunicanti ed hanno anche ingressi indipendenti separati. Contestualmente alla concessione delle Sale, il richiedente potrà usufruire degli spazi adiacenti alle Sale Nobili..*

Sala della Musica

La "Sala della Musica" , precedentemente nota come il salone da ballo, presenta una decorazione che segue un programma iconografico ispirato alla Nona di Beethoven e, in particolare, all'Inno alla Gioia. I pavimenti sono in legno finemente lavorato ad intarsio e i due portali marmorei sono scolpiti e dorati.

Sala del Prometeo

La "Sala del Prometeo", in passato biblioteca del circolo della Famiglia Meneghina, è dominata dall'imponente e monumentale camino marmoreo sormontato dalla statua bronzea del Prometeo, Eroe mitico. Tale ambiente fu interamente eseguito su disegno del Pogliaghi nel 1890, secondo un gusto neorinascimentale.

Salotto Azzurro

Raffinato e prezioso è il "Salotto Azzurro", creazione del Pogliaghi . Sopra la grande specchiera dorata compare la data: Perfectum MDCCCLXXXV (1885) a datare esattamente l'esecuzione delle decorazioni. Le pareti sono tappezzate di velluto azzurro con applicazioni in seta e raso, mentre delicate boiseries riquadrano porte e finestre.

Terrazza

Ampia terrazza panoramica sita al quinto piano del palazzo. Una location esclusiva nel cuore di Milano con vista Duomo e Castello Sforzesco, ideale per showroom di prodotti, presentazioni di libri, esposizioni e mostre.

per contatti:

Francesca Varlaro
spazifrancescoturati@
mi.camcom.it

tel 02 85154124
02 85154359.

le Teste Pensanti di oggi

Adriano Meloni, Sunrise Travel

Andrea Tucci, SEA Milano

Aurelio Marguerettaz, Regione Valle d'Aosta

Claudio Martinolli, Crepaldi T.O.

Corrado Lupo, iGroup / Nuove Vacanze

Cosimo Bruno, MSC Crociere

Fabio Candiani, MSC Crociere

Francesca Benati, Amadeus Italia

Francesco Rusconi, Rusconi Viaggi

Gianfranco Mainardi, Orchidea Viaggi

Gian Paolo Vairo, Welcome Travel

Giuseppe Boscoscuro, past president ASTOI

Ivana Cariello, EBRL

Loretta Bartolucci, Carlson Wagonlit Travel

Luca Adami, Reisenplatz GMBH

Luigi Porro, Musement

Marco Ficarra, Destination Italy

Marco Peci, Quality Group

Mario Mazzei, Gruppo Uvet

Martin Carlo Sapori, Accor Hotels

Maurizio di Robilant, Italia Patria della Bellezza

Michele Bortolotto, MindCube

Remo Bodrato, Seastar

Roberto Lavarini, Università IULM

Roberto Natali, Welcome Travel Group

Sasa Carpaneda, Carlson Wagonlit Travel

Simone Cassanmagnago, consultant

Stefano Bajona, Onirikos

Stefano Landi, SL & A

Stefano d'Ayala Valva, Ass.ne Albergatori MI

gli speaker di oggi

Stefano Landi
esperto del Comitato Permanente di Promozione del Turismo in Italia ex Legge Art Bonus presso
MiBACT Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo

Aurelio Marguerettaz
assessore al Turismo, Sport, Commercio e Trasporti
vice-presidente della Regione
Valle d' Aosta

