

*USI – Istituto di Ricerche Economiche IRE*

# *Osservatorio del turismo*

*Presentazione al pubblico*

*27 gennaio 2011*

*Lorenzo Masiero*

# *Indice*

---

- Struttura O-tur
- Prodotti O-tur
- Dettaglio su panel operatori turistici
- Comunicazione
- Tempistica

## *Struttura O-tur*

---

- Prof. Rico Maggi, direttore IRE
- Prof. Siegfried Alberton, vice-direttore IRE
- Dr. Lorenzo Masiero, postdoc IRE e responsabile O-tur
- Natalia Tretyakevich, PhD student IRE e collaboratrice O-tur
- Igor Sarman (febbraio 2011), PhD student e collaboratore O-tur
- Judit Zoltan, PhD student IRE e assistente master
- Enrica Mazzucchi, PhD student IRE
- Studenti Master, potenziali collaborazioni O-tur con tesi di Master

*Nel corso del 2011 possibile nuova risorsa PhD student e collaboratore O-tur*

# *Prodotti O-tur*

---

- Prodotti standard
- Prodotti extra
- Prodotti a richiesta

# *Prodotti standard*

---

## 1. Analisi domanda e offerta Ticino

- Monitoraggio della domanda (ex, arrivi e pernottamenti) e della offerta (ex, strutture ricettive e posti letto)
- Analisi aggregata (intero territorio ticinese) e disaggregata (destinazioni turistiche e ETL)
- Dimensione temporale mensile e stagionale

# *Prodotti standard*

---

## 1. Analisi domanda e offerta Ticino

- Dati primari:
  - BFS, HESTA
  - *Tassa soggiorno (collaborazione con ETL)*
  - *Dati da polizia (collaborazione con ETT)*
- Dati secondari:
  - Meteo Svizzera
  - Tassi di cambio
  - Dati congiunturali
  - UST, SECO, BAK, ASTRA, EUROSTAT, UNWTO, etc.

## 2. Panel operatori turistici

- Sistema di rivelazione periodico, a cadenza principalmente mensile, di dati da parte di un insieme di operatori turistici ticinesi
- Dati sintetici sull'andamento presente e percezione (barometro) sull'andamento futuro a breve termine
- Il prodotto panel e' interamente sviluppato all'interno dell'IRE con il supporto esterno delle principali associazioni di categoria

## 3. Valutazione della destinazione Ticino

- Benchmarking – confronto di varie destinazione in base a indicatori di performance e competitività
- Ranking – a tutti gli indicatori corrispondono dei rankings, che mostrano quali destinazioni avanzano nella classifica in rapporto alla performance e ai singoli fattori determinanti per la competitività
- Punti deboli e punti forti – punti deboli e di forza della propria destinazione in confronto a una destinazione di benchmarking



## 3. Valutazione della destinazione Ticino

- Condotta attraverso l'utilizzo del BAK destinations monitor
- Destinazione Ticino suddivisa nelle 4 regioni turistiche
- Destinazione Ticino suddivisa negli 11 ETL
- Integrazioni della piattaforma secondo suggerimenti di O-tur

## 4. Source markets

- Analisi dei principali mercati di origine del turismo ticinese
- Particolare attenzione al mercato della Svizzera interna, della Germania e dell'Italia
- Approfondimenti sui mercati emergenti intercontinentali

## 4. Source markets

- Rete di contatti periodici con i principali tour operators dei mercati di riferimento in grado di fornire analisi qualitative
- Analisi delle statistiche dei mercati di riferimento
- Analisi della domanda con indagini spot sulle preferenze
- Interfaccia con lo strumento l'analisi Market Mirror – valutazione delle promozioni nei mercati di riferimento (Svizzera Turismo)

## 5. Modelli statistici (e di previsione)

- Modelli statistici sulle serie storiche di arrivi e pernottamenti in Ticino
- Analisi delle componenti (tendenza, ciclo, stagionalità, effetti calendario, feste mobili)
- Analisi degli effetti (cambio, meteo, congiuntura, etc.)
- Futura implementazione di modelli strutturali di previsione

- Rapporti specifici estratti da pubblicazioni interne IRE nell'area turismo e legati direttamente o indirettamente al territorio ticinese. Primi esempi:

Masiero, L. and Nicolau J.L. Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors, submitted to Tourism Economics, December 2010

