

L'analisi dei flussi turistici: metodi ed esperienze

Ravenna, 17 gennaio 2019

Paolo Grigoli

Direttore SMTC-Scuola Management Turismo e Cultura
tsm-Trentino School of Management

Parte 1: scenari di cambiamento nel turismo





Entrare nell'opera
Giovanni Anselmo, 1971



“

Tutti ancora dormivano. Ho aperto la porta e mi sono messo a correre, come quando ero bambino. ”

Davide, avvocato - I prati del Trentino, giugno 2008 - foto Alex Majoli/Magnum Photos



ESPERIENZE VERE

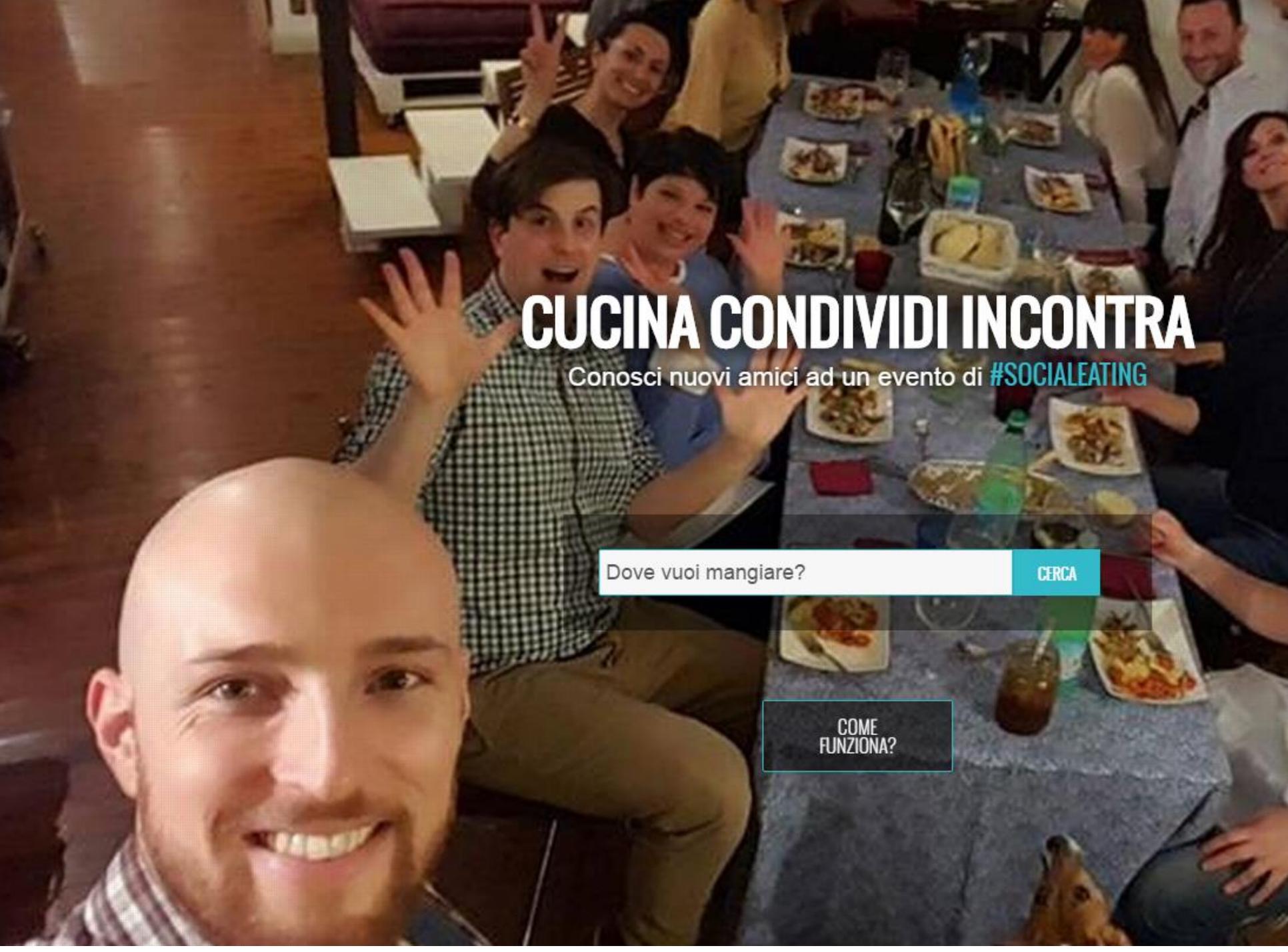
SIGHTFEELING NON SOLO SIGHTSEEING



The Artist is Present

Marina Abramovic, Moma-New York, 2010



A group of people are seated around a long table in a restaurant, enjoying a meal. The table is covered with a blue tablecloth and has several plates of food, glasses, and water bottles. In the foreground, a bald man with a beard is smiling at the camera. The background shows other diners and a warm, indoor setting.

CUCINA CONDIVIDI INCONTRA

Conosci nuovi amici ad un evento di [#SOCIALEATING](#)

Dove vuoi mangiare?

CERCA

COME
FUNZIONA?

8 Risultati : Firenze, FI, Italia

Città

CERCA

Raggio

20Km

Tipologia



Ospiti

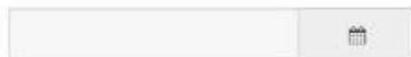
2 Ospiti

Altri posti

Valore

0 € 100 €

Data



RIMUOVI FILTRI

Categorie

Home Food

Location Inusuale

Home Food

GIO 10 NOVEMBRE
ultimo posto

gbjack propone:
CENA FRA AMICHE

📍 FIRENZE

Serata fra amiche, semplice incontro fra donne colleghe magari vecchie amiche di scuola... Ho provato a creare questo...

€ 16,00 [ESPLORA](#)

Home Food

VEN 11 NOVEMBRE
solo 3 posti

gbjack propone:
CENA D'AUTUNNO

📍 FIRENZE

Cena d'autunno sui tetti di Firenze. Vi aspetto per gustare semplice cibo della tradizione fiorentina in un'atmosfera...

€ 18,00 [ESPLORA](#)

Home Food

atavoladaricciola propone:
PARLIAMO DI...

