



Ciclo di Webinar tematizzati

Tendenze



Turismo Outdoor

a cura di **Stefano dall'Aglio**

Mercoledì 10 giugno 2020, ore 9.30 – 10.30

Progetto "AZIONI INFORMATIVE PER IL RINFORZO COMPETITIVO" finanziato con i fondi della Mis.19.2.02.13 Leader, PSR Regione Emilia-Romagna 2014-2020



- Il turismo outdoor è un ambito ampio – e con confini non precisamente definiti - che si riferisce ai **viaggi** (spostamento dalla residenza abituale) **effettuati con lo specifico scopo di svolgere attività fisiche e ricreative all'aria aperta, per il piacere e la soddisfazione personale**
- La pratica delle attività Outdoor sono solitamente svolte in **contesti naturali/culturali di pregio** ed é condizionata ed attenta alle condizioni dell'ambiente naturale e sociale in cui si svolge
- Sebbene molte di queste attività possano essere classificate come sportive, non tutte richiedono che il partecipante sia un atleta. Le finalità della pratica possono essere diverse: il divertimento, il relax, l'esercizio fisico, il mettersi in gioco, lo spirito di gruppo, il rinnovamento spirituale, la conoscenza e l'immersione nell'ambiente naturale e culturale del luogo, ecc.

Turismo "Avventura"



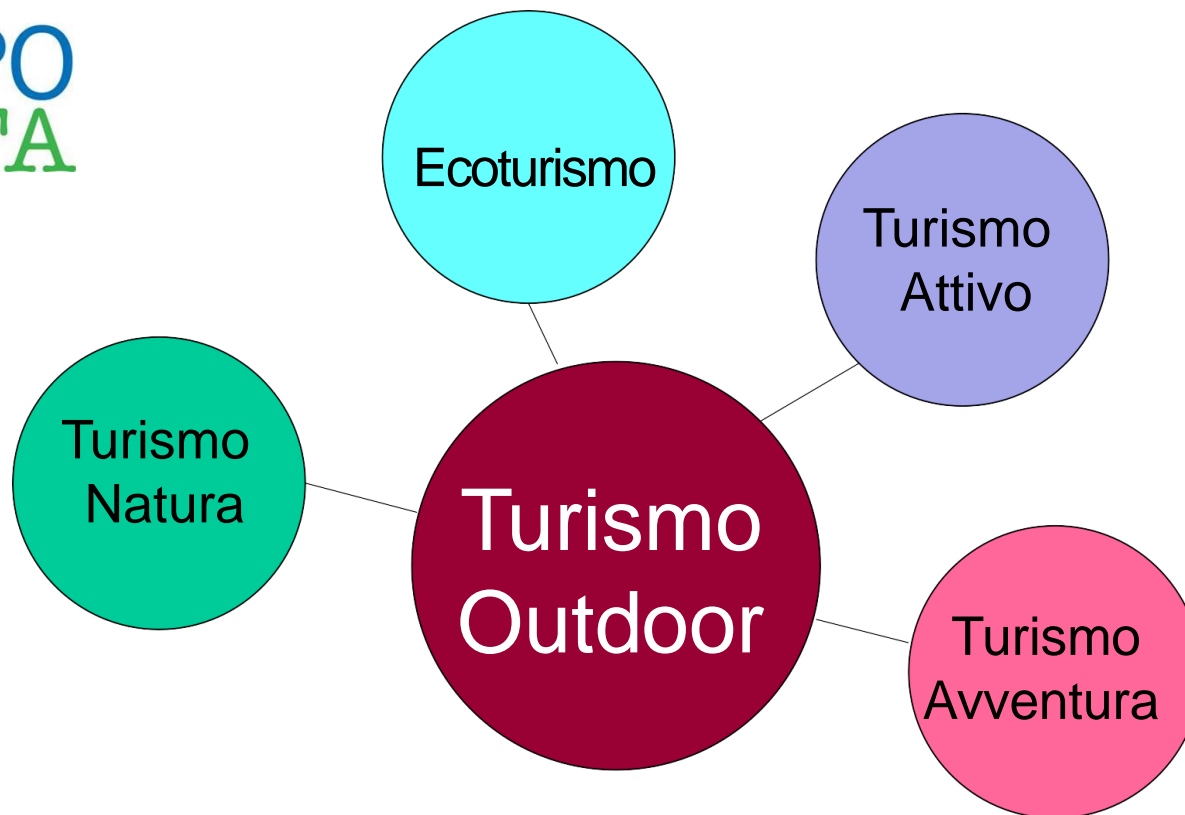
ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION

Deve contenere almeno 2 dei seguenti elementi:

1. Interazione con la natura
2. Interazione con la cultura
3. Attività fisica

Di fatto é un viaggio che li contempla tutti





Il turismo Outdoor mutua e in parte si sovrappone a tutta una serie di altre tipologie come il turismo Attivo, il turismo Avventura, l'Ecoturismo, il turismo Slow.

