

confronTi-turismo 2015

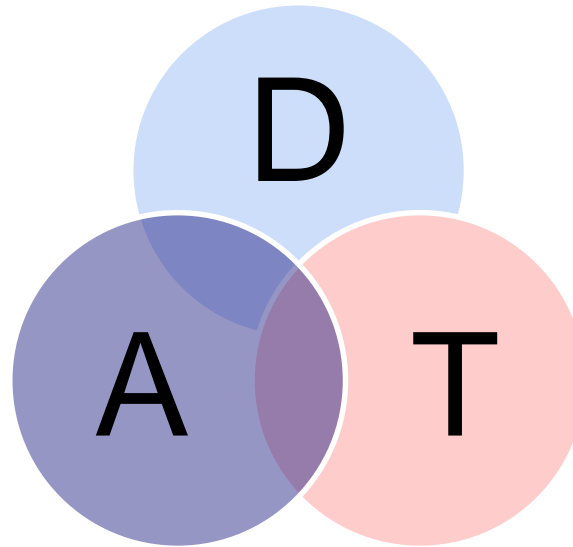
La mobilità dei turisti che arrivano e si spostano in Ticino

Auditorium BancaStato
Bellinzona – 23 giugno 2015

- Obiettivo: studiare l'importanza dei trasporti, del tipo di alloggio e della destinazione nella creazione dei viaggi.

- Confrontiamo i viaggi settimanali con quelli del fine settimana:
 - Destinazione
 - Mezzo di trasporto

La pianificazione di un viaggio



Trasporto (T)	Alloggio (A)	Destinazione (D)
Aereo	Campeggio	Città
Aereo low cost	Ostello	Destinazione culturale
Automobile	Low class hotel	Metropoli
Treno	Mid class hotel	Rurale
Bicicletta	High class hotel	Spiaggia
Bus	Amici / famigliari	Costiera
Car sharing	Airbnb	Montagna

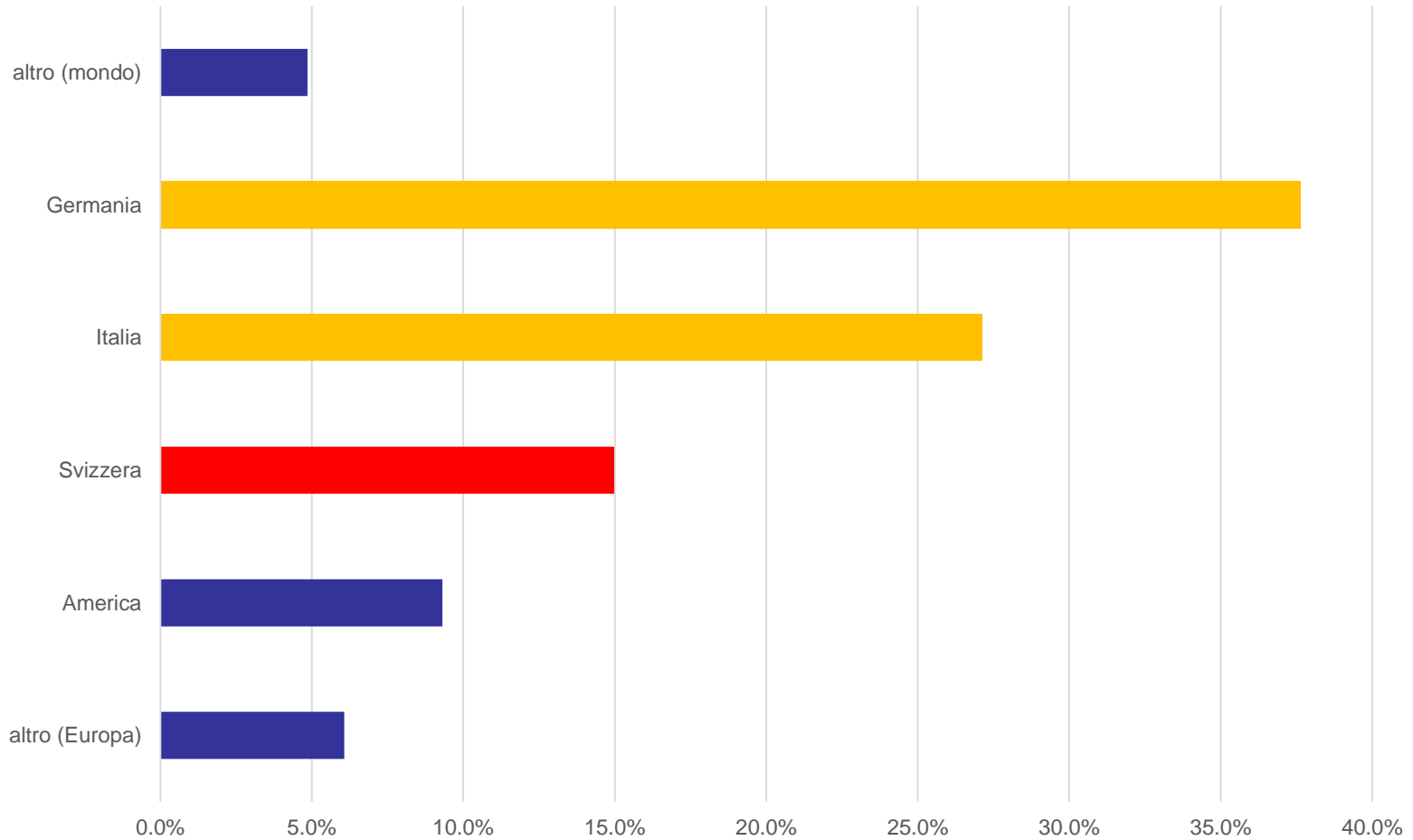
Informazioni generali sul campione:

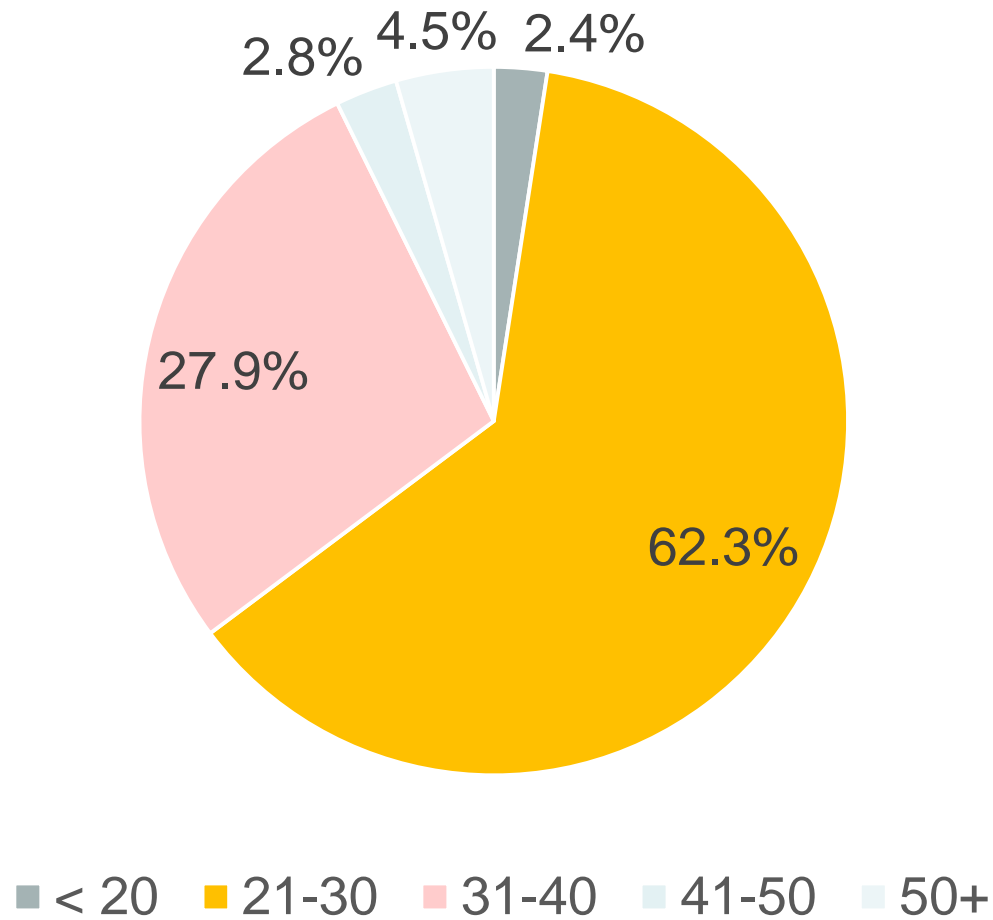
- Indagine campionaria con online application «Your next Trip»
- online su social networks (Gennaio 2015)
- N= 247

Profilo dei rispondenti:

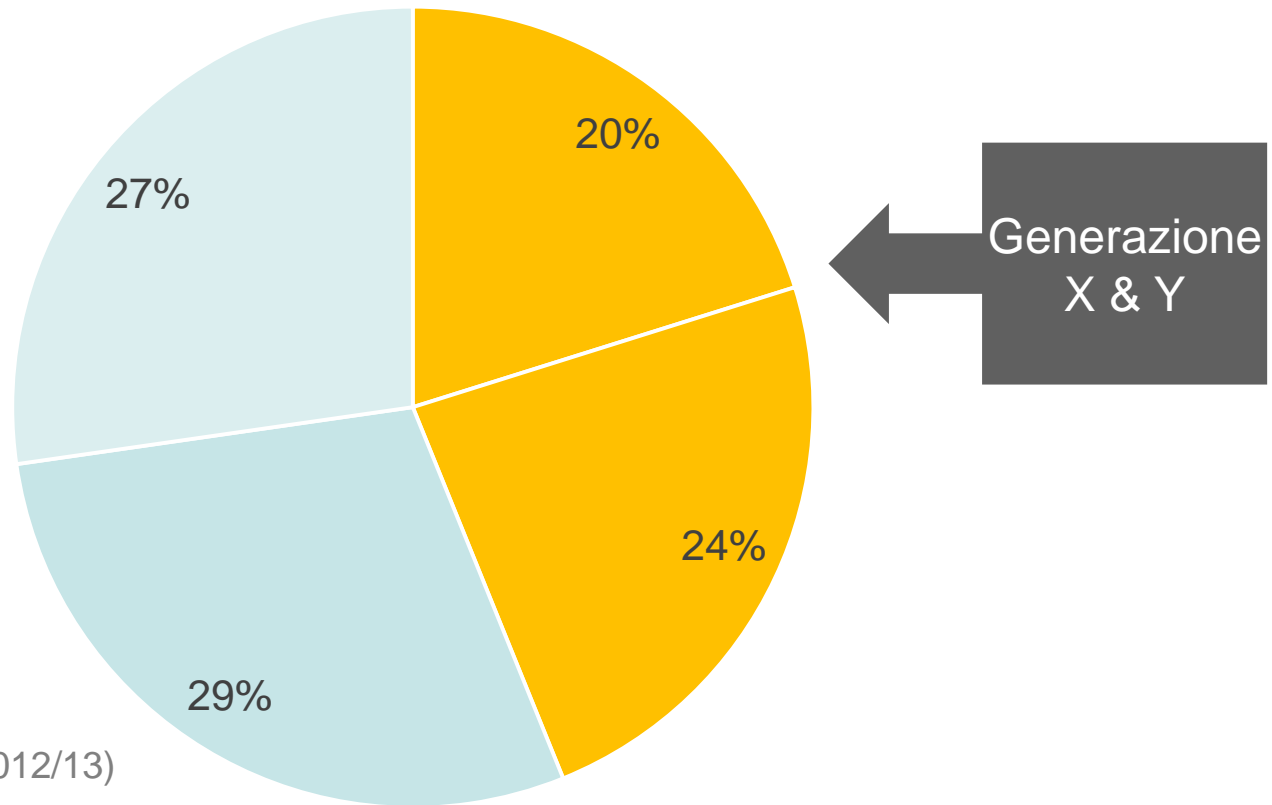
- Età (☉ 30 anni)
- Sesso (1/3 maschio, 2/3 femminile)
- Salario (☉ \$ 37,449)
- Stato civile (> 64% nubile)
- Nazionalità e-residenza attuale
- Livello Istruzione (Liceo, Bachelor, Master, etc.)
- Budget (☉ \$ 397 fine settimana; \$1,202 settimana / per persona)
- Viaggiare con (☉ parecchio > 50%, amici fine settimana 36%, famiglia settimana 32%, da solo 7 -10%)