📍 TAVOLARA

Altro ciclo di degustazioni per novembre. 2 incontri da 20€ a persona. In ogni serata 2 vini e assaggi...

€ 18,00

Location inusuale

SAB 12 NOVEMBRE
ancora 6 posti

saras propone:
NOVEMBRE NELLA DIMORA MEDICI

📍 FIRENZE

Una cena in una location indimenticabile; in una dimora storica della famiglia Medici, in una delle strade più caratteristiche di Firenze...

Home Food

SAB 12 NOVEMBRE
6 posti

sk propone:
UNA SARATA AL CAMINO

📍 FIRENZE

Caminetto acceso, vino, castagne, musica e compagnia...una serata da ricordare!

Home Food

gbjack propone:
CENA DEL PONTE S...

📍 FIRENZE

Cena tipica Toscana per festeggiare il ponte dello splendido...



couchsurfing

Share your life

Find hosts to stay with in over 100,000 cities
and connect with travelers from all over the
world.

Sign Up

Log In

Registrati

BENVENUTO A CASA

Affitta alloggi unici dagli host locali in 190 paesi.

Come Funziona

Dove vuoi andare?

Check-In

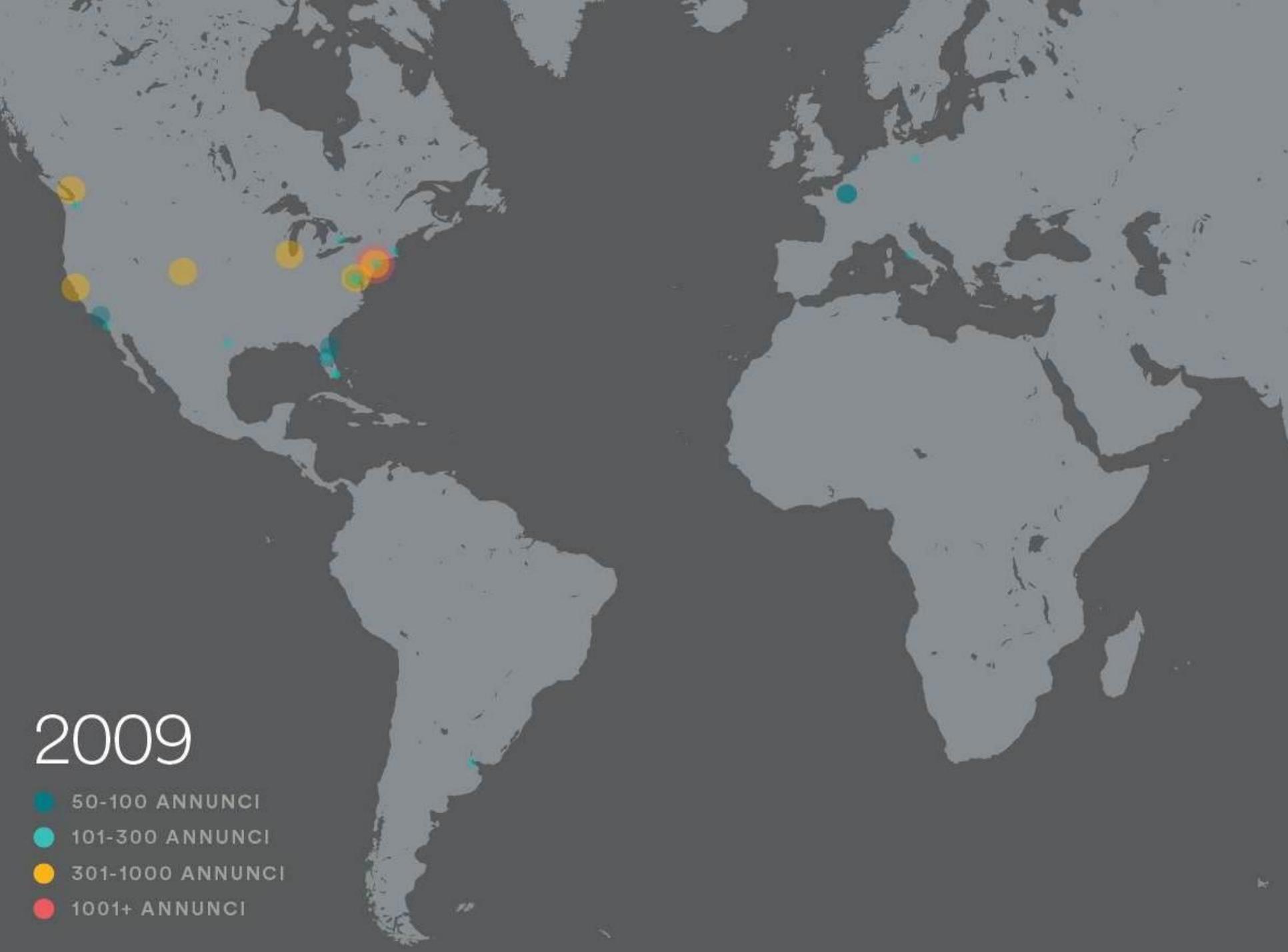
Check-Out

1 Ospite



Cerca

Solo per il weekend

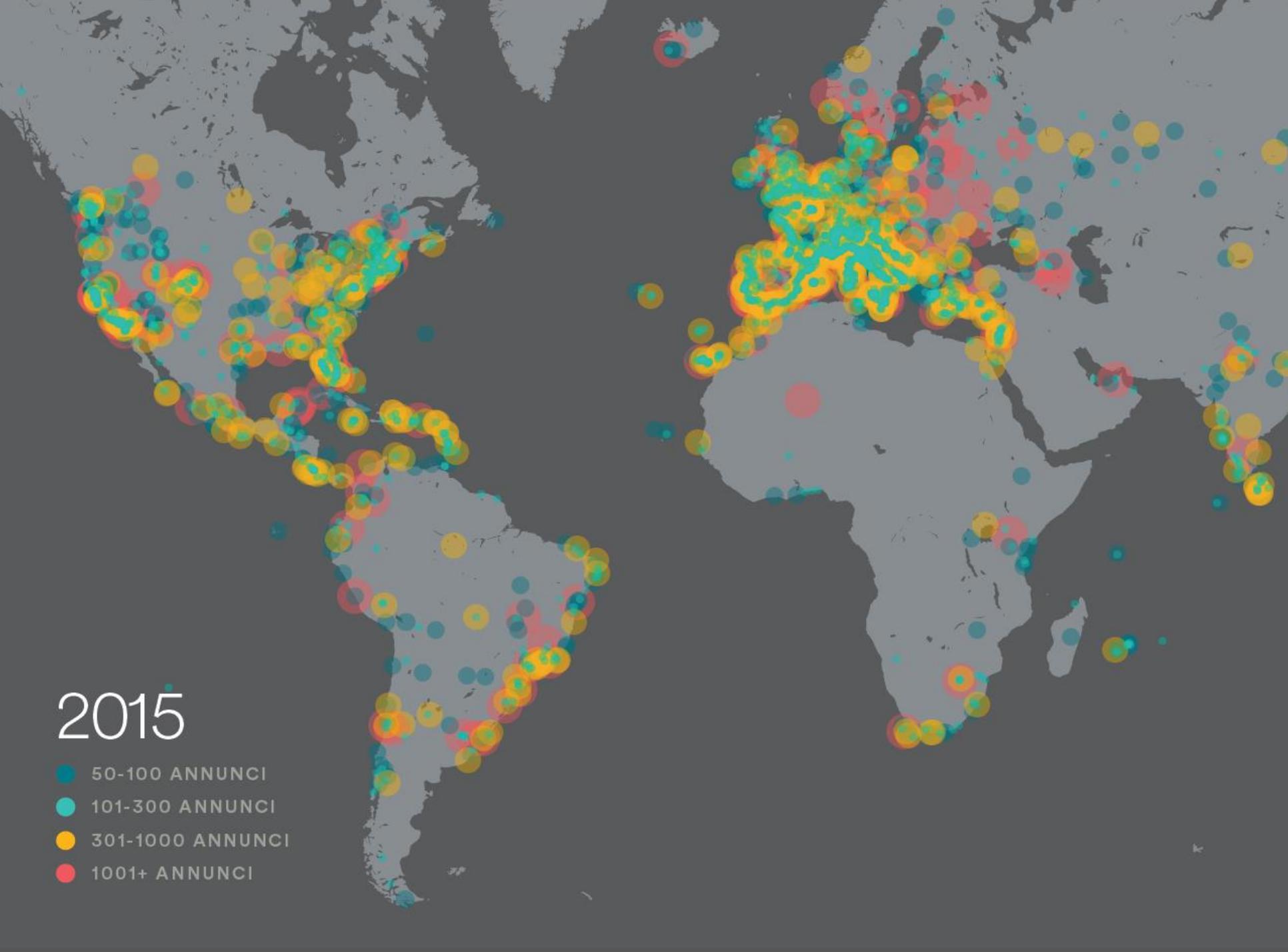


2009

- 50-100 ANNUNCI
- 101-300 ANNUNCI
- 301-1000 ANNUNCI
- 1001+ ANNUNCI

2015

- 50-100 ANNUNCI
- 101-300 ANNUNCI
- 301-1000 ANNUNCI
- 1001+ ANNUNCI



Ovunque vai, vivici.

Prenota degli alloggi unici e vivi la città come una persona del luogo.

Dove

Rovereto, Italy

Quando

Check-in → Check-out

Ospiti

1 ospite

Cerca

Esplora i preferiti di Airbnb



75€ Charming House in La Trinité s/mer

★★★★★ 102 recensioni



27€ una casa speciale

★★★★★ 242 recensioni



152€ Unique location with private beach

★★★★★ 35 recensioni