Masiero, L. and Nicolau, J.L. Finding similar price preferences on tourism activities, working paper, January 2011

Nicolau, J.L. and Masiero, L. Relationship between price sensitivity and expenditures in the choice of tourism activities at destinations, working paper, January 2011

Zoltan, J. and Masiero, L. The relation between push motivations and trip behaviour and their effect on tourist card characteristics, working paper, January 2011

## *Prodotti extra*

---

- Rapporti e/o approfondimenti derivanti da tesi di Master USI (Master in International Tourism). Primi esempi:

Tretyakevich, N. Business travel and leisure tourism: leisure-related motivations of conference attendees, Master dissertation, September 2010

## *Prodotti a richiesta*

---

- Rapporti e analisi su temi a richiesta
- Consulenze
- Perizie
- Formazione ad hoc

## *Dettaglio su panel operatori turistici*

- Le categorie di operatori turistici ticinesi attualmente considerate all'interno del panel sono:
  - alberghi 4 e 5 stelle
  - alberghi 2 e 3 stelle
  - campeggi
  - case vacanza
  - ristoranti alto livello
  - ristoranti (altri)
  - principali attività turistiche
- Potenziale allargamento ad altre categorie:
  - agriturismo
  - bed and breakfast
  - capanne
  - rustici



## *Dettaglio su panel operatori turistici*

- Ad eccezione delle attività turistiche, la numerosità degli operatori garantisce la rappresentatività statistica del campione
- La selezione degli operatori turistici mantiene inoltre le stesse proporzioni geografiche presenti nel territorio secondo le quattro macro-regioni ticinesi (Mendrisiotto, Regione Lago di Lugano, Lago Maggiore/Valli e Bellinzona/Alto Ticino)
- Futuro ampliamento del campione potrà consentire una rappresentatività anche all'interno delle macro-regioni

## *Dettaglio su panel operatori turistici*

- Definizione delle domande in collaborazione con le associazioni di categoria
- In generale, domande rivolte all'andamento degli affari, all'occupazione e capacità tecnica da declinare per le varie categorie
- In dettaglio, domande specifiche per ogni categoria

## *Dettaglio su panel operatori turistici*

---

- L'inserimento dei dati tramite piattaforma web permette l'immediata archiviazione degli stessi e il calcolo automatico dei risultati aggregati

C

Guarda i report fino al mese di

ottobre 2010

INVIA

Guarda le tue risposte del mese di

INVIA

Scarica le tue risposte

INVIA

Cambia password

INVIA

inchiesta del mese di **dicembre**  
disponibile per la compilazione fino alla fine di **gennaio**

il formulario può essere riempito e modificato fino alla data di scadenza.

#### D1a - Situazione attuale degli affari

Nel complesso valutiamo l'attuale situazione dei nostri affari

Molto buona  Buona  Soddisfacente  Insoddisfacente  Molto negativa

#### D2a - Produzione e prestazioni di servizi

Nel mese passato, rispetto al mese precedente, la produzione è stata:

Molto superiore  Superiore  Uguale  Inferiore  Molto inferiore

#### D2b - Prospettive future produzione e prestazioni di servizi

Nei prossimi 3 mesi, la nostra produzione

Aumenterà  Resterà invariata  Diminuirà

#### D4a - Persone occupate

Nel mese passato, rispetto allo stesso mese dell'anno scorso, il numero di occupati (equivalenti a tempo pieno) è stato:

Molto superiore  Superiore  Uguale  Inferiore  Molto inferiore

#### D4b - Prospettive occupazionali

Nei prossimi 3 mesi, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, il numero di occupati (equivalenti a tempo pieno):

Aumenterà  Resterà invariata  Diminuirà

INVIA

LOGOUT

## *Dettaglio su panel operatori turistici*

- Gli operatori turistici facenti parte del campione panel avranno accesso ai risultati, sottoforma di grafici, riguardanti ognuna delle variabili d'interesse espresse nelle rispettive domande
- Per ogni domanda il singolo operatore turistico potrà confrontare il suo giudizio con quello aggregato del campione di riferimento