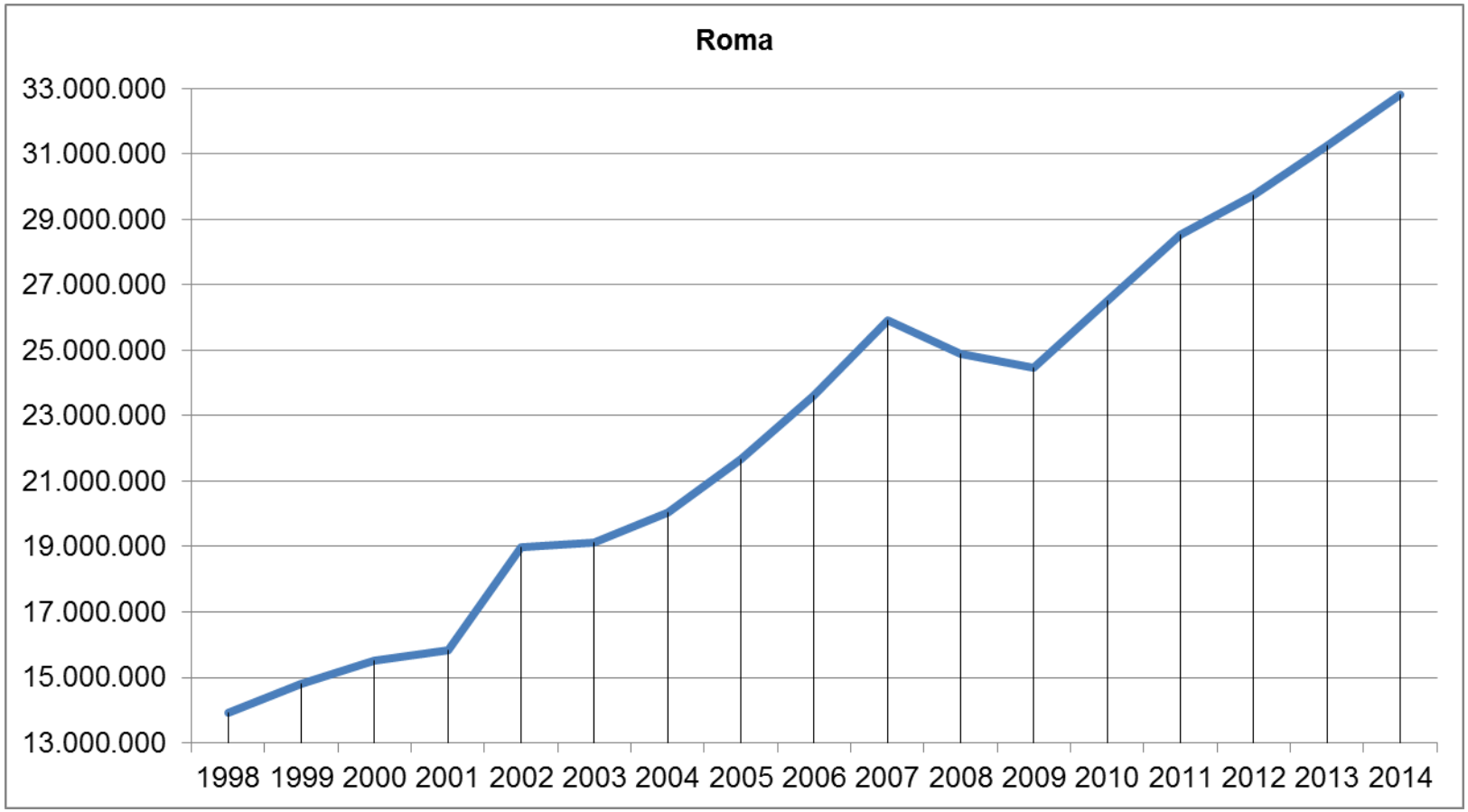
Stefano Landi
esperto del Comitato Permanente di Promozione del Turismo in Italia ex Legge Art Bonus presso
MiBACT Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo

INCOMING: UN PO' DI DATI E PROSPETTIVE

SL&A
turismo e territorio

Roma è una destinazione assolutamente “sui generis”, unica e non paragonabile ad altre, anche - e forse soprattutto - in Italia.

In relazione ai flussi generati, è sufficiente l’analisi comparativa di tre grafici.

