

# ANNO SANTO 2025, VOCAZIONE E TURISMO RELIGIOSO

Pellegrinaggi e turismo in occasione del Giubileo



**I FLUSSI TURISTICI DELL'ANNO 2024**  
**A LIVELLO INTERNAZIONALE, EUROPA, ITALIA,**  
**EMILIA ROMAGNA, MODENA**

# TURISMO NEL MONDO (FONTE: UNWTO)

## International tourist arrivals by region

% change from 2019

### World

2022: -33%  
2023: -11%  
Jan-Jul 2024: -4%

Source: UN Tourism (Sep. 2024)

### Americas

2022: -28%  
2023: -9%  
Jan-Jul 2024: -3%

### Europe

2022: -18%  
2023: -5%  
Jan-Jul 2024: -1%

### Africa

-32%  
-4%  
+7%

### Middle East

-5%  
+31%  
+26%

### Asia Pacific

-74%  
-35%  
-18%



UN Tourism

The designations and images in this map do not imply the expression of opinions whatsoever on the part of the Secretariat of the World Tourism Organization (UN Tourism) concerning the legal status of any country, territory, or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers.

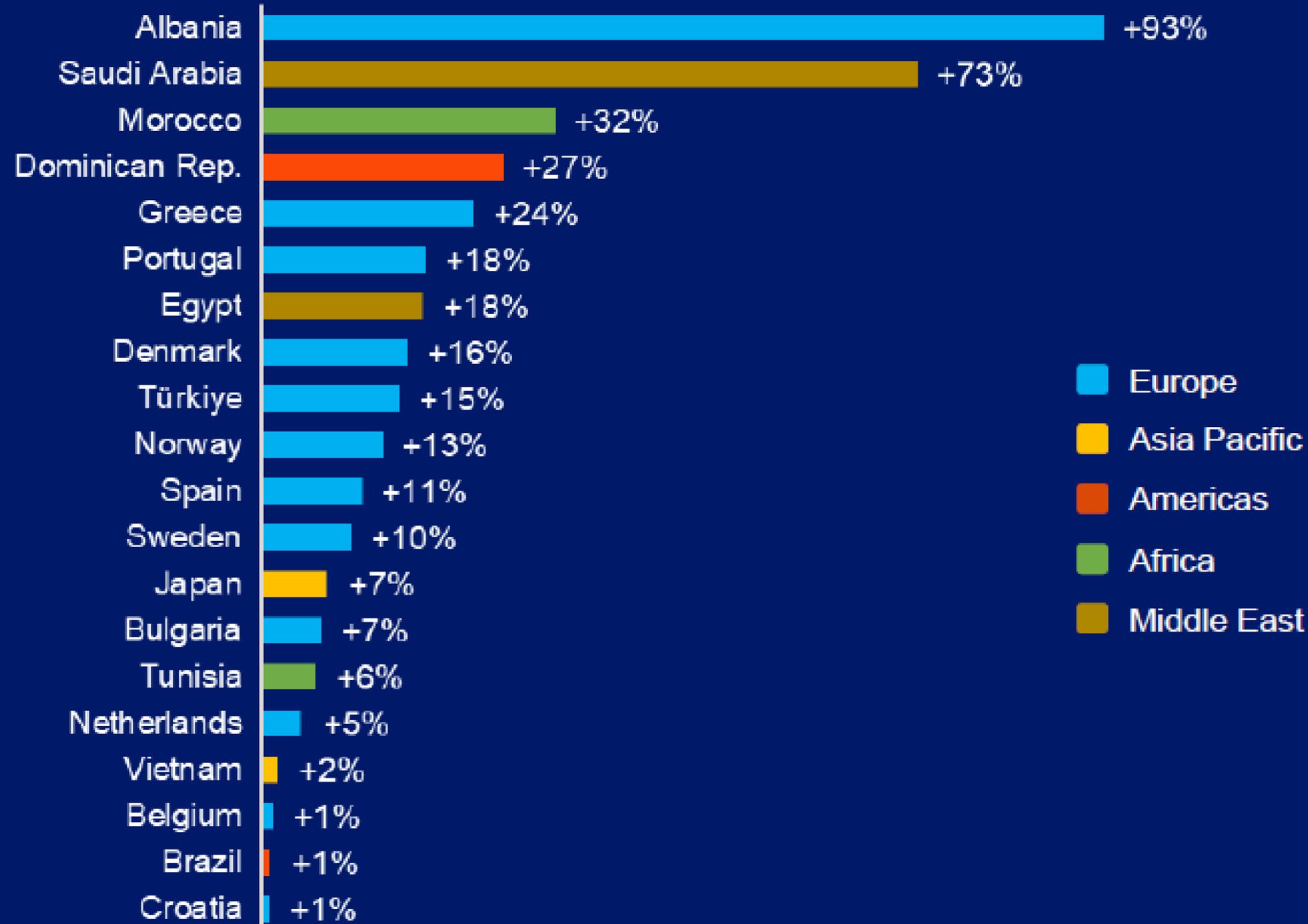
# TURISMO NEL MONDO (FONTE: UNWTO)