**PUOI
PERNOTTARE IN
UN NEGOZIO DI
DISCHI A NEW
YORK...**



...O IN UNA LIBRERIA
IN SCOZIA con
settimana di lavoro di
libraio annessa...



EXPERIENCE



Colpo di grazia al turismo egiziano

—di Roberto Bongiorno | 20 maggio 2016



A Parigi crolla il turismo a causa della paura di nuovi attentati

La perdita economica quantificata per il minore afflusso turistico è stata di 1.300 milioni di euro

La Tunisia in allarme: "Turisti, per favore, tornate a trovarci"

Pil nazionale, dà lavoro a un cittadino museo nazionale del Bardo e l'attacco no abbandonato il Paese. Il Governo venire danni. Questo è un posto sicuro"

TURCHIA

La crisi infinita del turismo in Turchia

da [Debora Gandini](#) [Segui @euronewsit](#) · ultimo aggiornamento: 06/01/2017

Un 2016 nerissimo per la "Turchia. Causa i recenti attacchi e l'instabilità nel Paese

Turismo, in Trentino stagione invernale da record

I dati dell'istituto di statistica provinciale: arrivi in aumento del 3,1%, presenze dello 0,9%

[TURISMO](#) [STATISTICHE](#) [INVERNO](#) [PROVINCIA](#)

Airbus: serviranno 35 mila nuovi aerei nei prossimi 20 anni

12 GIUGNO 2017, 11:31 | TRASPORTI



Nel corso dei prossimi 20 anni, a livello mondiale, la flotta di aerei passeggeri di capacità superiore a 100 posti dovrebbe più che raddoppiare arrivando a toccare i 35 mila aeromobili. Secondo le previsioni dell'Airbus Global Market Forecast (GMF) si tratta di un incremento del 4,4% annuo per il periodo 2017-2036.

THIS ISN'T TOURISM
IT'S AN INVASION!

CE N'EST PAS LE TOURISME C'EST UNE INVASION!

QUESTO NON È IL TURISMO
È UN'INVASIONE!

DE TA BARRA DE
TURISME!