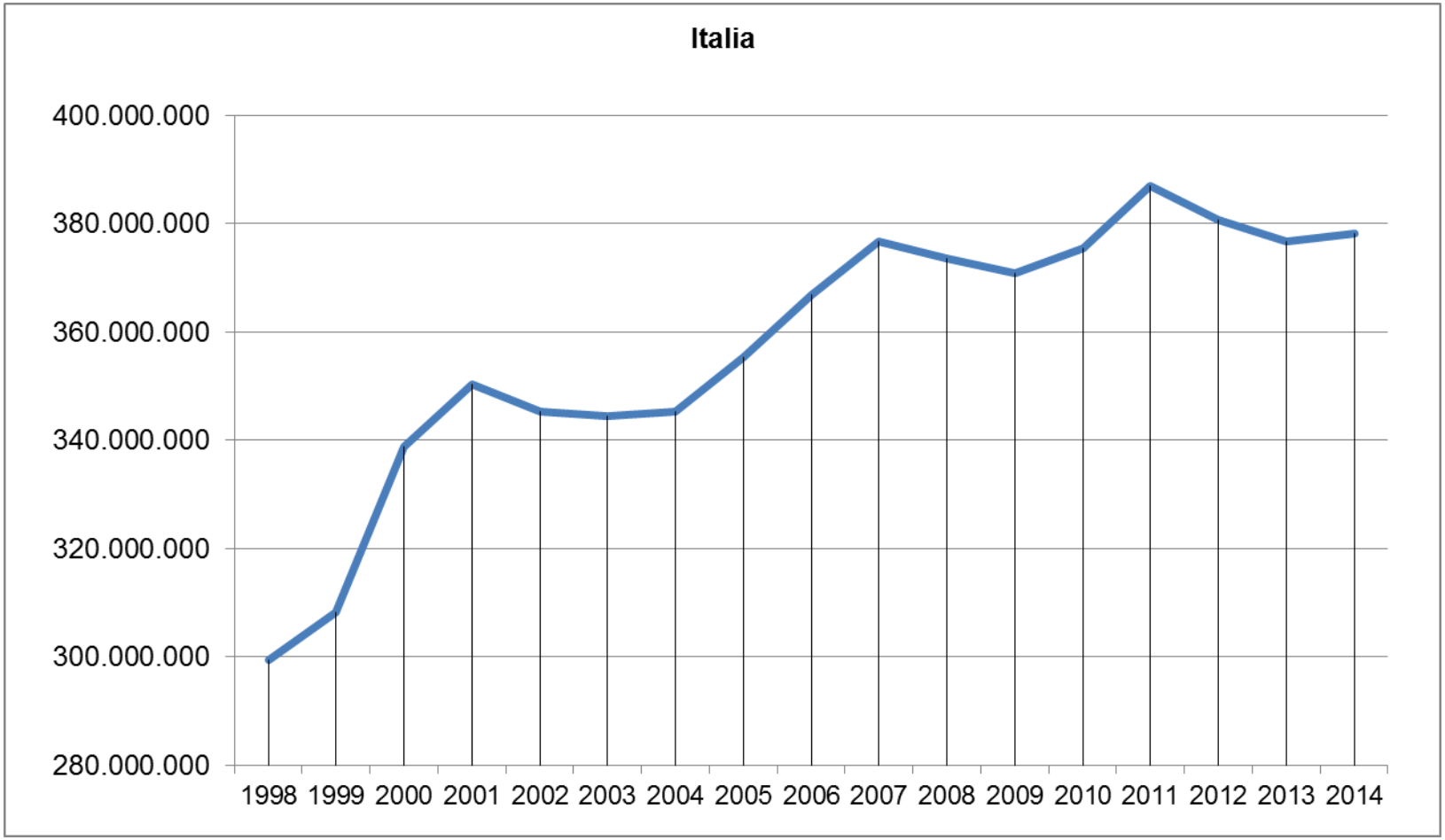


Legenda: presenze nelle strutture alberghiere di Roma, dal 1998 al 2014 - Fonte: EBTL / Stefano Landi

Nel grafico «Roma», vediamo come le presenze alberghiere siano quasi triplicate nel corso degli ultimi quindici anni (dai 13 milioni del 1998 ai 33 milioni del 2014), con una crescita praticamente costante e con due sole alterazioni.

La prima, positiva, risalente al 2001-2002, quando si fecero sentire gli effetti differiti del Giubileo.