Origine campione





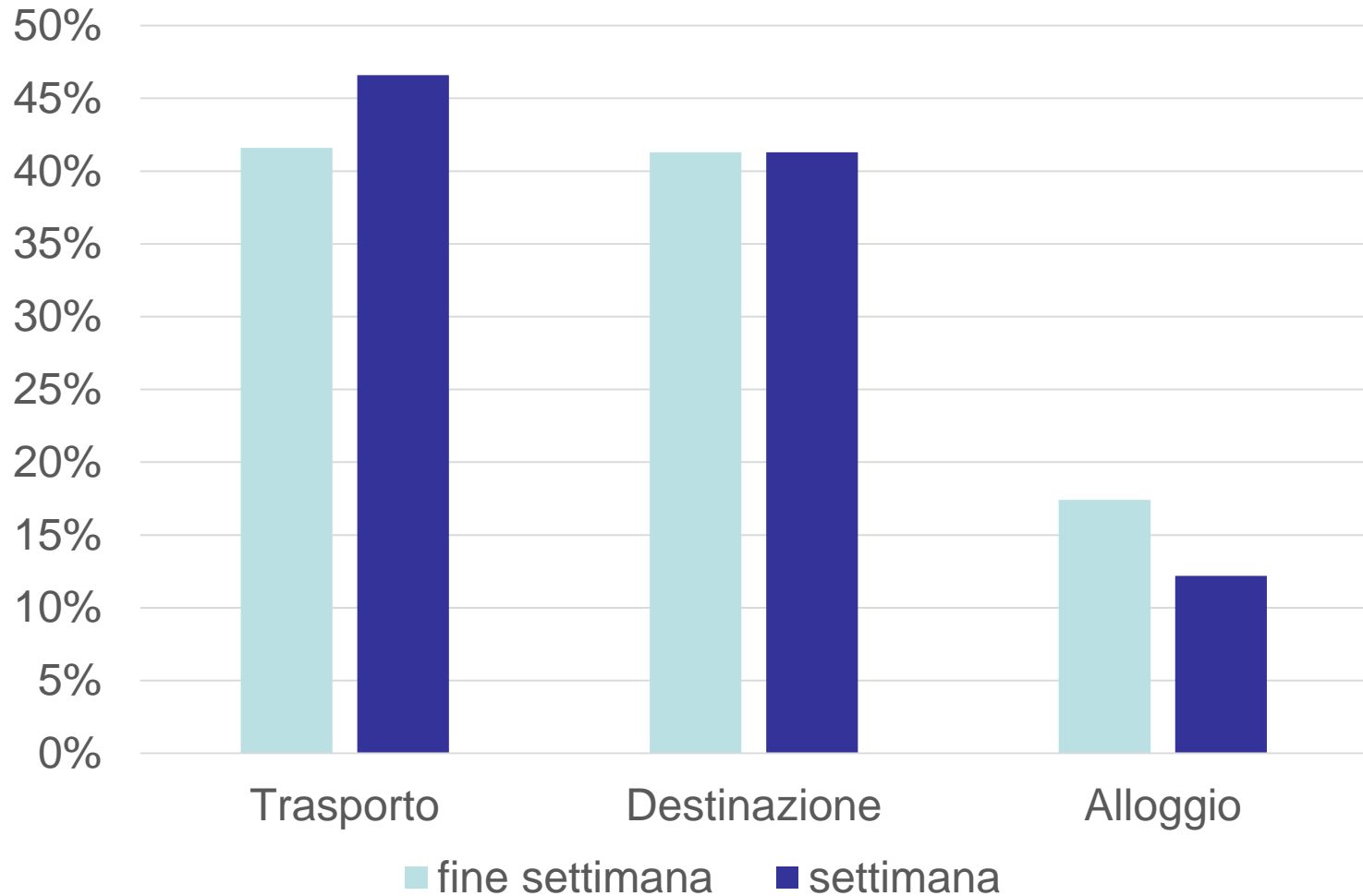
Età del turista svizzero che arriva in Ticino



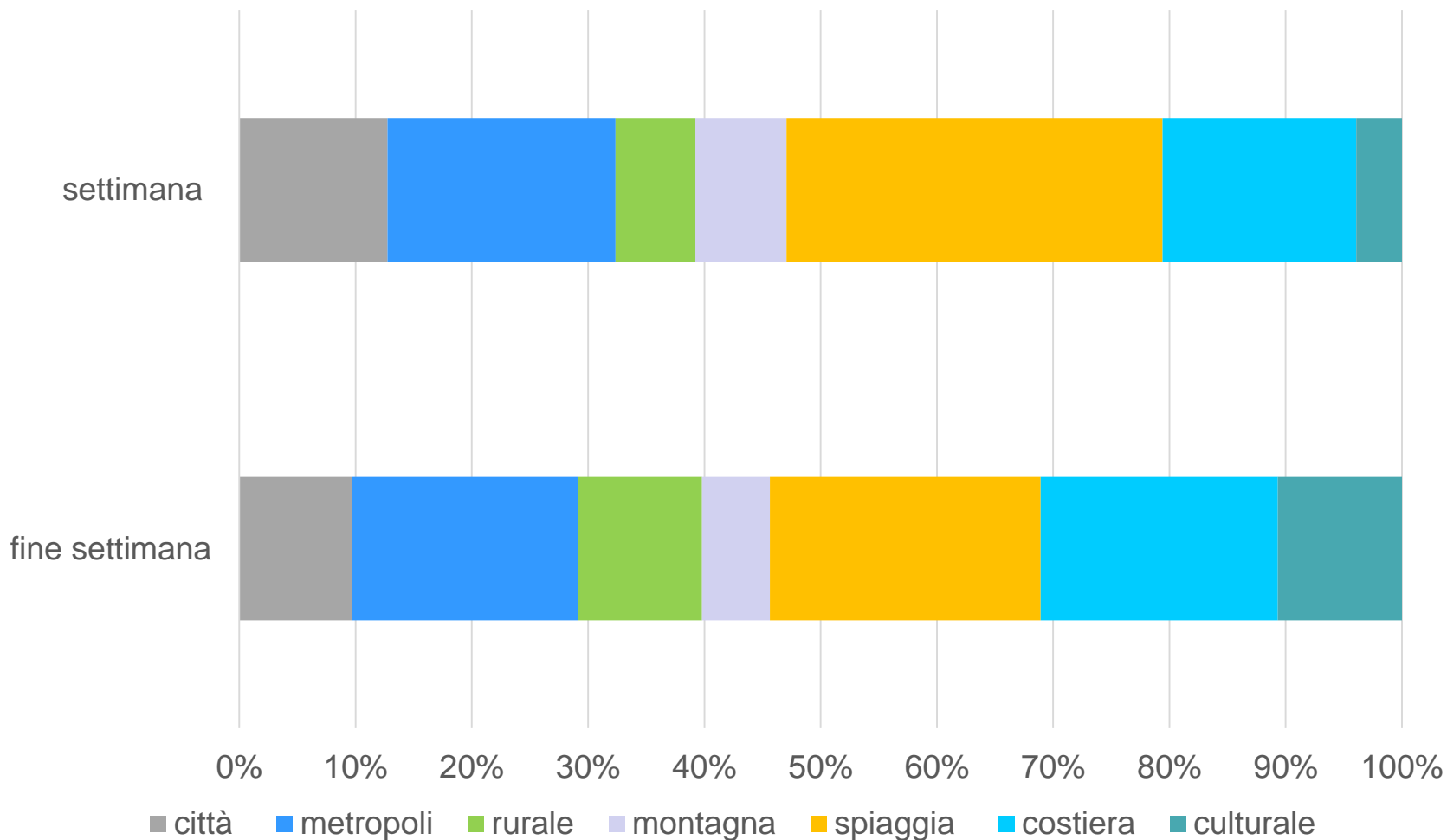
Fonte:(BFS,2012/13)