È una forma di turismo che presenta valori di sostenibilità, basso impatto ambientale e legami con il territorio naturale-sociale in cui avviene la pratica

Outdoor vs. Plein Air

- Nonostante l'evidente sovrapposizione dei termini, non si deve confondere il turismo Outdoor con il turismo Plein Air
- Quest'ultimo termine, infatti, (detto anche "turismo in libertà") ha finito per identificare la forma di **turismo itinerante** – che interessa solitamente contesti naturali - **effettuato in camper, in roulotte o in tenda**. La ricettività mobile è il tratto distintivo di questo tipo di turismo, che si configura quindi come un sottoinsieme del turismo Outdoor (vedi anche tabella più oltre)

Principali attività sportive outdoor per contesto di pratica

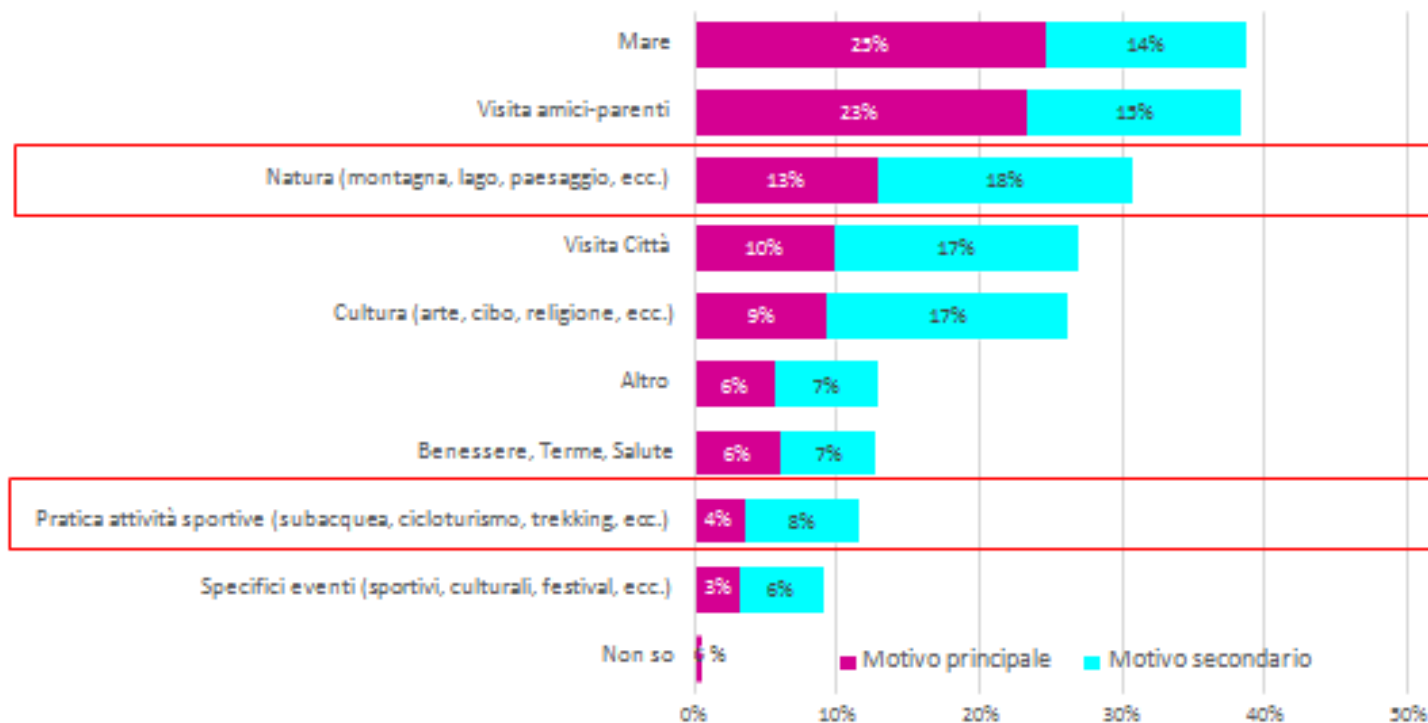
| Montagna | Bosco | Spiegia e mare | Acqua dolce | Aria | Deserto | Contesti naturali diversi |
|-------------------------|---------------------------|--------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|---------------------|-----------------------------|
| Escursionismo | Avvistamento di selvatici | Snorkeling | Birding | Volo a vela | Safari | Bicicletta |
| Trekking/Sci alpinismo | Birding | Subacquea | Pesca | Escursioni in Palloni Areostatici | Escursioni 4x4/Quad | Equitazione |
| Arrampicata su roccia | Zip line | Nuoto | Canyoning | Volo | Sandboarding | Attività Edutainment Natura |
| MTB | Arrampicata di alberi | Vela | Rafting | Parapendio | | Giardinaggio |
| Speleologia | Parchi avventura | Parasailing | Sport acquatici | Paracadutismo | | Fotografia naturalistica |
| Sci/ Snowboard | Raccolta funghi | Pesca sportiva | Canoa/Kayak/ Paddleboard | | | Camping/ Caravaning |
| Ciaspolate | Orienteering | Windsurf | Sci/moto d'acqua | | | Picnic |
| Arrampicata su ghiaccio | Escursioni 4x4/Quad | Canoa/Kayak/ Paddleboard | | | | Labirinti naturali |
| Canyoning | Paintball | Sport acquatici | | | | Nuoto |
| Skyrunning | Softair | Corsa | | | | Fitness/Percorsi vita |
| Discesa in corda doppia | Caccia | Trekking costiero (Coastering) | | | | |
| Alpinismo | Speleologia grotte/cave | | | | | |

| Type of outdoor activity | % of population 16 years and older |
|---------------------------------------|------------------------------------|
| Any outdoor recreation activity | 94.5 |
| Observing nature | 76.2 |
| Walking/hiking | 66.7 |
| Sightseeing | 56.6 |
| Picnicking | 50.1 |
| Fishing | 28.9 |
| Bicycling | 28.6 |
| Camping | 26.3 |
| Canoeing/kayaking/white-water rafting | 15.9 |
| Downhill skiing/snowboarding | 10.7 |
| Hunting | 9.3 |
| Water-skiing | 8.9 |
| Horseback riding | 7.1 |
| Sailing | 4.8 |
| Snowmobiling | 3.6 |
| Cross-country skiing | 2.7 |