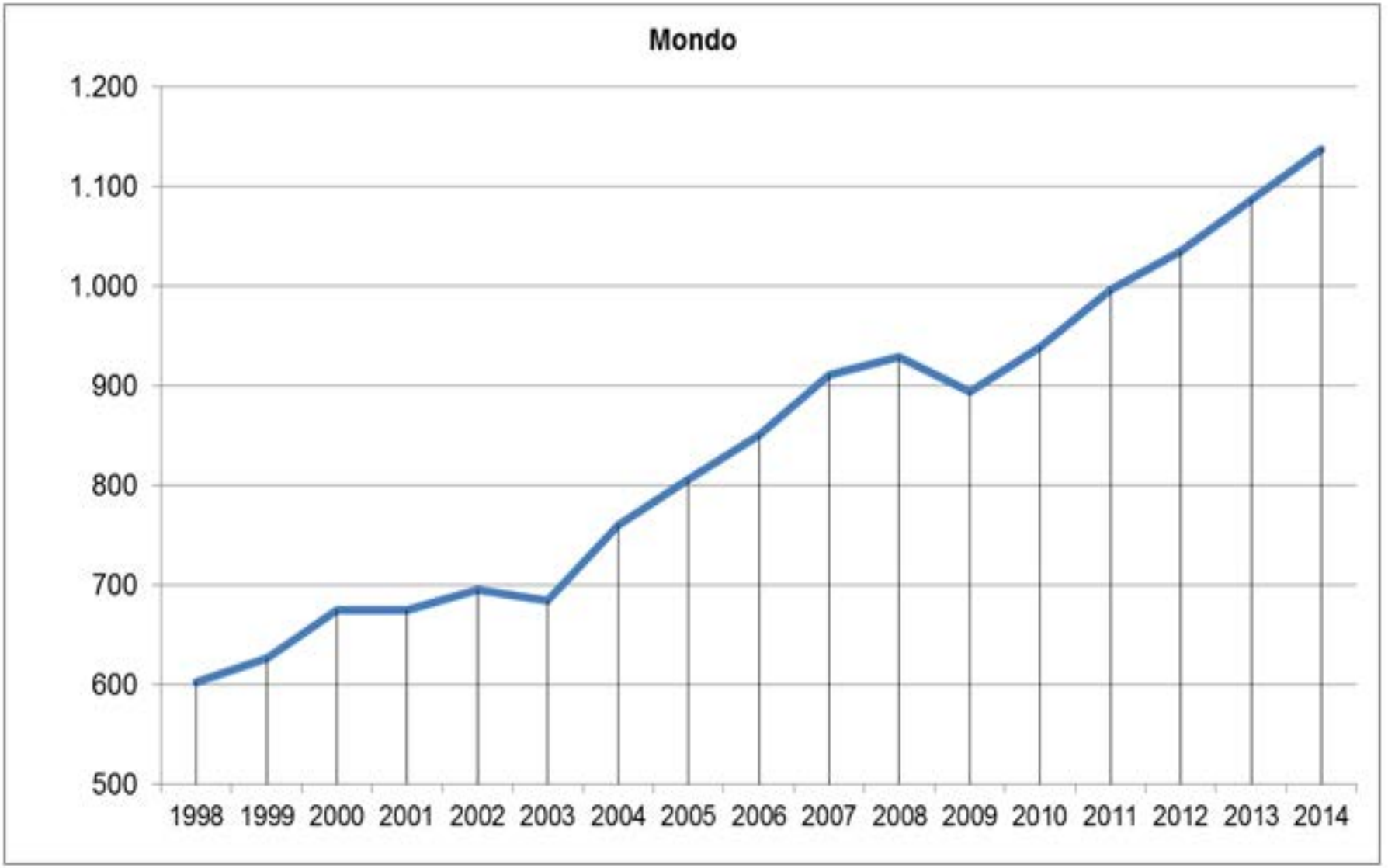
La seconda, negativa, successiva alla congiuntura mondiale scatenata dalla crisi della Lehman Brothers nel 2008, che ha depresso tutto l'indotto turistico per i due anni successivi, cui però è seguita una ripresa molto energica.



Legenda: presenze negli esercizi ricettivi in Italia, dal 1998 al 2014 - Fonte: ISTAT / Stefano Landi

Nel grafico «Italia» viene illustrato l’andamento delle presenze negli esercizi ricettivi in Italia, nel medesimo periodo 1998 - 2014, ma con un andamento ben diverso da quello registrato a Roma.

La crescita, seppur positiva, è interrotta da tre episodi negativi: il post 11 settembre (2002-2004), il crac della Lehman Brothers (2007-2009), l’acuirsi della crisi in Italia (2011-2013).



Legenda: arrivi nel mondo, in milioni, dal 1998 al 2014 - Fonte: UNWTO / Stefano Landi