Guarda i report fino al mese di

ottobre 2010

INVIA

Il report fino al mese di **ottobre 2010**

Guarda le tue risposte del mese di

dicembre 2010

INVIA

Scarica le tue risposte

INVIA

Cambia password

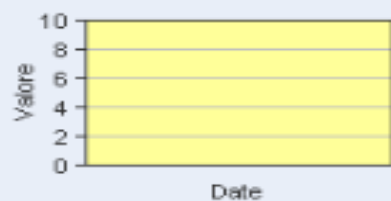
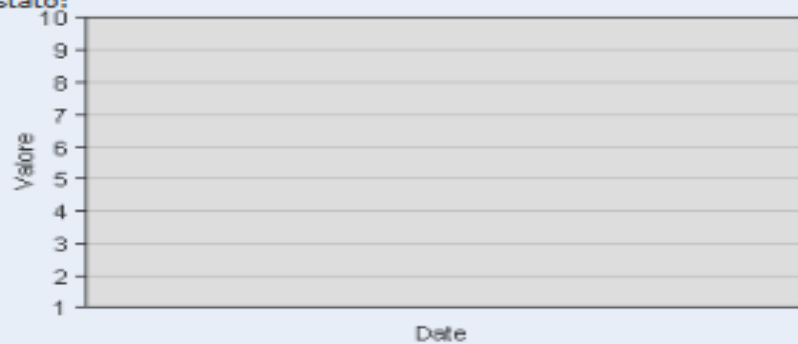
INVIA

Torna alle domande

Report del mese di **ottobre 2010**Mese **ottobre 2010**  Panelist  Settore | **Turismo**  SottoSettore 

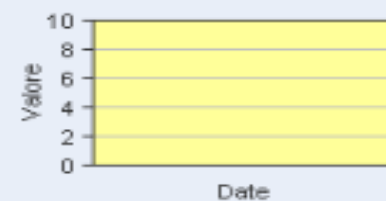
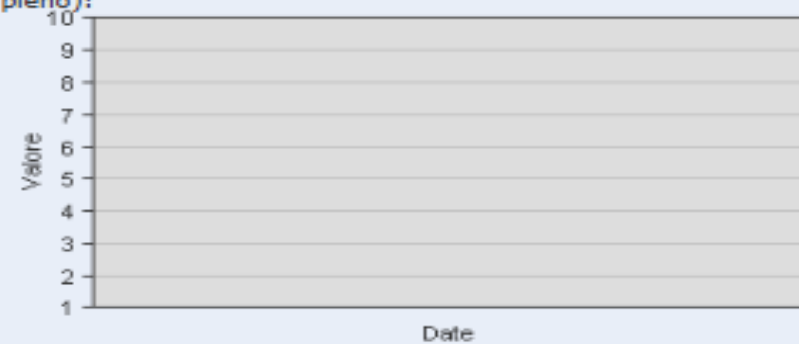
INVIA

D4a: Nel mese passato, rispetto allo stesso mese dell'anno scorso, il numero di occupati (equivalenti a tempo pieno) è stato:



I vostri valori

D4b: Nei prossimi 3 mesi, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, il numero di occupati (equivalenti a tempo pieno):