DES DE 2010
ES UN TURISME

TURISME DE
BARCELONA
CONVERTEX LA
NOSTRA CIUTAT
EN EL SEU LUGAR
NEGOCI
PARTICULAR





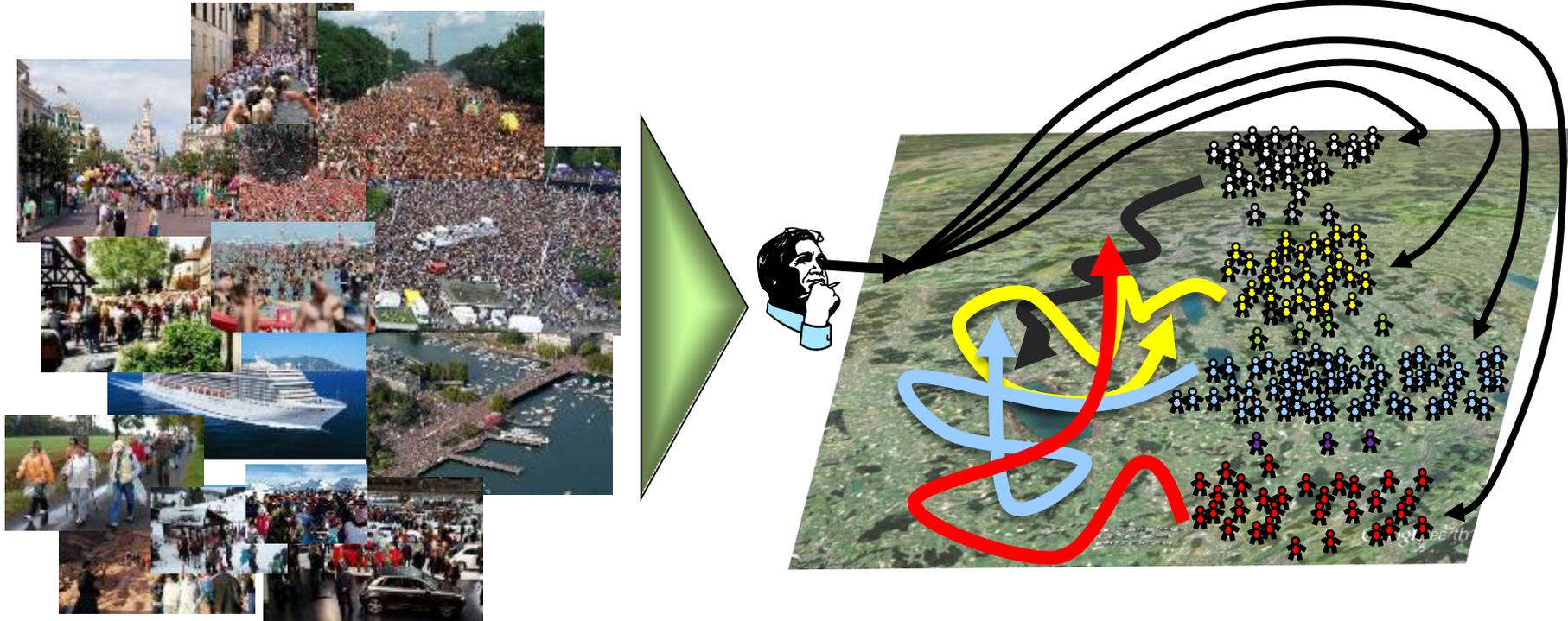
- **Incertezza geopolitica e (dis)equilibri dinamici**
- **Fenomeni di Overtourism**
- **Mobilità e gestione dei flussi**
- **Climate change e sostenibilità**
- **Qualità ed esperienzialità**
- **Equilibrio tra identità e innovazione**

Parte 2: risposte



Come rispondere alle sfide:

Metodo SGDM (The St. Gallen Model for Destination Management®) Guardiamo il territorio attraverso le esperienze dei visitatori



Il metodo consente di **mappare il movimento del turista sul territorio**, individuando i **centri di offerta/attrazione** che attiva lungo il suo percorso.

Come definire un flusso di visita

La motivazione

perché il turista sceglie la destinazione, cosa cerca il turista che decide di venire in? Che passione vuole soddisfare?

Le attrazioni

cosa cerca di preciso? Quali POI (point of interest) attraggono l'interesse del visitatore?

La provenienza

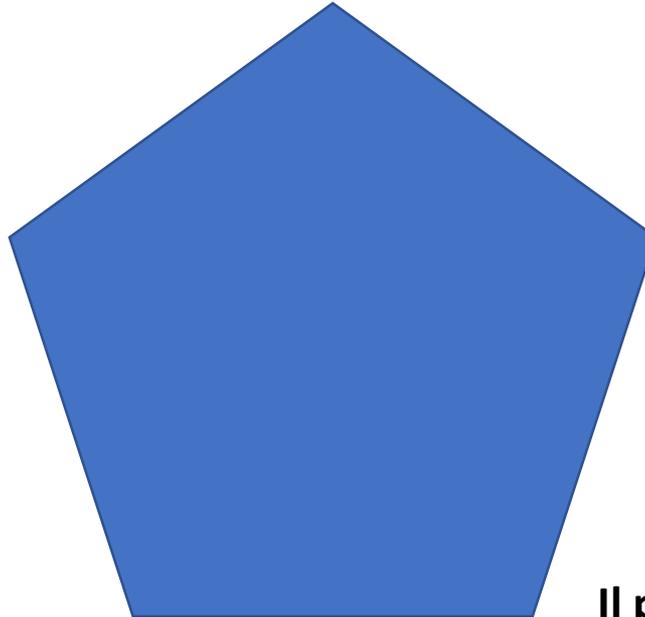
da dove viene il turista, con che mezzo arriva? Che caratteristiche ha la domanda di quel luogo? Chi influenza la domanda?