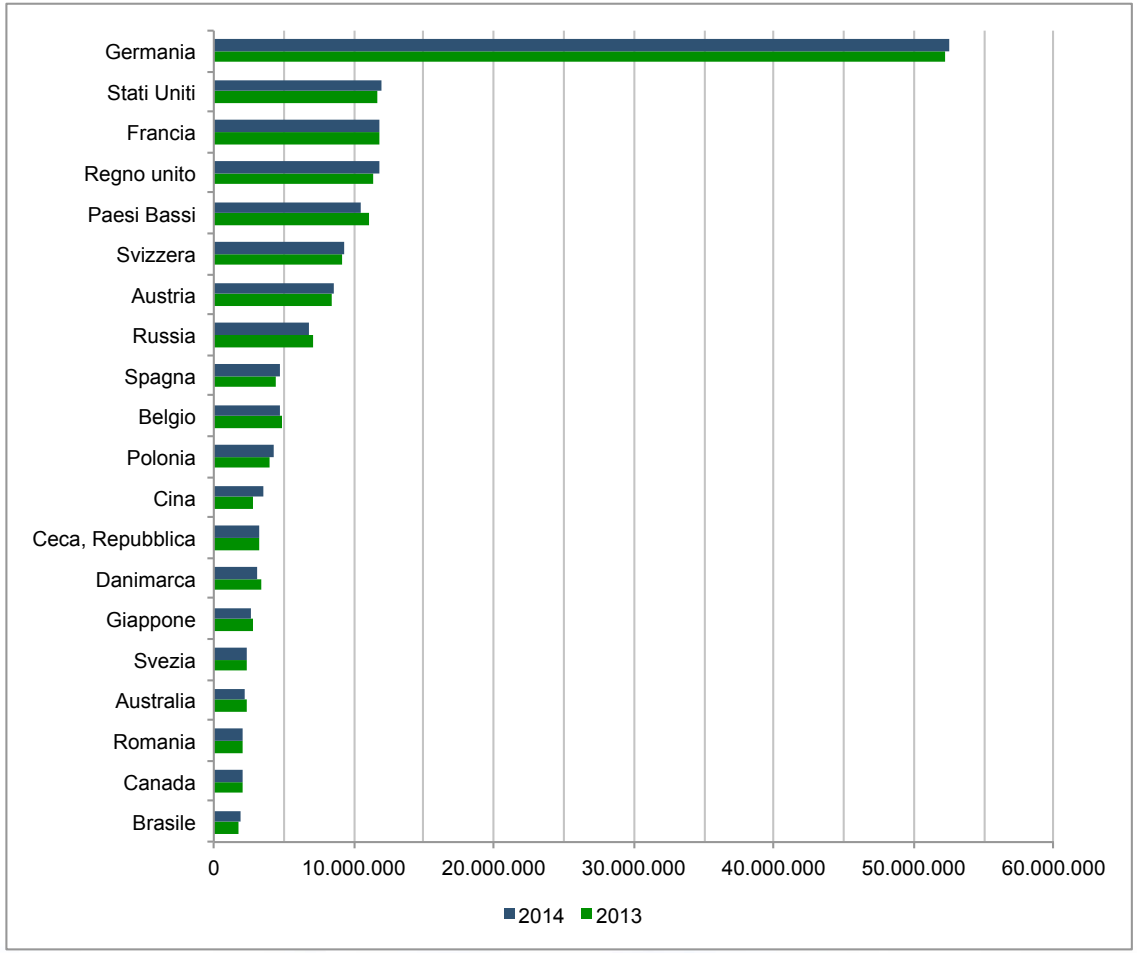
Nel grafico «Mondo» si nota come la crescita degli arrivi nel mondo, sempre nel quindicennio 1998-2014, sia stata costante e abbia registrato profilo e deviazioni assimilabili a quelli verificatisi a Roma, non in Italia.

Da tutto ciò possiamo trarre le seguenti conclusioni:

1.Roma è una destinazione “mondiale”, non italiana, ovvero connessa dell’andamento dei mercati del mondo, non a quelli domestici (non europeo, né tantomeno italiano). Tale è l’attrattiva che esercita sul turista straniero e tale l’eccesso di domanda rispetto all’offerta (di letti, di mezzi, di infrastrutture) che qualsiasi mercato possa registrare un calo (gli americani post 11/9, i russi recentemente), questo viene prontamente sostituito da altri, che ardono dal desiderio di visitare la Città Eterna. Si pensi solo al peso che avevano Paesi come l’India o il Brasile, solo 10 anni fa, rispetto a oggi