## Large\* best-performing destinations, January-July 2024

International tourist arrivals  
% change over 2019

Source: UN Tourism (September 2024)

\* Based on destinations with 5 million arrivals or more in 2019 and reporting data through June or July 2024.



# TURISMO IN EUROPA

(FONTE: EUROSTAT)

Nel primo trimestre del 2024 i pernottamenti sono stati **452,6 milioni**, **+7% rispetto al 2023**.

Gennaio (+3%), febbraio (+6%) e marzo (+9%).

I visitatori stranieri il **45%**, con grandi differenze tra i paesi dell'UE

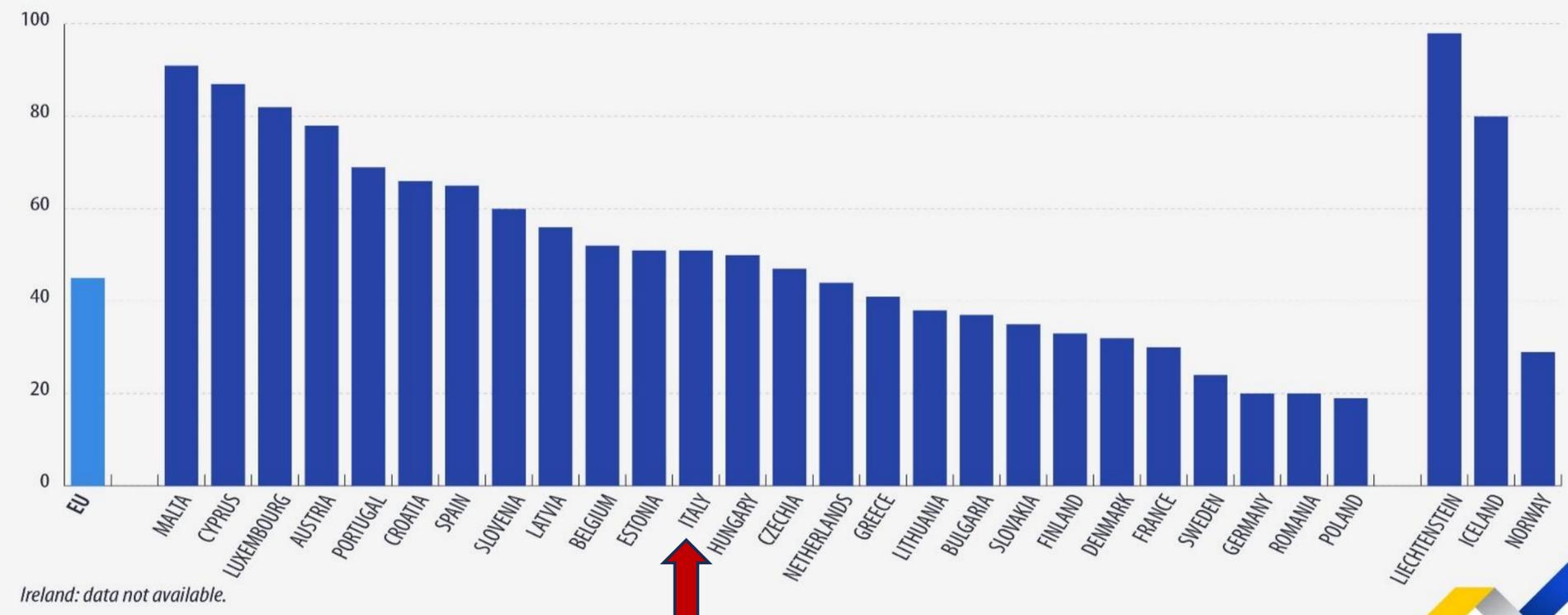
Nel secondo trimestre del 2024 i pernottamenti sono stati **780 milioni**, **+ 0,2% rispetto 2023**.