■ 18-35 ■ 35-50 ■ 50-65 ■ >65

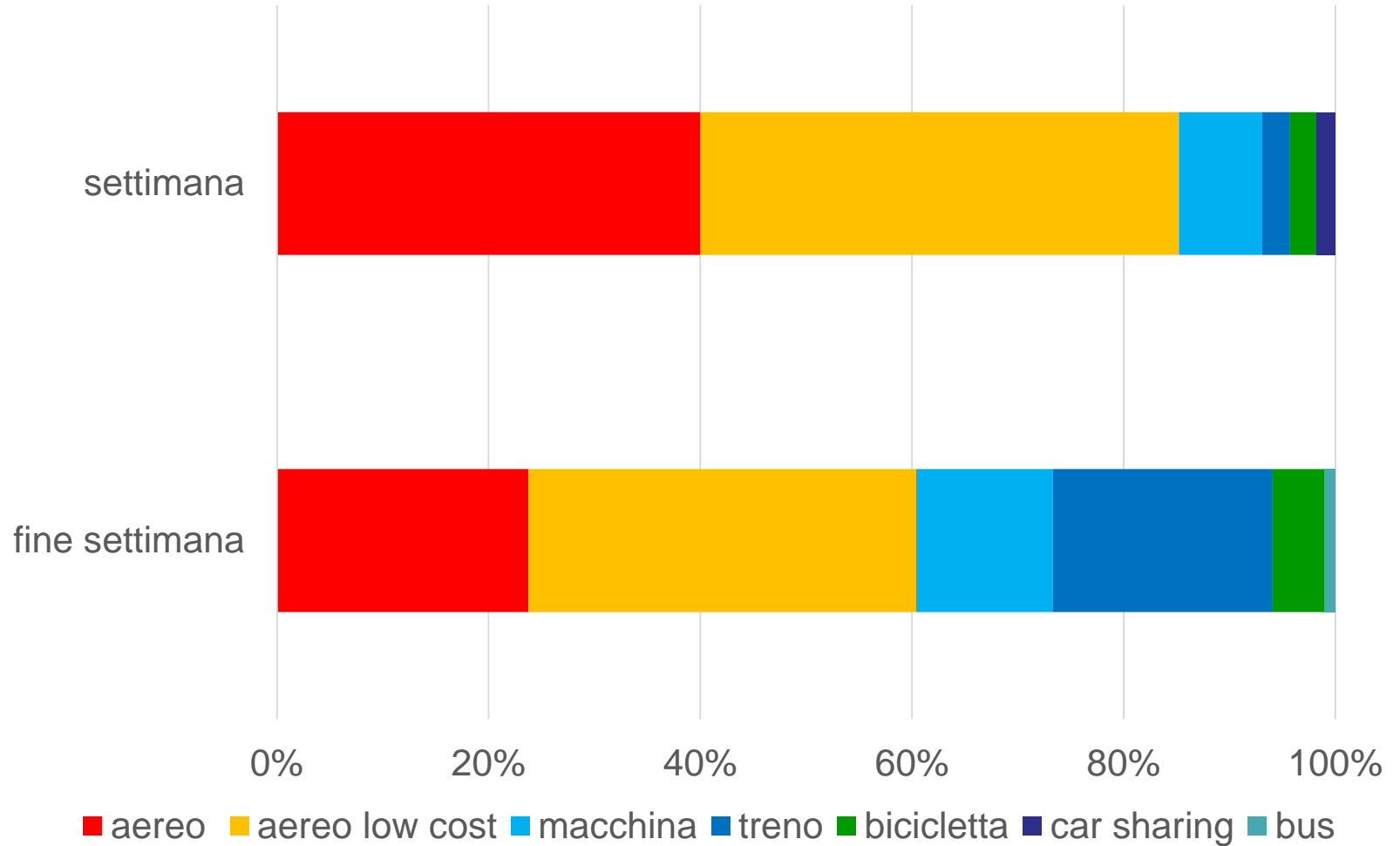
Trasporto, Destinazione, Alloggio



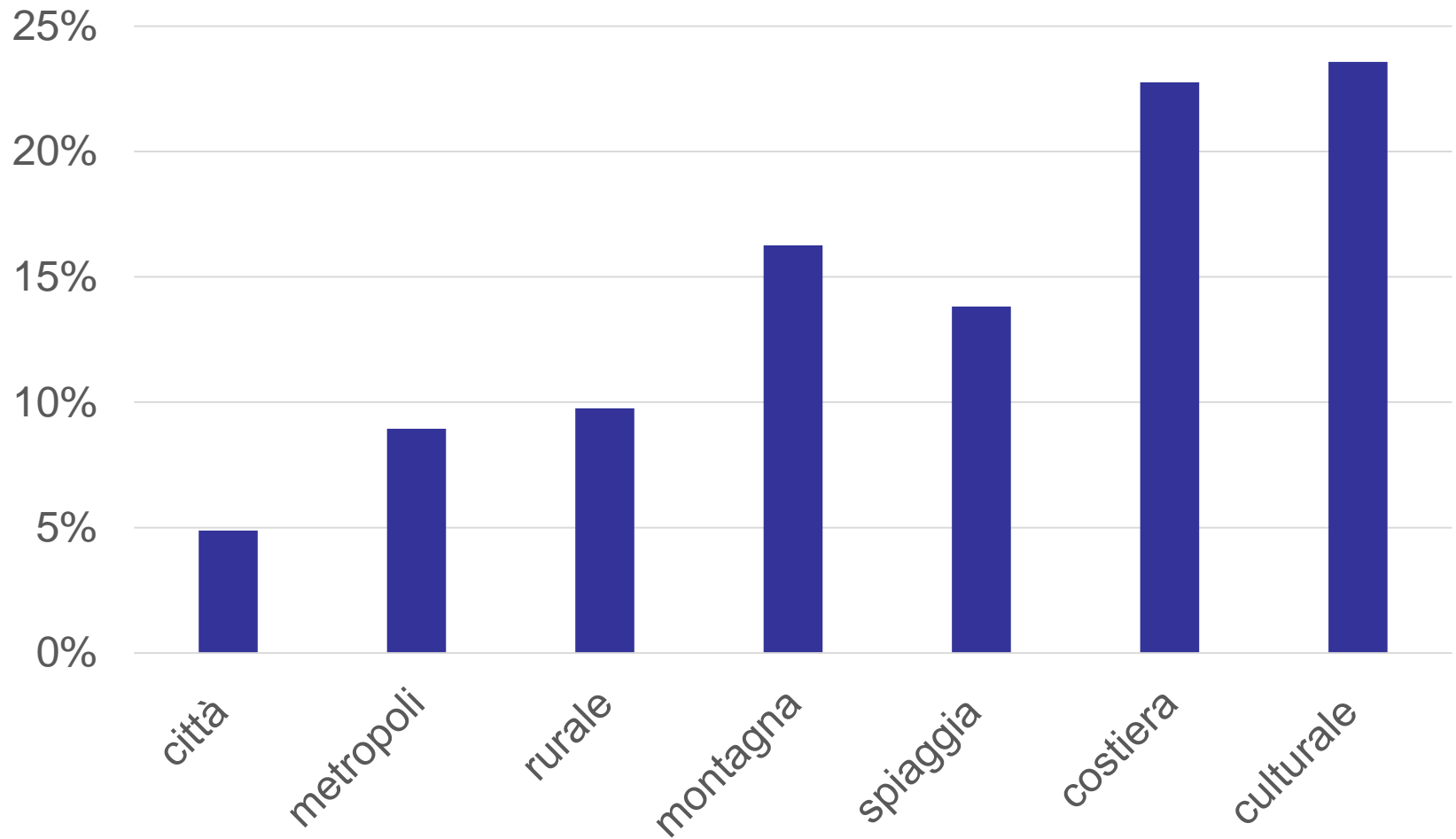
Tipo di destinazione



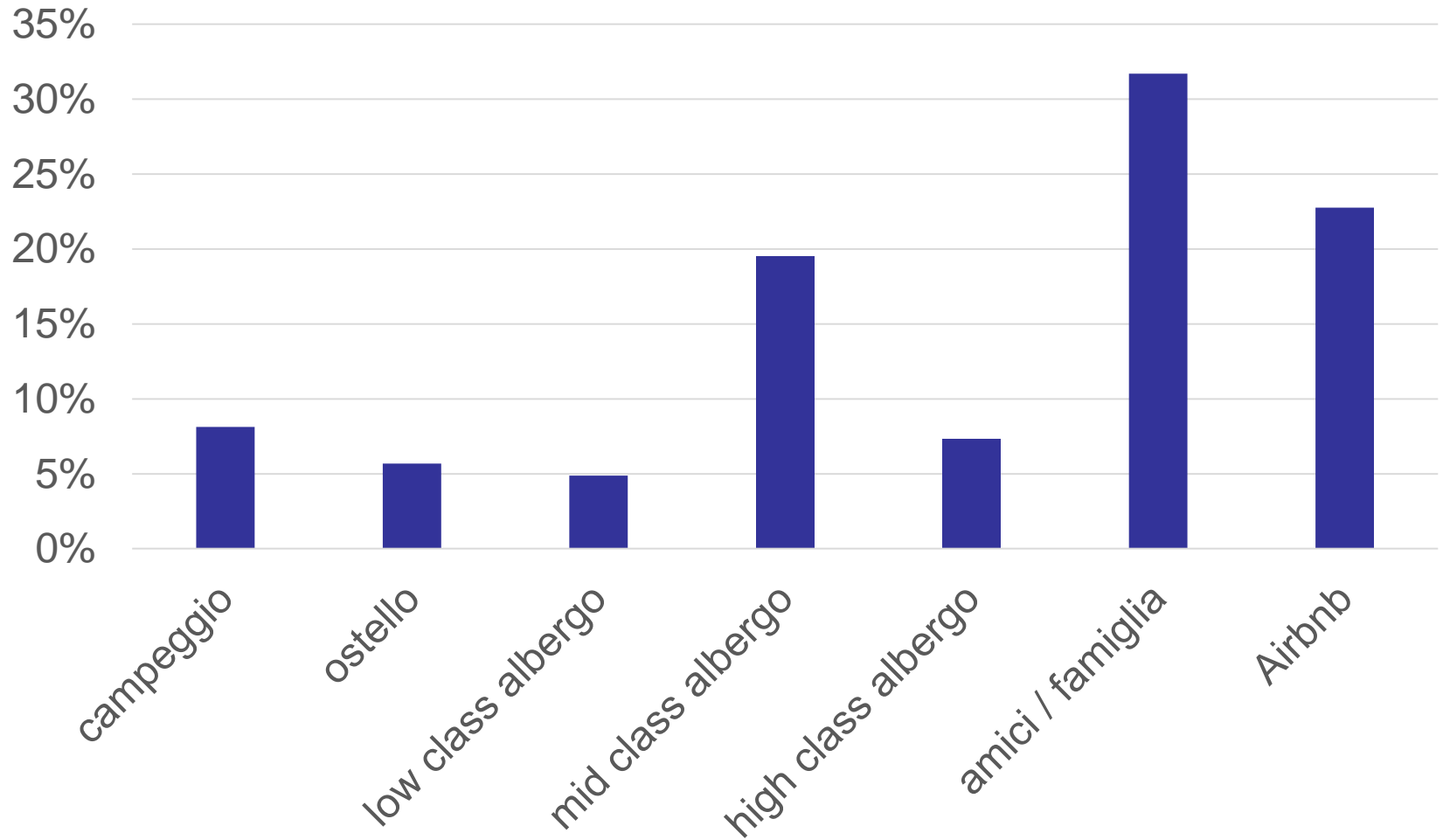
Mezzo di trasporto



Destinazione – Macchina o Treno



Tipo di alloggio – Macchina o Treno



- I. Generalmente la scelta del mezzo di trasporto o del tipo di destinazione viene effettuata prima di quella del tipo di alloggio.
- II. I turisti preferiscono spostarsi in macchina o in treno nel fine settimana.
- III. I turisti che arrivano in macchina o in treno soggiornano maggiormente da amici/ familiari

- Segmento Gen X & Y ha potenzialmente il 44% del mercato turistico: **CR**
- Per chi si sposta in macchina o in treno:
Migliorare le infrastrutture per facilitare l'accesso in Ticino.
Marketing
Mobilità in Ticino
- Per incrementare il numero di pernottamenti negli alberghi media-alta categoria:
Offerte speciali per per Gen X & Y, per esempio con **strategic partnerships** tra alberghi e mezzi pubblici (integrazione verticale)

Esempi di integrazione verticale



EXPO MAILAND
2015
DAS EVENT VOR DEN
TOREN DER SCHWEIZ!

MAILAND

Reisedatum: 31.7.-2.8.2015
2 Nächte im 3 Stern-Hotel + Bahn
ab CHF **206.-**

[» Details & Buchung](#)

SBB Reisebüro: Reise und Hotel.

Zug & Hotel, einfach und bequem buchen.



Ausgewählte Pauschalreise

Total Preis: CHF 560.00

Ihr Hotel



 Hotel Besso

Lugano




Ankunft: 21.06.2015 Abreise: 24.06.2015
Im Reisepreis inbegriffen sind:
 Unterkunft: 1 Doppel, fließend Wasser / 3 Nächte
 inkl. Frühstück
 Das Hotel Besso ist ein einfaches, renoviertes und gepflegtes Hotel.
 Es wird persönlich geführt und befindet sich nur ca. 150 m Hügel
 aufwärts vom Bahnhof entfernt. 33 geräumige, funktionell
 eingerichtete Zimmer mit Bad oder Dusche/WC, sowie Zimmer mit
 fließend Wasser und Etagedusche. Alle Zimmer mit Telefon, TV
 und gratis WLAN.