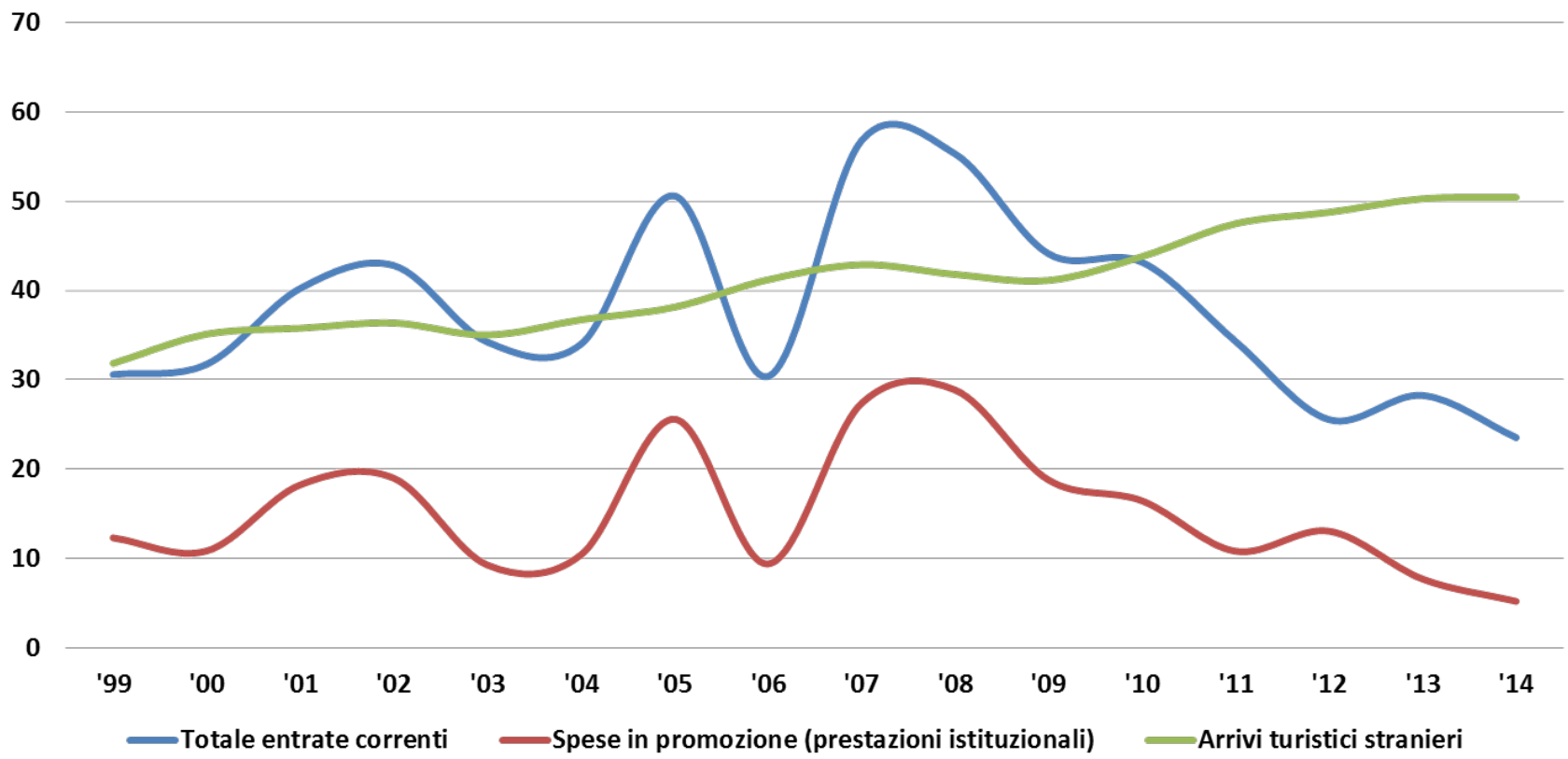
2. Firenze, Venezia e le altre città d’arte che attraggono turismo, in Italia, sono molto più sensibili all’andamento dell’economia domestica (italiana, ma anche europea), quindi più soggette a soffrire, in caso di congiuntura di quei mercati;
3. il turismo mondiale continuerà a crescere con ritmi costanti, non inferiori al 5% annuo, per i prossimi anni, quindi Roma - che ha come perimetro di attrazione il mondo - rispetterà questo trend; + 5% annuo significa raddoppio in 14 anni, il che implica che nel 2025, in occasione del prossimo Giubileo ordinario, Roma potrebbe (il condizionale è d’obbligo, perché se la domanda sale è l’offerta che deve starle dietro) raggiungere i 60 milioni di arrivi.