- L'osservazione della natura è l'attività principalmente svolta, seguita dalle camminate, dalla visita ai luoghi di interesse principale, dal fare picnic nel verde. Più distanziati la pesca, la pratica della bicicletta, il fare campeggio

Motivo del viaggio

Motivi del viaggio di vacanza

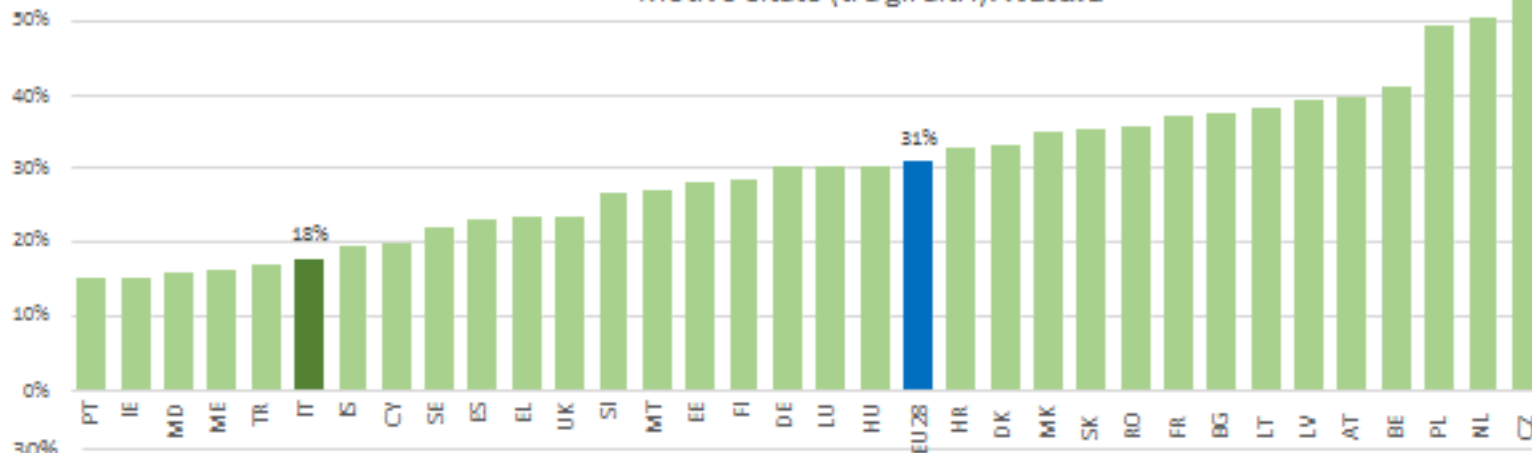


Elab. su Eurobarometro 2016

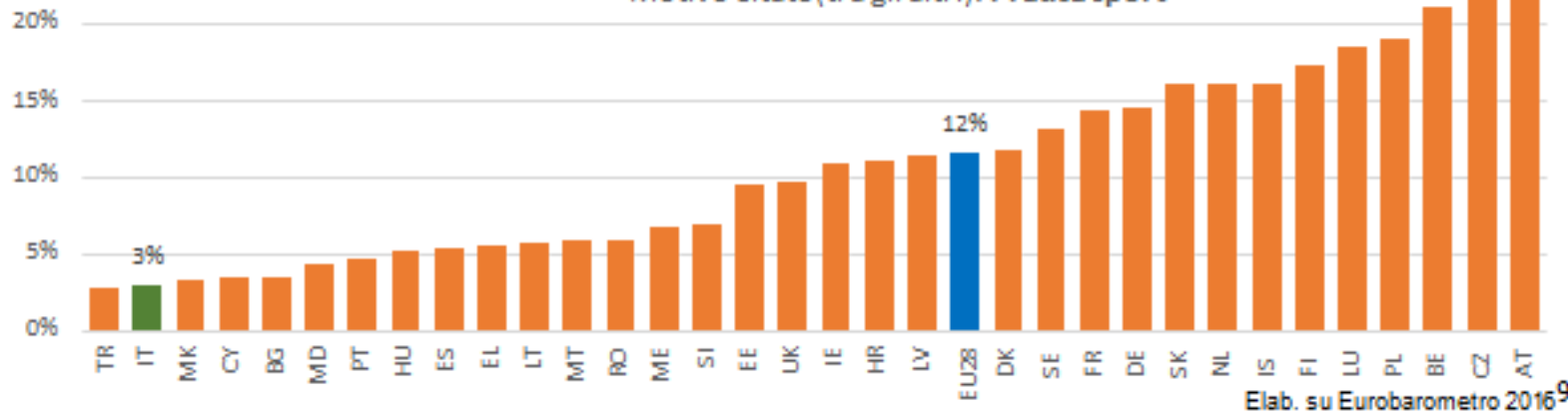
- Rappresentativo del totale mercato internazionale generato da EU:
 - poco più di 1 miliardo di viaggi di 1+ notti
 - di cui circa 280 mln verso l'estero