[Zimmerkategorie ändern](#)



Hinfahrt: 21.06.2015
 Abfahrt: Wohnort Schweiz
 Ankunft: Lugano
 Reiseklasse: 2. Klasse
 Direkt 

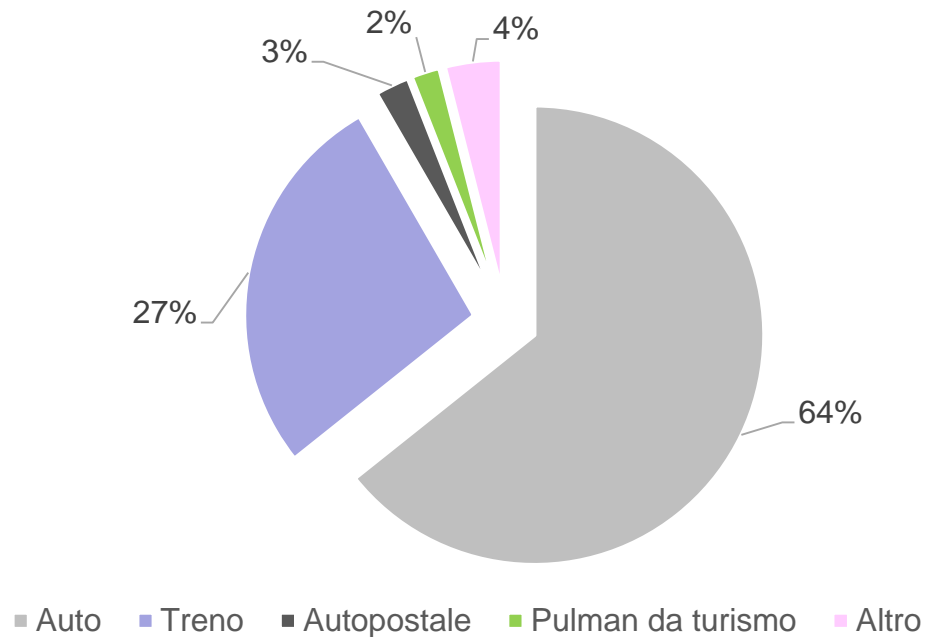


Rückfahrt: 24.06.2015
 Abreise: Lugano
 Ankunft: Wohnort Schweiz
 Reiseklasse: 2. Klasse
 Direkt 

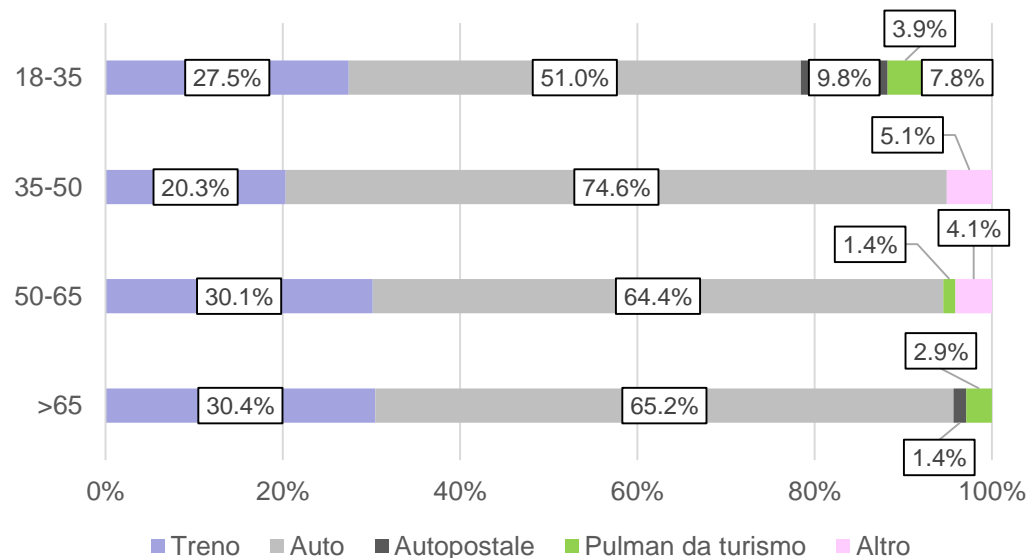
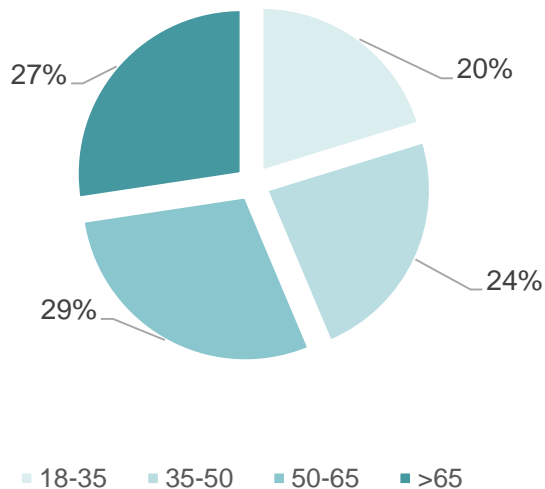
- La nostra ricerca è focalizzata sull'analizzare come la scelta del mezzo di trasporto sia influenzata dalle caratteristiche che identificano il turista che viaggia verso il Canton Ticino:
 - Età
 - Regione di Origine
 - Tipologia di zona di residenza
 - La durata della vacanza
- Il campione utilizzato si basa su 252 viaggi privati verso il Ticino nel biennio 2012-2013.
 - Tale campione è una parte dell'indagine sul comportamento in materia di viaggi della popolazione residente in svizzera condotta dall'UST.

Come si raggiunge il Ticino?

- Il 64% dei turisti intervistati raggiunge il Ticino con la propria auto
- Il 27%, invece, decide di raggiungere il cantone attraverso il treno

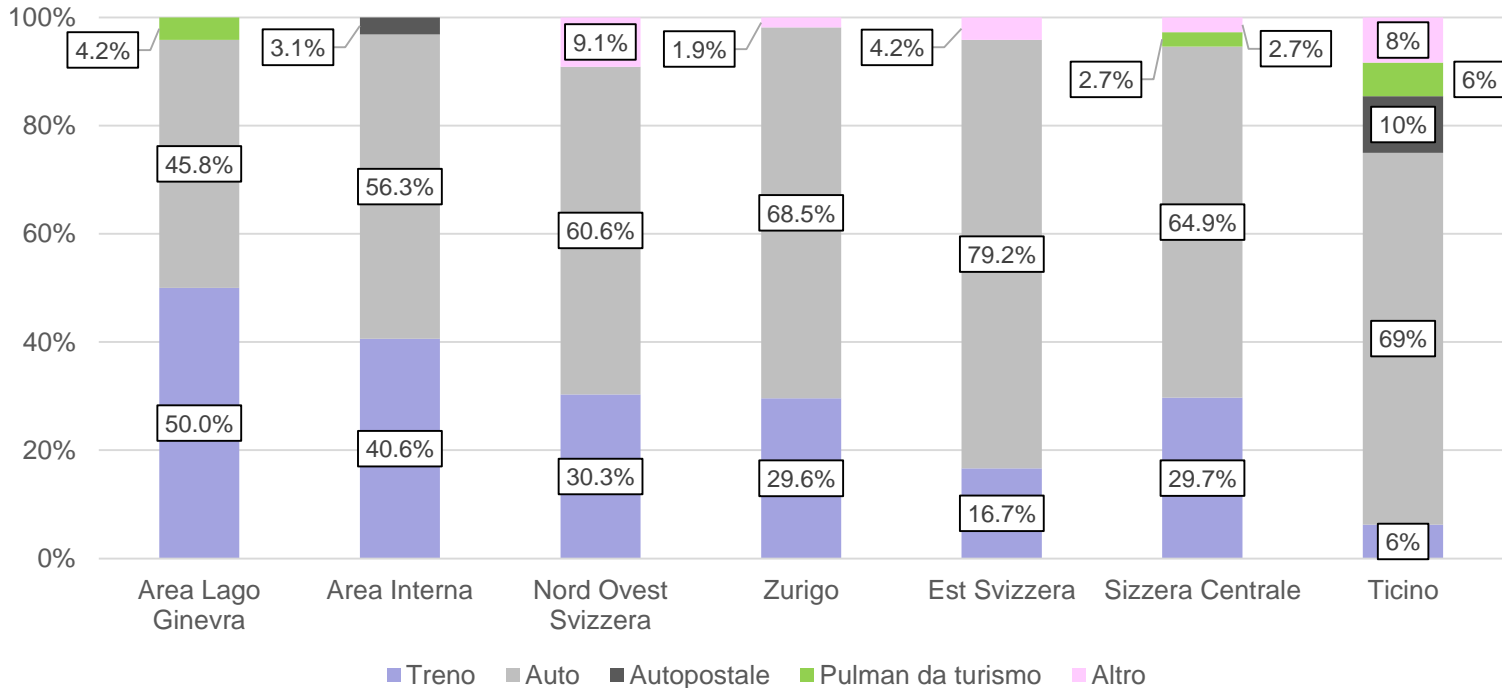


- Per quanto concerne l'età, il campione si dimostra eterogeneo
- L'auto rappresenta, per tutte le fasce di età, il primo mezzo di trasporto per raggiungere il Canton Ticino.
 - Circa il 75% dei turisti tra i 35-50 anni sceglie l'auto per raggiungere il nostro cantone.
 - In media, il 30% dei turisti oltre i 50 anni di età arriva in treno.



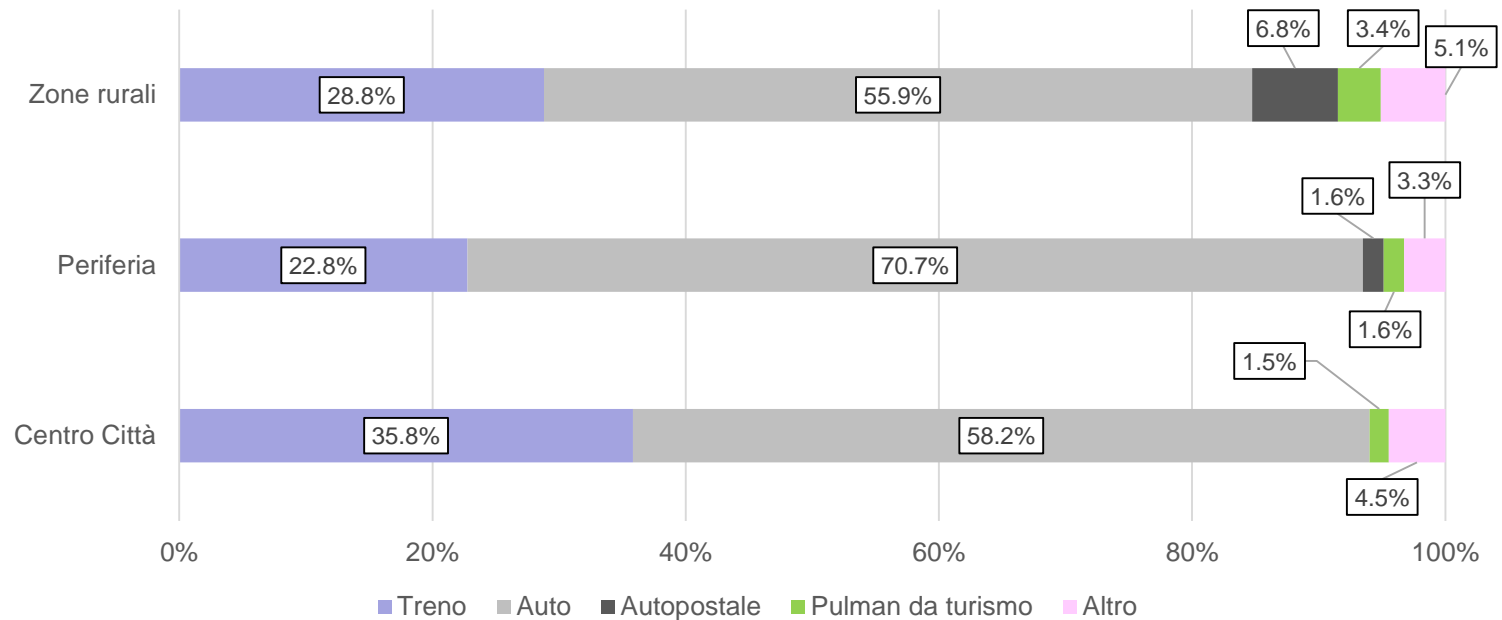
Regione d'origine

- Il 50% dei turisti che arrivano dall'area del Lago di Ginevra raggiunge il cantone in treno.
- In media, il 75% dei turisti provenienti dall'Est Svizzera e da Zurigo arriva in Ticino in auto.