Aprile -8,7%, Maggio +7,9% e giugno -0,1%).

I visitatori stranieri il **49,0%** di tutti i pernottamenti

### Overnight stays by guests from foreign country, January - March 2024

(% of all nights spent)

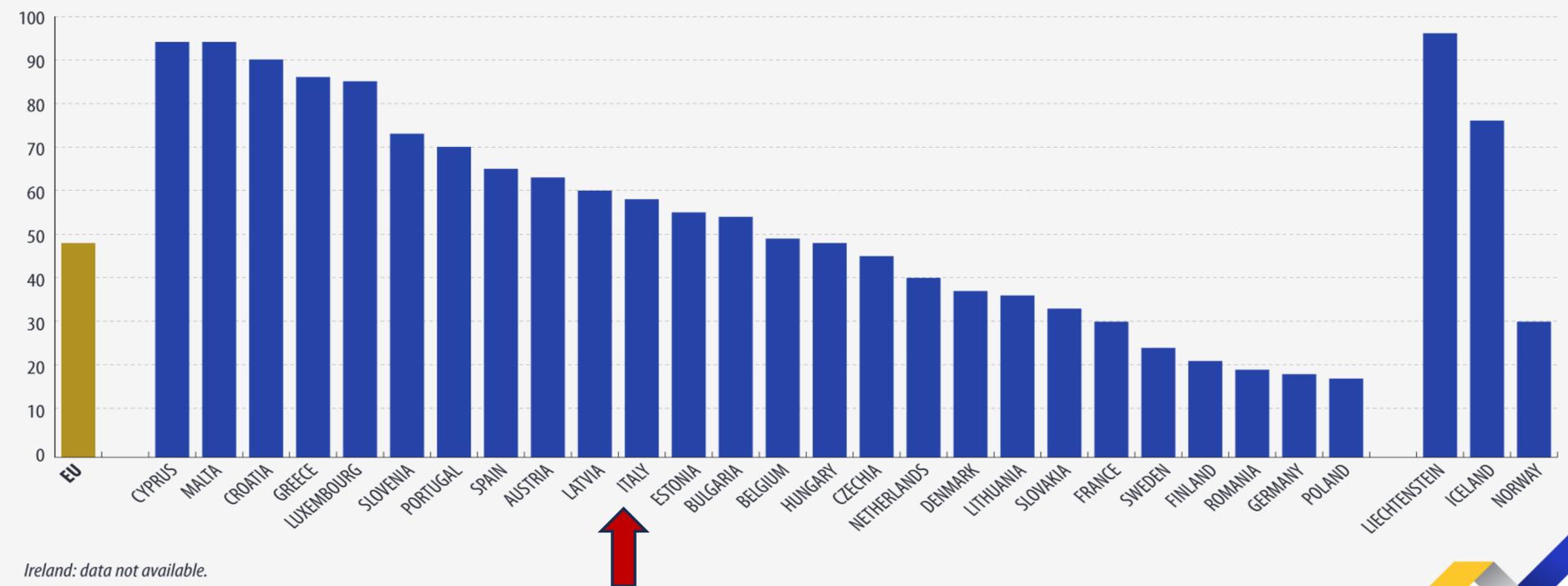


Ireland: data not available.

eurostat

### Overnight stays by guests from foreign country, April - June 2024

(% of all nights spent)



Ireland: data not available.

eurostat

# TURISMO IN ITALIA: DATI PROVVISORI GENNAIO-SETTEMBRE 2024

(FONTE: ISTAT DATI PROVVISORI)

	Arrivi	Presenze	Var. % presenze – 2024 vs 2023			
			Italiani	Stranieri	Totale	
2019	<b>107.996.859</b>	<b>376.620.201</b>				
2023	<b>104.668.783</b>	<b>382.178.617</b>				
2024	<b>107.393.813</b>	<b>382.823.134</b>				
			Gennaio	-7,08	7,51	-1,06
			Febbraio	3,92	11,88	8,02
			Marzo	8,16	21,86	15,20
			Aprile	-12,72	-9,69	-11,01
			Maggio	8,57	20,72	16,59
			Giugno	-1,73	-1,27	-1,48
			Luglio	-5,16	4,44	-0,28
			Agosto	-11,47	5,30	-4,46
			Settembre	-5,87	-0,04	-2,39
			Totale Gen-Set	-5,13	5,09	0,17
	<b>Presenze Italiani</b>	<b>Presenze Stranieri</b>				
2019	<b>186.550.187</b>	<b>190.070.014</b>				
2023	<b>184.108.817</b>	<b>198.069.800</b>				
2024	<b>174.661.830</b>	<b>208.161.304</b>				