Motivazioni citate

Motivo citato (tra gli altri): Natura



Motivo citato (tra gli altri): Pratica sport

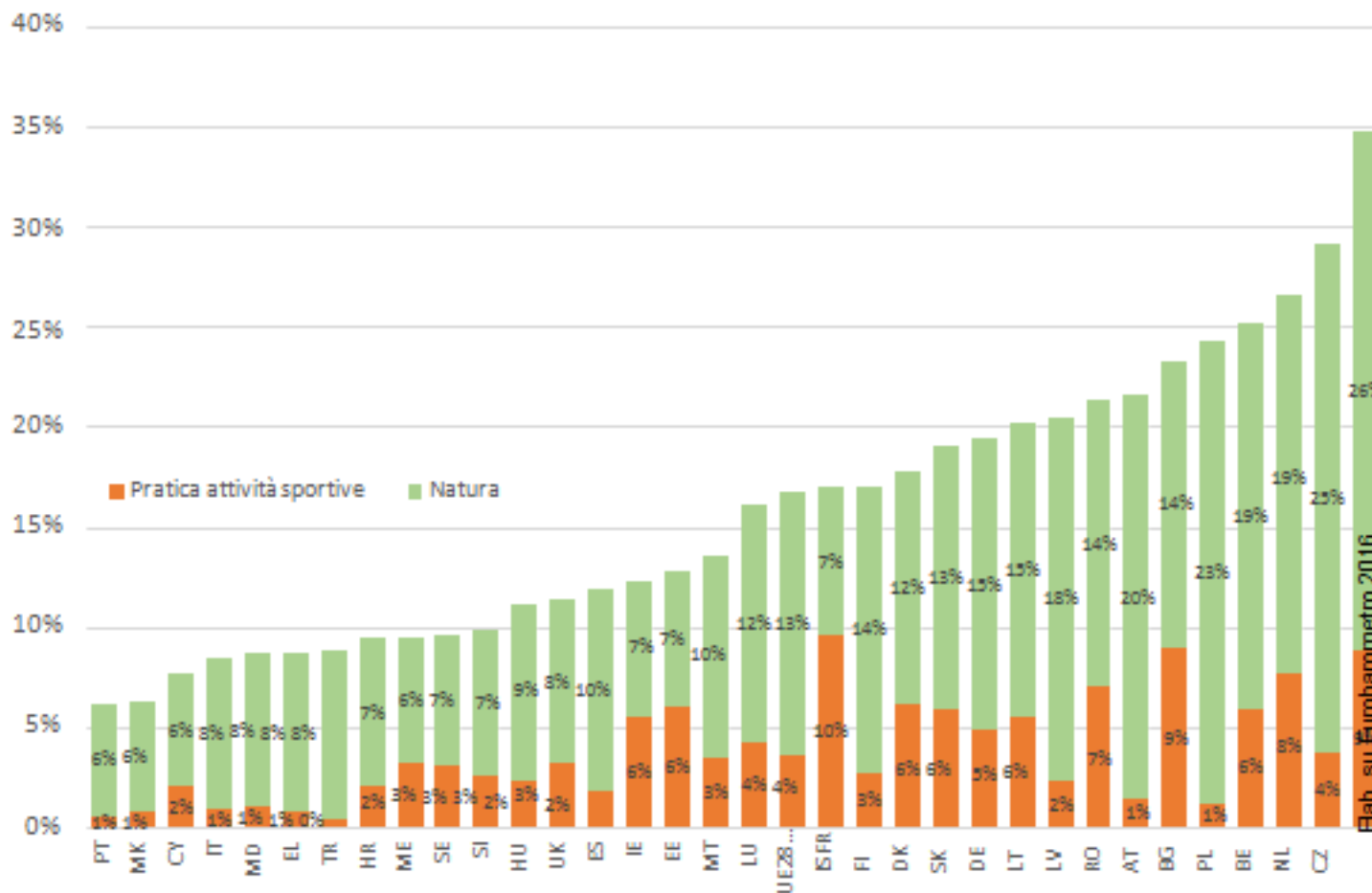


Elab. su Eurobarometro 2016⁹

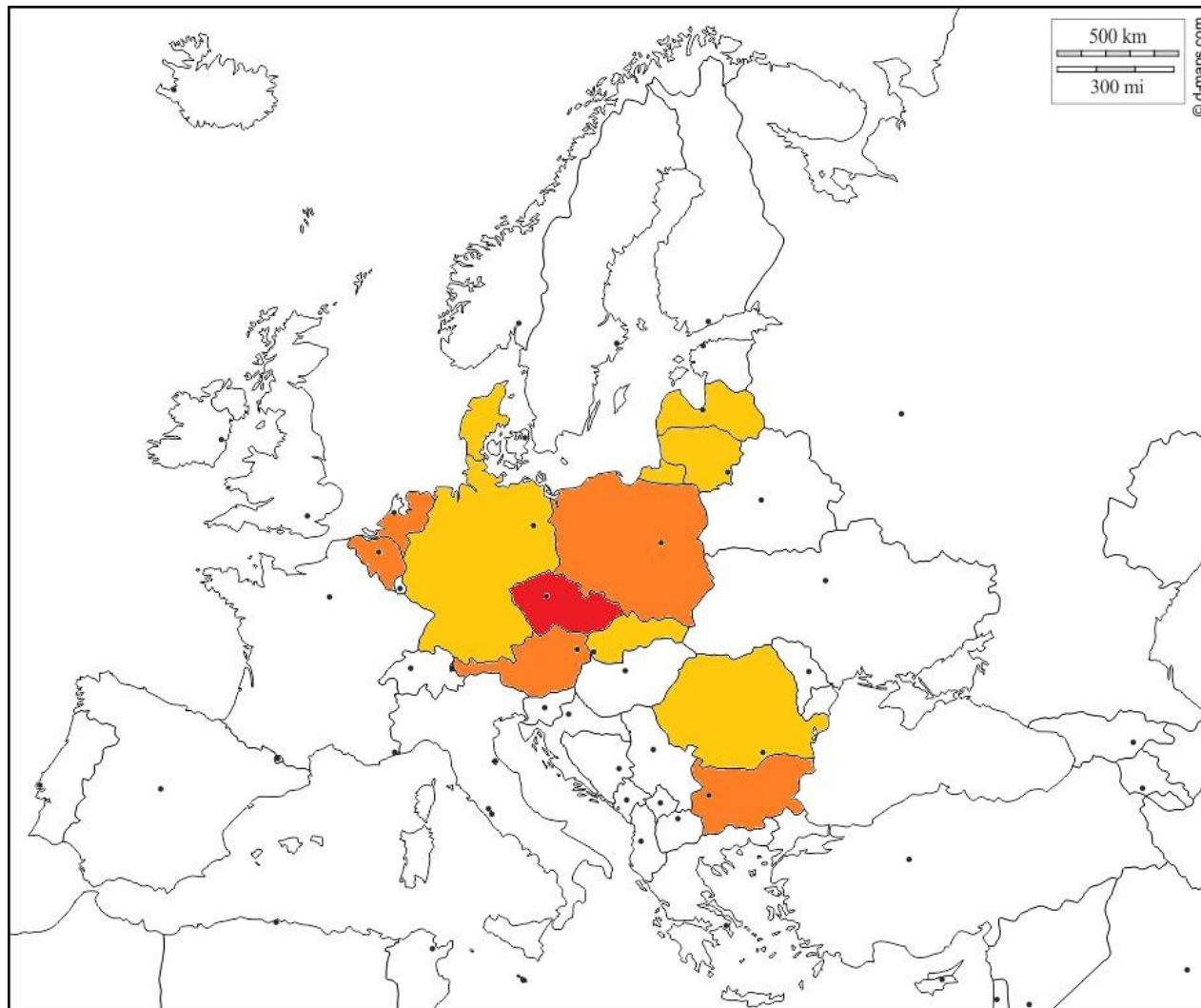
Ciclo di Webinar tematizzati:
 "I trend del turismo attivo"
 10.06.2020