Il territorio

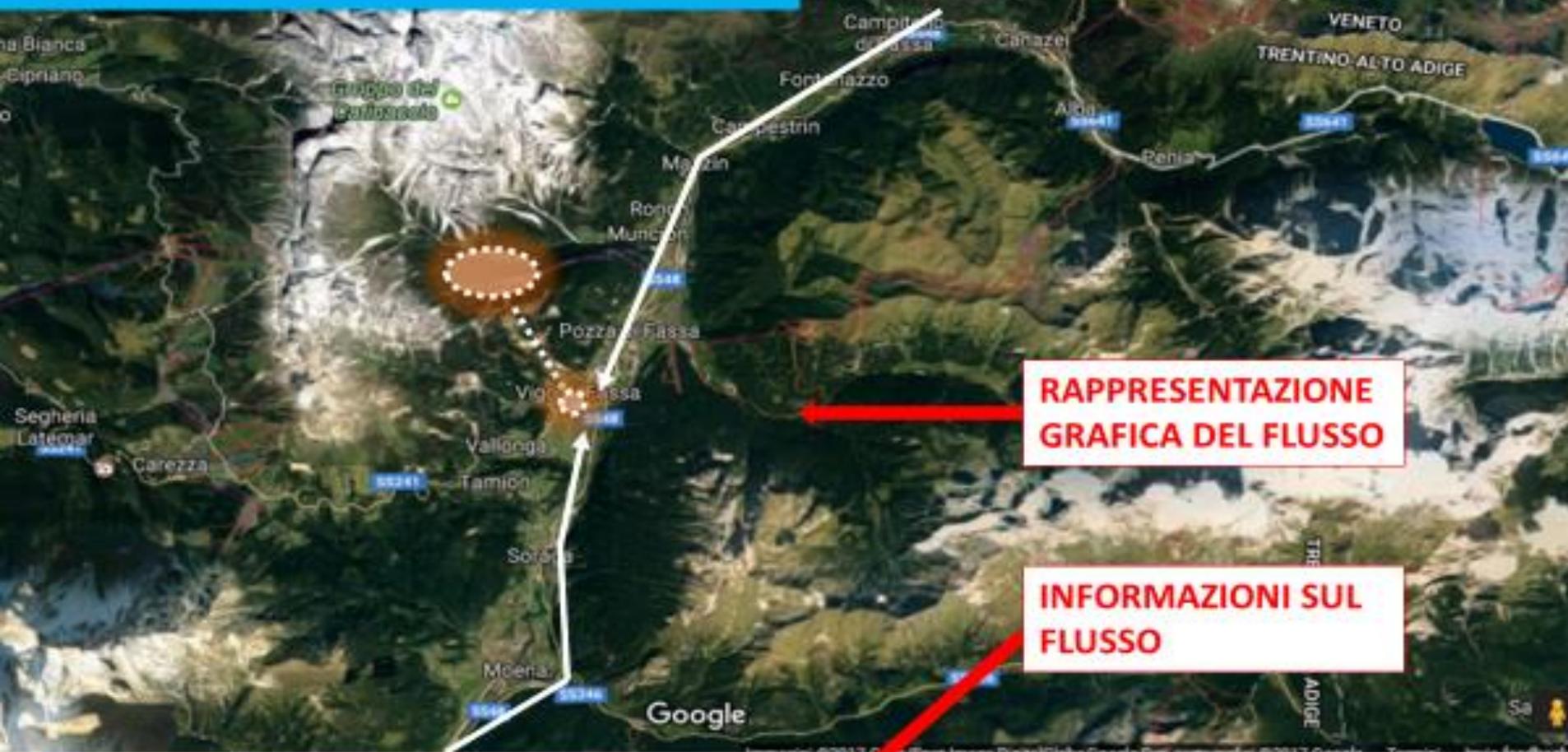
quali servizi/mezzi usa il turista? Quanto si estende la sua area di visita?

Il periodo

in che stagione effettua il viaggio? Quanto dura la sua vacanza?



come compilare le mappe: 2 tipi di informazione



**RAPPRESENTAZIONE
GRAFICA DEL FLUSSO**

**INFORMAZIONI SUL
FLUSSO**

| | | | | | |
|---|---|--|--|---|--|
| <p>chi da dove? profilo?</p> <p>Famiglie italiane con bambini; turisti presenti in valle</p> | <p>cosa/quanto \$?</p> <p>Kinderpark inverno + escursione Gardaccia Costo funivia A/R, ingresso Kinderpark gestito dalla scuola di sci Vigo Passo Costalunga</p> | <p>quando?</p> <p>gen</p> <p>quanti?</p> <p>dic</p> | <p>fase di sviluppo</p> | | |
| <p>restate di sistema</p> <p>Kinderpark Ciampede, sentiero tematico per</p> | <p>influenzatori di domanda</p> <p>Pasaaparola; Internet, sito ufficiale; Aut e</p> | <p>cosa va bene?</p> <p>Servizio nursery/proposta valida anche in caso di</p> | <p>soluzioni?</p> <p>Migliore comunicazione con</p> | <p>cosa altro dobbiamo sapere?</p> <p>Problema dei parcheggi</p> | <p>badante(?)</p> <p>Scuola sci</p> |

come compilare le mappe: legenda

NOME
come si chiama il flusso?
(nome attività/esperienza,
oppure tipo di
target/pubblico collegato) ?

PROFILO
chi sono i turisti che
generano il flusso? Da dove
vengono? Come sono
arrivati qui e perché?

TESTA DI SISTEMA
ci sono soggetti
indispensabili per il
flusso? Senza i quali
l'attività/esperienza
non potrebbe
avvenire? (es.
impianti per lo sci
alpino, cantine per
la degustazione,
rifugi per i trekking a
tappe,
accompagnatori per
specifici itinerari)

INFLUENZATORI
chi influenza la
decisione dei
turisti che
generano il
flusso? Dove
vengono a sapere
dell'attività/esperienza e/o
attraverso chi la
sceglono? (es.
mezzi di
comunicazione,
passaparola, tour
operatori etc.)

SFIDE?
cosa c'è da
migliorare
riguardo a
questo flusso?

SOLUZIONI
come si
potrebbe
migliorare?

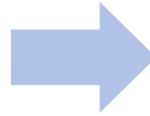
QUANDO
Indicare con
una curva
stagionalità,
periodo o
date

FASE DI SVILUPPO
in quale fase
di sviluppo si
trova il
flusso? È
all'inizio
oppure è già
maturo?