I vostri valori

# Report del mese di ottobre 2010

Mese **ottobre 2010**



Panelist

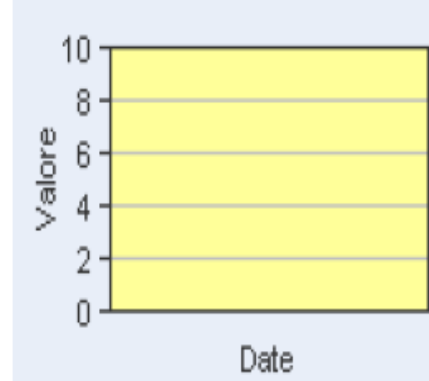


Settore

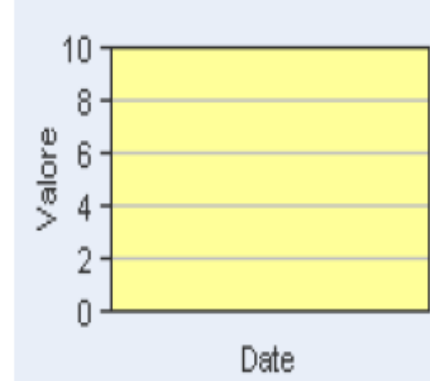
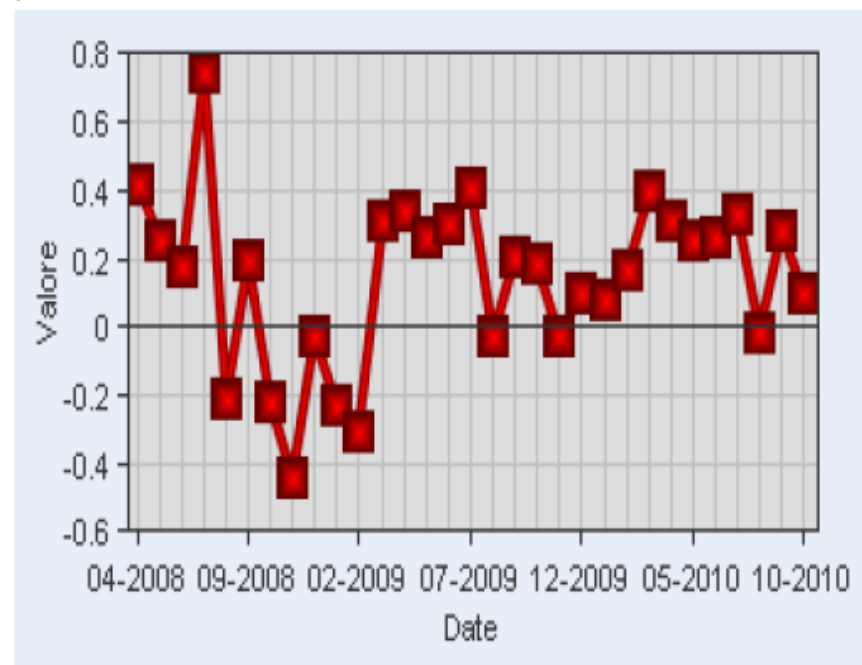


**INVIA**

D1a: Nel complesso valutiamo l'attuale situazione dei nostri affari



D2a: Nel mese passato, rispetto al mese precedente, la produzione è stata:



## *Dettaglio su panel operatori turistici*

- Vantaggi per gli operatori aderenti:
  - barometro
  - posizionamento
  - tendenza a breve termine
  - tempestività dei risultati
- Vantaggi per il settore turistico: redazione IRE di un report stagionale con commenti ai risultati e contestualizzazioni nel panorama turistico regionale



- Sito web - principale mezzo di comunicazione dell'osservatorio:
  - pubblicazione di rapporti svolti dall'IRE sui cinque prodotti standard
  - pubblicazione delle principali statistiche con aggiornamenti
  - pubblicazione di rapporti provenienti da prodotti extra (e prodotti su richiesta)
  - news ed eventi



## o-tur - OSSERVATORIO DEL TURISMO

L'osservatorio del turismo (O-tur) è integrato nelle attività di ricerca e formazione sia dell'Istituto - IRE -, sia dell'Università - Master in turismo internazionale - e potrà così beneficiare delle importanti sinergie e competenze, in particolare nell'ambito dell'osservazione delle dinamiche economiche.

O-tur ha come primo obiettivo l'aumento e la divulgazione della conoscenza sul settore turistico cantonale, grazie all'osservazione sistematica e all'analisi, con metodi quantitativi e qualitativi, della domanda turistica e dell'offerta locale nelle destinazioni ticinesi.

O-tur comprende inoltre l'implementazione di un sistema di monitoraggio del turismo che sia da supporto per i processi decisionali strategici degli Enti turistici, dell'Amministrazione cantonale e degli operatori del settore.

### Evento lancio

Data: 27 gennaio 2011

Luogo: Auditorium, USI

- |               |  |
|---------------|--|
| 09.00 - 09.10 | Consigliera di Stato Laura Sadis - Saluto  |
| 09.10 - 09.20 | Rico Maggi (IRE) - Saluto e introduzione   |
| 09.20 - 10.00 | Lorenzo Masiero (IRE) - Struttura O-tur, risorse, prodotti, comunicazione - Dettaglio su panel turismo |
| 10.00 - 10.35 | Coffee break   |
| 10.35 - 10.50 | Enrica Mazzucchi (IRE) - Ticino: profilo e benchmarking  |
| 10.50 - 11.05 | Judit Zoltan (IRE) - Ticino: turismo di giornata   |
| 11.05 - 11.20 | Natalia Tretyakevich (IRE) - Ticino: turismo d'affari  |
| 11.20 - 12.00 | Chiara Dall'Aglio (Sviluppumbria) - Osservatorio regionale Umbria                                      |
| 12.00 - 12.20 | Domande e interventi dal pubblico  |
| 12.20 - 12.30 | Prof. Rico Maggi - Chiusura  |