Motivo principale del viaggio

Motivo principale del viaggio: Natura + Pratica Attività Sportive



Ciclo di Webinar tematizzati:
 "I trend del turismo attivo"
 10.06.2020



Ciclo di Webinar tematizzati:
“I trend del turismo attivo”
10.06.2020

Tendenze Generali

Tour-Attività-Esperienze (TAE)

*Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020*

1. Solo Travel
2. Eco Travel
3. Esperienze "Local"
4. Personalizzazione
5. Bleisure
6. Nuove Tecnologie → Esperienze Virtuali

- Nuove destinazioni
- Nuove esperienze
- Domanda elevata per Ecological & Educational tour
- I visitatori cercano esperienze "local"
- Con Storia e Cultura
- Ricerca di avventura e "adrenalina"

Fastest-growing experience categories: 2017, global travelers

Ranked by year-over-year growth in total bookings count



**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**

Tendenze Specifiche

Indagine ATTA

Adventure Travel Trade Association



ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION

*Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020*



Programma di
Sviluppo Rurale
dell'Emilia-Romagna
2014-2020



UNIONE EUROPEA
Fondo Europeo Agricolo
per lo Sviluppo Rurale



Regione Emilia-Romagna

L'Europa investe nelle zone rurali



1. Itinerari personalizzati



2. Itinerari in destinazioni remote



3. Itinerari green/sostenibili



4. Famiglie/multi-generazione



5. Guidati da esperti/specialisti

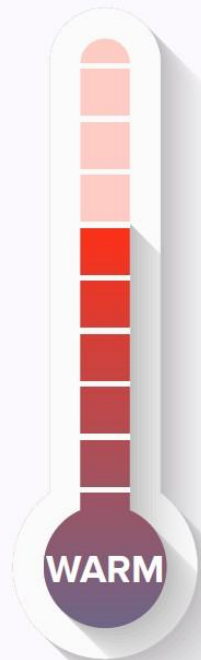


6. Lungo raggio/
Oltremare



7. Itinerari Slow

Ritmo lento, connessione più profonda con la destinazione



1. Itinerari e-bike



2. Dedicati alle donne



3. Itinerari multi-sport



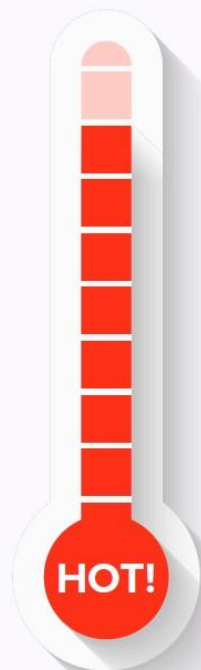
4. Itinerari autonomi



5. Itinerari Wellness
corpo-mente

© ATTA 2019

**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**



1. Nuove esperienze



2. Come un locale



3. Incontri culturali



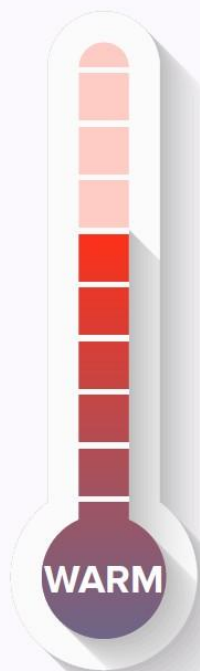
4. Obiettivi di Benessere e Miglioramento



5. Il viaggio Avventura come Status Symbol

© ATTA 2019

**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**



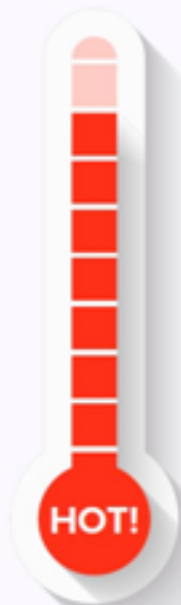
1. Disintossicazione digitale (staccare la spina)