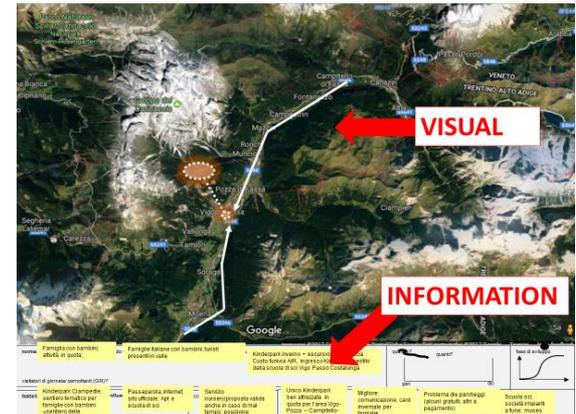
| | | | | | |
|--|--------------------------|------------------|---------|------------|-----------------------------|
| nome/ acronimo: | chi da dove? profilo? | cosa/ quanto \$? | quando? | quando? | fase di sviluppo |
| visitatori di giornata/pendenti (G/N)? | | | gen | dic | |
| testa di sistema | influenzatori di domanda | cosa va bene? | aiida? | soluzioni? | cosa/altro dobbiamo sapere? |
| | | | | | badavaera(?) |

come viene condotta la rilevazione e analisi dei flussi

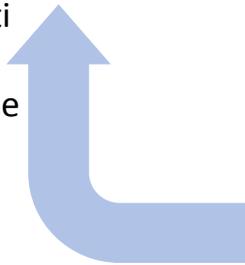
1. Workshop con gli operatori del territorio per disegnare i flussi sulle mappe



2. Il gruppo di lavoro analizza i flussi e raccoglie le informazioni



4. Validazione dei risultati con gli operatori (destinorama: esposizione e verifica di tutti i flussi)

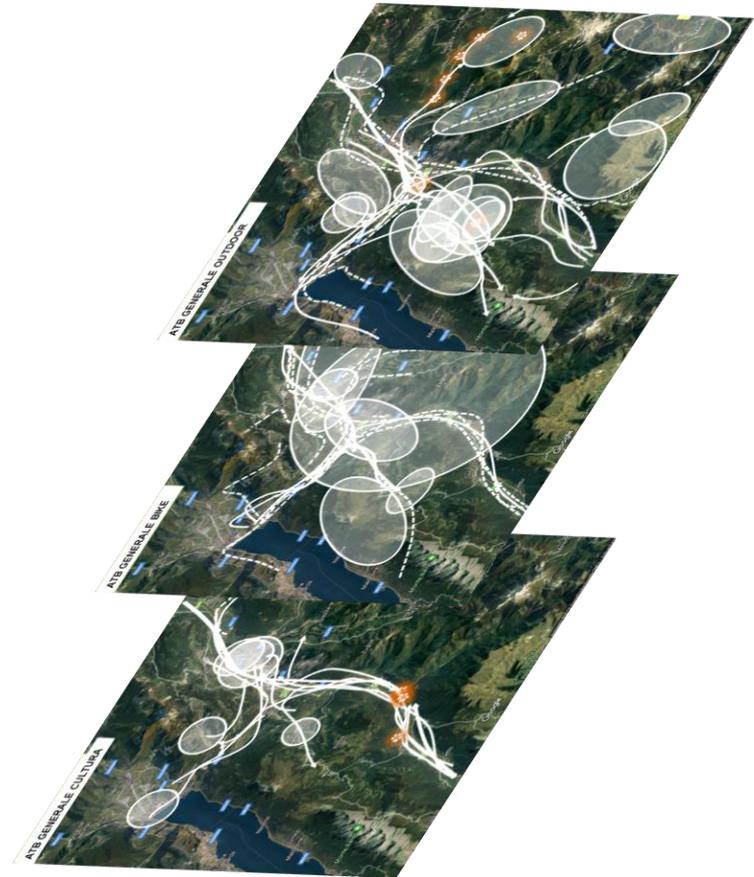


3. Aggregazione dei flussi e studio delle soluzioni comuni

L'analisi dei Flussi

I Flussi:

- sono il punto di partenza per elaborare strategie di creazione di prodotto
- hanno valore in sé, considerati individualmente, ma anche **aggregati**, per capire come si articola la fruizione turistica attorno a specifici **tematismi**, che caratterizzano un numero cospicuo di flussi
- **aggregati per tematiche e/o collegamenti, generano un'area spaziale definita dal turista**, in grado di **creare business** cioè entrate e reddito.





**VILLEGGIATURA
TRADIZIONALE**

**FLUSSI IN GRAN PARTE DESCRITTI
GENERICAMENTE > non viene
identificata un'attività in particolare,
ma solo la motivazione generale (es.
svago, relax, tempo libero etc.)**

| | | | | | | |
|--|---|------------------|---|----------|----------------------------|-------------------|
| nome/ acronimo: | Coppie di anziani – marito e moglie – ia e figlia – amiche/i | cosa/ quanto? | Aria pulita e fresco | quando? | quanti? | fase di sviluppo |
| Dolomiti | Pacchetti smartbox/michelin | Alte Stamngaeste | | gen | dic | |
| Perdi tempo – voglia di fare niente | (G/N)? <i>influenzatori di domanda</i> | Old | Tempo libero – shopping - ristorazione | luzioni? | cos'altro dobbiamo sapere? | <i>badante(?)</i> |

Più che di flussi si tratta di un insieme non identificabile per interessi/attività specifiche

Fenomeno molto presente che va capito e aiutato a (r)innovarsi

- Target: turisti «tradizionali»: quanto stanno cambiando?
- Flusso stabile, poco dinamico
- Mobilità / Vivibilità dei paesi: gestione del traffico e dei parcheggi
- Diversificare l'offerta che attualmente è poco innovativa
- Ageing: quale offerta per un mercato che invecchia?

Innovazione: esperienze



normali acronimo:

(Appartamento) cena in
nigro

visitatori di giornata/permottanti (G

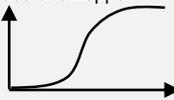
Andar per malga

VILLEGGIATURA TRADIZIONALE VS ESPERIENZIALE



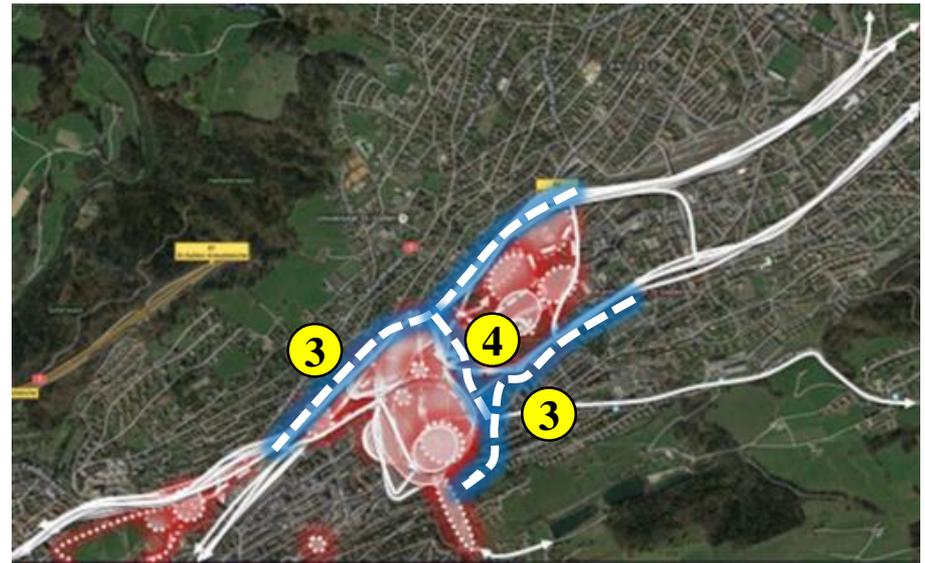
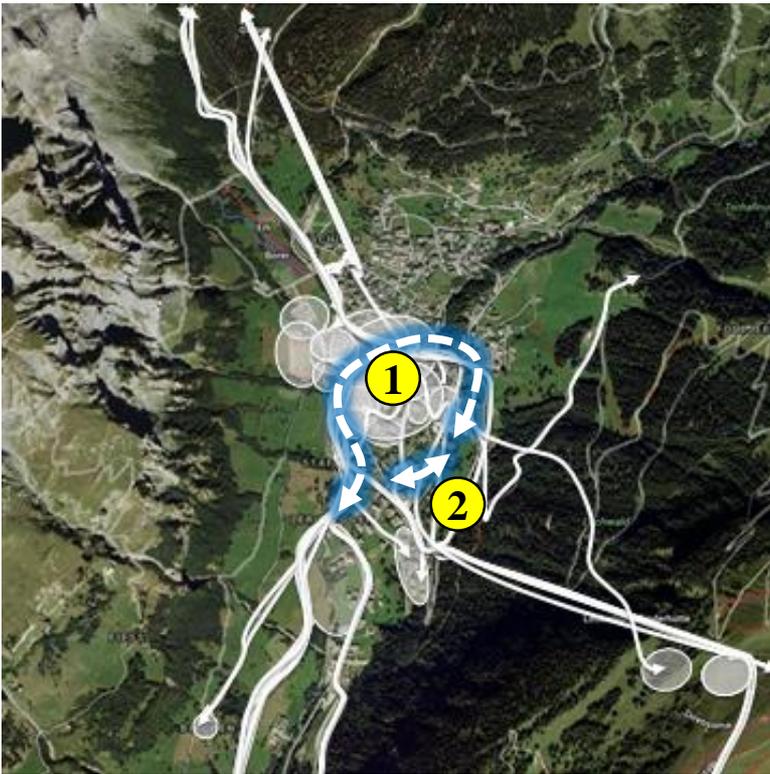
adattato(?)



| | | |
|--|---|---|
| <p>nome/ acronimo:</p> | <h1 style="text-align: center;">ESCURSIONISMO «CLASSICO» E SIGHTSEEING VS TURISMO NATURA</h1> | <p>fase di sviluppo</p>  |
| <p>visitatori di giornata/ pernottanti</p> | | <p>badante(?)</p> |
| <p>testa/e di sistema</p> | Empty cells for data | Empty cells for data |

Applicazioni del metodo

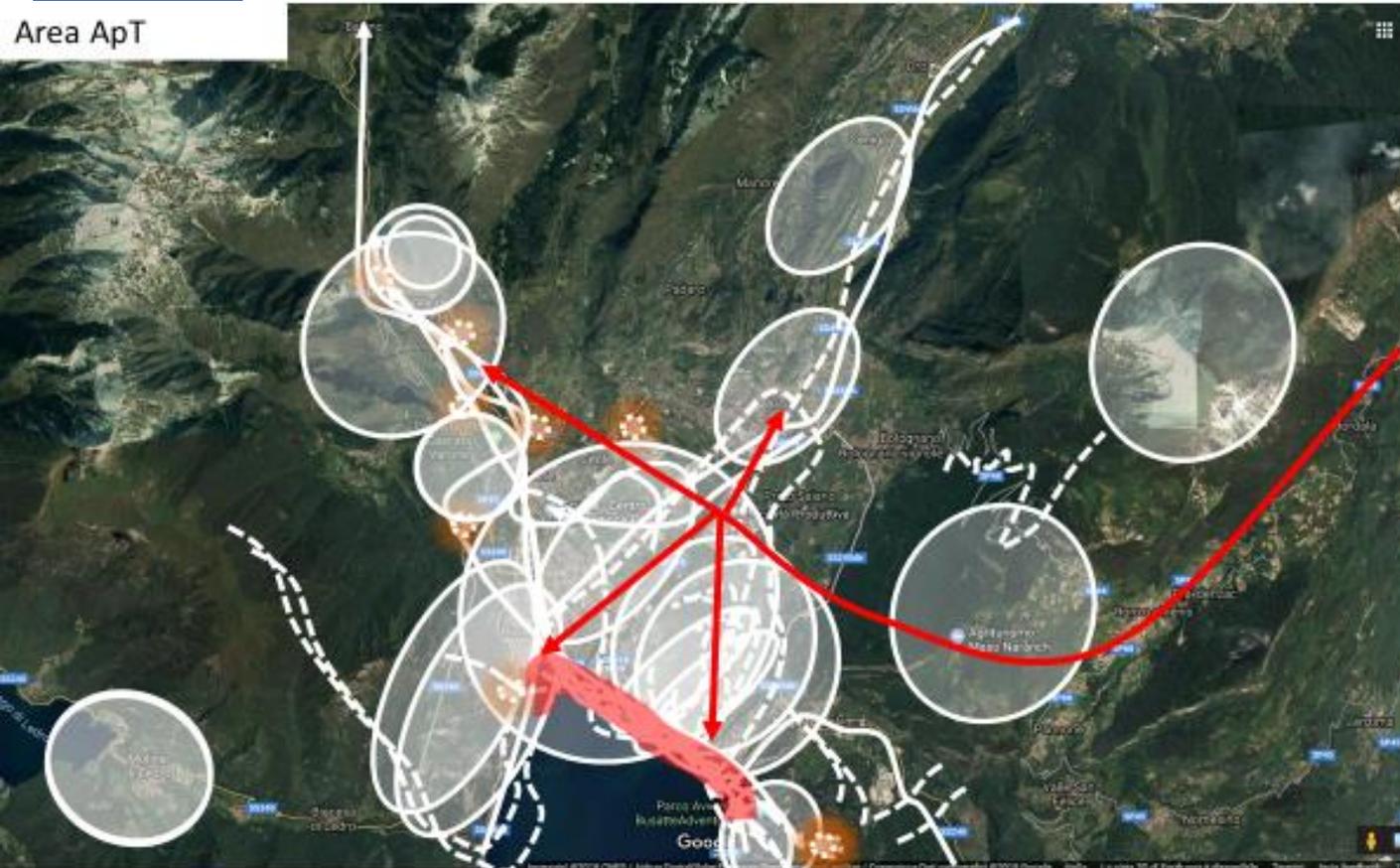
Grazie allo studio dei flussi, il metodo consente di identificare le sfide e visualizzare progetti relativi a pianificazione territoriale/ urbana, sistemi di traffico e viabilità, sviluppo di attrazioni etc