# I PRIMI 9 MESI 2024 PER LA DOMANDA TURISTICA DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA

(DATI ISTAT PROVVISORI – consolidati in attesa di validazione)

	Arrivi	Presenze	PM
Gen - Set 2023	9.678.137	34.978.662	3,6 notti
Gen – Set 2024	9.865.823	35.957.208	3,6 notti
<i>Var. % 2024/2023</i>	<i>+1,9%</i>	<i>+2,8%</i>	

- A livello regionale, le **prime stime** sull'andamento dei flussi turistici per i primi 9 mesi sono **favorevoli**
- La spinta maggiore si registra dalla **domanda straniera (+8,8%)** che ha compensato il **calo degli italiani (-6,1%)**
- I risultati migliori sono stimati **i comuni collinari**; valori positivi anche per tutte le altre aree: **grandi comuni, aree termali, appennine e balneari**

- Per i primi nove mesi del 2024, le **strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere** regionali hanno registrato una **crescita** del numero di **arrivi turistici (+187 mila)** e dei **pernottamenti (+978 mila)** rispetto allo stesso periodo del 2023
- La **durata media dei soggiorni** è stata di 3,6 notti, in lieve crescita rispetto allo stesso dato dello scorso anno
- Nel corso di questa prima parte dell'anno, i **turisti italiani** hanno generato il 70% delle presenze complessive, gli **stranieri** hanno raggiunto la quota del 30% (rispettivamente il 72% ed il 28% nei primi nove mesi del 2023)
- Il risultato migliore lo registra la **Destinazione Bologna – Modena** con una crescita del +7% di presenze con un incremento del +15% di stranieri ma con valori positivi \*0,6% della domanda italiana

# I PRIMI 9 MESI 2024 PER LA DOMANDA TURISTICA PER LA PROVINCIA DI MODENA

(DATI ISTAT PROVVISORI - consolidati in attesa di validazione)

	Arrivi	Presenze	PM
Gen - Set 2022	612.042	1.365.854	2,2 notti
Gen – Set 2023	626.731	1.416.391	2,3 notti
<i>Var. % 2023/2022</i>	<i>+2,4%</i>	<i>+3,7%</i>	

- Anche a livello provinciale, le **prime stime** sull'andamento dei flussi turistici per **gennaio –settembre 2024** sono **favorevoli**
- La spinta maggiore si registra dalla **domanda straniera (+11%)** ma **anche la domanda italiana è in crescita (+0,6%)**
- Modena città insieme a Formigine, Maranello, Fiorano e Sassuolo registrano flussi in crescita, grazie ad una forte crescita dei mercati esteri
- Recupero del mercato italiano a Carpi, Fanano, Montese e Mirandola

- Valori positivi dei pernottamenti in tutti i primi 9 mesi con punte eccezionali nel mese di maggio (+14,7%)
- In forte aumento il mercato tedesco (+10,3%) e francese (+12,3%), polacco (+33,3%), inglese (+19,9%) spagnolo (+25,8%). Svizzera (+10%) a livello europeo
- A livello extraeuropeo continua la crescita del mercato americano (+6%), brasiliano (+16,2%) e canadese (+21,3%)
- La **durata media dei soggiorni** è stata di 2,3 notti, in crescita rispetto allo stesso dato dello scorso anno
- Nel corso di questa prima parte dell'anno, i **turisti italiani** hanno generato il 68% delle presenze complessive, gli **stranieri** hanno superato il 32% (rispettivamente il 70% ed il 30% nei primi nove mesi del 2023)

***ALCUNE LINEE DI TENDENZA  
INTERNAZIONALI e NAZIONALI  
anni 2025-2026***

*Fonti analizzate:* Euromonitor, European Travel Commission, WTCC, Sabre, Amadeus, Booking.com, Regiondo, Hotel Beds, Mambrian, Airbnb, Data Appeal, EY Future Travel, Bit 2022, Sojern.....