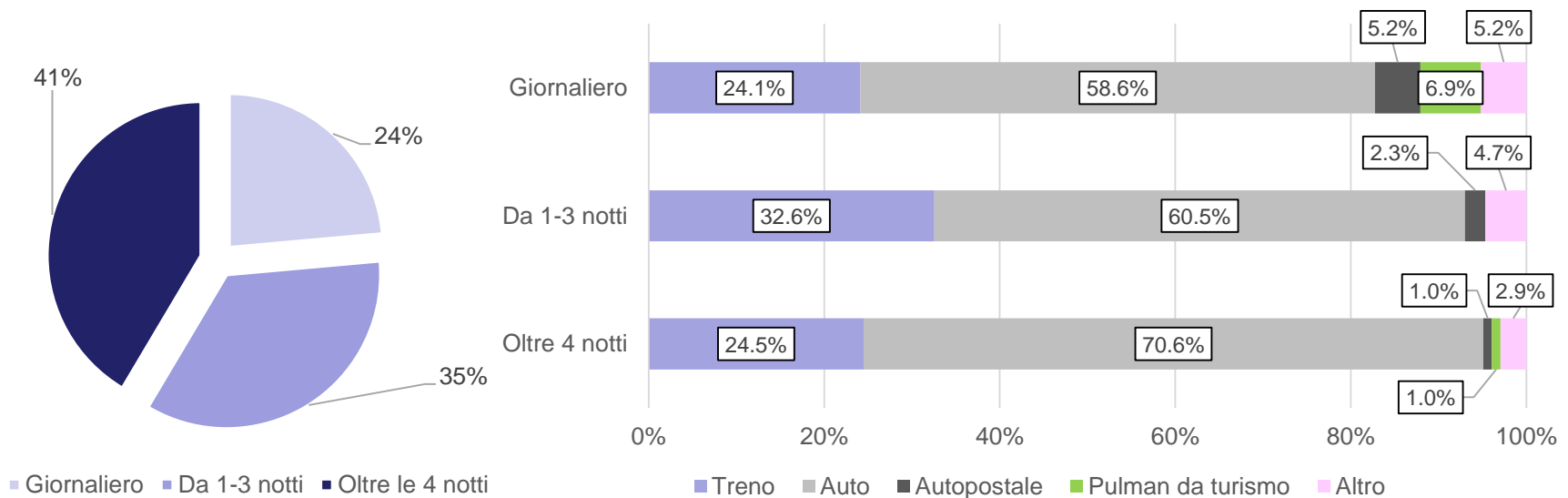
Tipologia zona di residenza

- Il 35.8% dei turisti residenti nel centro città raggiunge il nostro cantone in treno.
- L'auto per il 71% circa delle volte è scelta tra i turisti residenti in zone periferiche.



Durata del viaggio

- Il 41% dei turisti spende almeno 4 notti in Ticino.
 - Il 70% sceglie l'auto come mezzo di trasporto.
- La percentuale maggiore di turisti che sceglie il treno soggiorna in Ticino da 1-3 notti.



- Per poter studiare nel dettaglio come l'associazione tra la scelta del mezzo di trasporto e la durata del soggiorno è influenzata dalle caratteristiche del viaggio, abbiamo deciso di utilizzare un campione di viaggi a livello nazionale.
- Tematiche affrontate:
 - Il tipo di viaggio: privato / business
 - La destinazione: montagna, lago, città
 - Lo scopo di viaggio: visitare amici/famigliari, vacanza, gita culturale
 - La struttura di alloggio: hotel, resort, B&B, campeggi
 - Il mezzo di trasporto: auto, treno, aereo, bus
- Profilo del turista:
 - Età, sesso, stato civile,
 - Regione di origine
 - Tipologia zona di residenza

- Il campione comprende circa 1'634 viaggi in/fuori dalla Svizzera nell'anno 2010:
 - Viaggi privati
 - Della durata minima di un giorno

Variabili	Frequenza
Mezzi di trasporto	
Macchina	65%
Coach	8%
Treno	15%
Aereo	12%
Tipologia zona di residenza	
Centro città	26%
Periferia	46%
Città isolate	4%
Area rurale	24%
Tipo di destinazione	
Vacanza in montagna	30%
Vacanza al lago	24%
Vacanza in città	28%
Vacanza al mare	20%
Scopo di viaggio	
Vacanza	84%
Visitare amici/parenti	16%
Sesso	
Maschi	42%
Femmine	57%

Variabili	Media
Età	48,5
Durata media del soggiorno	7.5
Spesa	1'422 CHF

- La probabilità di scegliere il coach o il treno invece che l'auto è significativamente superiore per i turisti che vivono in centro città rispetto a quelli che vivono nelle zone periferiche.
- La probabilità di scegliere l'auto invece che il treno o l'aereo è significativamente superiore per i turisti che vivono in zone rurali rispetto a coloro che vivono in centro città.
- I turisti che scelgono di andare in vacanza in montagna invece che in città si recheranno con una probabilità significativa in auto.

Variabili esplicative	Stime
Durata del soggiorno	
Età	
Categoria di riferimento: 18-35	
35-50	.05
50-65	.16**
>65	.21**
Tipo di accomodazione	
Categoria di riferimento: hotel +resort di lusso	
Ostello+B&B	.18**
Seconde case	.58***
Casa di amici	.49***
Appartamento in affitto	.54***
Camping	.64***
Vacanza all'estero	.31***
Scopo di viaggio	-.16***

Nel singolo viaggio, in media, i turisti con oltre 65 anni si fermano a destinazione 1.5 giorni in più rispetto ai 18-35 anni.

Nel singolo viaggio, in media, i turisti che vanno in campeggio soggiornano circa 5 giorni in più rispetto a coloro che scelgono un hotel o resort di lusso.

- Il passo successivo è quello di analizzare direttamente l'impatto della scelta del mezzo di trasporto sulla durata (in giorni) della vacanza. Tale impatto è misurato tenendo in considerazione:
 - La tipologia di zona di residenza
 - Il tipo di destinazione.
- Pertanto si è scelto un campione più ampio con 2'065 viaggi effettuati in/fuori dalla Svizzera nel 2010:
 - Viaggi privati
 - I viaggi con una durata superiore al week-end, da almeno 3 giorni.

	Vacanza in città	Vacanza in montagna	Vacanza al lago
Macchina	Categoria di riferimento	.0817 (0.03)	.3854 (0.000)
Coach	-.3669 (0.021)	-.1487 (0.423)	-.1742 (0.291)
Treno	-.0665 (0.379)	.03833 (0.649)	.0707 (0.394)
Aereo	-.5174 (0.000)	-.3068 (0.353)	.1545 (0.362)
Camper	-.1228 (0.000)	-.1368 (0.569)	.4148 (0.016)

Nel singolo viaggio, i turisti che visitano una città in coach rispetto che in macchina, soggiornano in media 2.5 giorni in meno.

	Centro città	Periferia	Città isolata	Zona rurale
Macchina	Categoria di riferimento	.0713 (0,029)	.0101 (0.965)	.0812 (0.024)
Coach	.1080 (0.424)	.1853 (0.000)	.5164 (0.392)	-
Treno	.0954 (0.000)	.0569 (0.425)	.1782 (0.284)	-
Aereo	.6178 (0.001)	.0337 (0.675)	-.5825 (0.021)	-
Camper	.081 (0.000)	-.2734 (0.106)	-	.4548 (0.004)

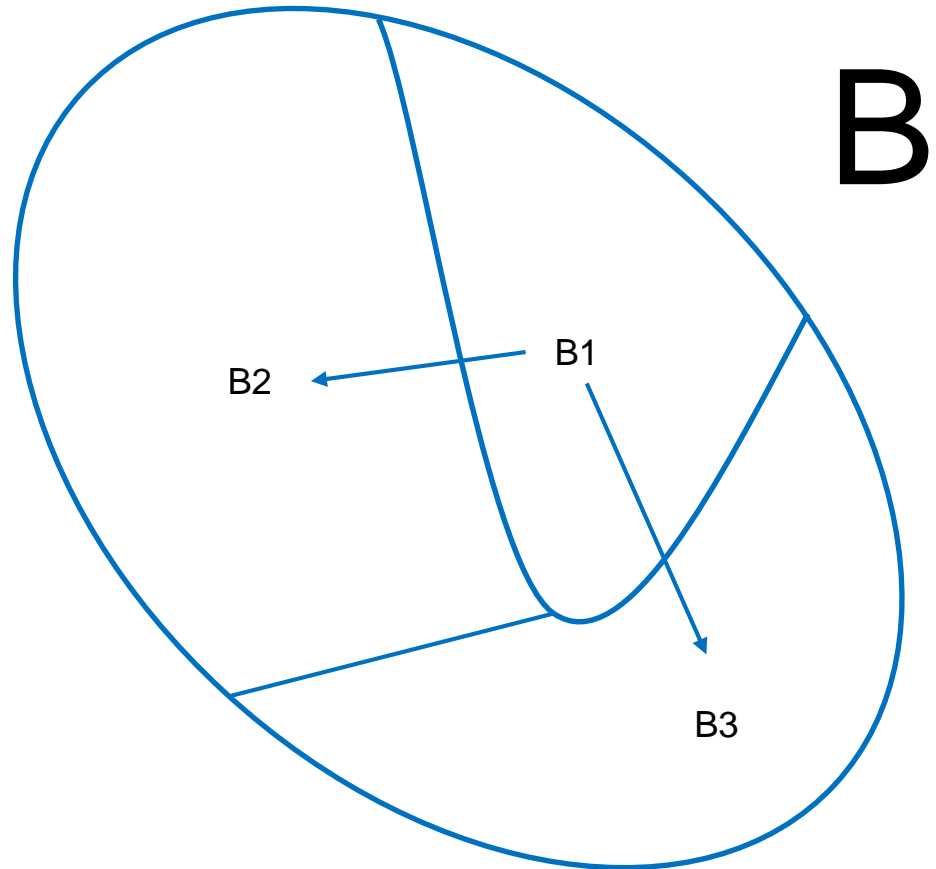
Nel singolo viaggio, i turisti che partono dalla periferia in auto rispetto che dal centro città, soggiornano in media circa mezza giornata in più.

La mobilità a destinazione

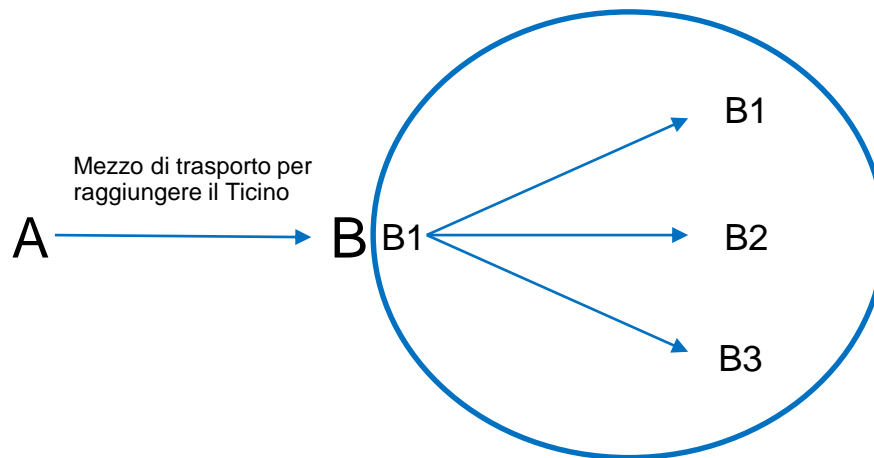
Il mezzo di trasporto serve per andare da un punto di partenza A ad una destinazione B.