- Aggregazione dei prodotti in un unico rapporto con uscita trimestrale/stagionale.
- Focus Trend: prodotti 1, 2 e 5 (analisi domanda e offerta, panel operatori turistici e modelli statistici)
- Focus Destinazione: prodotti 3 e 4 (valutazione della destinazione Ticino e source markets)



## ANALISI DOMANDA E OFFERTA TICINO

### PANEL OPERATORI TURISTICI

### PROCEDURE DI VALUTAZIONE DELLA DESTINAZIONE TICINO

### SOURCE MARKETS

### MODELLI STATISTICI (DI PREVISIONE)

## PRODOTTI

O-tur include un set di prodotti standard che verranno forniti a cadenza regolare, principalmente su base stagionale. Ad essi saranno aggiunti dei prodotti extra come risultato di ricerche su particolari tematiche. Si prevedono inoltre dei prodotti su richiesta.

### Analisi domanda e offerta Ticino

Il monitoraggio della domanda e offerta turistica ticinese si orienta principalmente attraverso l'analisi statistica dei dati raccolti nella banca dati HESTA. In particolare, le variabili di maggiore interesse sono:

**Domanda:** Arrivi e pernottamenti in Ticino su base mensile e per paese di origine

**Offerta:** Strutture ricettive e posti letto in Ticino su base mensile

Il monitoraggio di domanda e offerta è svolto in aggregato su tutto il territorio ticinese ed in modo disaggregato sulle quattro macro-regioni ticinesi, Mendrisio, Lugano, Locarno/Valle Maggia e Bellinzona e Alto Ticino, rispettivamente.

Il monitoraggio è supportato da analisi statistiche descrittive per distribuzioni di variabili, come rappresentazioni grafiche di variabili univariate, misure di tendenza (media, mediana), misure di dispersione e tassi. L'analisi sulle singole variabili è integrata attraverso analisi congiunte su più variabili, come tabelle a doppia entrata e correlazione tra una e più variabili.

La validità dei risultati è infine testata statisticamente attraverso test d'ipotesi in modo da definire la significatività delle differenze emerse (ad esempio, test d'ipotesi sulla differenza tra due medie per testare se vi è una differenza statisticamente significativa tra i pernottamenti medi relativi a due anni diversi).

Il commento ai risultati prevede l'utilizzo di altre fonti di dati, come ad esempio serie di dati meteorologici, tassi di cambio, dati congiunturali etc. Fonti: UST, Hotelleriesuisse, Gastrosuisse, UNWTO, Eurostat, WTTC, SECO, ETL, ETT, ASTRA, Meteo-svizzera, BAK.

# *Tempistica*

---

- Il 2011 (primo anno dell'osservatorio) e' principalmente dedicato allo sviluppo e al test dei prodotti ideati
- I diversi prodotti hanno tempistiche diverse coerentemente con la singola difficoltà di implementazione
- Le attività di contorno vengono subito fornite ai vari partners
- Per tutti i prodotti si ipotizza la messa a regime entro fine 2011



# Tempistica

2011												2012
Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	
Sviluppo database			Test database		Database a regime							
Sviluppo sito web			Test sito web		Sito web a regime							
Sviluppo prodotto 1			Test prodotto 1		Prodotto 1 a regime							
Sviluppo prodotto 2				Test prodotto 2						Prodotto 2 a regime		
Sviluppo prodotto 3		Test prodotto 3		Prodotto 3 a regime								
Sviluppo prodotto 4			Test prodotto 4		Prodotto 4 a regime							
Sviluppo prodotto 5			Test prodotto 5			Prodotto 5 a regime						

Prodotto 1: analisi domanda e offerta Ticino; Prodotto 2: panel operatori turistici

Prodotto 3: Valutazione della destinazione Ticino; Prodotto 4: Source markets

Prodotto 5: Modelli statistici (di previsione)

*Grazie per l'attenzione*

*lorenzo.masiero@usi.ch*