# TURISMO & CAMBIAMENTI

## La crisi un acceleratore di cambiamenti

2020 - 2022 la pandemia di COVID19:  
Persona, Wellness, Sostenibilità, Prossimità, Remoto



# Prodotti in crescita nel periodo 2020- 2023: quali

## 2020 - 2021 – 2022

- Cammini, trekking, running
- Visite nei borghi, musei, cultura locale
- Tipicità e tradizioni enogastronomiche
  - Cicloturismo, mtb
- Turismo natura/birdwatching
  - Turismo Balneare
  - Turismo fluviale

## 2023 - 2024

- Turismo Culturale
- Turismo degli eventi

***Pensare e viaggiare "slow" come filosofia e stile di vita***

## I tre pilastri del turismo Slow

- 1- Fare le cose alla giusta velocità
- 2- Cambiare l'attitudine verso il tempo
- 3- Cercare qualità piuttosto che quantità

# TURISMO ESCURSIONISTICO SLOW STUDIO ENIT-TOURING CLUB ITALIANO

OLTRE 100 CAMMINI PER 30 MILA KM  
3,6 MILIONI I VIAGGIATORI CHE VIAGGIANO LENTO (a piedi e bici)  
2,7 MILIONI DEDITI ALL'ESCURSIONISMO:  
FRANCESI, TEDESCHI E INGLESII SCELGONO L'ITALIA

Il 76% dei siti elenca i servizi/convenzioni presenti lungo il percorso, fornisce tracce gpx e descrive gli attrattori dei territori;

Il 75% dei siti rilascia credenziali/testimonium;

Il 73% dei siti rimanda a un canale social (Facebook, Instagram YouTube);

Il 70% dei siti propone guide ufficiali o materiali informativi cartacei o scaricabili;

Il 52% dei siti è multilingua (inglese sempre presente);

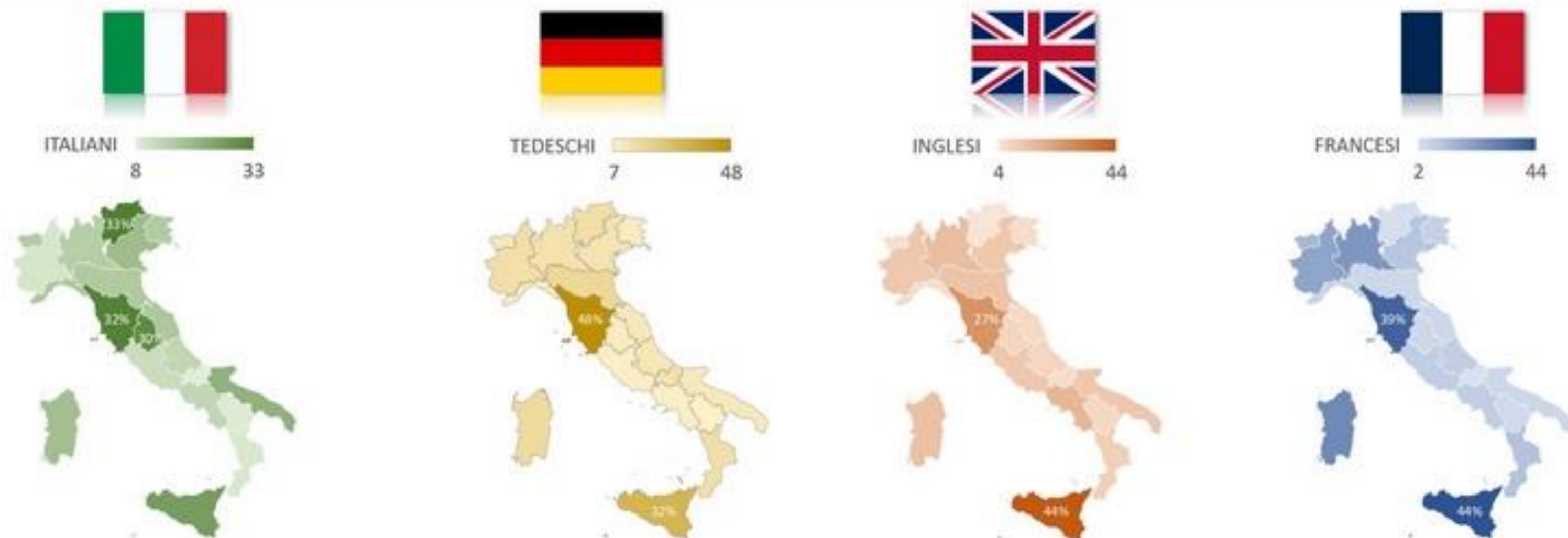
Il 35% dei siti offre l'acquisto di pacchetti/escursioni;

Il 25% dei siti fornisce il servizio di alert per informare i camminatori sulle condizioni del percorso.