Da dove vengono i turisti in Italia

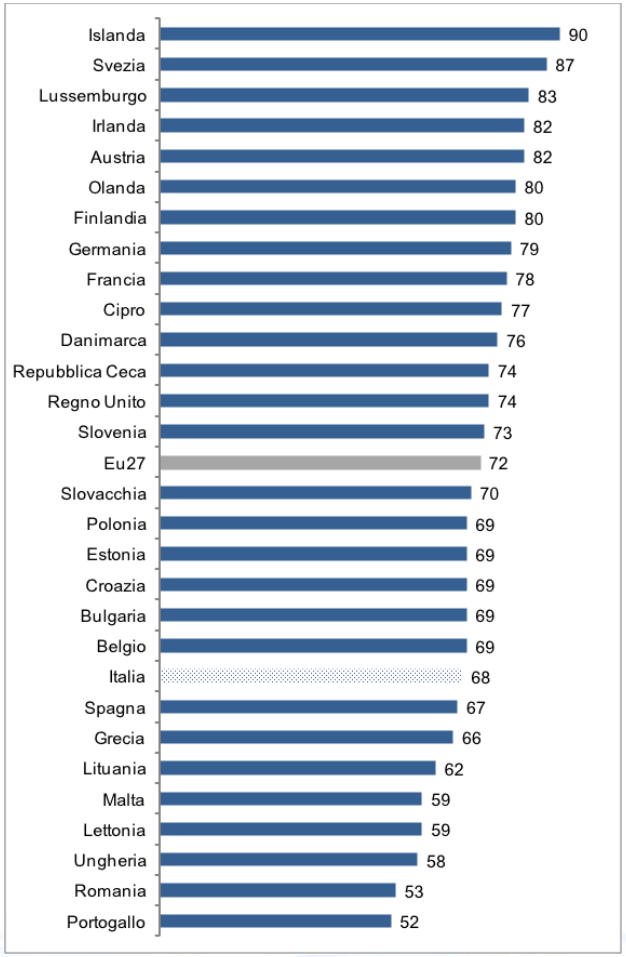


Fonte: Eurobarometer 392 / Stefano Landi

Vengono per la promozione?

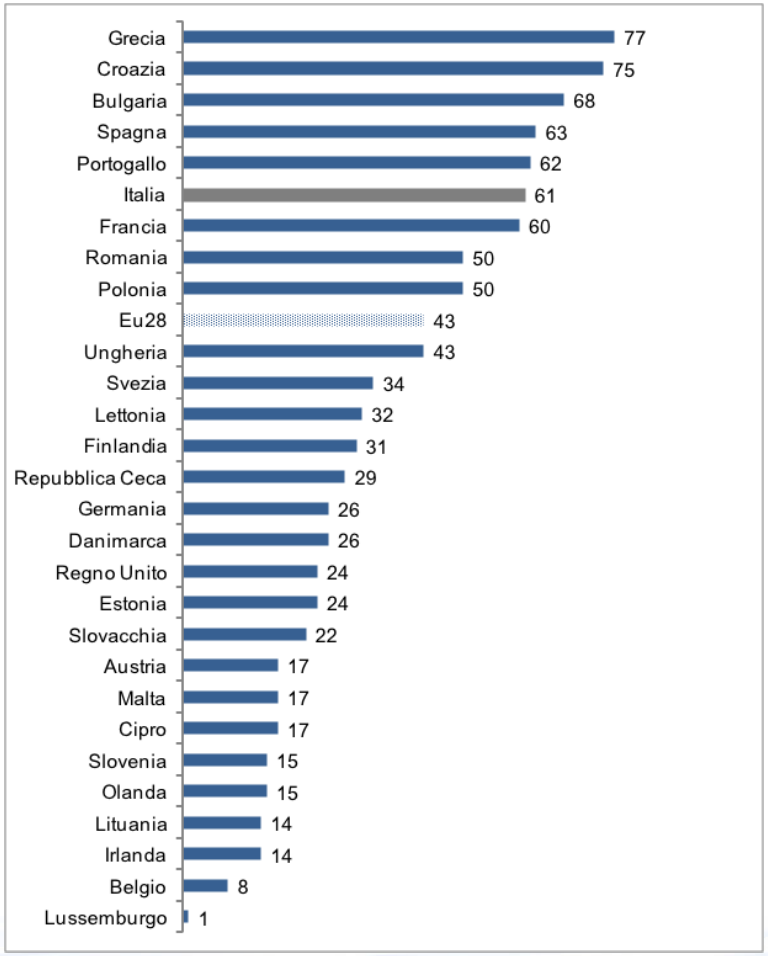


Europei: vacanza si o no?



Fonte: Eurobarometer 392 / Stefano Landi

Europei: vacanza in patria o all'estero?