2. Lusso e Coccole



3. Adrenalina e Sfida



1. Hiking/Trekking/
Camminate



2. Cicloturismo (e-bike)



3. Esperienze Food&Wine



4. Fotografia naturalistica



5. Cultura



6. Safari/Osservazione
Natura selvaggia



7. Attività Wellness/
Meditazione



8. MTB



9. Cicloturismo



10. Corsa

© ATTA 2019



1. Crociere avventura



2. Paddleboarding



3. Fuoristrada 4x4



4. Kayak mare/lago/fiume



5. Arrampicata
roccia/ghiaccio



6. Corsi di sopravvivenza



7. Snorkeling



8. Gare avventurose



9. Pesca



10. Birdwatching



11. Scuba Diving

© ATTA 2019

**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**



Programma di
Sviluppo Rurale
dell'Emilia-Romagna
2014-2020



UNIONE EUROPEA
Fondo Europeo Agricolo
per lo Sviluppo Rurale



Regione Emilia-Romagna

L'Europa investe nelle zone rurali



© ATTA 2019

**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**

Profilo della domanda e caratteristiche del viaggio

*Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020*



66%



© ATTA 2019

25

Ciclo di Webinar tematizzati:
“I trend del turismo attivo”
10.06.2020

Profilo demografico

ricerca ISNART (2019) sulle caratteristiche del Turismo Attivo in Italia

IDENTIKIT PER TIPOLOGIA DEL TURISTA 2018 (%)

| | Turisti attivi |
|--------------------------------|----------------|
| Sesso | |
| Maschio | 58,9 |
| Femmina | 41,1 |
| Totale | 100,0 |
| Età | |
| 18-20 anni | 4,8 |
| da 21 anni a 30 anni | 20,6 |
| da 31 a 40 anni | 26,8 |
| da 41 a 50 anni | 21,7 |
| da 51 a 60 anni | 13,0 |
| oltre 60 anni | 13,1 |
| Totale | 100,0 |
| Titolo di studio | |
| Licenza elementare | 1,0 |
| Scuola media inferiore | 14,5 |
| Diploma scuola media superiore | 57,4 |
| Laurea | 27,1 |
| Totale | 100,0 |

← più tipicamente maschile...
 ← ...ma consistente e crescente presenza femminile

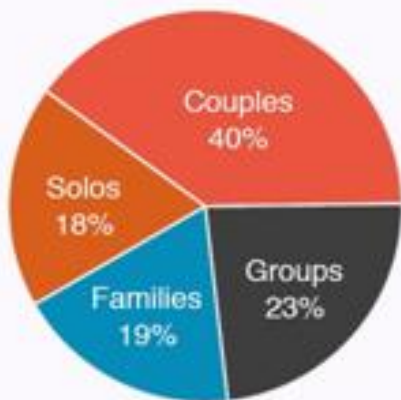
← classe di età più rappresentata

← alto livello di istruzione

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

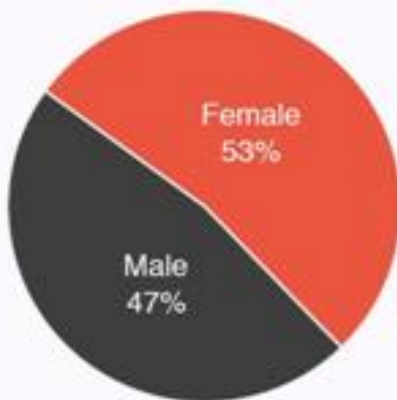
Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020

Traveler Type



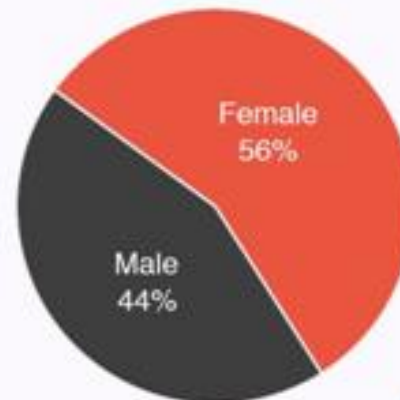
(N=213)

Gender



(N=209)