Con mobilità a destinazione si intende la mobilità da una regione «base» B1 ad altre regioni B2, B3 all'interno della destinazione B:

B1 → B2
B1 → B3



Due metodi per analizzare la MaD



Ticino discovery Card:

B1 regione di acquisto
B1, B2, B3 regioni di attività

Impatto economico:

B1 regione di pernottamento
B1, B2, B3 regioni di spesa

- **Panoramica sui turisti**
 - Mezzo di trasporto utilizzato per arrivare in Ticino
 - Alcuni dati sul totale di turisti e domanda generata
- **Mobilità e Ticino Discovery Card**
- **L'impatto economico** della mobilità a destinazione
- La mobilità come **esperienza turistica**

Fonti dati:

rütter soceco
sozioökonomische forschung + beratung

tiresia
economia | statistica | datamining

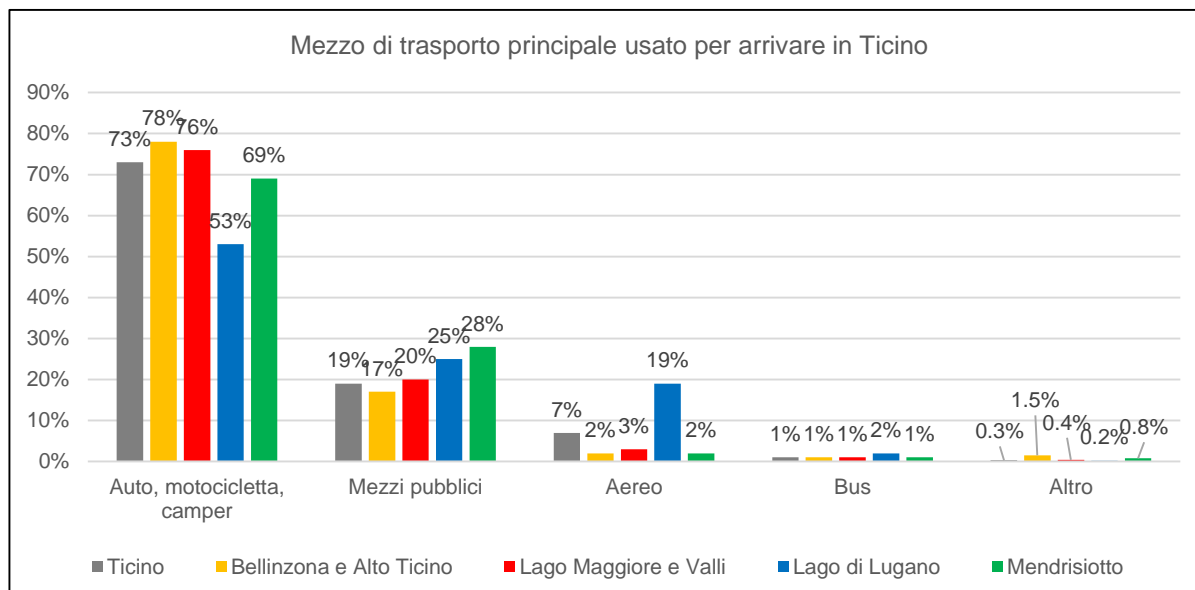
line@soft
web & software solutions



Elaborazioni:



Mezzo di trasporto per raggiungere il Ticino



E' indicato il **mezzo di trasporto principale** usato per raggiungere il Ticino.

Lugano ha la maggior percentuale di turisti che arrivano in **aereo** dovuta ai turisti provenienti dai **mercati lontani**.

Fonte: Sondaggio presso gli ospiti 2013, Rütter Soceco, tiresia, Line@soft. Elaborazione propria.

21,3 milioni di turisti annui totali

- 8,2 mio. pernottanti
- 4,2 mio. giornalieri
- 8,9 mio. shopping, transito e casinò

2,7 miliardi di CHF di domanda globale del turismo

- 1,8 domanda degli ospiti
- 0,9 spese aggiuntive (manutenzione e gestione residenze, spese di viaggio)

84 CHF Spesa giornaliera

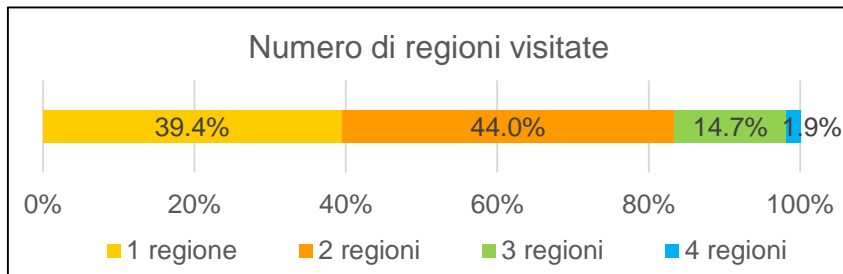
- 109 CHF pernottanti
- 90 CHF ospiti giornalieri
- 59 CHF shopping, transito e casinò

Mobilità e Ticino Discovery Card



4'892 carte vendute

20'329 attività registrate



Fonte: Ente ticinese per il turismo, anno 2013. Elaborazione propria.

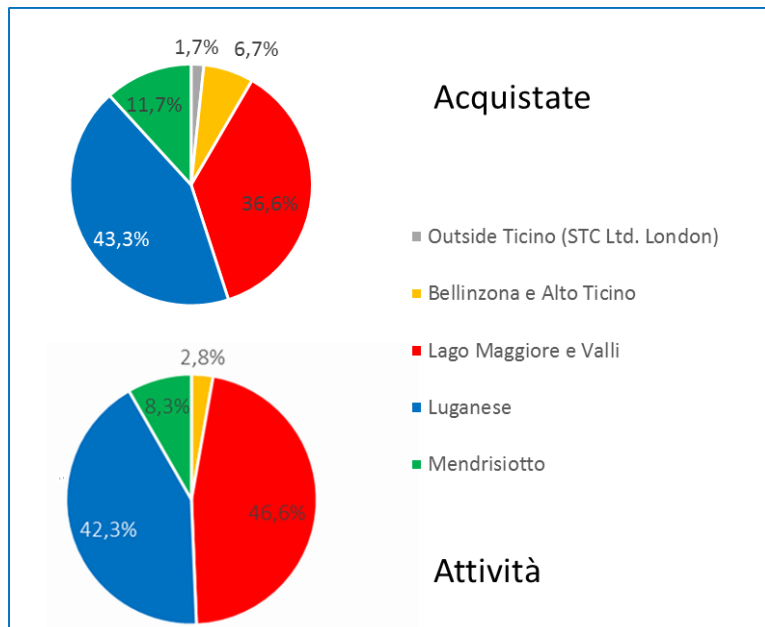
La Ticino Discovery Card è una carta turistica che permette ai possessori di girare in **tutto il Ticino** per **3 giorni** a scelta su 7 consecutivi.

Si ha accesso agli **impianti di risalita**, alla **navigazione sui laghi**, a piscine, musei e attrazioni turistiche partner.

I turisti possessori della carta turistica hanno la possibilità di **trasporto illimitato**:

- 60% dei turisti visita più di una regione mentre
- 16% visita più di due regioni

Mobilità e Ticino Discovery Card



Fonte: Ente ticinese per il turismo, anno 2013. Elaborazione propria.

I turisti che comprano a **Bellinzona e A.T.** e nel **Mendrisiotto** sono più «mobili».

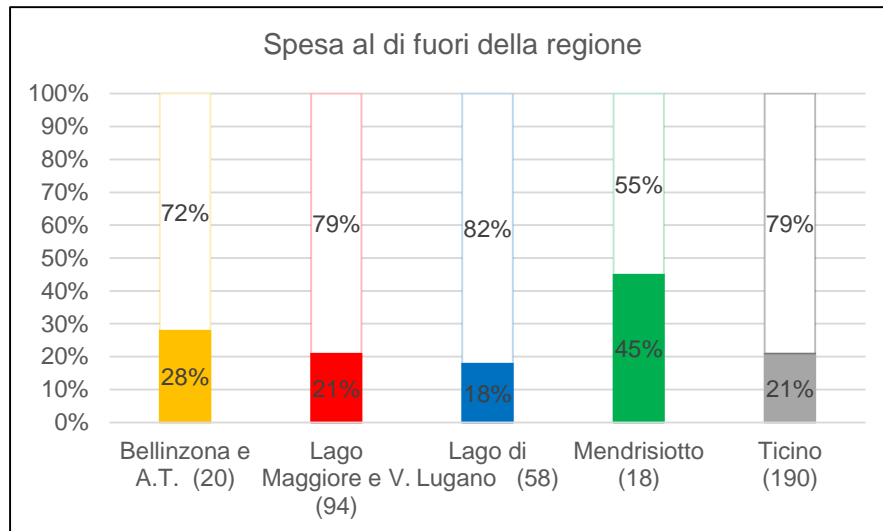
Regione d'acquisto	Regioni delle attività	Attività fuori regione
Lago Maggiore e Valli		21,7%
Luganese		39,4%
Mendrisiotto		85%
Bellinzona e Alto Ticino		94,3%

Importanza economica della mobilità in Ticino

Domanda degli ospiti In mio. CHF		=	Bellinzona e Alto Ticino	+ Lago Maggiore e Valli	+ Lago di Lugano	+ Mendrisiotto
Bellinzona e Alto Ticino	Pernottanti 72	→	52 / 72%	15 / 21%	3 / 4%	2 / 3%
Lago Maggiore e Valli	Pernottanti 457	→	23 / 5%	363 / 79%	61 / 13%	10 / 2%
Lago di Lugano	Pernottanti 329	→	15 / 5%	20 / 6%	271 / 82%	23 / 7%
Mendrisiotto	Pernottanti 40	→	1 / 2%	8 / 20%	9 / 22%	22 / 55%
Pernottanti	897		52	363	271	22
Giornalieri con pernottamento fuori regione	-		39	43	73	35
Giornalieri	379		92	129	103	54
Altro*	518		58	15	105	338
Domanda degli ospiti	1794		241	550	552	449
Differenza netta	-		19	-51	15	17

*Shopping, transito e Casinò

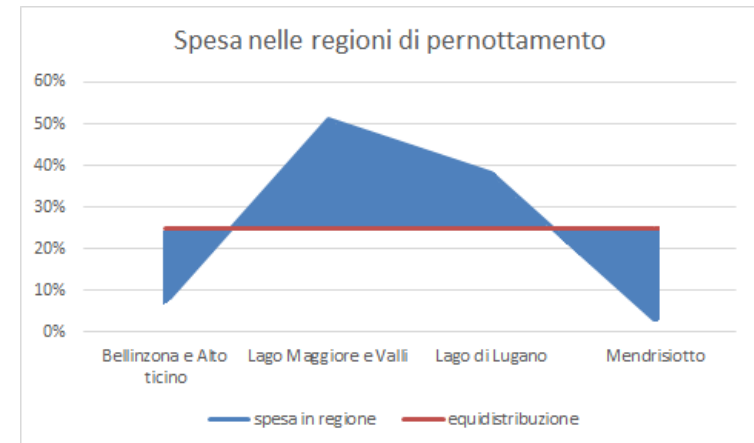
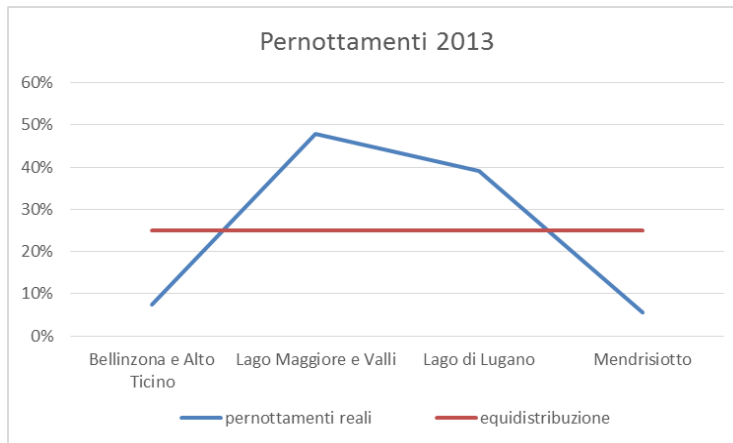
Fonte: Stima Rütter Soceco, tiresia, Line@soft.



190 / 21%

Fuori dalla regione di pernottamento i turisti spendono 190 milioni di franchi.

