

IDENTITA' E INNOVAZIONE PER UN TURISMO ALPINO SOSTENIBILE

La dimensione turistica in provincia di Sondrio

29 novembre 2019

Sala delle Acque del BIM – Lungomallero Diaz, 18

a cura di: Valtellina Turismo

Turismo in Valtellina 2018



2.219 Strutture



40.142 Posti Letto



**3,5 MLN presenze (pernottamenti)
3,42 giorni Perm. Media**

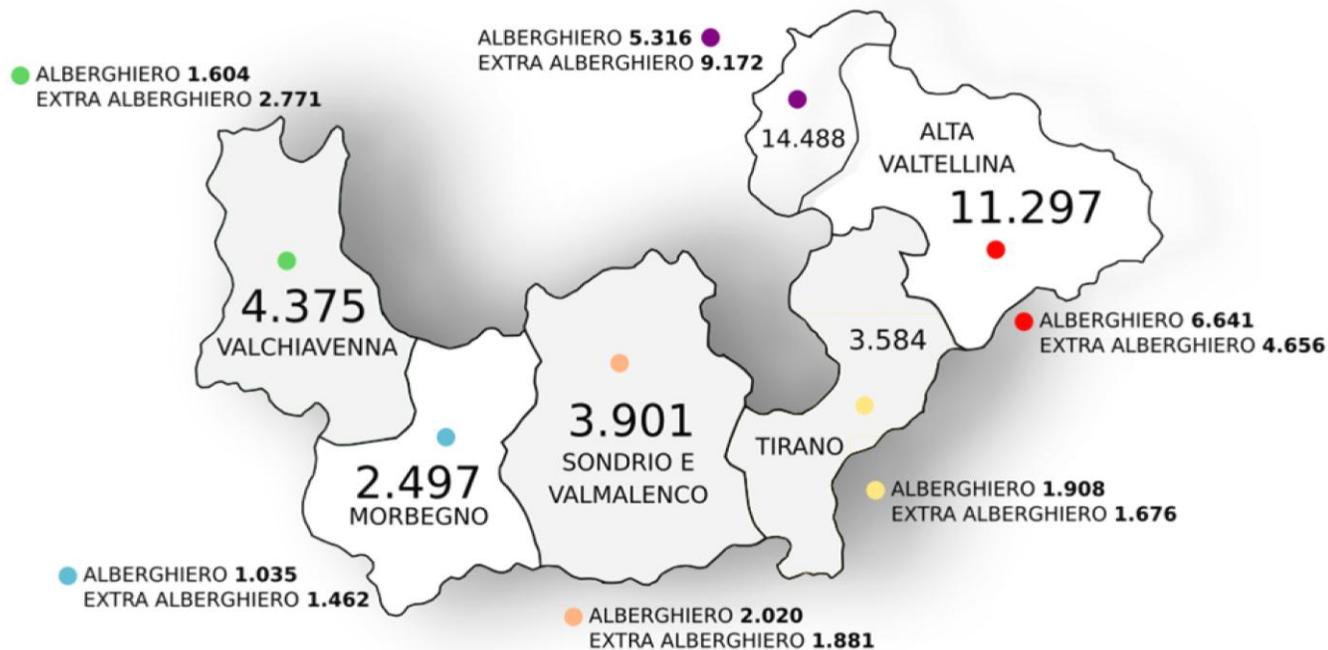


+5,8 % rispetto al 2017



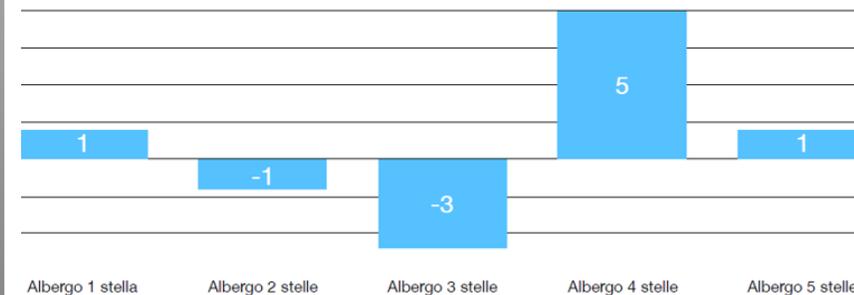
50% Italiani - 50% Stranieri

POSTI LETTO PER MANDAMENTO 2018



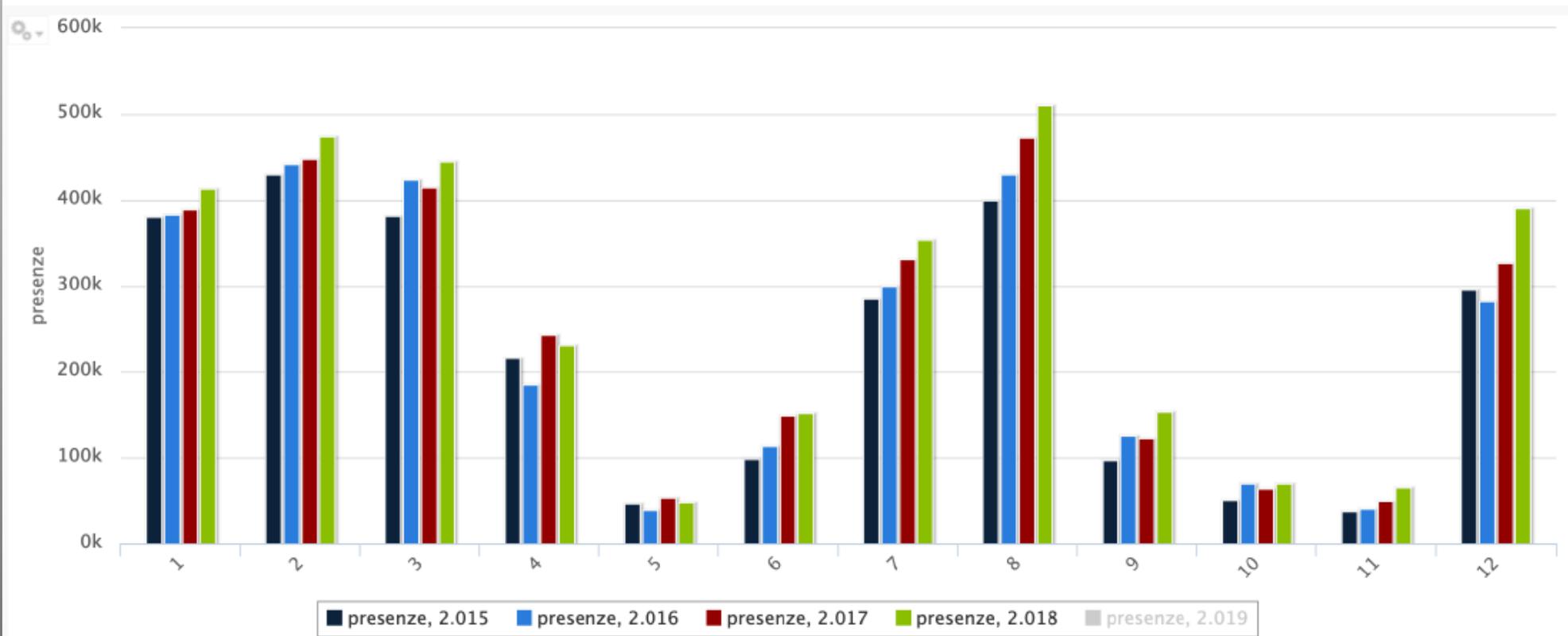
- Il 50% delle strutture alberghiere sono 3 stelle;
- Nuove aperture si registrano principalmente nella categoria 4 stelle, che rappresenta il 13% del totale:

Aperture e Chiusure Anno 2018



Andamento Annuale

Trend 2015 - 2018

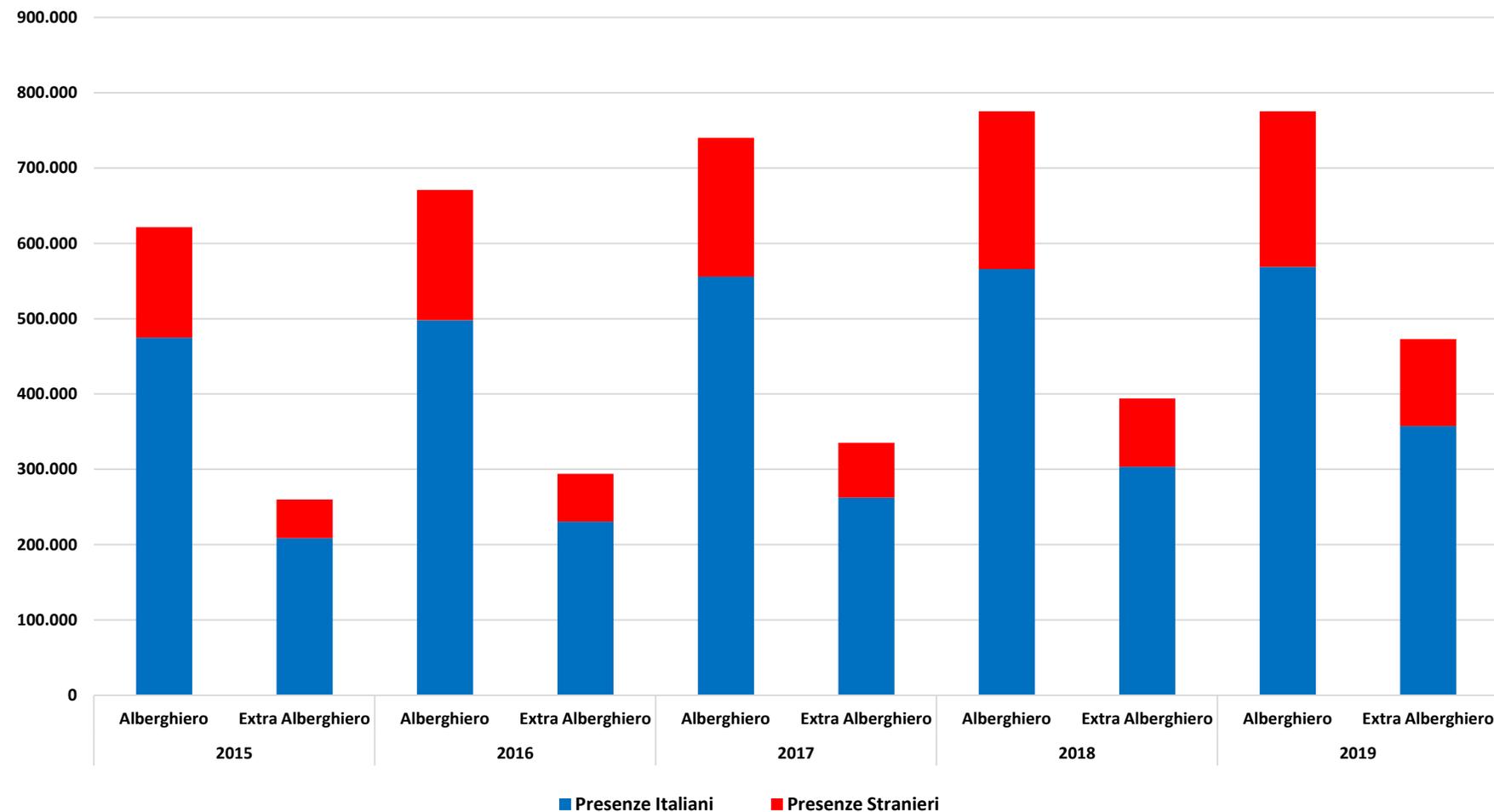


An aerial photograph of a winding asphalt road on a mountain slope. The road curves through green grassy areas and rocky terrain. Numerous cyclists are riding along the road, and a white car is visible in the distance. In the lower right, a small building with a grey roof sits near a river with white water rapids. The background shows steep, rocky mountain peaks.

Focus Stagione estiva

Andamento stagione estiva

Trend 2015 – 2019 Provenienza e comparto



➤ Complessivamente + **14%** di presenze dal **2017 al 2019**;

➤ Crescita degli stranieri;

➤ Interesse su ricettività alternativa

➤ Permanenza media inferiore rispetto a inverno: 3,23 vs 4,2

An aerial photograph of a valley with terraced vineyards. In the foreground, a church with a tall bell tower is visible. The middle ground shows rows of green grapevines on a hillside. In the background, there are large, rugged mountains under a blue sky with some clouds. A semi-transparent grey box is overlaid on the center of the image, containing the text 'La terza stagione' in white.

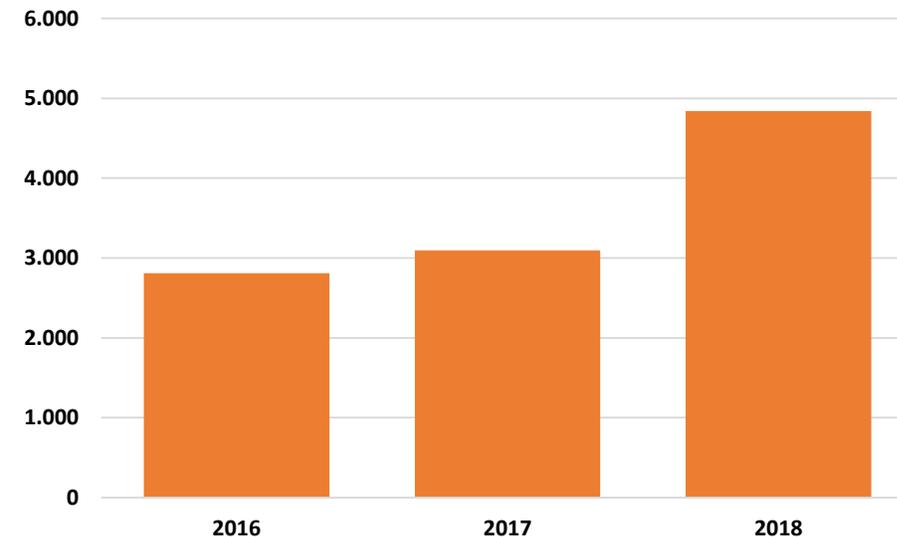
La terza stagione

Trend generali

- Prolungamento della stagione estiva;
- Attenzione al prodotto turistico enogastronomico;
- Integrazione dei prodotti turistici
 - Eventi
 - Trenino Rosso del Bernina
 - Terme
 - Fall Foliage
 - Bike
 - Experience (Ponte Tibetano..)

CASE STUDY - TEGLIO

Andamento presenze Terza stagione



Provenienze

Principali mercati in termini di presenze

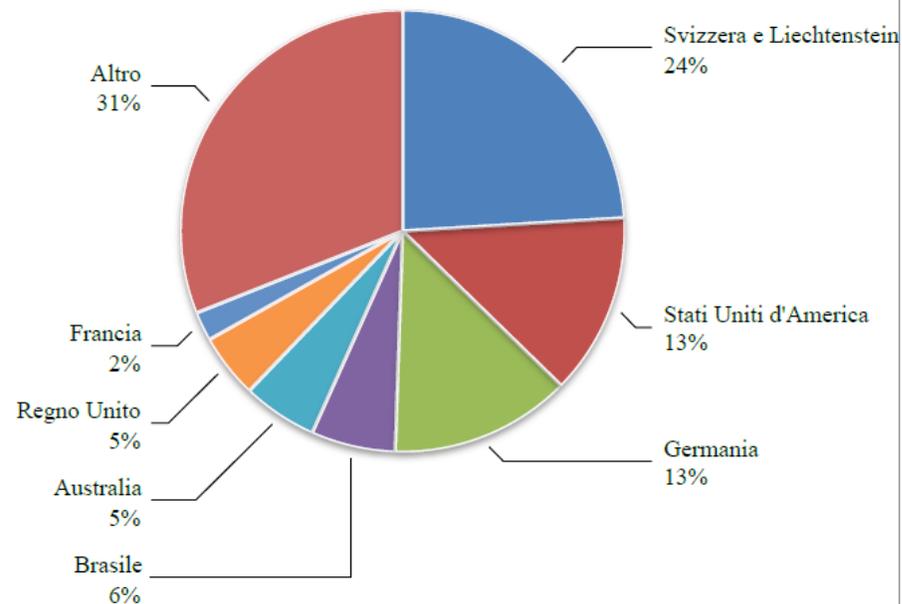
Lombardia	53,6 %	Rep. Ceca	14,7 %
Emilia Romagna	8,1 %	Polonia	13,6 %
Toscana	5,8 %	Germania	11,9 %

Principali mercati STRANIERI in termini di ARRIVI

	Germania	15%	3,40
	Svizzera	15%	2,42
	Rep. Ceca	12%	5,41
	Polonia	10%	6,10
	Belgio	8%	5,60
	Regno Unito	5%	4,71

Case Study Tirano

Provenienza Stranieri Anno 2018 Comune di Tirano



**Da cosa sono state
caratterizzate le recenti
stagioni turistiche?**

Risultati survey operatori

- **Aumentano gli stranieri;**
- Aumentano i passaparola, continuano ad esserci e crescono i clienti abituali: **coloro che scelgono la Valtellina ne parlano bene e spesso decidono di tornare;**
- **La destinazione piace molto:** tutti concordi nel dire che i clienti apprezzano molto la destinazione, sia dal punto di vista paesaggistico che della qualità (ad es. delle piste da sci, che risultano ben tenute);

- Con riferimento alla **stagione estiva** si segnala che questa è **diventata ormai la stagione più importante, grazie soprattutto al grazie al ciclismo;**
- Con riferimento alle prospettive di sviluppo gli operatori vedono come **un plus la vicinanza alla città di Milano,** non in termini di mercato lombardo ma di **attrattività del capoluogo.**
- **Valutazione positiva di eventi e iniziative promozionali commerciali**

Cosa si fa per promuovere la valle?

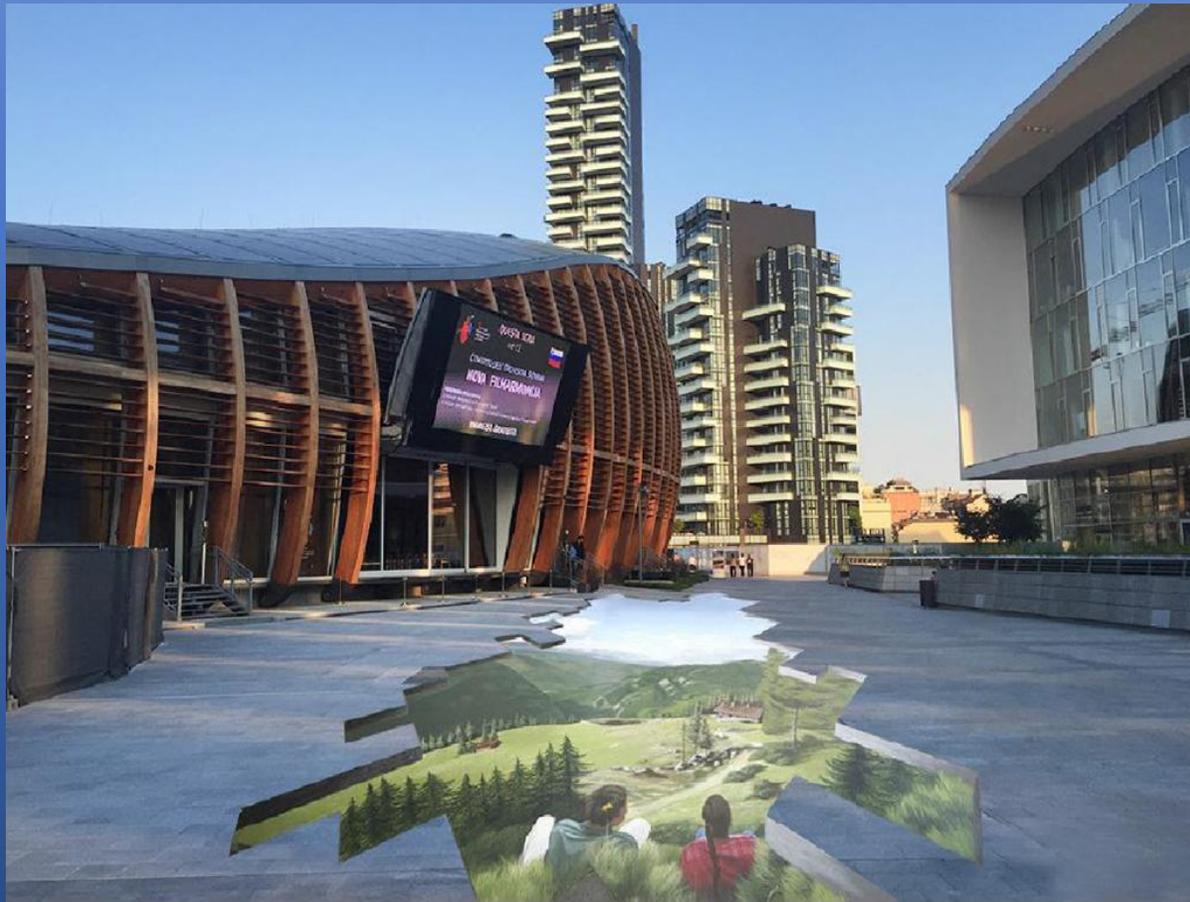
Le attività di Valtellina Turismo

Raccontare in modo emozionale perché la Valtellina è una terra da amare

Racconti di blogger e soprattutto ambassador (abitanti del territorio)

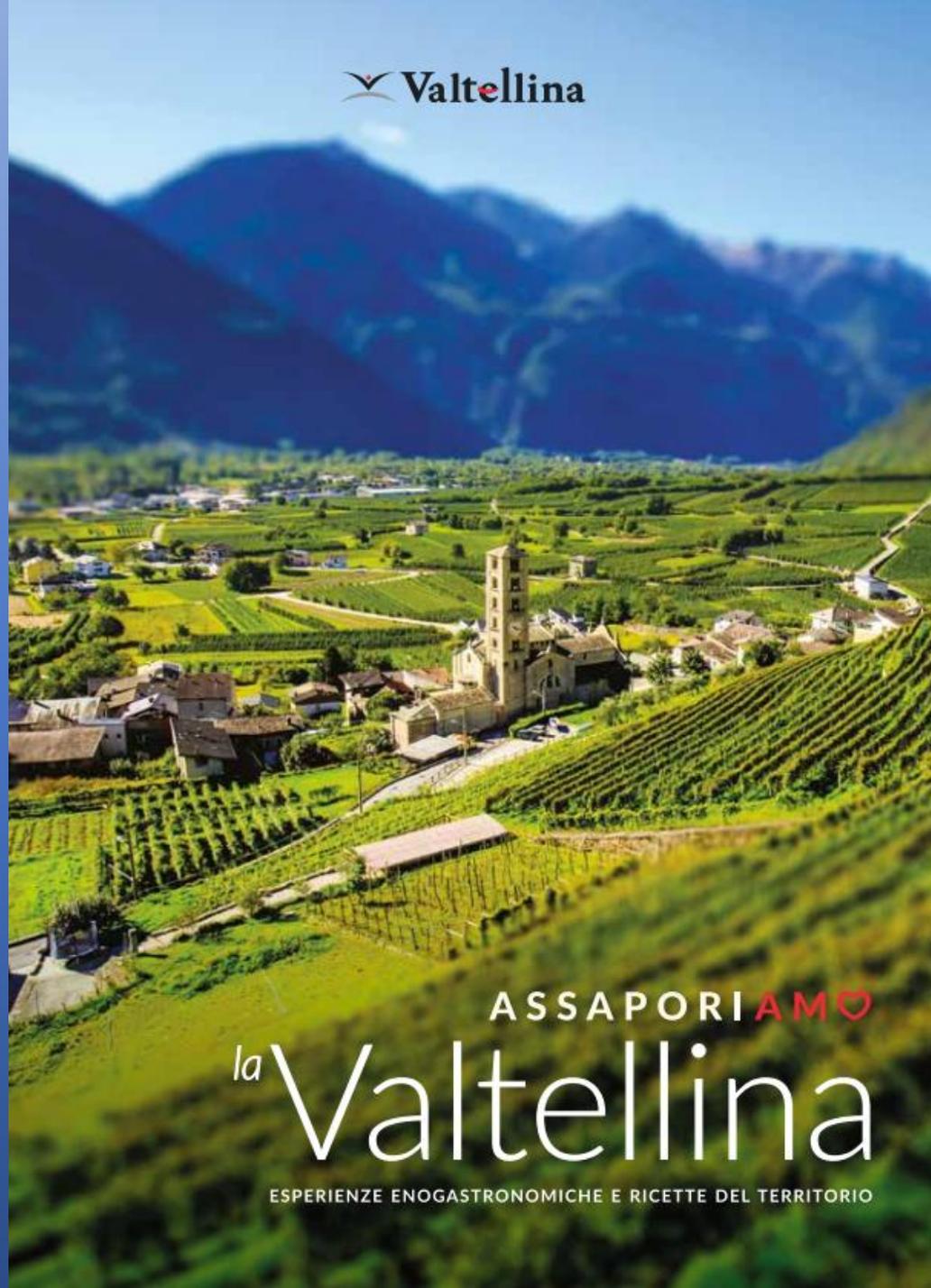


Campagne di comunicazione





Valtellina



ASSAPORIAMO

la Valtellina

ESPERIENZE ENOGASTRONOMICHE E RICETTE DEL TERRITORIO