Fonte: Eurobarometer 392 / Stefano Landi

Le sfide del Piano Strategico

- Il nome e l'argomento
- Il timing/il processo
- Imperativo: deconcentrare
- La fabbrica del prodotto e l'anima verde
- Rischio: copiare male
- Grande/piccolo
- Industriale/artigianale
- Sviluppista/sostenibile

L'Italia del turismo riparte, *di Stefano Landi*

La domanda turistica mondiale continua a crescere del 5% l'anno, soprattutto grazie alle economie emergenti, e privilegia prima le destinazioni domestiche, poi i paesi stranieri di prossimità all'interno delle macro-regioni continentali e, infine, per un importantissimo 20%, i viaggi intercontinentali (120 milioni di cinesi hanno viaggiato all'estero nel 2015).
Una delle destinazioni obbligate ("almeno una volta nella vita") dei viaggi intercontinentali è certamente l'Italia, ma non tutta. In cima ai desideri dei nuovi turisti mondiali c'è Roma, poi le altre città storiche, ma anche le esperienze uniche che solo nel nostro paese si possono trovare e vivere. Tutto ciò, però, non riguarda molti dei nostri prodotti "maturi" (come terme, balneare o neve), sempre meno in grado di attrarre ospiti stranieri, meno che mai da altri continenti.

L'Europa in questo quadro continua a rappresentare per l'Italia il bacino di domanda estera più importante, anche se non ha più le potenzialità di crescita quantitativa di un tempo o che adesso mostrano le "economie emergenti".

Certo, alcuni paesi – in particolare dell'Est Europa – cresceranno in termini di domanda di viaggi all'estero; a loro va però riservata una attenzione specifica, molto mirata all'esaltazione dello stile di vita italiano, che là risulta eccezionalmente apprezzato.

Per quanto riguarda poi la domanda italiana di viaggi, il massimo assoluto del 2008 (107 milioni di vacanze) ha lasciato il posto a un tonfo ininterrotto di sette anni, che ha trovato solo nel 2015 i primi segnali di controtendenza, molto evidenti in particolare per le vacanze natalizie 2015 e l'Epifania 2016 (dati Federalberghi), e nelle previsioni di vacanza 2016 (il 42% degli italiani "non vi rinunceranno" - dati Coop).

Il mercato turistico domestico, che per decenni aveva rappresentato la grande forza delle nostre imprese esperte in fidelizzazione, sembra aver compiuto la propria parabola: sempre meno turismo di massa, sempre più una “massa di nicchie” .

Dal lato dell’offerta italiana l’esigenza di diversificazione e di innovazione di prodotto è fortissima, nel momento in cui è difficile e costoso scoprire e lanciare nuove destinazioni, molto più efficace è seguire le innovazioni dei gusti, delle passioni, delle tribù di turisti, anche mediante gli immancabili canali specializzati.

L’unica “nuova frontiera” turistica che ci resta da esplorare e valorizzare è l’Italia di mezzo, quella della natura tutelata, della media montagna, dell’agricoltura di qualità, dei territori dotati di grande e irripetibile identità (come i GAL Gruppo di Azione Locali della nuova programmazione europea). E in ogni caso non è ancora stata aperta quella “fabbrica del prodotto” che rappresentava uno dei punti qualificanti del piano strategico nazionale “Italia 2020”.

grazie

Stefano Landi
stefanolandi@libero.it
@stefanolandi4
FB rete turistica rurale

SL&A
turismo e territorio

Aurelio Marguerettaz
assessore al Turismo, Sport, Commercio e Trasporti
vice-presidente della Regione
Valle d'Aosta

Région Autonome
Vallée d'Aoste
Regione Autonoma
Valle d'Aosta

Valle d'Aosta
Vallée d'Aoste

Due casi di best practice

www.tordesgeants.it

SKYWAY MONTE BIANCO

FUNIVIE MONTE BIANCO

ITALIANO
FRANÇAIS
ENGLISH

LE FUNIVIE | LA STORIA | ORARI E TARIFFE | PONTAL (COURMAYEUR) | PAVILLON DU MONT-FRÉTY | PUNTA HELBRONNER | PERCORSO

La terrazza panoramica a 360° di Punta Helbronner

www.montebianco.com

gli speaker di oggi

Stefano Landi
esperto del Comitato Permanente di Promozione del Turismo in Italia ex Legge Art Bonus presso
MiBACT Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo

Aurelio Marguerettaz
assessore al Turismo, Sport, Commercio e Trasporti
vice-presidente della Regione
Valle d'Aosta

i prossimi FOCUS on

L'impatto dei Grandi Eventi su turismo ed economia. Il caso Olimpiadi 2024 a Roma

Roma, sede Fondazione «Per Roma»
giovedì 18 febbraio, ore 17.00

Italia Patria della Bellezza: visione, progetto e prospettive

Milano, Robilant & Associati
giovedì 17 marzo, ore 17.00

il CLUB delle TESTE PENSANTI

CAMERA DI COMMERCIO MILANO

per contatti

Roberto Gentile

335 6419780

rgentile@network-news.it

www.ilclubdelletestepensanti.it