# REGIONI DI INTERESSE PER IL TURISMO LENTO - STRANIERI



Per gli stranieri che sceglierebbero l'Italia per una vacanza slow, Toscana e Sicilia sono le due regioni che ottengono il maggior interesse



# Trend Turismo

## Costi di viaggio

1<sup>^</sup> fattore di scelta per 65%

### Pianificazione

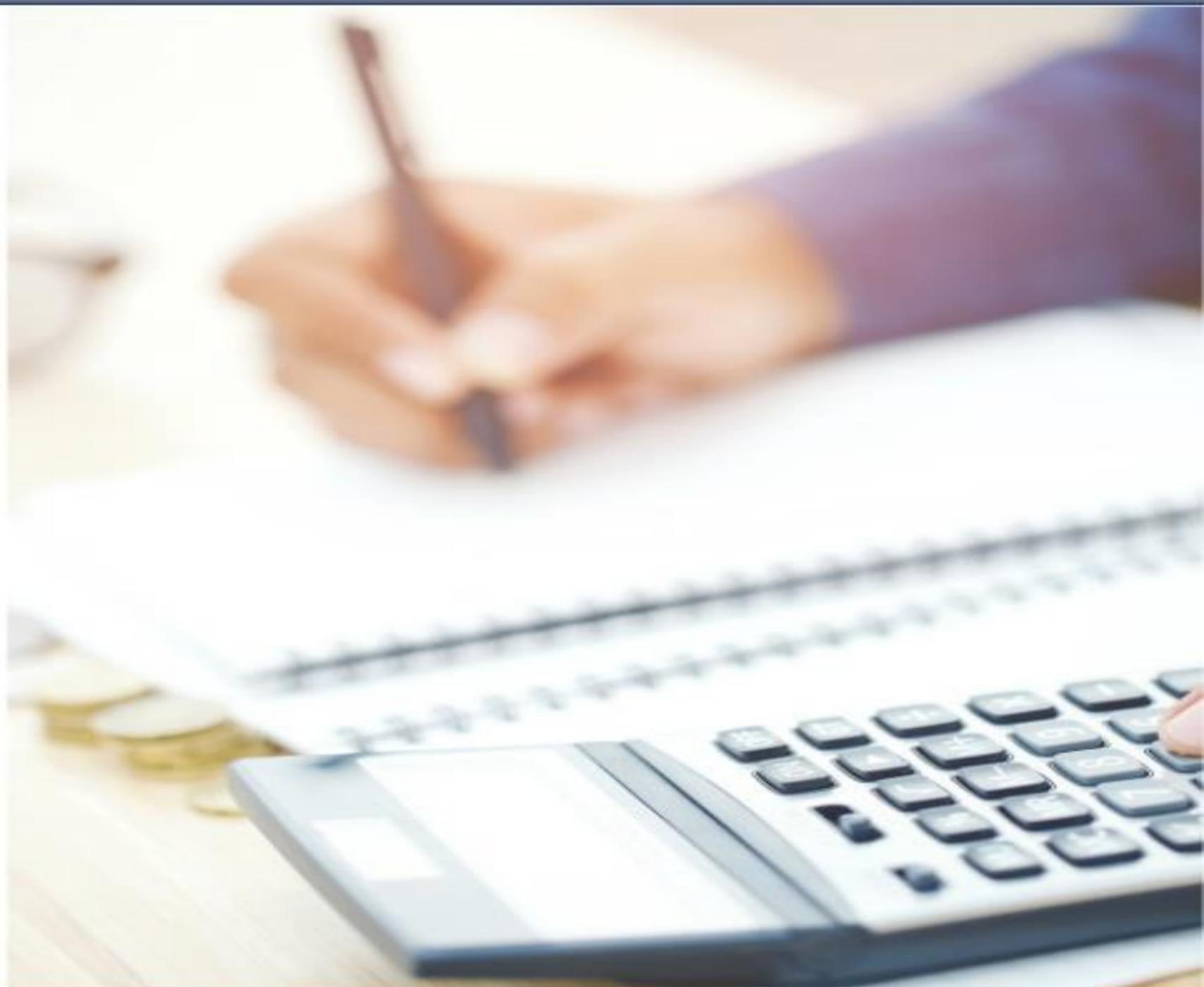
- 17% opta per bassa stagione
- 13% sceglie destinazioni più convenienti
- 12% prenota in anticipo voli ed esperienze



### Destinazione

- 19% riduce shopping
- 15% sceglie hotel e ristoranti più economici
- 11% sceglie trasporto pubblico