Solo Travelers



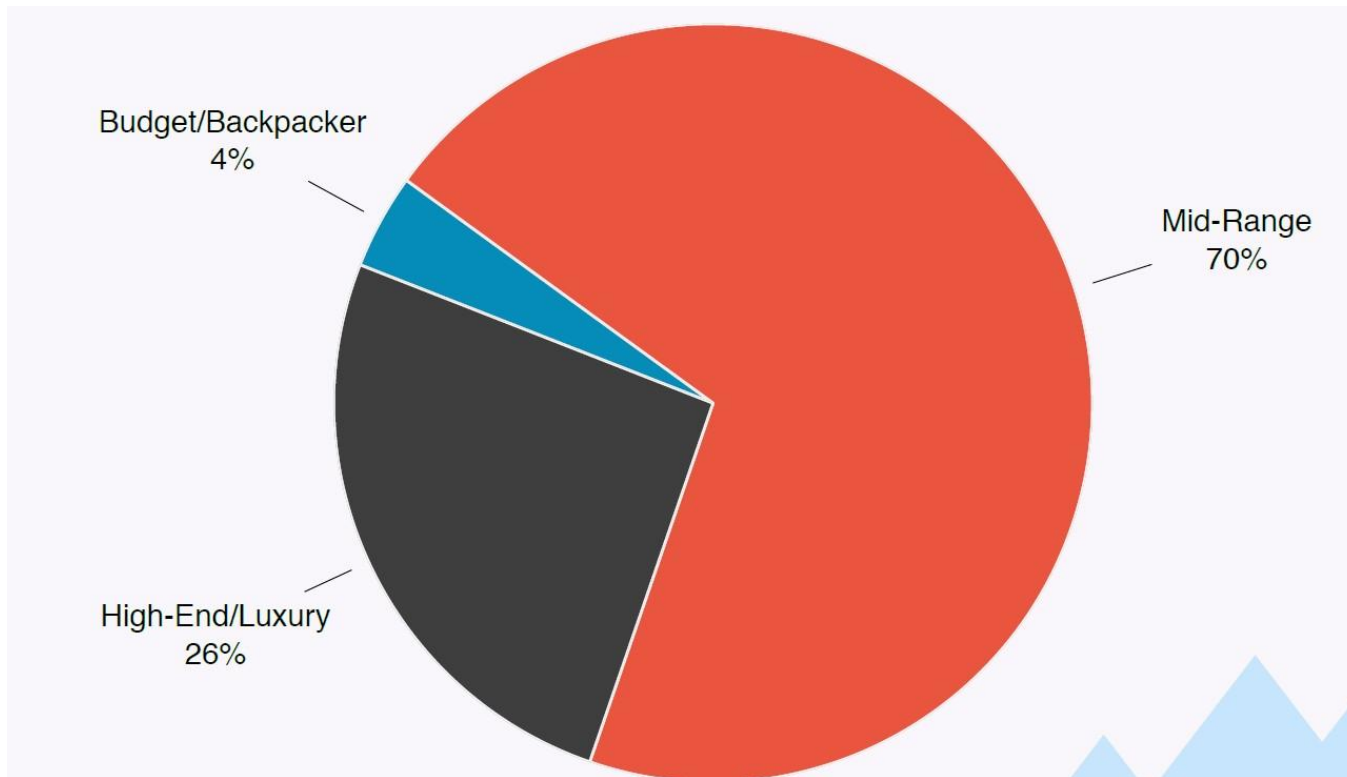
(N=200)



© ATTA 2019

**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**

Categoria di prezzo dei viaggi



**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**

| | Totale | | Mid Range | |
|---------------|-------------------|--|-------------------|--|
| | 2018 | | 2018 | |
| ALL MARKETS | US\$364 (N=76) | | US\$274 (N=50) | |
| EUROPE | US\$214 (N=12) | | US\$175 (N=10) | |
| NORTH AMERICA | US\$439 (N=49) | | US\$319 (N=29) | |

| | LENGTH IN DAYS | | LENGTH IN DAYS | |
|---------------|----------------|--|----------------|--|
| EUROPE | 9 (N=11) | | 9 (N=11) | |
| NORTH AMERICA | 8 (N=48) | | 8 (N=30) | |

© ATTA 2019

Ciclo di Webinar tematizzati:
“I trend del turismo attivo”
10.06.2020

ricerca ISNART (2019) sulle caratteristiche del Turismo Attivo in Italia

| Spesa media pro capite 2018 (euro) | | | |
|--|-----------------------|-----------|--------|
| | Italiani | Stranieri | Totale |
| | Turisti attivi | | |
| Viaggio A/R (media a persona) | 100,7 | 312,6 | 191,0 |
| Alloggio (media giornaliera a persona) | 45,6 | 52,2 | 48,5 |
| Spesa media giornaliera (escluso viaggio e alloggio) | 77,1 | 75,6 | 76,4 |

- Sul territorio di pratica si "scaricano" circa 125 euro giornalieri pro-capite, non dissimili tra italiani e stranieri

Effetti economici sull'economia locale

67%

AVERAGE TRIP COST % SPENT WITH LOCAL SUPPLIERS

Totale

\$145

SPENT PER GUEST (SHOWN IN US DOLLAR)

Mid Range

\$140

SPENT PER GUEST (SHOWN IN US DOLLAR)

\$184

SPENT PER GUEST (SHOWN IN US DOLLAR)

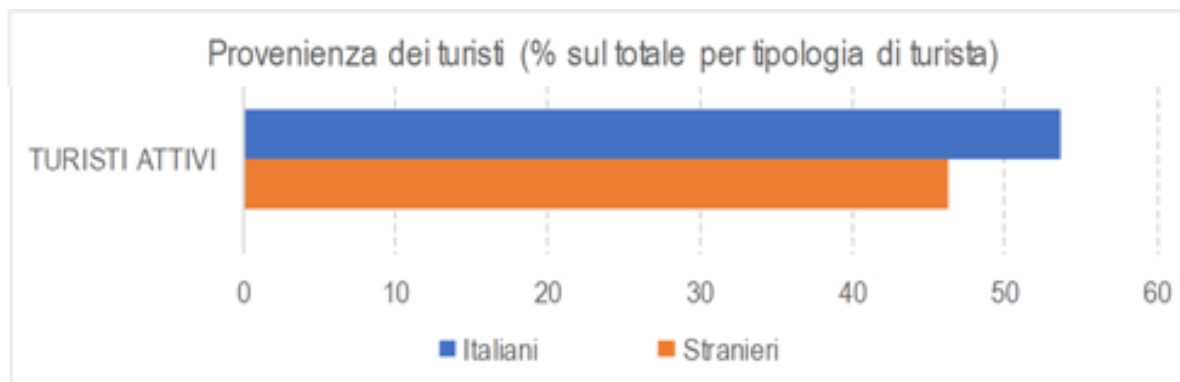
Luxury

Spesa media per persona in artigianato e souvenir

© ATTA 2019

**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**

Le aree di provenienza



| Principali paesi di provenienza | Principali regioni di provenienza |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| TURISTI ATTIVI | TURISTI ATTIVI |
| Germania | Lombardia |
| Francia | Lazio |
| Stati Uniti | Campania |
| Regno Unito | Piemonte |
| Paesi Bassi/Olanda | Veneto |
| | Emilia-Romagna |