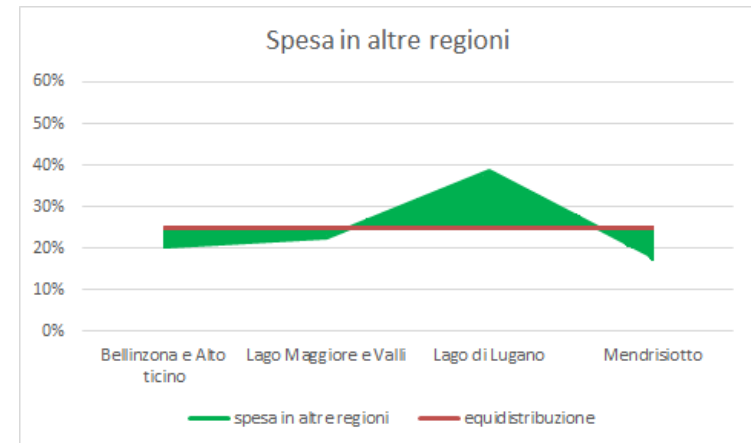
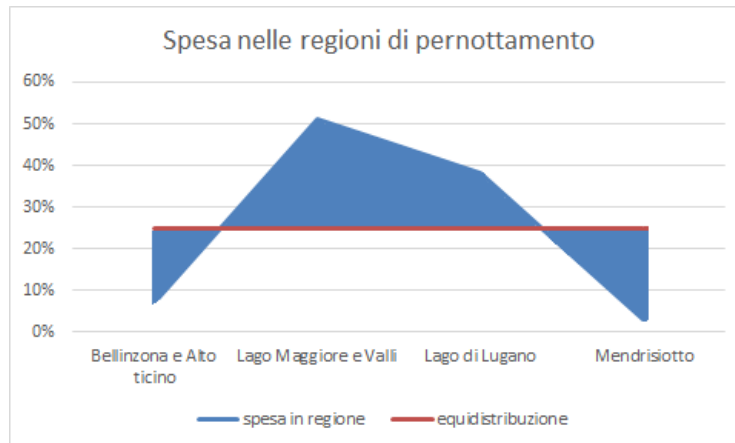
Importanza economica della mobilità in Ticino



Fonti: Hesta / Sondaggio presso gli ospiti 2013, Rütter Soceco, tiresia, Line@soft. Elaborazione propria.

La distribuzione della **spesa** nelle regioni di pernottamento è **molto simile** alla **distribuzione dei pernottamenti** nelle varie regioni.

Importanza economica della mobilità in Ticino



Fonte: Sondaggio presso gli ospiti 2013, Rütter Soceco, tiresia, Line@soft. Elaborazione propria.

CdG = 0,67

Coefficiente di Gini: è un indice di concentrazione usato per misurare la disuguaglianza.

Varia tra:

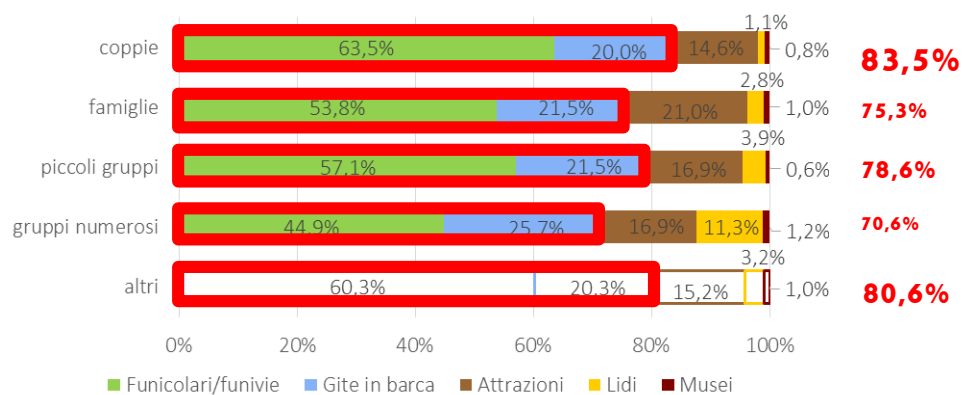
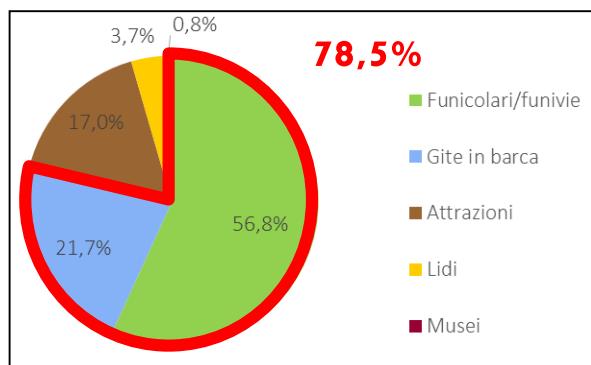
- 0 equidistribuzione
- 1 massima concentrazione

CdG = 0,58

Importanza economica della mobilità in Ticino

- La **distribuzione** della spesa nelle **regioni di pernottamento** è molto simile alla **distribuzione dei pernottamenti** nelle varie regioni.
- Le **spese** effettuate dai turisti al di **fuori della regione di pernottamento** sono **più equidistribuite** rispetto alle spese effettuate nella regione di pernottamento.
- Il **mezzo di trasporto** «a destinazione» può essere utilizzato come **strumento strategico** per attirare turisti nella propria regione.

La mobilità come esperienza turistica



Fonte: Ticino turismo, Ticino discovery card. Elaborazione O-tur

Ai turisti piace muoversi per scoprire il Ticino, il **mezzo di trasporto** diventa sempre di più un'esperienza turistica vera e propria.

- L'**importanza della mobilità a destinazione** è stata presentata attraverso 2 esempi:
 - Ticino Discovery Card: Regione di acquisto (base), mobilità verso regioni di attività
 - Impatto economico: regione di pernottamento (base), mobilità verso regioni di spesa
- La **regione di pernottamento** è soltanto la **base** per i turisti che arrivano in Ticino, è stata registrata molta mobilità «a destinazione» da parte dei turisti.
- Il **mezzo di trasporto** a destinazione può essere utilizzato come **strumento strategico** per attirare turisti nella propria regione.
- Ai turisti piace muoversi e scoprire il Ticino, il mezzo di trasporto diventa sempre di più un'**esperienza turistica** vera e propria.

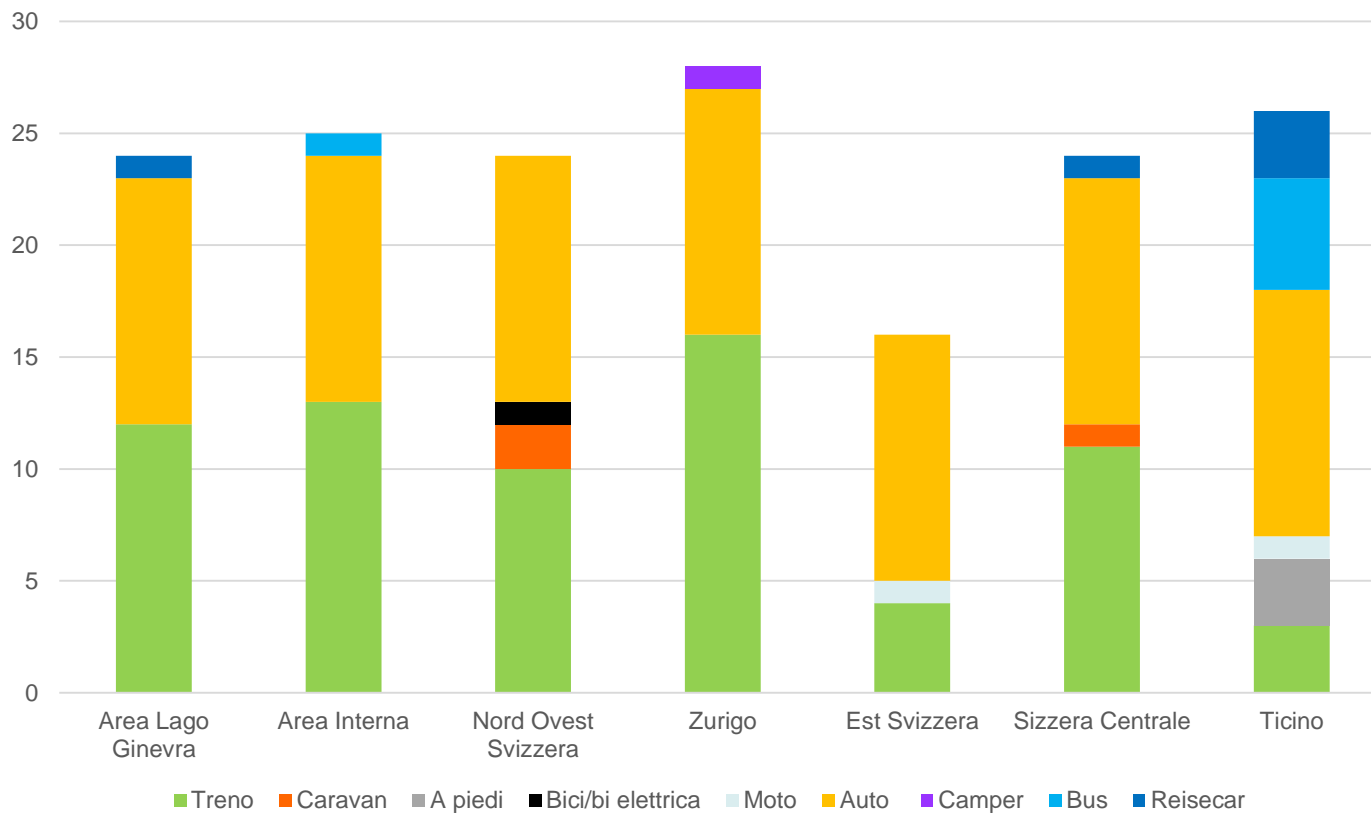
Grazie per l'attenzione.

Contenuto

1. Turista Ticinese
2. Ricerca Decisione Turistiche
3. Conclusione
4. Implicazione

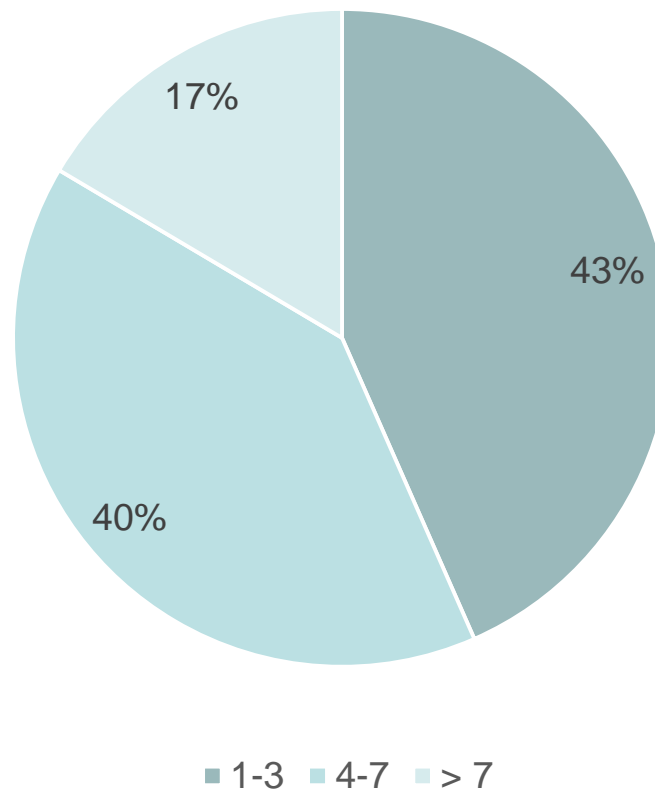
1. Turista Ticinese

Regione di Origine (BFS, 2012/13)



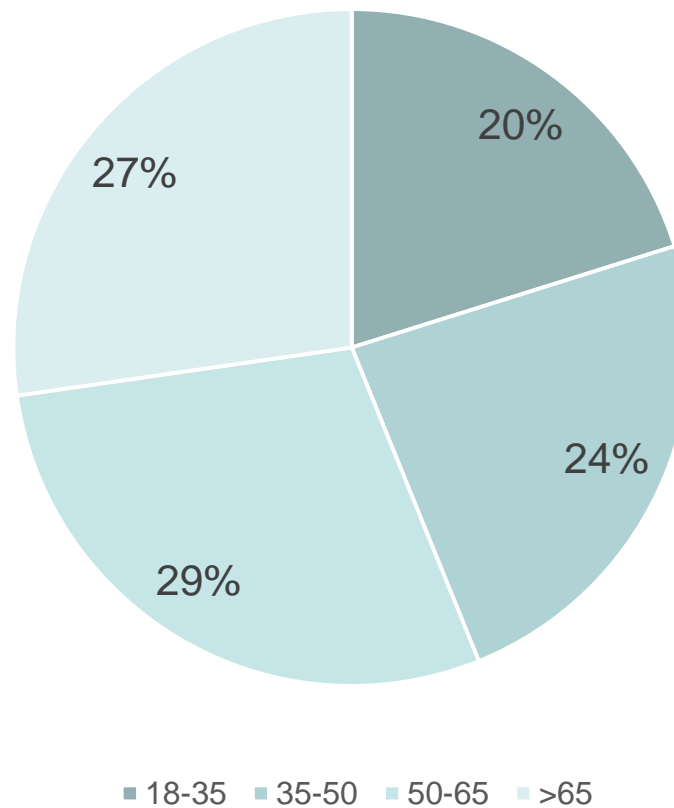
1. Turista Ticinese

Durata turista domestico che arriva in Ticino (BFS, 2012/13)



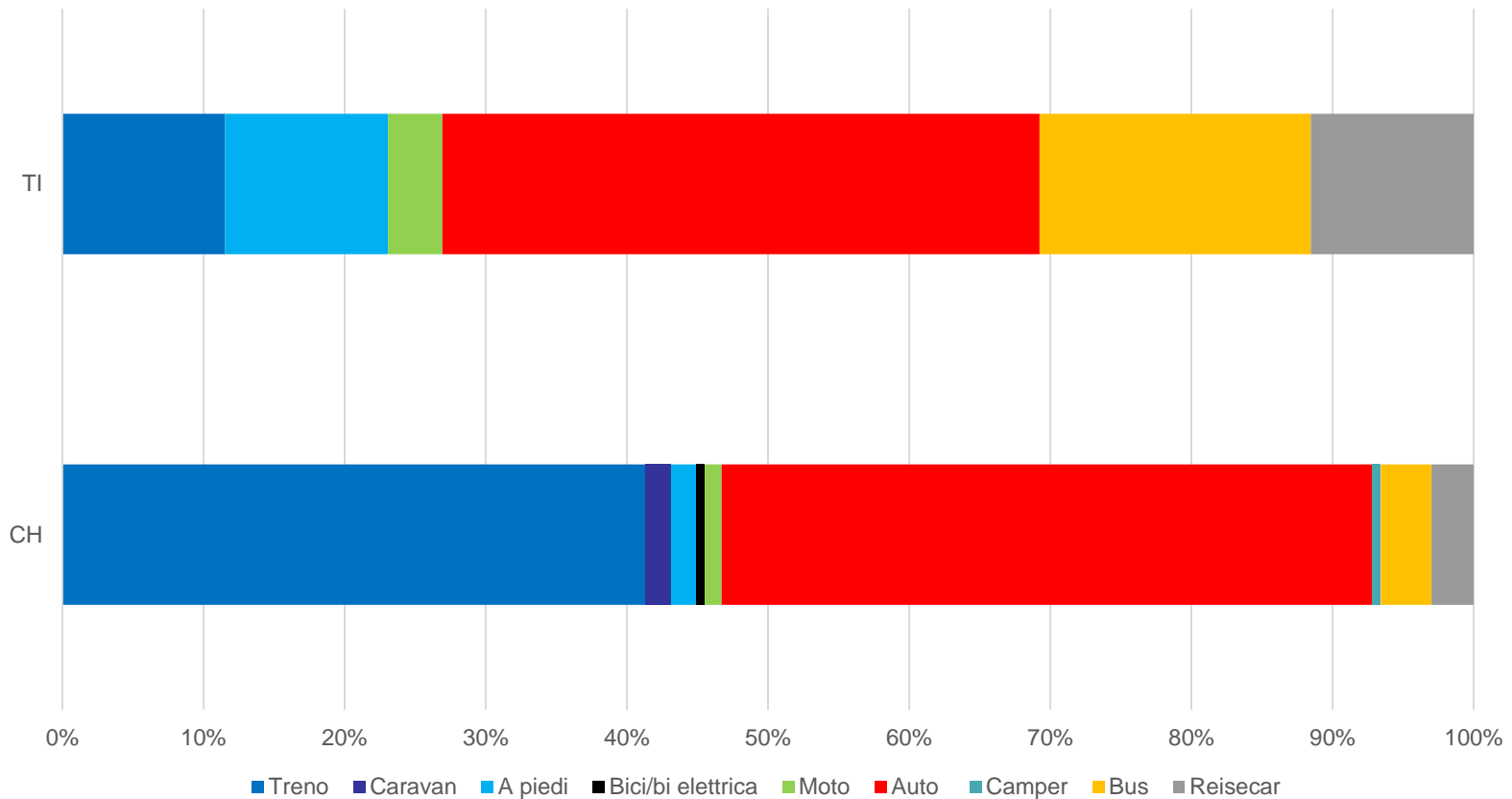
1. Turista Ticinese

Eta turista domestico che arriva in Ticino (BFS, 2012/13)

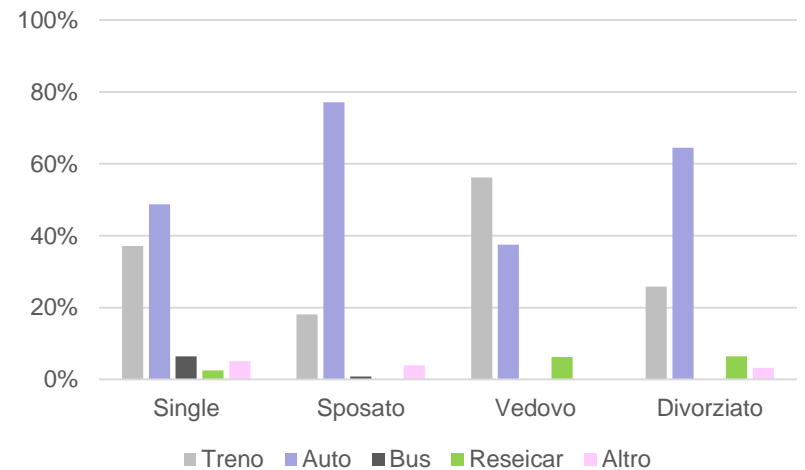
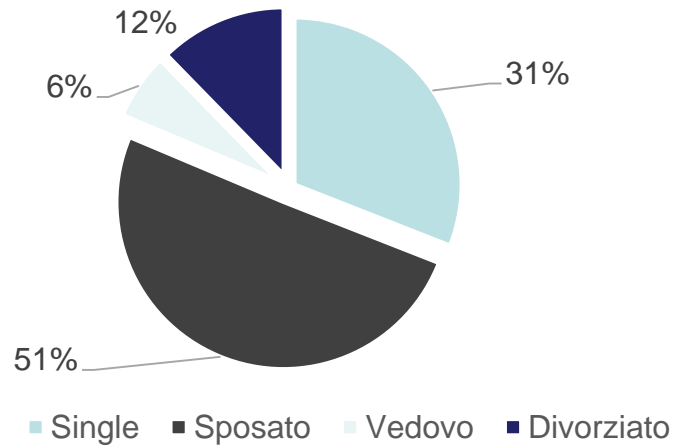


1. Turista Ticinese

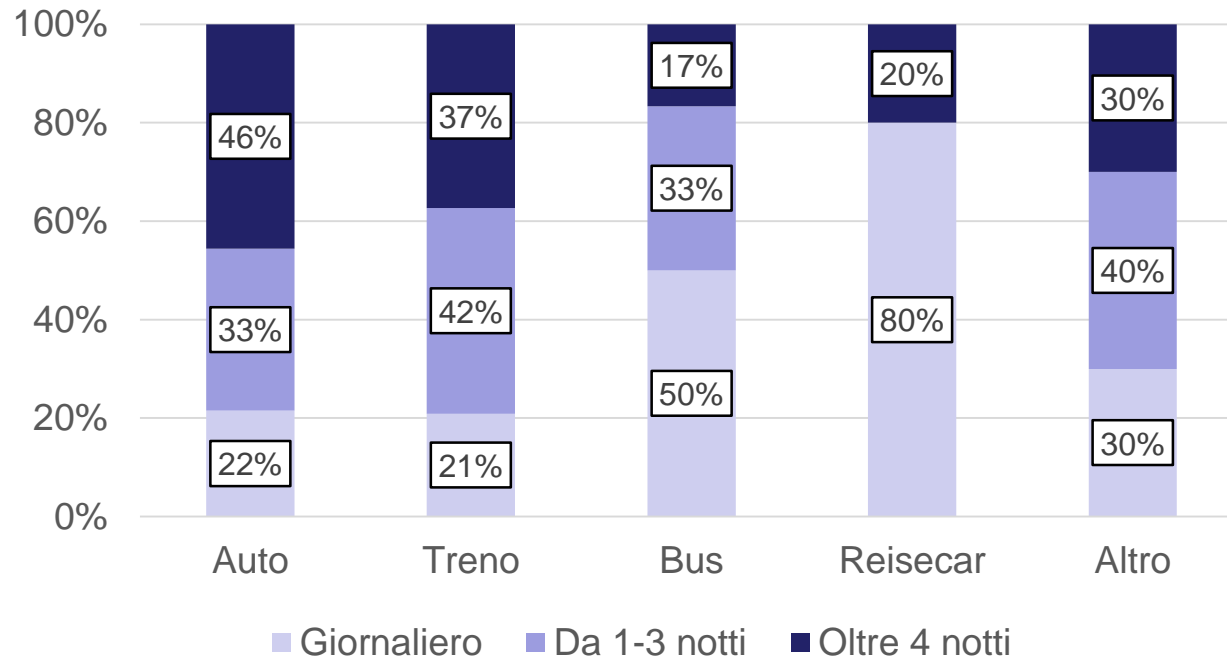
Mezzo trasporto turista domestico che arriva in Ticino (BFS, 2012/13)



Il Campione: stato civile



Durata del viaggio(2/3)



	Auto	Coach	Treno	Aereo
Centro città				
Periferia		-0.681**	-1.06***	-.151
Città isolata		-2.68	1.08	.523
Zona rurale		-.039	-1.23***	-.484**

La probabilità di scegliere il coach o il treno invece che l'auto è superiore per i turisti che vivono in centro città rispetto a quelli che vivono nelle zone periferiche.

La probabilità di scegliere l'auto invece che il treno o l'aereo è superiore per i turisti che vivono in zone rurali rispetto a coloro che vivono in centro città.

	Auto	Coach	Treno	Aereo
Vacanza in città				
Vacanza al lago		-1.29	-1.10***	-2.52**
Vacanza in montagna		-.910**	-.75***	-3.16***

I turisti che scelgono di andare in vacanza in montagna invece che in città si rechneranno con molta probabilità in auto.

Variabili esplicative	Stime
Durata del soggiorno	
Età	
Categoria di riferimento: 18-35	
35-50	.05
50-65	.16**
>65	.21**
Tipo di accomodazione	
Categoria di riferimento: hotel +resort di lusso	
Ostello+B&B	.18**
Seconde case	.58***
Casa di amici	.49***
Appartamento in affitto	.54***
Camping	.64***
Vacanza all'estero	.31***
Scopo di viaggio	-.16***

Nel singolo viaggio, in media, i turisti con oltre 65 anni si fermano a destinazione 1.5 giorni in più rispetto ai 18-35 anni.

Nel singolo viaggio, in media, i turisti che vanno in campeggio soggiornano circa 5 giorni rispetto a coloro che scelgono un hotel o resort di lusso.