*Analisi CST Firenze su dati EY Future e ETC- Travel Commission*



# Trend Turismo

## Clima e sostenibilità

74% adatta scelte a crisi climatica  
50% tiene conto impatto ambientale

### Cambiamento climatico

- 15% cerca destinazioni con clima stabile
- 15% monitora meteo prima di prenotare



### Sostenibilità

- 20% fattore che influenza il viaggio
- 37% si aspetta offerte ed info eco-friendly da operatori

*Analisi CST Firenze su dati EY Future e ETC- Travel Commission*



# Trend Turismo

## Nuove tecnologie e IA

### Pianificazione

- 22,9% utilizza motori di ricerca
- 21,2% utilizza siti di viaggio
- 16% utilizza mappe online
- 12,8% utilizza portali di destinazione
- 4% utilizza app IA



### Nuove generazioni

- 51% utilizza social
- 23% utilizza serie TV
- 8% utilizza app o tool IA

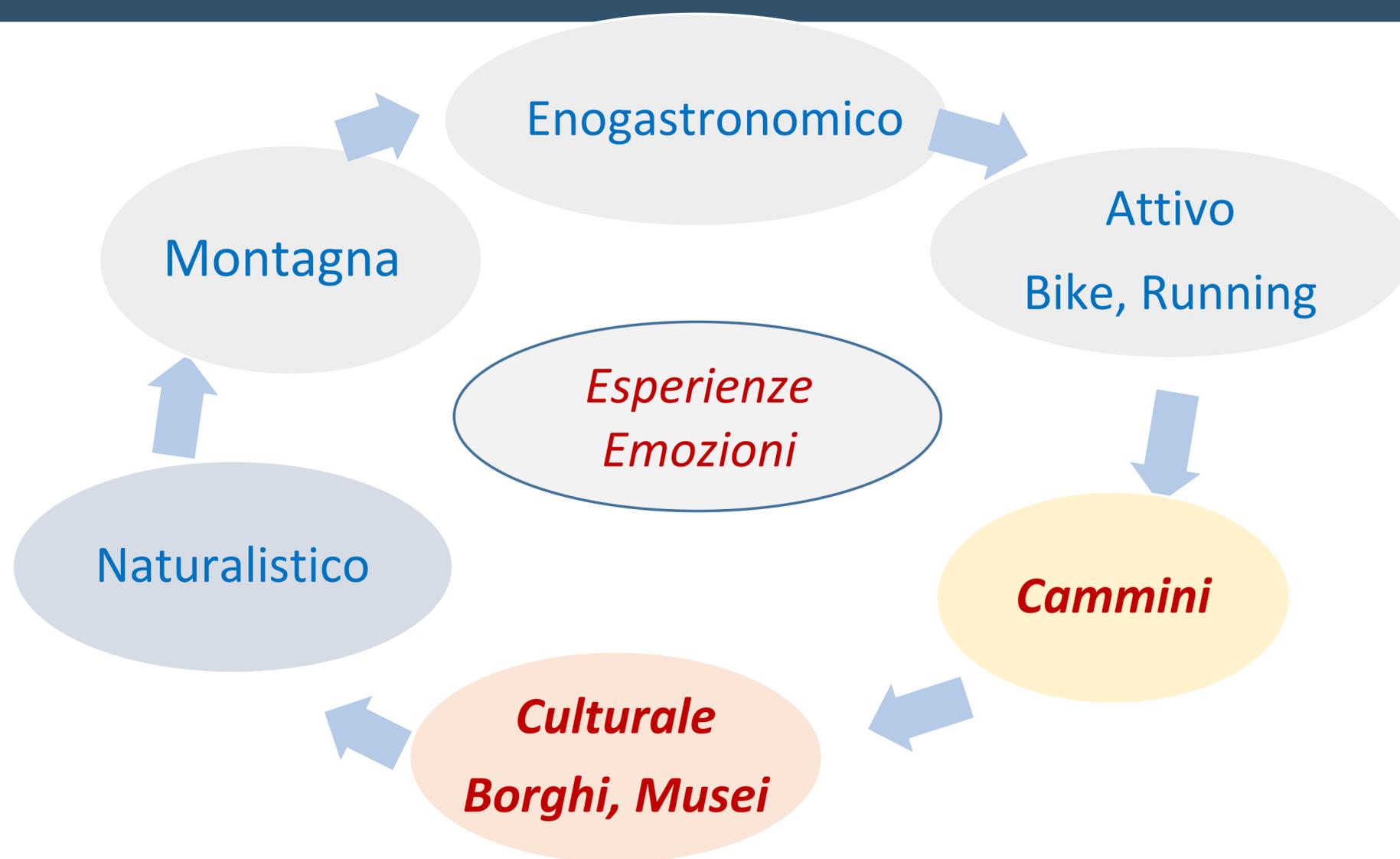
*Analisi CST Firenze su dati EY Future e ETC- Travel Commission*