Congestione soprattutto nell'area lungolago Riva-Torbole.

Possibili soluzioni:

- Località produttiva come hub di mobilità > smistamento flussi
- Soluzione chiusura al traffico (parziale o totale) del lungolago nel tratto Riva – Torbole
- Parcheggi di testa e sistema di navette per alleggerire la pressione sulle zone di maggiore concentrazione dei flussi (es. Rivetta)



| | | | | | |
|--------------------|-----------------------|--|----------------------------|---------------------------------|------------------|
| nomi acronimo: | chi da dove? profilo? | cosa/quanto \$? | quando? | quanti? | fase di sviluppo |
| 1 castello arco | 2 brione | 4 percorso confine prima guerra mondiale | 9 giro forti grande guerra | | |
| 15 musei | 25 città arte veneto | 30 mercatini di natale rango termo | 39 percorsi grande guerra | con l'altro dobbiamo aspettare? | badante(?) |
| restate di sistema | influatori di domanda | | | | |

L'analisi dei flussi: le aggregazioni significative

Tour in quota
(trek + bike)

Avvicinamento
in quota
(sightseeing)

Trekking

Natura

Tradizione-
cultura-rurale

Villeggiatura
"tradizionale"

Bike

Attività outdoor
evolute

Famiglie
bambini

Esperienziale

Oltre lo sci

Flussi di
transito

Case study - la strategia TurNat in Trentino



Laboratorio di sviluppo prodotti TurNat per definire alleanze a livello locale e azioni di sistema

- 2 incontri del **tavolo di lavoro** (10 dicembre 2014 e ottobre 2015)
- **8 workshop** territoriali in 8 aree protette - **più di 140 operatori coinvolti in 4 mesi** → analisi dei flussi, individuazione di motivazioni trasversali e di nicchie interessanti
- **sviluppo del disciplinare e marchio di sostenibilità per le strutture ricettive (Ecolabel + qualità parco)**

Prodotti di sistema per le aree protette



Come nascono le idee di prodotto



Analisi dei flussi esistenti



Elaborazione del concept



Studio dei prodotti sul mercato



Teste di sistema



Altri attori da coinvolgere



Buone pratiche dal mondo



Finalizzazione del prodotto

Sette (meta) prodotti

1. #Scienza/esperienza

2. Biodiversity watching nelle quattro stagioni

3. Biodiversità a piedi

4. Biodiversità in bici

5. Biodiversità rurale

6. Benessere all'aria aperta

7. DolceAcqua

Sette (meta) prodotti

- 1. #Scienza/esperienza
- 2. Biodiversity watching nelle quattro stagioni
- 3. Biodiversità a piedi
- 4. Biodiversità in bici
- 5. Biodiversità rurale
- 6. Benessere all'aria aperta
- 7. DolceAcqua



1. #Scienza/esperienza in Trentino

Scoprire e capire la biodiversità e la sostenibilità nel laboratorio all'aria aperta del Trentino, accompagnati da chi la natura la conosce. Per chi fa sul serio (Università, centri di ricerca), ma anche per chi pensa che la scienza possa essere un divertimento (scuole, famiglie curiose)





2. #Biodiversity watching

Osservare e fotografare la ricchezza della biodiversità nelle 4 stagioni: piante e fiori rari, insetti, animali grandi e piccoli, farfalle, foreste sonore, geologia unica, ghiacciai, laghi alpini, attraverso l'attenta guida di esperti naturalistici.



3. #La biodiversità a piedi

Camminare come esperienza di scoperta e miglioramento di sé, attraverso paesaggi unici, ricchi di biodiversità e di storia, grazie ad una rete di itinerari di media e lunga percorrenza che collegano i tesori naturalistici del Trentino e che si integrano con un sistema di mobilità alternativa



Hai voluto la bicicletta? Allora pedala responsabilmente in Trentino, gustando la (bio)diversità paesaggistica, naturale e rurale delle aree protette del Trentino, grazie ad una rete di itinerari per tutte le gambe e a servizi di mobilità alternativa

4. #La biodiversità in bici

A group of people are shown in a rural field, likely engaged in harvesting. In the foreground, a man in a blue tank top and another man in a dark shirt are smiling and holding up harvested crops. In the background, a woman in a light-colored shirt is also visible, and a dog is seen in the lower left. The scene is set in a field of tall, dry grass under a bright sky.

Le mani nella terra, il gusto dei prodotti sani, il ronzio delle api, l'odore del fieno, il colore del cielo all'alba. I 5 sensi godono di nuova vita nelle aree rurali protette del Trentino, dove è possibile riscoprire i ritmi naturali della terra, provare la vita dei contadini di montagna e assaggiare la bontà della biodiversità.

5. #La biodiversità rurale: dalla terra alla tavola

6. #Benessere all'aria aperta

Staccare la spina... e ritrovarsi in Trentino. Vivere un'esperienza in un territorio sano, mangiando cibo bio, muovendosi in modo salutare, ricongiungendosi alla natura pura, al riparo dai fastidi. Perché nei parchi del Trentino anche tu sei #specieprotetta





In Trentino l'acqua è culla di biodiversità e ha mille forme e mille usi, una fonte preziosa di creazione e di *ricreazione*.

7. #DolceAcqua

Grazie per l'attenzione!