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tipo di alloggio

TIPOLOGIA DI ALLOGGIO PER UTILIZZATA PER IL SOGGIORNO 2018 (%)
possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

| | Turisti attivi |
|------------------------------|----------------|
| Totale alberghi | 27,6 |
| 1 stella | 2,4 |
| 2 stelle | 14,7 |
| 3 stelle | 62,8 |
| 4 stelle | 19,3 |
| 5 stelle | 0,8 |
| Residenze di amici e parenti | 19,6 |
| Alloggio privato in affitto | 19,5 |
| Casa privata | 13,2 |
| B&B | 6,6 |
| Campeggio | 6,2 |
| Agriturismo | 4,5 |
| Villaggio turistico | 2,2 |
| Altro | 0,7 |

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Ciclo di Webinar tematizzati:
“I trend del turismo attivo”
10.06.2020

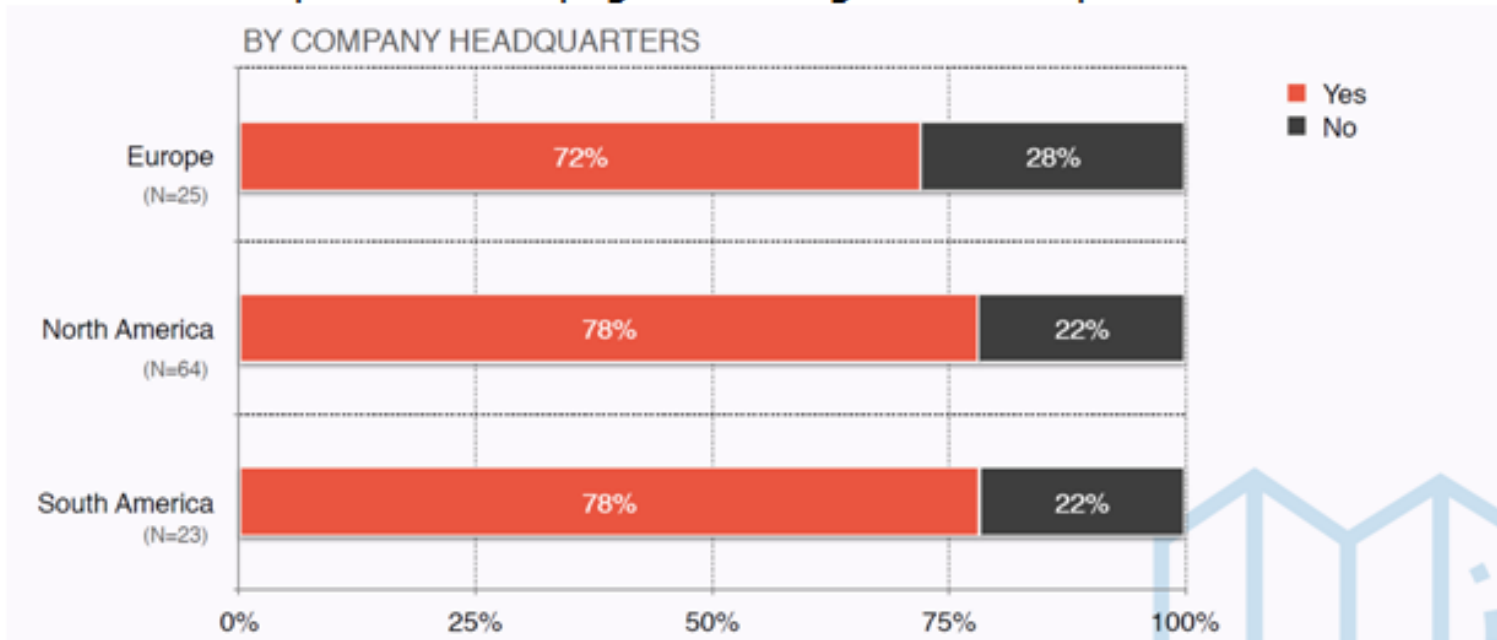
CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUENZANO LA SCELTA DEL SOGGIORNO 2018 (%)
 possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

| | Turisti attivi |
|--|----------------|
| Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari | 55,4 |
| Internet | 37,4 |
| Informazioni su Internet | 38,0 |
| Social Network | 54,7 |
| Offerte su Internet | 19,7 |
| C'ero già stato/esperienza personale | 36,1 |
| Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi | 5,1 |
| Consiglio dell'agenzia di viaggi | 3,5 |
| Guide turistiche | 2,9 |
| Non ho scelto io/hanno deciso altri | 2,9 |
| Pubblicità | 2,0 |

Il passaparola (da parte di conoscenti o di altri utenti attraverso blog/recensioni) è il veicolo principale di trasmissione e rimarca l'importanza di erogare esperienze di qualità

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

presso le compagnie che organizzano esperienze



© ATTA 2019

Ciclo di Webinar tematizzati:
“I trend del turismo attivo”
10.06.2020

GRAZIE PER LA CORTESE ATTENZIONE

Stefano Dall'Aglio

*Progetto realizzato nell'ambito della Misura 19.2.02.13
"AZIONI INFORMATIVE PER IL RINFORZO COMPETITIVO"
finanziato con i fondi Leader, PSR Regione Emilia-Romagna 2014-2020*

**Ciclo di Webinar tematizzati:
"I trend del turismo attivo"
10.06.2020**