# DESTINAZIONI MULTI-PRODOTTO

(alla ricerca di destinazioni che offrono più tipologie di esperienze)

## Il valore aggiunto delle proposte integrabili



- Ricerca di **autenticità**
- Ricerca di **vere** esperienze
- Attività **“personalizzate”**
- **Scoperta** di culture e tradizioni locali
- Attenzione all'**impatto ambientale**
- Alta **qualità** della vacanza

# Alla ricerca di nuove destinazioni

Alla scoperta di culture diverse, provare nuovi tipi di cucina, alla ricerca di novità, ricerca di destinazioni in base alle proprie passioni

"**Destination Dupes**" sono luoghi di viaggio convenienti che sono altrettanto belli rispetto a destinazioni famose, costano meno e offrono esperienze particolari.

Nel gergo online, i dupes sono versioni più economiche di marchi di lusso.

1. **Stanchezza da viaggio:** Esplorare le destinazioni duplicate offre una fuga rinfrescante dalla monotonia e dalla folla.
2. **Convenienza:** queste alternative offrono esperienze simili a destinazioni note senza spendere una fortuna.
3. **Autenticità:** i viaggiatori moderni cercano più di semplici punti di riferimento popolari; bramano esperienze autentiche e significative.
4. **Sostenibilità:** i Destination Dupes spesso vantano un approccio più sostenibile al turismo, preservando il fascino di questi luoghi meno conosciuti.



# Trend Turismo

## Esperienze

68% vuole esperienza personalizzata



Settori dove si investirà di più in esperienze nel 2024:

- 18,7% Natura
- 17,1% Enogastronomia
- 15,5% Cultura locale
- 14,7% Sightseeing
- 12,8% Cultura



*Analisi CST Firenze su dati EY Future, ETC- Travel Commission, Mastercard*

# Esperienze

Goat:  
Greatest of all  
trips  
«almeno una  
volta nella  
vita»

Possiamo raggruppare 7 esperienze che descrivono l'offerta turistica di un luogo :

- 1) cultura e riscoperta dei territori
- 2) BenEssere
- 3) enogastronomia
- 4) eventi
- 5) shopping dell'eccellenza italiana
- 6) natura e svago
- **7) spirituale**

## APPROFONDIMENTO

Quando Joseph Pine e James Gilmore hanno elaborato il concetto di economia dell'esperienza hanno messo a punto alcune definizioni e specificato alcune differenze che è opportuno riproporre. Un'esperienza si verifica quando un'azienda utilizza intenzionalmente i servizi come palcoscenico e i beni come oggetti di scena per coinvolgere i singoli clienti in modo da creare un evento memorabile.

È opportuno sottolineare soprattutto la differenza fra servizio e esperienza: i servizi sono intangibili, le esperienze sono memorabili. In generale, mentre l'offerta di beni, merci e servizi è esterna all'acquirente, le esperienze sono intrinsecamente personali, esistono principalmente nella mente di colui che è stato coinvolto a livello emotivo, fisico, intellettuale o addirittura spirituale. Pertanto, non esistono due persone che abbiano la stessa esperienza, perché ogni esperienza deriva dall'interazione tra l'evento messo in scena (come uno spettacolo teatrale) e lo stato mentale dell'individuo.

**Prof. Alessandro Tortelli**

**Direttore Scientifico**

[a.tortelli@cstfirenze.it](mailto:a.tortelli@cstfirenze.it)

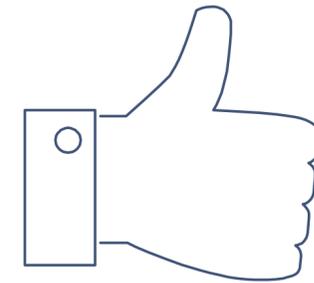


Via Piemonte, 7 – 50145 Firenze

Tel. 055 3438733 Fax 055 301042

Website: [centrostuditurismofirenze.it](http://centrostuditurismofirenze.it)

e-mail: [info@cstfirenze.it](mailto:info@cstfirenze.it)



**GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE**